

— Universidad —
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

ESCUELA DE POSGRADO

Doctor Luis Claudio Cervantes Liñán

**MAESTRÍA EN EJECUTIVA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Tesis

**NIVEL DE GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO EN
LAS EXPORTACIONES MINERAS A LA REPÚBLICA
POPULAR CHINA**

PRESENTADO POR:

MARCO ANTONIO REYES NAVARRETE

LIMA - PERÚ

2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi Familia que son la razón de mi vida y siempre han impulsado mis actos. A mi Madre por sus lecciones de vida y a las personas que creen en mi, para quienes espero siempre estar a la altura de sus expectativas

El autor.

AGRADECIMIENTO

A las autoridades de la Escuela de Post Grado de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega por haberme facilitado complementar mis estudios profesionales; a los señores catedráticos, por sus consejos y orientaciones; y para mis compañeros por su aliento permanente.

El autor.

INDICE

Resumen

Introducción

Nº de Pág.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2	Marco Teórico	01
1.2.1	Valor agregado	01
1.2.2	Exportaciones Mineras	21
1.3	Investigaciones	53
1.4	Marco Conceptual	53

CAPÍTULO II

EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1	Planteamiento del Problema	55
2.1.1	Descripción de la Realidad Problemática	55
2.1.2	Antecedentes Teóricos	57
2.1.3	Definición del Problema	60
2.2	Finalidad y Objetivos de la Investigación	61
2.2.1	Finalidad	61
2.2.2	Objetivo General y Específicos	62
2.2.3	Delimitación del Estudio	63
2.2.4	Justificación e Importancia del Estudio	63
2.3	Hipótesis y Variables	64
2.3.1	Hipótesis Principal y Específicas	64
2.3.2	Variables e Indicadores	65

CAPÍTULO III

MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS

3.1	Población y Muestra	67
3.2	Diseño Utilizado en el Estudio	69
3.3	Técnica e Instrumento de Recolección de Datos	69
3.4	Procesamiento de Datos	69

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1	Presentación de Resultados	70
4.2	Contrastación de Hipótesis	85

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones	99
5.2	Recomendaciones	100

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS:

01 Matriz de Consistencia

02 Encuesta

3 Ranking

4 Ranking Titular Minero

RESUMEN

La presente investigación hace uso de factores muy importantes, como la utilización de la metodología de la investigación científica, el empleo de conceptualizaciones, definiciones y otros, en cuanto al marco teórico y el trabajo de campo; con respecto a la parte metodológica, fundamentalmente se empleó la investigación científica, el mismo que sirvió para desarrollar todos los aspectos importantes de la tesis, desde el planteamiento del problema hasta la contrastación de la hipótesis.

Con respecto a la recopilación de la información del marco teórico, el aporte brindado por los especialistas relacionados con cada una de las variables: Valor agregado y Exportaciones mineras, el mismo que clarifica el tema en referencia, así como también amplía el panorama de estudio con el aporte de los mismos; respaldado con el empleo de las citas bibliográficas que dan validez a la investigación. En suma, en lo concerniente al trabajo de campo, se encontró que la técnica e instrumento empleado, facilitó el desarrollo del estudio, culminando esta parte con la contrastación de las hipótesis.

Finalmente, los objetivos planteados en el estudio han sido alcanzados a plenitud, como también los datos encontrados en la investigación facilitaron el logro de los mismos. Asimismo merece destacar que para el desarrollo de la investigación, el esquema planteado en cada uno de los capítulos, hizo didáctica la presentación de la investigación, como también se comprendiera a cabalidad los alcances de esta investigación.

Palabras clave: Valor agregado, Exportaciones, refinación, minería

SUMMARY

The present research makes use of very important factors, such as the use of the methodology of scientific research, the use of conceptualisations, definitions and others, in terms of theoretical framework and fieldwork; With respect to the methodological part, was fundamentally used the scientific research, the same one that served to develop all the important aspects of the thesis, from the approach of the problem to the test of the hypothesis.

With respect to the collection of information from the theoretical framework, the contribution provided by the specialists related to each of the variables: Value Added and Mining Exports, which clarifies the topic in question, as well as broadens the study landscape with The contribution of the same; Supported by the use of bibliographic citations that validate the research. In sum, with respect to the field work, it was found that the technique and instrument used, facilitated the development of the study, culminating this part with the contrasting of the hypotheses.

Finally, the objectives set out in the study have been fully achieved, as also the data found in the research facilitated the achievement of the same. It is also worth mentioning that for the development of the research, the outline proposed in each of the chapters, didactic the presentation of the research, as well as fully understood the scope of this research.

Key words: Value added, Exports, refining, mining

INTRODUCCIÓN

La investigación es referente al nivel de generación del valor agregado en las exportaciones mineras en la república popular china, trabajo que está dividido en cinco capítulos: Fundamentos Teóricos de la Investigación, El Problema, Objetivos, Hipótesis y Variables; Método, Técnica e Instrumentos; Presentación y Análisis de los Resultados; finalmente Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia Bibliografía, la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los anexos respectivos.

Capítulo I: Fundamentos Teóricos de la Investigación, abarcó el marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones sobre: Valor Agregado y Exportaciones mineras; donde cada una de las variables se desarrollaron con el apoyo de material procedente de especialistas en cuanto al tema, quienes con sus aportes enriquecieron la investigación; también dichas variables son de

gran interés y han permitido clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, terminando con las investigaciones y la parte conceptual.

Capítulo II: El Problema, Objetivos, Hipótesis y Variables, se puede observar que en este punto destaca la metodología empleada para el desarrollo de la tesis; destacando la descripción de la realidad problemática, finalidad y objetivos, delimitaciones, justificación e importancia del estudio; terminando con las hipótesis y variables.

Capítulo III: Método, Técnica e Instrumentos, estuvo compuesto por la población y muestra; diseño, técnicas e instrumentos de recolección de datos; terminando con el procesamiento de datos.

Capítulo IV: Presentación y Análisis de los Resultados, se trabajó con la técnica del cuestionario, el mismo que estuvo compuesto por preguntas en su modalidad cerradas, con las mismas se realizaron la parte estadística y luego la parte gráfica, posteriormente se interpretó pregunta por pregunta, facilitando una mayor comprensión y luego se llevó a cabo la contrastación de cada una de las hipótesis.

Capítulo V: Conclusiones y Recomendaciones, las mismas se formularon en relación a las hipótesis y a los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 MARCO TEÓRICO

1.1.1 Valor agregado

En la revisión de la información relacionada con el valor agregado, se encuentra que el autor **AMAT, Oriol.**, nos da información de mucha importancia, es así que se expone lo siguiente: Cualquier empresa, especialmente si tiene ánimo de lucro, de lograr diversos objetivos, de tipo económico, entre lo que destacan:

1. Elevar el valor de la empresa y, por lo tanto, el de las acciones que integran el capital social. De esta forma, la empresa puede convertirse en un generador de valor o riqueza para sus accionistas. De este objeto se desprende la voluntad de obtener la máxima rentabilidad para los accionistas, puesto que es uno de los medios tradicionales para incrementar el valor. Este objetivo incluye diversos subobjetivos, tales como:
 - a. Obtener la máxima utilidad neta con un capital mínimo, aportando por los accionistas.
 - b. Lograr el mínimo costo promedio de capital, entendiendo que éste es consecuencia del costo financiero del endeudamiento y del costo del patrimonio.

2. Trabajar con el mínimo riesgo, o al menos con un nivel de riesgo aceptable, a fin de garantizar la supervivencia y la expansión equilibrada de la empresa. Para conseguirlo, también hay que considerar diversos subobjetivos:
 - a. Conseguir una proporción equilibrada entre el capital aportado por los accionistas y el endeudamiento, a fin de disponer de una autonomía financiera adecuada.
 - b. Lograr una proporción equilibrada entre deudas a corto plazo y adecuadas a largo plazo, a fin de no generar tensiones financieras a corto plazo.
 - c. Alcanzar una cobertura adecuada de los distintos riesgos financieros con los que la empresa debe vivir. Entre los principales tipos de riesgos financieros están, por ejemplo, el riesgo de los tipos de interés, el riesgo de los tipos de cambio, el riesgo de la fluctuación de activos que se cotizan en los mercados bursátiles o el riesgo del crédito ligado a la

morosidad de la clientela. Esta cobertura de riesgos exige una política adecuada de prevención. Sin duda, cierta dosis de riesgo es inevitable, pero para ello existen las posibilidades de prevención.

3. Disponer de un nivel adecuado de liquidez, a fin de poder afrontar los diferentes compromisos de pago. Este objetivo también supone los subobjetivos siguientes:
 - a. Financiar adecuadamente las necesidades de inversión en activos circulantes.
 - b. Lograr el equilibrio entre cobros y pagos a corto plazo, para evitar dificultades de tesorería.

De este modo, el objetivo de liquidez puede considerarse que forma parte del objetivo de riesgo, ya que la dificultad para afrontar los compromisos de pago está relacionada con el riesgo de suspender los pagos. Por tanto, los objetivos anteriores convergen en dos dimensiones:

- La maximización del valor agregado.
- El nivel de riesgo asumido.

El valor económico agregado (en inglés EVA, Economic value added) es una herramienta que permite calcular y evaluar la riqueza generada por la empresa, teniendo en cuenta el nivel de riesgo con el que opera. Por tanto, se trata de un indicador orientado a la integración puesto que considera los objetivos principales de la empresa.¹

¹ AMAT, Oriol. **EVA. VALOR ECONÓMICO AGREGADO**, pp. 11 -12

Al respecto, **CAMIN, Ruben.**, señala que el valor agregado puede concebir dos conceptos desde enfoques distintos los cuales se mencionan en los siguientes párrafos:

—Contablemente el valor agregado se calcula como la diferencia entre los precios de mercado y los costes de producción||.

Es decir, en la contabilidad de la actividad de una determinada empresa, el valor agregado podríamos considerarlo como una resta entre las ventas y las compras de la misma.

—Económicamente el valor agregado se encuentra en el proceso productivo. Así, los bienes y servicios reciben un valor adicional mientras son transformados en su producción, hasta conseguir tras varias fases intermedias, los bienes finales. Este valor adicional recibe el nombre de valor agregado o valor añadido||.

Además señala que el valor agregado puede obtenerse a diferentes niveles económicos. Tanto la microeconomía, como a gran escala la macroeconomía, utilizan este concepto con frecuencia, por tanto se pueden calcular valores agregados para empresas, sectores de actividad, regiones, países y también a nivel internacional.

Además señala que el valor agregado se obtiene mediante cálculos, restando del Valor bruto todos los Costos de los Bienes intermedios que forman parte del Producto final, con lo que el valor

agregado se expresa como el precio de Mercado de dichos Bienes finales, igualando a la suma de las remuneraciones de todos los Factores Productivos.

De acuerdo a esto, se constata que el valor agregado es igual al Valor de los Bienes y servicios finales por lo tanto incluir en el Valor Agregado el Valor de los Bienes Intermedios significaría contabilizar dos o más veces dicho Valor.

Desde un punto de vista macroeconómico, el producto nacional es igual a la suma del Valor agregado de todos los Bienes y servicios finales generados en la economía en un período de Tiempo. Por ello el Valor Agregado en cada fase de producción puede ser descompuesto en sueldos, salarios, Rentas e intereses, vale decir en las remuneraciones de los Factores Productivos.²

Además, **COLTRAIN, David y otros** lo definen de la siguiente manera:

—El valor agregado consiste en un valor añadido económicamente a un producto, cambiando sus características de forma que sean las más preferidas en el mercado||.

Como un ejemplo específico de una definición sería añadir económicamente a un valor los productos agrícolas (como el trigo) mediante el procesamiento en un producto (como harina) deseado por los clientes (tales como el pan) en el cual los productores que

² CAMIN, Rubén. **¿A QUE SE DENOMINA VALOR AGREGADO?**, p. 2

participan en la adición de valor deben pensar en sí mismos como miembros de una empresa de alimentos que los procesa y a los mercados de los productos como los consumidores. A menudo, esto puede implicar la construcción de plantas de procesamiento en áreas geográficas donde los productores podrán procesar los cultivos producidos localmente o animales.

Sin embargo, otro modelo se ha producido, que implica la construcción de la planta de procesamiento donde sea más factible y rentable, como por ejemplo cerca de donde los productos finales sean comercializados. Además se recalca que muchas materias primas tienen un valor intrínseco en su estado original. Por ejemplo, el maíz cultivado en el campo, se cosecha, y se almacena en una granja, para luego, alimentar al ganado. De esta forma se alimenta a un animal, que transforma el maíz en proteína animal o carne.³

Para **OLLIVIER FIERRO, Juan** la definición de valor agregado estaría en relación a cálculos matemáticos y al personal de la empresa como se detalla a continuación:

—El valor agregado, se calcula sumando los montos anuales de la nómina y las utilidades, mientras que el Valor agregado por empleado. Se calcula dividiendo el valor agregado entre el número de trabajadores, seleccionada como variable dependiente por ser uno de los resultados

³ COLTRAIN, David y otros. **VALOR AGREGADO: OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS**, p.5

más representativos del buen desempeño económico de la empresa”⁴.

Asimismo, **GALLIZO LARRAZ, José Luis.**, nos da la siguiente definición:

—El valor agregado es el aumento de riqueza generada por la actividad de una empresa en el período considerado, la cual se mide por la diferencia entre el valor de la producción de bienes y servicios y el valor de compra de las adquisiciones exteriores, siendo posteriormente distribuida a los empleados, prestamistas, accionistas, al Estado y a la autofinanciación de la entidad||.

Es así que el modo de medir esta magnitud varía según el contexto en el que se aplique; esto es, ámbito fiscal, macroeconómico, empresarial; en cada caso es distinto, incluso en el campo de la contabilidad de la empresa nos encontramos con muy diferentes nociones de la misma.

Aunque en los informes anuales de diferentes tipos de empresas se adoptan expresiones de valor agregado bruto y neto, según se haya incluido las dotaciones del ejercicio para amortizaciones del activo fijo, o no. De valor agregado de las ventas y valor agregado de la producción global, según se obtenga esta magnitud de la comparación de las ventas con los costes de las mismas, o bien, se extraiga de una relación entre los bienes y

⁴ OLLIVIER FIERRO, Juan. **IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL VALOR AGREGADO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS**, p. 4

servicios producidos (estén vendidos o almacenados) con los costes de producción.

Además de las anteriores, nos encontramos con nociones particulares adoptadas por determinados organismos, como el caso del Valor Agregado Ajustado de la Central de Balances del Banco; o bien de una determinada normativa contable.

Tal diversidad de nociones sobre un mismo concepto, ha supuesto un grave inconveniente en el cometido de hacer extensiva su utilización, entre aquéllas empresas que por sus peculiaridades han necesitado transmitir información del reparto de valor agregado en forma de estado contable.

En este caso, se entiende que el problema de armonizar la magnitud valor agregado debe quedar resuelto, ya que la misma aparece determinada en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Analítica como un saldo intermedio de gestión. Por consiguiente, las entidades que incorporan en su información financiera externa datos de valor agregado, han de tener como punto de referencia el cálculo expresado en el plan general contable, facilitando así su determinación al no obligar a realizar determinadas hipótesis para su obtención, y además beneficiarse de las ventajas de utilizar una magnitud normalizada que permite disponer de datos comparables para cualquier análisis.

De esta manera, sobre esta base, se puede definir el valor agregado de la empresa como la diferencia entre el valor de la producción alcanzada en el período (vendida, almacenada e

inmovilizada) y las adquisiciones externas relacionadas con ese volumen de actividad.

Por tanto, se trata de un valor agregado de la producción por ser de ahí de donde parte su cálculo, presentando un especial interés para la información que reciben los empleados, ya que en cierto modo sus retribuciones están relacionadas con el esfuerzo productivo desarrollado.

Entonces se entiende que un valor agregado bruto, se llama así por no computarse las amortizaciones y provisiones en el apartado de gastos de explotación, sino que tales dotaciones se consideran una asignación en la distribución de valor agregado. Y por último, es un valor agregado empresarial que liga directamente con el valor agregado de la Contabilidad Nacional, al obtenerse de una clasificación de ingresos y gastos por naturaleza. Una clasificación basada en la división de la empresa en sus diferentes funciones haría muy difícil la agregación de magnitudes en el ámbito nacional.⁵

De igual modo, **CERTO, Samuel.**, refiere lo siguiente lo siguiente:

—Todos los esfuerzos y todo el capital en lo posible que directamente se agregan al valor del producto o servicio”.

Por otro lado todas las actividades, todos los procesos y costos que directamente no agreguen valor al producto deben en lo

⁵ GALLIZO LARRAZ, José Luis. **EL ESTADO DE VALOR AGREGADO**, pp. 4 - 5

posible eliminarse, porque los costos que no agregan valor pueden ser un desperdicio. Este modo particular es la principal responsable de las drásticas reducciones en los cargos de muchas organizaciones en años recientes.⁶

Por su parte, **BORJA, Rodrigo.**, refiere que el valor agregado es la traducción de la expresión inglesa value added usada por los economistas norteamericanos para designar el valor que la actividad productiva de la empresa añade o incorpora, con la utilización de los factores de la producción, a las materias primas o bienes intermedios que procesa.

Podría decirse, simplificando las cosas, que el valor agregado es el que recibe un bien durante el proceso de su producción. En términos más rigurosos: Es el valor de un producto en fábrica (con exclusión de los gastos de transportación y de venta que vengan después) menos el coste de los materiales o bienes semielaborados que fueron la base para su producción (conclusión, en estos últimos, de los gastos de transporte y de venta que haya demandado su colocación en fábrica). En otras palabras, el valor agregado es el precio en planta de un bien menos el valor de las materias primas o los bienes intermedios que fueron la base para su producción. O es también la diferencia entre el ingreso total percibido por el productor de un bien y el coste de los insumos, materias primas y gastos de operación que efectuó para obtener aquel ingreso.

Consecuentemente, el valor agregado corresponde a la tecnología, los sueldos, salarios, alquileres, intereses, utilidades

⁶ CERTO, Samuel. **ADMINISTRACIÓN MODERNA.**, p. 514

empresariales y demás gastos que demandó el proceso de transformación de un bien y cuyo importe total se incorporó a los materiales originales. Por tanto, el valor del producto final de la industria, en fábrica, se compone del coste de los materiales utilizados más el valor añadido.

Para decirlo con las palabras usuales de los economistas norteamericanos, el valor agregado (o valor añadido) es la diferencia entre el valor de los outputs y el valor de los inputs que fueron necesarios para producir aquéllos, o sea el importe de los sueldos, salarios, intereses, rentas por arrendamiento, beneficios de los empresarios y demás gastos necesarios para su producción. El valor agregado de un bien industrial es el importe que, en una determinada fase del proceso productivo, se incorpora a él por la aplicación de trabajo, capital y tecnología al producto de la fase precedente.

Normalmente la fabricación industrial tiene varias etapas. La materia prima se convierte en bien intermedio y éste en producto final en el curso de varios tramos de la operación manufacturera, que usualmente corren a cargo de diferentes empresas. Cada uno de estos tramos incorpora su propio valor agregado. Cuando un país no cuenta con la tecnología suficiente y no puede entregar un producto final, se empeña al menos en fabricar productos intermedios que, a su vez, son los materiales con los que trabajan las industrias más adelantadas. En todo caso, el valor agregado se va incorporando al bien final en las diferentes etapas de su producción, en una suerte de acción en —cascada||.

En el proceso productivo unos bienes se incorporan a otros o se destruyen en el curso de la producción. Esos bienes tienen un valor que, al fundirse con los anteriores, contribuyen a formar el valor agregado de éstos. En consecuencia, el valor agregado de un bien es mayor o menor según su grado de procesamiento.

Si bien todos los bienes tienen valor agregado en mayor o menor medida, este es un concepto fundamentalmente ligado a las actividades manufactureras, en las que se produce una profunda transformación de las materias primas, cuyos precios tienen enormes distancias con los de los productos acabados o semielaborados.⁷

Valor agregado tienen todos los bienes, tanto los de consumo, o sea aquellos que desaparecen con primer el uso que de ellos se hace —como ocurre con los productos alimenticios especialmente— como los duraderos, que tienen la aptitud de satisfacer repetidamente necesidades humanas.

El valor agregado o valor añadido puede definirse en términos brutos o netos. Definido en términos brutos, incluye los beneficios empresariales antes de la deducción de la depreciación del capital fijo en el período. Cuando sólo se tienen en cuenta los beneficios netos, esto es, deducida la depreciación, se obtiene el valor añadido neto.⁸

Por su parte, el **Centro Nacional de Productividad** señala que la medición del valor agregado a nivel de la empresa se puede

⁷ BORJA, Rodrigo. **VALOR AGREGADO**, p. 3

⁸ *Ibíd.*, p. 5

obtener mediante dos métodos, llamados el método de la suma y el método de la resta, el cual se pasa a detallar:

Método de la resta. Al tratar la diferencia entre el concepto de valor agregado y la utilidad se hace evidente que el valor agregado se puede calcular restando del valor de las ventas las compras a terceros. Restando de las ventas, (V), los costos de materiales, (M), los pagos por servicios, (S), y otros pagos a terceros, (G), se tiene que el valor agregado VA es igual a:

$$VA = V - M - S - G$$

Por otra parte, la producción, P, es igual a las ventas ajustadas por el cambio en inventarios. Si los inventarios aumentan en un año dado es porque la producción fue mayor que el volumen de ventas en dicho año y, por el contrario, si los inventarios disminuyen es porque la producción fue inferior a las ventas. Reemplazando a V por $P \pm DInv$ en la identidad anterior, se tiene:

$$VA = P \pm DInv - M - S - G$$

Método de la suma. La suma de los valores de los componentes del valor agregado permite su cálculo, teniendo en cuenta los componentes del valor agregado tales como los costos laborales, (CL); depreciación, (D); arrendamientos, (A), intereses pagados, (I); impuestos, (T); utilidades, (U), se tiene la siguiente ecuación:

$$VA = CL + D + A + I + T + U$$

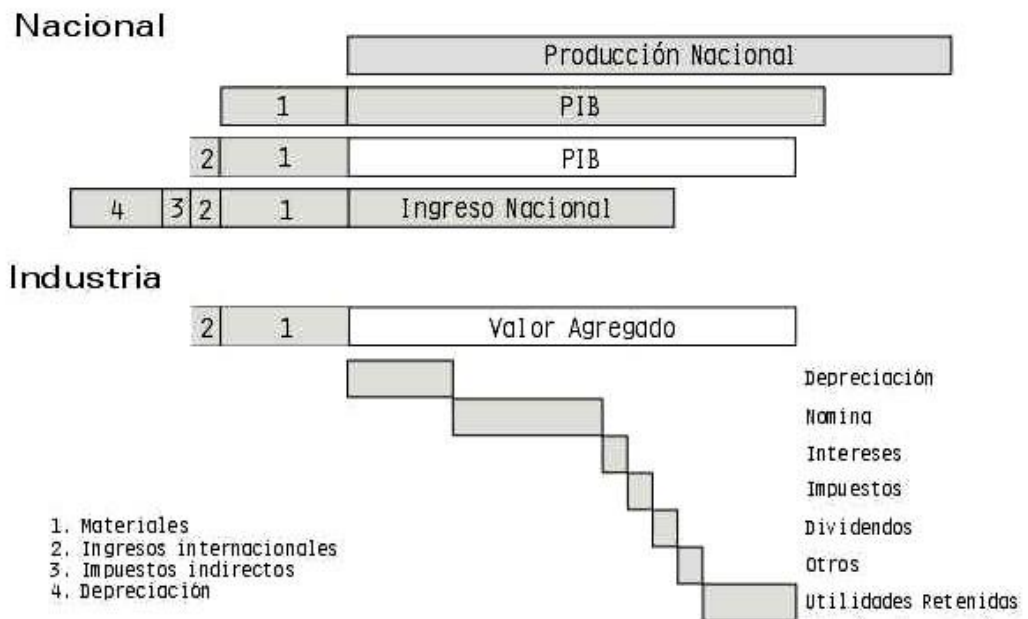
Además, si la empresa hace donaciones, este aporte social debe sumarse para obtener el valor agregado. También se suman las utilidades netas; los impuestos y gastos legales; la depreciación de los activos empleados en producción; la depreciación de los activos utilizados en la administración y ventas; los sueldos y salarios y las prestaciones pagadas en producción y administración y ventas; los arrendamientos y los intereses pagados.

Cabe señalar que los datos para el cálculo del valor agregado provienen de los estados financieros de la empresa, específicamente, el estado de resultados y el balance. En cuanto a los informes contables de la gerencia, estos presentan estados financieros complementados con las respectivas notas contables. Con frecuencia, esta información, por ser resumida, no es suficiente, y hay que recurrir a una contabilidad más detallada, en el Plan Único de Cuentas (PUC), a veces hasta el nivel de seis dígitos. Esta es también la fuente de información para el cálculo de los indicadores.

En suma el concepto del Valor Agregado conecta la productividad a nivel macro o nivel nacional con el nivel micro de la empresa. En otras palabras, los esfuerzos realizados al nivel de empresas para crear valor (nivel micro), se reflejan en el nivel macroeconómico, la producción agregada de bienes finales o

producto interno bruto, PIB, representándose en el siguiente esquema:

EL VALOR AGREGADO A NIVEL MICRO Y MACRO



Fuente: Centro Nacional de Productividad. **MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO**, p. 2

Entonces, las empresas convierten los factores aportados por los agentes en bienes y servicios, asimismo se señala que esta tarea es muy compleja y su comprensión requiere la construcción de un modelo abstracto de producción. Es así que se relaciona la creación de valor agregado con factores productivos. La función de producción indica el valor agregado máximo que puede obtenerse a partir de un conjunto de insumos que se utilizan tan eficientemente cómo es posible. Una manera de medir la eficiencia de una

empresa sería el comparar el valor agregado generado por ella con el valor agregado determinado por la función de producción.⁹

Por otro lado, **MONTIEL, Eduardo** señala que la importancia del valor agregado para los empresarios reside en la tendencia de que las empresas crecen, pero ocupan áreas agrícolas lo cual ha creado una preocupación de que muchas de estas áreas son de tamaño medio de una propiedad familiar entonces, por ende, las granjas desaparecerán. Ya menos de dos por ciento de todas las granjas representan casi el cuarenta por ciento del valor de producción en varios países.

Es por ello que muchas zonas rurales que se enfrentan a una disminución del número de empleos agrícolas consideran el sector de procesamiento de alimentos como una fuente potencial de ingresos y empleo, entonces agregan más valor a los productos agrícolas. Es así que el sector de procesamiento de alimentos es visto por algunos analistas como un elemento clave para el crecimiento rural, como una forma de mejorar los ingresos agrícolas y rurales los cuales proporcionan puestos de trabajo. Además los líderes de las comunidades locales también están buscando soluciones a sus problemas económicos, tomando en cuenta los beneficios del valor agregado.

Además de esto la importancia de generar mayor valor agregado en los bienes y servicios también reside en que en los países desarrollados altamente industrializados, el precio de los

⁹ Centro Nacional de Productividad. **MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO**, pp. 1 – 2

productos es secundario, teniendo importancia el Valor Agregado, con un mercado siempre habido de las novedades. En los países latinoamericanos, lo urgente es disponer de calidad y precio accesible. Es por ello que se recalca la importancia de no tan solo producir en calidad, sino que el consumidor pueda percibir esto, que piense que lo que va a comprar es la mejor alternativa para su dinero o inversión. Además todos somos compradores y exigimos un valor por nuestro dinero, ya sea vestimenta, artículos del hogar, alimentos, etc. Por esta razón se quiere siempre de comprar lo mejor.

Si bien, es fácil exigir que lo producido sea lo mejor, lo difícil es lograrlo. Hay que tener en cuenta un sinnúmero de factores para usar bien el elemento "valor agregado". Entre ellos se encuentran las necesidades del cliente.

De tal forma que lo importante es la calidad del producto, no debiendo preocuparle al productor cuanto o cómo se hace para producir sino que satisfaga al cliente.

Se debe tener en cuenta que el problema producir con más o menos valor agregado o costo, no es del consumidor, sino de quien lo produce. Los clientes exigen calidad y sobre todo precio. Lo importante para el productor es contar con el producto en cantidad para tenerlo presente en todos sus puntos de venta a la vista del consumidor, así como también dar valor agregado diferenciándolo de las otras empresas de la misma zona, con promociones, descuentos o garantías. Además el productor debe tener en cuenta que para garantía del producto debe haber una marca por detrás

ya que cada vez más el ama de casa piensa más en las marcas. Esta garantía cumple con la expectativa que se tiene del producto y lo conlleva en la marca (Si es... es bueno).

Por el contrario cuando se trabaja en forma genérica sin marca, se va a los extremos con mucho riesgo siendo cada vez menos el negocio con doble premio (ganando mucho a veces) y doble castigo (perdiendo mucho la mayoría de las veces); por ello al implementar una marca aseguramos continuidad - calidad - precio, atributos fundamentales para generar "confiabilidad en el producto".

De esta forma, asegurada ya la calidad se deberá aumentar la cantidad, pero manteniendo las cualidades, ya obtenidas y reconocidas. Respecto a los productos defectuosos; se pueden eliminar y de paso darle mayor valor agregado añadiendo beneficios a los productos.

Hay que tener en cuenta que existen sectores que siempre están dispuestos a pagar más por precio - calidad - servicio, siendo el primero el más débil, ya que siempre hay quien vende más barato; teniendo a la calidad, la cual es de mayor posicionamiento aunque no difícil de superar, ya que pueden tener mejor calidad los productos de la competencia; por otro lado, el más fuerte sin lugar a dudas es el servicio, y es el que más depende de la empresa.¹⁰

Además recalca que antes el servicio era el valor agregado para el producto, ahora ya no. los mercados exigen precio, calidad y

¹⁰ MONTIEL, Eduardo. **LA IMPORTANCIA DEL VALOR AGREGADO**, p. 1

servicio y a este último lo pagan como factor diferencial, pero si es decisivo ya que se habla de seguridad, producto a medida, promoción, mercado, infraestructura y especialización. Este cambio propuesto no puede ser de golpe, sino en forma paulatina, con esfuerzo, dedicación y riesgo.

De otra parte, lo que agrega valor a un producto no es solamente el cambio de envoltorio (interno-exportación), también lo son el tratamiento térmico, higiene, desinfección, sellado, trazado, elaborado, presentación, tipo de envase, agregado de frío o hielo, esto garantiza calidad. Es importante tener en cuenta que los esquemas de valor agregado evitan las guerras de precios y si bien los márgenes son menores, lo son con una proyección más clara para el riesgo del capital invertido; las utilidades en ambos casos pueden llegar a ser similares, pero mientras uno mide el pasado, el valor agregado a diferencia, mide el futuro.

Con relación a las estrategias para aumentar el valor agregado en las exportaciones la **Asociación de Importadores y Exportadores** señala que la estrategia exportadora debe servir a mejorar las condiciones en que la economía se relaciona con el exterior. Debe generar relaciones comerciales estables con diferentes regiones del mundo para intercambiar con éstas bienes y productos de manera de promover la plena utilización de los factores productivos, el pleno empleo, el crecimiento de la economía y el desarrollo económico. Es por ello que se toman los siguientes puntos como estrategia:

- El comercio exterior nacional debe contribuir a promover el desarrollo nacional, es decir, generar un cambio cualitativo en su estructura económica que permita mejorar los niveles de ingreso, de salud, de educación y de calidad de vida de su población
- Promover el desarrollo homogéneo de todo su territorio, alentando la incorporación y la nivelación de las zonas menos dinámicas y desarrolladas.
- Colaborar con mejorar la calidad de vida de la población a través de un aumento sostenido del producto bruto interno y del nivel general de ingresos.
- Promover el valor agregado a nivel nacional así como la creación de nuevas empresas y la generación de más y mejores puestos de trabajo en todo el territorio.
- Generar el ingreso de divisas necesarias para hacer frente a las necesidades externas del país,
- Colaborar para cumplir sus compromisos, y sostener el valor de la moneda.
- Promover un ambiente económico más pujante y competitivo en el interior del país que estimule a las empresas a incorporarse al comercio internacional.

De esta manera se fijan los objetivos tales como diversificar y ampliar la matriz de exportaciones nacionales para hacer más competitivo el conjunto de la estructura productiva y potenciar sus posibilidades de expansión en el mercado mundial; elevar la participación de las exportaciones industriales y de mayor valor agregado, de manera que el conjunto de la estructura económica se vea beneficiada, se generen más y mejores puestos de trabajo y se desarrollen nuevos complejos y cadenas de producción que arrastren al conjunto de la economía nacional; aumentar el número de empresas exportadoras y desarrollar un nuevo núcleo de empresas que participe activa y regularmente en el comercio exterior, de manera de diversificar, dinamizar y expandir la base de la estructura productiva; aumentar la importancia de nuevos mercados en el destino de las exportaciones, de manera de aprovechar las oportunidades que brindan las diferentes economías del mundo, en especial las nuevas economías que más crecen y que presentan nuevas oportunidades para la producción nacional; elevar la participación de todas las provincias en el total exportado de manera que toda la extensión del territorio se vea beneficiado del comercio exterior y alcance a todos los habitantes del país.¹¹

1.1.2 Exportaciones Mineras

A instancias de la economía, la exportación refiere a aquella actividad comercial a través de la cual un producto o un servicio se venden en el exterior, es decir, a otro país o países. O sea, que la exportación es una actividad comercial legal que un país realiza con

¹¹ ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES. **PROPUESTAS PARA UN PLAN NACIONAL DE EXPORTACIONES**, p. 15

otro que justamente pretende, ya sea para usar o consumir, algún producto o servicio que se produce en la otra nación.

Cabe destacarse que la exportación siempre se efectúa en un marco legal y bajo condiciones ya estipuladas entre los países involucrados en la transacción comercial. Así es que intervienen y se respetan las legislaciones vigentes en el país emisor y en el que recibe la mercancía.

La exportación puede efectivizarse a partir de diferentes vías de transporte, porque sí o sí, en la exportación, el conjunto de bienes o servicios deben —viajar— hacia otro país, que se encuentra a varios kilómetros de distancia, y entonces será preciso que se los traslade por tierra, en camiones, automóviles, entre otros, por mar, o por avión.

Vale mencionar, que en los últimos años, gracias a las bondades que proporcionan las nuevas tecnologías, especialmente internet, se ha vuelto algo común y frecuente que la gente exporte sus servicios laborales vinculados a labores vía web, y entonces, en este caso especial, lo que se exporta es un servicio abstracto.

La actividad opuesta a la de exportación es la de importación, que por el contrario supone el ingreso, la introducción de bienes o servicios de origen foráneo a una nación.

Es un recurso habitual que aquellas naciones que promueven el desarrollo de su industria establezcan medidas proteccionistas con respecto a los productos y servicios que producen para de este

modo aventajarlos por sobre los productos que se importan. Popularmente se las denomina trabas a las importaciones y tienen la misión de salvaguardar la producción y al productor local. Por tal cuestión los países eminentemente exportadores se verán afectados con un modelo de este tipo.

Y en informática, también nos encontramos con una referencia para el término, dado que de esa manera se denomina a la acción de obligar a una aplicación para que cree un documento que luego la misma no podrá editar. Podremos encontrar esta opción en los editores de texto más desarrollados.

De este modo, en la revisión bibliográfica relacionada con exportaciones, encontramos que existen diferentes puntos de vista en la forma de abordarlo, Tal es así que **SERRA MORET, Manuel** señala que las exportaciones son **"operaciones comerciales por las cuales un país vende a otro artículos que produce en cantidad superior a las necesidades de su consumo. La República Argentina es, proporcionalmente a su riqueza y a sus habitantes, uno de los primeros países exportadores del mundo, particularmente de productos agropecuarios."**¹²

Para **SABINO, Carlos.**, la exportación es la **"venta de bienes y servicios de un país al extranjero. Gracias al rápido desarrollo del comercio internacional durante las últimas décadas, una buena parte de la producción de casi todos los países del mundo se destina a las exportaciones."**

¹² SERRA MORET, Manuel. **DICCIONARIO ECONÓMICO DE NUESTRO TIEMPO**, p.25

Es por eso que las exportaciones se denominan visibles, cuando se refieren a bienes, e invisibles cuando dan lugar a pagos de personas de otros países a los residentes pero sin que se produzca un movimiento de bienes. Estos pagos se deben generalmente a fletes, seguros, patentes, royalties, etc. El término exportaciones invisibles se amplía a veces para designar los intereses sobre préstamos, movimientos bancarios, dividendos, fondos de emigrantes, legados y donaciones. Entre las exportaciones invisibles debe contarse también al turismo, pues esta actividad puede considerarse como la exportación de un servicio a residentes en el extranjero que ocasiona un pago por parte de éstos.¹³

Además, **KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG**, la manera más sencilla de entrar en un mercado extranjero es la exportación el cual lo definen de la siguiente manera: —**La exportación es la entrada en un mercado exterior vendiendo productos que han sido fabricados o elaborados en el país de origen y que, normalmente han sufrido pocas modificaciones**||.¹⁴

De igual manera, **PÉREZ SOLÓRZANO, José Luis.**, la exportación es “**El envío de mercaderías o productos del país propio a otro, o del que se menciona a uno distinto**” y **exportar es “remitir o enviar productos agrícolas, mercantiles, industriales, y objetos científicos o artísticos a otro país, con finalidad lucrativa o para intercambio.**

La exportación está definida como el régimen aduanero que permite la salida legal de las mercancías del territorio

¹³ SABINO, Carlos. **DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS**, p.28

¹⁴ KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG. **MARKETING**, p. 637

aduanero para su uso o consumo en el mercado exterior. Hoy en día, la exportación cobra mayor importancia en las empresas, quienes toman la decisión de exportar como una necesidad para su supervivencia, crecimiento y rentabilidad en el largo plazo.”¹⁵

Según los especialistas **LAMB, Charles W., HAIR, Joseph F. y Carl, MCDANIEL.**, quienes tienen su propia apreciación, lo definen así: **—La exportación es vender productos de fabricación nacional a compradores de otros países||.**¹⁶

También, **PIERNAS HURTADO**, expresa que la exportación **“Representa lo que cada pueblo da en el cambio internacional y es correlativa de la importación, con que las naciones se reintegran o reciben productos equivalentes. Las antiguas preocupaciones del sistema mercantil hacen creer todavía, que interesa a cada país que la exportación exceda á las importaciones, cuando, lo que habría de convenirle es precisamente lo contrario, esto es, que tuviese menos valor lo que da, que aquello que recibe, y lo que en realidad sucede, es que en ese, como en todo cambio ha de haber necesariamente una compensación ó equivalencia que no excluye el mutuo beneficio”.**

Por otro lado, el comercio internacional y en especial el comercio exterior es muy importante para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo; más aún en la actualidad tiene un peso importante en la actividad económica de los países, el

¹⁵ PEREZ SOLORZANO, José Luis. **DICCIONARIO JURÍDICO.** p. 5.

¹⁶ LAMB, Charles W., HAIR, Joseph F. y Carl, MCDANIEL. **MARKETING,** p. 112

mismo que es demostrado por las evidencias de los países desarrollados y las experiencias de los "países exitosos" que han logrado su crecimiento y desarrollo económico gracias al crecimiento de las exportaciones.

De ahí que en el Perú se han implementado diversas políticas económicas que incluyen medidas referidas al comercio exterior y a las exportaciones en particular, medidas que muchas veces han sido contrapuestas, sin embargo a pesar de que los gobiernos de turno hicieron los esfuerzos posibles aplicando ciertas medidas para lograr incrementar el quantum y el valor de las exportaciones, no se ha obtenido los resultados esperados de incrementar el valor de las exportaciones en términos reales y acordes a los crecimientos de la economía mundial.

En cambio, por lo contrario tenemos un déficit permanente y creciente de la balanza comercial, así como el incremento del contrabando y defraudación de rentas de aduana; queja ante la organización mundial de comercio de algunos países por la mala aplicación de los mecanismos de devolución de los tributos indirectos a los exportadores; pérdida de competitividad de los precios de exportación por los sobre costos tributarios, financieros, laborales etc., estas consecuencias negativas tuvieron como causas, algunos aspectos incontrolables para el gobierno peruano.¹⁷

Además, **KERIN, Roger A. y OTROS** manifiestan que **la exportación** se define como: **—La producción de bienes de un país y su venta en otro**||. Esta opción de entrada permite que

¹⁷ PIERNAS HURTADO, José. **VOCABULARIO DE ECONOMÍA POLÍTICA**, p.16

una compañía realice la menor cantidad de cambios en términos de su producto, organización e incluso objetivos corporativos. Por lo general, los países que reciben los productos no gustan de esta práctica porque origina menos empleo local que con otros medios de entrada.

A través de **la licencia**, una compañía ofrece los derechos de la marca registrada, la patente, el secreto, comercial u otros elementos valiosos de propiedad intelectual a cambio de una tarifa o cuota. Las ventajas para la compañía que otorga la licencia son el menor riesgo y una entrada libre de capital de un país extranjero.

Sin embargo, existen algunas desventajas importantes en este modo de entrada. El otorgador de la licencia renuncia al control de su producto y reduce las ganancias potenciales que obtendrá de él. Además, mientras dure la relación, tal vez la empresa creará su propia competencia. Además agregan que existe dos variaciones de la licencia: el ensamblaje bajo contrato y la fabricación bajo contrato.

Cuando una compañía extranjera y una empresa local se unen para crear un negocio social, se forma una **sociedad**. Estas dos empresas comparten propiedad, control y ganancias de la nueva compañía. La inversión es posible al permitir que una de las empresas compre acciones de la otra o al crear una tercera entidad separada.

Es por ello, que las ventajas, de esta opción son dobles. En primer lugar, tal vez una compañía no cuente con los recursos

financieros, físicos o administrativos para ingresar por sí misma a un mercado externo.

El mayor compromiso que una compañía establece cuando ingresa al mercado global es la **inversión directa**, lo que implica que una empresa nacional realiza inversión real y posee una subsidiaria o división extranjera. Para muchas empresas, la inversión directa a menudo es secundaria a una de las otras tres estrategias de entrada al mercado.

Entre las ventajas de la inversión directa se incluyen ahorros de costos, mejor comprensión de las condiciones del mercado local y menores restricciones locales. Las compañías que ingresan a mercados extranjeros mediante la inversión directa consideran que esas ventajas compensan los compromisos financieros y los riesgos implícitos.¹⁸

Por su parte, **GRAVENS, David W., HILLS, Gerald E. y Robert B, WOODRUFF.**, expresan que **la exportación es la fabricación de productos en el país doméstico y distribución posterior en uno o más países.**

Asimismo, indican que la exportación puede ser directa o indirecta, con compromiso, costo y riesgos en aumento al pasar de la exportación indirecta a la directa, los cuales los definen de la siguiente manera:

¹⁸ KERIN, Roger A. y otros. **MARKETING**, pp. 213-216

Respecto a la **exportación indirecta** se aprecia que una empresa nacional trata con otra empresa en el país huésped que, a su vez, actúa como un intermediario de ventas y comúnmente toma la responsabilidad para trasladar el producto al extranjero. Este método permite a las empresas pequeñas, con pocas experiencias en exportaciones, una forma de penetración en los mercados extranjeros sin verse comprometidas directamente en las complejidades de la exportación.

Por consiguiente, existen varias clases de empresas intermediarias, cada una de ellas con sus ventajas y sus desventajas como son:

- Agentes comisionistas, son descubridores para las empresas extranjeras que desean comprar productos.
- Agentes de compra controlados por el país, son agencias gubernamentales, o casi, que tienen autoridad para localizar y comprar artículos.
- Compañías de administración de exportaciones, actúan como departamentos de exportación para diversos fabricantes no competitivos entre sí.
- Compañías de comercio de exportaciones (CCE), son empresas que compran artículos para su reventa en mercados extranjeros, son organizaciones bien establecidas y con redes eficientes.
- Comerciantes exportadores, compran productos directamente de los fabricantes, los empaican y comercializan de acuerdo con sus propias especificaciones y asumen todos los riesgos.

- Agentes de exportación, estos operan como representantes de los fabricantes. Sin embargo, el riesgo por pérdidas permanece en el fabricante.

Con relación a la **exportación directa**, refieren que la empresa toma la responsabilidad para vender sus propios productos en el extranjero. Ella trata con las empresas extranjeras y usualmente es responsable del embarque de sus productos al extranjero. Con frecuencia, los arreglos de exportación directa son iniciados por las empresas extranjeras participantes. No obstante, la exportación directa puede iniciarse por las empresas domésticas como una estrategia que requiere mayor compromiso y riesgo que la exportación indirecta.

Sin embargo, también produce una probabilidad de mayores ingresos. Una empresa doméstica puede introducirse en la exportación directa a través de una o más de las siguientes formas:

- Representantes o agentes de ventas en el extranjero, trabajan sobre una comisión, sin asumir riesgos o responsabilidades, está bajo contrato.
- Distribuidores extranjeros, comerciante que adquiere la propiedad de la mercancía de una compañía extranjera y revende con cierta ganancia en su país.
- Detallistas en el extranjero, los productos al consumidor pueden ser distribuidos por detallistas, contactados por representantes de ventas (o e-mail)

- Compañías de comercio controladas por el Estado, en algunos países, los negocios deben realizarse a través de algunas entidades comerciales sancionadas por el gobierno.
- División de mercadotecnia corporativa, una compañía puede establecer su propia fuerza de ventas en otro país para ayudar a asegurar un esfuerzo bien planificado de mercadotecnia agresiva.¹⁹

De este modo, para los especialistas **STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y Bruce J, WALKER.**, la manera más sencilla de operar en los mercados internacionales es por medio de la exportación, la venta directa de bienes a los importadores extranjeros o bien a través de intermediarios extranjeros de importación-exportación.

También agregan que como es la forma más fácil de entrar a los mercados internacionales, la exportación es popular entre las compañías pequeñas. La Internet también ha creado nuevas oportunidades de exportación para muchas empresas. Sin embargo, el uso de Internet para vender directamente a los consumidores en otros países presenta algunos desafíos interesantes; se plantean los problemas de la lengua o lenguas a usar en el sitio, la moneda en la que se cotizan los precios, la selección del método de pago, y los arreglos para la entrega confiable de los bienes.²⁰

¹⁹ GRAVENS, David W., HILLS, Gerald E. y Robert B., WOODRUFF. **ADMINISTRACIÓN EN MERCADOTECNIA: MARKETING UNIVERSITARIO**, pp. 806-807

²⁰ STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y Bruce J., WALKER. **FUNDAMENTOS DE MARKETING**, p. 71

Por su parte, **RUIZ CARO, Ariela manifiesta lo siguiente:**

—El Congreso asevera que la mayor parte de nuestros productos de exportación podrán acceder sin pagar aranceles al mercado más importante y de mayor poder adquisitivo en el mundo.”²¹

Además, el grueso de las exportaciones peruanas que se dirigen al mercado norteamericano ya ingresan a ese país con importantes descuentos arancelarios en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y de la Cláusula de la Nación más Favorecida (MFN). Las normas sanitarias, fitosanitarias, bioterrorismo, etc. constituyen importantes trabas al comercio. De ahí que en términos de importaciones, Estados Unidos no es el mercado más importante del mundo, sino la Unión Europea, que lo supera en más del doble.

Es así que el Perú se sitúa entre las cinco economías de mayor crecimiento exportador en el mundo, debido en gran parte a que contamos con el ATPDEA, ya que nuestras exportaciones se realizan bajo este programa. Más de 70% de las exportaciones del Perú son materias primas, especialmente mineras y pesqueras, que no forman parte del ATPDEA. El incremento de la demanda y de los precios, especialmente del cobre y el oro, es lo que básicamente ha impreso este importante dinamismo a las exportaciones peruanas, sin dejar de reconocer por ello el crecimiento significativo de los textiles y de algunos productos de agroexportación, gracias al ATPDEA.

²¹ RUIZ CARO, Ariela. **LAS MEDIAS VERDADES SOBRE EL TLC EN EL CONGRESO**, p.1

De otro lado, tenemos que las exportaciones peruanas a los Estados Unidos se han triplicado desde 1993, cuando el Perú resultó elegible para tener acceso libre de aranceles al Mercado de los Estados Unidos bajo la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Entonces como se puede ver, el total de las exportaciones peruanas a los EE.UU. ha aumentado significativamente desde agosto de 2002, en que se inician los beneficios de acceso libre de aranceles bajo la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA). El promedio de las exportaciones mensuales del Perú a los EE.UU. ha ido aumentando año tras año.

Por otra parte, la Ley ATPDEA, y su antecesora Ley ATPA, generaron un incremento sustancial en la producción de bienes y manufactura peruana, que se ha triplicado en los últimos diez años. Este incremento en la producción con valor agregado se traduce en más puestos de trabajo con un mejor salario. Así las fuentes industriales indican que las exportaciones de espárragos bajo ATPA/ATPDEA han generado 50,000 empleos en el Perú, debido al incremento de las exportaciones bajo la Ley ATPDEA.

Cuatro aspectos referentes al tratado o acuerdo de libre comercio entre el Perú y los Estados Unidos están encausando el pensamiento del Gobierno peruano a la necesidad de aprobar y firmar el acuerdo. El análisis de estos aspectos desarrollado en este trabajo sugiere por un lado, que dicha necesidad es más aparente que real. Así, la pregunta o decisión de si se debe firmar o no el tratado no es la relevante. La firma o no firma del tratado no

solucionará los problemas básicos de desarrollo que la economía peruana requiere resolver. De otro lado, sugiere una serie de lecciones a tomarse a cuenta en futuros procesos de integración.

Por otra parte, tenemos que algunas firmas exportadoras ya han iniciado su proceso de internacionalización durante los ochenta aunque son muy pocas las que lo hicieron de manera activa. La incorporación de la exportación como actividad regular y estratégica ha sido el resultado de un proceso madurativo que ha llevado varios años. Algunos estudios sobre las Pymes exportadoras diferencian al interior de este grupo entre exportadores activos y semi-internacionalizados.²²

Sin embargo, si bien ambos se caracterizan por haber logrado una mayor consolidación de su proceso exportador, exhibiendo elevados coeficientes de exportación sobre ventas, los exportadores activos combinan una importante colocación de productos en el exterior en el marco de una orientación mayoritaria hacia el mercado externo. Las mismas se destacan por el predominio de la actividad exportadora en el negocio global de la empresa, aunque con la baja presencia de procesos de internacionalización avanzada.

Con un criterio similar, otro estudio reciente distingue entre Pymes de excelencia exportadora y Pymes en el sendero de la excelencia exportadora colocando un mayor énfasis en el análisis

²² GATTO, Francisco. **LAS EXPORTACIONES INDUSTRIALES DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**, p.56

de las perspectivas futuras del proceso exportador de las empresas.²³

Asimismo en este grupo de Pymes exportadoras se destaca una mayor participación de productos tecnológicamente completos y de mercados externos más sofisticados y distantes en la estructura de destinos.

Por otro lado, el análisis de las ventas externas latinoamericanas de productos de exportación no tradicional muestra que es muy relativo y que en el curso del tiempo puede surgir, transformarse o desaparecer paulatinamente. En la práctica, es un término que usan los especialistas, los servicios estadísticos y, en algunos casos, los medios de comunicación. Su utilización está relacionada, como regla, con la necesidad de destacar algunas tendencias dinámicas de exportación de algunos productos de gran relevancia, con la pérdida de su dinamismo, o con problemas de acceso a los mercados extranjeros, si bien el término surgió en el marco de las actividades de promoción de las exportaciones manufactureras.

Así cuando pasan algunos años, las exportaciones no tradicionales establecen una tradición y el uso de ese título provisional pierde sentido. Sin embargo, se sigue aplicando por un período prolongado, aunque ya no haya razones lógicas que justifiquen hacerlo. Por lo tanto, si bien al comienzo de un

²³ MORÍ-KOENING, Virginia. **ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO A LAS EXPORTACIONES DE PYMES INDUSTRIALES**, p.21

fenómeno nuevo y dinámico de exportación cabe emplear este término, después de algunos años debe ser eliminado.²⁴

También algunos productos que actualmente se consideran como de exportación no tradicional en ciertos países, muy pronto perderán esta calidad y se convertirán en productos de exportación tradicional. Ya que metodológicamente es dudoso poder determinar, en un momento dado, la participación de todos los productos de exportación no tradicional en las ventas externas de un país, ya que cada uno de ellos tiene su propio período en que puede considerarse como no tradicional y no siempre es posible sumar los valores de sus exportaciones. Por ello, un producto de exportación no tradicional debe tomarse y analizarse por separado, en un país específico, y sus valores no tienen que sumarse con otros. Esto significa que el uso del término "exportación no tradicional" no siempre es justificable.

Asimismo, el análisis de las exportaciones no tradicionales, al igual que el de otros productos así calificados, revela que su importancia para las exportaciones y la economía del país en cuestión está relacionada con el tamaño de éste y el valor de sus exportaciones. Cuanto menores sean el tamaño del país y el valor de sus exportaciones, tanto más puede ser y aumentar la importancia de las exportaciones de algunos productos no tradicionales, y viceversa. Además, los países de mayor tamaño tienen, como regla, mayor número de productos que venden en el exterior y su oferta exportadora está más diversificada.

²⁴ GABRIELE, Alberto. **¿CUÁN NO TRADICIONALES SON LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES?**, p. 37

Por otro lado, los productos que eran de exportación no tradicional y ahora son de exportación tradicional, siguen desempeñando un papel muy importante en las exportaciones de esos países latinoamericanos. En suma, cada uno de los productos de exportación no tradicional ha contribuido bastante, en términos cuantitativos, al desarrollo de esos países. La futura estabilidad de esas ventas externas se basa, principalmente, en la competitividad de esos productos en el mercado internacional, la cual depende, a su vez, de las ventajas comparativas de su producción y comercialización.²⁵

Como consecuencia también, el aumento de la producción y las exportaciones de algunos productos básicos pueden dañar ecosistemas y destruir su biodiversidad, como se observa en el caso del camarón en Ecuador, donde las piscinas camaroneras que se construyen en la costa destruyen y aniquilan los manglares, que son lugares de reproducción natural de varias especies marinas. Este fenómeno impone límites a la crianza de este crustáceo y a sus exportaciones. Por otra parte, la producción de varios tipos de flores, así como de diversos tipos de uva, multiplica la biodiversidad.²⁶

En cuanto a la actividad minera en china, los especialistas **SANBORN, Cynthia A. y Víctor, TORRES C.**, expresan lo siguiente:

²⁵ GUTMAN, Graciela E. y MIOTTI, Luis E. **EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: ESPECIALIZACIÓN, COMPETITIVIDAD Y OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LOS MERCADOS DE LA OCDE**, p.85

²⁶ LARACH, María Angélica. **LAS BARRERAS MEDIOAMBIENTALES A LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS DE CAMARONES**, p.45

Los recursos mineros han jugado un papel muy importante en el crecimiento y desarrollo de China: más de 92% de la energía primaria, 80% de las materias primas industriales y el 70% de los medios de producción agrícola provienen de los recursos mineros.

China es el principal productor de minerales como: aluminio, antimonio, bismuto, carbón, grafito, hierro en lingotes y acero, zinc, plomo, cal, magnesio, manganeso, molibdeno, talco, estaño, tungsteno, cemento. Asimismo, es el principal exportador mundial de antimonio, barita, carbón, fluorita, grafito, tierras raras y tungsteno.

Respecto al consumo de minerales, la política oficial de aprovisionamiento seguida por el gobierno chino ha combinado, básicamente, dos enfoques. De un lado, promueve la prospección y explotación de sus propios recursos mineros, sobre todo en las regiones del oeste del país, para lo cual puede recurrir a fondos y técnicas del extranjero. De otro lado, promueve las inversiones en el extranjero de sus propias empresas, con el propósito de aprovechar el mercado internacional y los recursos mineros de otros países.

Cabe señalar que la Constitución China y la Ley sobre los Recursos Mineros establecen de manera explícita que estos pertenecen al Estado. El Consejo de los Asuntos de Estado ejerce el poder como propietario sobre los recursos mineros del Estado.

Es así que los recursos mineros en china cuyas reservas han sido verificadas son de una gama relativamente completa y de un

volumen total importante. El carbón, el hierro, el cobre, el aluminio, el plomo, el zinc y otros minerales de base, disponen de reservas verificadas relativamente abundantes. Como ya fue mencionado, China se ubica en los primeros lugares del mundo en la producción de varios minerales, metálicos y no metálicos. Destacan las minas de cobre de Dexing, Ashile y Yulong; las minas de níquel de Jinchuan; las de tungsteno, de Shizhuyuan; molibdeno, de Luanchuan; oro, de Jiaojia; estaño de Dachang; plomo y zinc, de Changba y Lanping; carbón, de Dongsheng-Shenmu; cobre y oro, de Zijinshan.

Sin embargo, el volumen de recursos mineros por habitantes débil y en algunos productos China es deficitaria. La posesión de recursos mineros por habitante es relativamente baja en comparación con otros países. El diamante y el platino, por ejemplo, son insuficientes.

De otro lado, coexisten minerales de buena y de mala calidad. Entre los primeros se puede mencionar los siguientes: tungsteno, estaño, molibdeno, antimonio, entre otros. Entre los de mala calidad se encuentran: hierro, manganeso, aluminio, entre otros.

Además, la mayor parte de los recursos mineros cuyas reservas han sido verificadas son poco controlables geológicamente. Los recursos de bajo valor económico son más numerosos que los recursos con mayor valor económico; asimismo, las reservas presumidas son más numerosas que las reservas verificadas. Asimismo, la extracción de recursos mineros sufre de un bajo nivel intensivo y científico; tiene necesidad de una optimización de su

estructura, de una innovación técnica y de un reforzamiento de la gestión.²⁷

De otro lado, persiste un desequilibrio interregional en la prospección y la explotación mineras. En las regiones del oeste y en las regiones centrales alejadas los recursos son abundantes, pero las condiciones naturales son malas, el medio ambiente es vulnerable y las búsquedas y valuaciones geológicas son de bajo nivel.

Por otro lado, China reúne varios de los elementos de lo que en la década de 1980 la literatura especializada denominó ||modelo de desarrollo asiático|| para caracterizar el tipo de desarrollo que habían seguido las economías del Asia-Pacífico de mayor crecimiento en ese entonces. Corea del Sur, Taiwán, Singapur, Hong Kong y algunos de los países que integran la Asean. China ha practicado esquemas de desarrollo variados y flexibles, que en las últimas décadas han privilegiado una industrialización orientada a las exportaciones, pero sin descuidar el desarrollo de su mercado interno. Presencia de un Estado fuerte y planificador, que de un lado interviene directamente en la regulación de la economía mediante planes quinquenales, aunque permitiendo a la vez una cada vez mayor participación del mercado; y de otro, asegura la estabilidad social, mediante un control político centralizado que no admite mayor oposición política ni sindical (con lo cual los aún bajos costos salariales quedan asegurados). Si bien en los países asiáticos arriba mencionados, las iniciales estrategias de

²⁷ SANBORN, Cynthia A. y Víctor, TORRES C., **LA ECONOMÍA CHINA Y LAS INDUSTRIAS EXTRACTIVAS: DESAFÍOS PARA EL PERÚ**. pp. 35-36

industrialización se dieron al margen de la participación del capital extranjero, en cambio, este ha jugado un papel trascendental en el actual crecimiento y desarrollo de la economía china; no obstante, su participación sigue siendo estrictamente regulada por el Estado para asegurar su no interferencia en las estrategias y planes de desarrollo nacionales, como también se hizo en los países arriba señalados.

En este caso, dos aspectos resultan particularmente destacables en la experiencia de desarrollo de China. De un lado, su adaptación gradual y progresiva a una lógica de mercado, en un proceso que se inició hace treinta años y continúa hasta el presente de manera sostenida, aunque todavía con considerables restricciones. De otro, el rol planificador y promotor del Estado a lo largo de todo este proceso.

Sin embargo, las externalidades negativas del modelo son estructuralmente preocupantes, en términos de derechos humanos pero también en lo referente al deterioro ambiental. Las mismas autoridades chinas reconocen que el despilfarro y la contaminación debidos a la explotación y la utilización de los recursos mineros en su territorio son relativamente graves. Las técnicas de prospección y de explotación son atrasadas, el consumo y el despilfarro de los recursos son importantes; la protección del medio ambiente frente a los efectos de la actividad minera deja mucho que desear. Al mismo tiempo, China viene adoptando medidas para frenar su elevada contaminación ambiental y presiona por una —minería verde|| en su territorio, en un proceso cuyos resultados hará que evaluar en los próximos años.

A pesar del significativo incremento registrado en su producción interna de minerales, y de liderar la producción mundial de los metales más importantes, ello no ha sido suficiente para cubrir la gran demanda de estos recursos por parte de China, debido al sostenido crecimiento de su economía durante las últimas décadas. El petróleo, el hierro, el cobre, la bauxita de alta calidad, entre otros minerales, son insuficientes. Ello constituye una seria limitación para los planificadores chinos, que se han planteado como objetivo para las dos primeras décadas del presente siglo construir una sociedad con un nivel de vida relativamente acomodado. Por tanto, China seguirá experimentando una necesidad creciente de recursos mineros, aspectos que favorecen a los países exportadores de minerales como el Perú.

En este contexto, la más bien reciente proyección internacional de las grandes empresas chinas, responde a una planificada política de aprovisionamiento internacional establecida por el Estado chino, plasmada por ejemplo en su X Plan Quinquenal, que tiene como principal objetivo asegurarse una oferta internacional de materias primas que le garantice en el largo plazo la continuación del crecimiento y desarrollo de su economía.

Si bien China todavía no está jugando el papel principal de locomotora de la economía mundial, el cual aún desempeña Estados Unidos, la tendencia es a que paulatinamente vaya asumiendo dicho rol, a juzgar por el dinamismo con el que han venido creciendo sus importaciones, en comparación con lo observado en los Estados Unidos. La reciente crisis financiera y

recesión económica en este último, alimenta dicho proceso de largo plazo.

La forma particular que tiene China de insertarse en los mercados del comercio internacional, adhiriendo a las reglas de juego de la OMC, pero al mismo tiempo poniéndoles un límite, parece ser la constante en sus relaciones económicas en el ámbito mundial, pues la vamos a encontrar también en su adhesión con reservas a los acuerdos internacionales de protección a la versión extranjera, sin mencionar sus reservas en materia de derechos humanos. Ello parece estar legitimando por una comunidad de intereses: China necesita insertarse en la economía mundial y en sus instituciones reguladoras, y estas así lo promueven, pero saben y aceptan que no pueden forzar demasiado a una economía de las dimensiones de China, situación que este país conoce muy bien y utiliza a favor de sus intereses nacionales.²⁸

Como parte de su estrategia de inserción en la economía mundial, en el marco de las reformas económicas y sociales iniciadas en 1978, China ha incentivado el ingreso del capital extranjero a su economía, pero sin dejar de ejercer sobre este un control más bien estricto. Sin embargo, ello no ha impedido que China se haya convertido en el principal receptor de inversión extranjera directa entre los países en vías de desarrollo. La principal explicación de este resultado debe buscarse en la paulatina desregulación de sus mercados y en un elevado excedente de mano de obra que termina abaratando el costo de la misma.

²⁸ **Ibíd.** pp. 211-2212

Durante la presente década, y como resultado de los excedentes que ha venido acumulando en su comercio con el resto del mundo, China ha incentivado de manera expresa la transnacionalización de sus empresas, principalmente estatales o públicas, con el principal objetivo de asegurarse un abastecimiento regular de las materias primas necesarias para su estrategia de desarrollo de largo plazo, como ya fue mencionado. Si bien su participación relativa como fuente de IED es aun completamente marginal en el mercado mundial, los capitales chinos recién comienzan a proyectarse, casi sin restricciones, hacia el resto del mundo y lo más probable es que esta tendencia se acentúe durante las próximas décadas, impulsada principalmente por el objetivo de asegurarse fuentes de aprovisionamiento de recursos naturales, principalmente mineros.

Desde la perspectiva de China, América Latina le es más importante como fuente de materias primas, antes que como consumidor de sus exportaciones. Precisamente, una de las externalidades negativas del incremento del cambio comercial entre China y América Latina radica, como bien ha subrayado la Cepa, en que su cada vez mayor demanda de productos básicos, particularmente mineros, ha hecho que los países de la región acentúen su especialización en estos bienes. Estas materias primas se han caracterizado tradicionalmente por una marcada variabilidad en sus precios internacionales, lo que puede contribuir a acrecentar la inestabilidad de los ingresos fiscales de aquellos países que acentúen su especialización en estos bienes para atender la creciente demanda de este importante socio comercial.

Al mismo tiempo, sin embargo, los productos chinos han venido inundando los mercados nacionales de esta región, en un ritmo mayor al registrado en las exportaciones regionales hacia China, lo que finalmente se ha traducido en un déficit comercial con este país durante el 2006. La historia de América Latina ha demostrado que cuando el desequilibrio externo toca a la puerta, y ello se traduce en una abrupta caída de sus ingresos fiscales debido a la extrema dependencia de estos con respecto a las exportaciones primarias, la recesión queda a la orden del día. Lamentablemente nuestro vínculo con China no rompe con esa fuerte restricción externa que siempre ha estado presente en nuestra relación con Occidente.

En el plano de las inversiones directas, el interés de China en la región se ha visto motivado, principalmente, por su acceso a los recursos mineros: el cobre de Chile y Perú; hierro y acero de Brasil y Perú; gas y petróleo de Argentina, Bolivia, Venezuela, Ecuador y Perú; estaño de Bolivia; níquel de Cuba. En todos estos países, las inversiones chinas en minería se han mostrado muy dinámicas durante la segunda mitad de la presente década. La participación relativa promedio de la región en el flujo mundial de la IED china fue de 34.2% durante el período 2003-2004, para después subir a 52,6% durante el período 2005-2006. Estas cifras sin embargo, tienen sus bemoles. De un lado, la mayor parte de la inversión china en la región se ha concentrado en paraísos tributarios; de otro, la inversión china está subvaluada, en un contexto de poca transparencia del Estado chino y de sus empresas con respecto a sus inversiones en el mundo. Ello resulta preocupante, sobre todo por tratarse de inversiones en recursos naturales, sector en el cual

la experiencia internacional aconseja una adecuada fiscalización de parte del Estado anfitrión y la sociedad civil.

En el caso del Perú, el intercambio comercial de bienes es la relación económica que más se ha desarrollado con China. Sin embargo, la estructura de nuestro comercio exterior bilateral no ha variado sustancialmente durante las últimas décadas: le vendemos principalmente recursos mineros, y también manufacturas de escasa elaboración procedentes de la actividad extractiva pesquera (harina de pescado). En cambio, le compramos principalmente manufacturas.

Si bien el comercio bilateral ha sido hasta el presente favorable al Perú, no puede perderse de vista que, durante los últimos años, nuestras importaciones se han incrementado a un ritmo creciente y sostenido, mayor al registrado en nuestras exportaciones. Si tenemos en cuenta que el incremento del valor exportado durante los últimos años se vio sustancialmente influenciado por el alza internacional de los precios mineros, cuando este efecto desaparezca como defectivamente viene ocurriendo, es bastante probable que el déficit comercial con China comience a tocar nuestras puertas.

En enero del 2008, el Perú y China comenzaron las negociaciones para un tratado de libre comercio (TLC), las mismas que concluyeron en noviembre del mismo año. Al margen del período comparativamente corto en el que este TLC fue concluido y las concesiones que el Perú tuvo que otorgar, el tratado ofrece oportunidades pero también enormes desafíos. Entre las primeras

se cuentan el incremento de nuestras exportaciones, la diversificación de mercados y productos, la posibilidad de un incremento en la llegada de inversiones directas, la creación de nuevos puestos de trabajo. Al mismo tiempo, los desafíos son mayores: superar un predominante rol primario-exportador en la relación bilateral, preservar el desarrollo de la industria nacional frente a una competencia de productos chinos que puede convertirse en desleal, fomentar la llegada de inversiones que generen cadenas de valor en el sector industrial, asegurar una irrestricta responsabilidad social en las inversiones mineras, lo cual implica respetar los derechos de trabajadores y comunidades, en el contexto de un desarrollo local sostenible.²⁹

Durante los últimos años, las inversiones chinas han asumido un rol protagónico en el Perú, y se han orientado principalmente hacia el sector minero. Descontando la participación de los paraísos tributarios, el Perú es el país de América Latina donde China ha concentrado la mayor participación relativa de su stock de IED. Actualmente, el Perú está experimentando una segunda oleada importante de inversiones chinas, orientada hacia el sector minero. Una primera oleada se produjo hacia inicios de la década de 1990, con las inversiones de Shougang Corporation en la minería metálica, y de China National Petroleum Corporation en la extracción de petróleo. La segunda y más importante oleada de inversiones chinas ha comenzado desde la segunda mitad de la presente década y tiene como principales protagonistas a las transnacionales mineras Chinalco (Aluminum Corporation of China),

²⁹ **Ídem.** pp. 213-214

MIInmetals (China minmetals Non-Ferrous Metals Co., Ltd.), Jiangxi (Jiangxi Copper Company Ltd.) y Zijin Consortium.

En esta segunda oleada de inversiones chinas, los montos invertidos o comprometidos en materia de ampliaciones, inversión confirmada y exploración, ascenderían a US\$ 6.092 millones, monto que representa 30% del total estimado como inversión en el sector minero nacional para los próximos años. Se trata, pues, de montos significativos, que reflejan el renovado interés de los inversionistas chinos en la minería del país, pero también el ingreso acelerado de las transnacionales chinas en el mercado internacional de capitales, como se ha mostrado en el presente estudio.

Sin embargo, el comercio y las inversiones chinas en el mundo han dado lugar a no pocos conflictos, particularmente en los países en vías de desarrollo. En el plano comercial, en varios países de África los gremios de empresarios y organizaciones sindicales han denunciado la competencia desleal de los productos chinos y promueven incluso la expulsión de los comerciantes chinos. China ha sido objeto de no menos de nueve demandas ante el Órgano de Solución de Diferencias de la OMC, las cuales concluyeron con la aplicación de derechos antidumping definitivos contra sus productos.

Asimismo, América Latina y en particular el Perú, no han sido la excepción. En el comercio bilateral con el Perú, la llegada de productos chinos se ha incrementado sostenidamente durante los últimos años, dejando el camino a cientos de empresarios y microempresarios textiles, de calzados, etcétera, descontentos con lo que han denunciado como malas prácticas comerciales de parte

de los exportadores chinos. En el campo de las inversiones, las tensas relaciones se han dado como obreros y poblaciones vinculados a la actividad extractiva de las empresas chinas en el sector minero peruano. Los temas de conflicto van desde el derecho a remuneraciones dignas y mejores condiciones de trabajo, hasta la preservación y cuidado del medio ambiente para asegurar un desarrollo local sostenible.

En el caso de Shougang Hierro Perú S.A., la más antigua e importante inversión china en el Perú, resulta objetivo reconocer que algunas de sus prácticas, reñidas con los derechos laborales y sindicales, no son exclusividad de esta empresa pues las vamos a encontrar, lamentablemente, también en otras empresas de capital nacional o extranjero. Sin embargo, también es cierto que en Shougang Hierro Perú S.A., estas prácticas han alcanzado un nivel muy preocupante. En materia de responsabilidad medioambiental, Shougang Hierro Perú S.A., no hace más que producir la cultura medioambiental que ha caracterizado durante décadas a su matriz Shougang Corporation, considerada en China como uno de los diecinueve grandes contaminantes de este país.

No obstante, a pesar de los conflictos sociales, laborales y medioambientales, Shougang Hierro Perú S.A. ha ampliado su producción y ventas de hierro y acero hacia China. Es decir, los conflictos han sido asumidos como un costo que no le ha impedido cumplir a cabalidad su rol de abastecer a las empresas del grupo Shougang Corporation, según lo establecido en los planes estratégicos de abastecimiento internacional e minerales trazados por el Estado Chino.

En el caso de Zijin Consortium (propietaria del Rio Balnco copper S.A.), el cuestionamiento a la inversión minera en el norte

del Perú, debido a sus efectos negativos en la economía y el medio ambiente del lugar, no comienza con la llegada de la transnacional china, sino que viene desde varios años antes; es decir, no se puede atribuir a la inversión china todo el pasivo de este conflicto social y medioambiental. Sin embargo, también es cierto que, con conocimiento de causa, la empresa de capitales chinos se ha involucrado en un proyecto públicamente cuestionado y que en la práctica ella no ha cambiado o remediado sustancialmente el modo de operar de la empresa que la precedió.

Cabe señalar que un Ministro del gobierno del presidente Toledo llegó a afirmar a mediados del 2005, que los conflictos entre los trabajadores peruanos y una de las dos empresas chinas que hemos tomado como estudio de caso en la presente investigación, se debían a —desencuentros de culturas|. Tenía razón, siempre y cuando entendamos por este concepto los usos y costumbres de la empresas chinas en su propia sociedad: huelgas y manifestaciones públicas de protesta completamente prohibidas, carencia de adecuadas condiciones de trabajo, salarios mineros que se encuentran entre los más bajos de la escala salarial, contaminación medioambiental que fue aceptada en la práctica durante décadas y solo recientemente comienza a ser enfrentada, preocupante corrupción de las autoridades locales, etc.³⁰

En la recepción y aceptación de la inversión extranjera los países toman muy en cuenta estos —descuentos de culturas| que en estricto tienen que ver con la responsabilidad social del inversionista, pero que también se extienden a criterios geopolíticos, de identidad nacional, de —confianza|, entre otros aspectos. Al menos eso es lo que encontramos en la praxis.

³⁰ **Ídem.** pp. 215-216

Como ha sido mencionado en este estudio, en el caso de china National Overseas Oil corporation y su intento de adquirir la estadounidense Energy company Unocal en el 2004, la empresa china tuvo que retirar su oferta de compra debido a la fuerte oposición de los congresistas estadounidenses, quienes denunciaron esta operación como una tentativa de control de una industria estratégica de los Estados Unidos por parte de una empresa del gobierno chino. También por presiones políticas en los EE.UU., fracasó el intento de la empresa china Haier de compra la fabricante estadounidense de lavadoras Maytag, empresa considerada como parte de la historia industrial estadounidense. Asimismo, la protesta de parlamentarios y trabajadores chilenos frente a la posibilidad de que el proyecto cuprífero Gabriela mistral fuese controlado por capitales chinos, obligó a que el gobierno chileno diese marcha atrás y acordara con Minmetals, en septiembre del 2008, la —suspensión indefinida|| de la opción de compra de esta última.

Así pues, aquello de que —el capital no tiene nacionalidad||, entendiéndolo por ello una aceptación irrestricta del mismo, es una afirmación que China toma con pinzas, no solo por las diversas restricciones que este país establece en su territorio a las inversiones extranjeras bajo el válido criterio del interés nacional, sino porque también sus mismas empresas han sido marginadas en su más bien reciente proyección internacional. Esta realidad debe ser tomada en cuenta por el Estado peruano al evaluar la responsabilidad social de los inversionistas extranjeros en el sector minero: la regulación de esta actividad debe constituir una política de Estado, por tanto, con una perspectiva de largo plazo.

Salvando las diferencias estructurales entre los dos países (extensión geográfica, población, PBI, desarrollo industrial, entre

otros aspectos), China necesita del vínculo económico con el Perú, no solo por sus materias primas, principalmente de la minería metálica, sino también por la ubicación geográfica del Perú como puente entre Asia y América del Sur pero también con el océano Atlántico a través de los corredores bioceánicos. En todo caso, el Perú debe poner en valor su estratégica ubicación geopolítica en la región.

En este contexto, el Perú debe aspirar no solo a seguir vendiendo a China productos primarios, sino fundamentalmente a colocar productos manufacturados en un inmenso mercado que cada vez más incrementa su poder adquisitivo, y en el cual aún tenemos un techo bastante alto para posicionar nuestros productos. Actualmente somos un socio comercial completamente marginal para China: nuestras exportaciones hacia este país representan apenas 0,4% de lo que china le compra al mundo; en tanto que nuestras importaciones representan solo 0,1% de lo que China vende en el mercado mundial. Pero también es importante privilegiar la transferencia tecnológica desde China, sector en el cual este país ha alcanzado logros muy importantes durante los últimos años.

En conclusión, el intercambio comercial con china y la inversión procedente de este país, ofrecen oportunidades y desafíos para el Perú. Deben ser promovidos e incentivados, en una perspectiva de largo plazo que tome en cuenta la importancia económica que China viene consolidando en el escenario internacional, y el objetivo nuestro de diversificar productos y mercados de exportación, e incorporar nuevas tecnologías y el savoir-faire de países con mayor desarrollo. Sin embargo, constituye un desafío el lograr una relación equitativa entre ambos países, que rompa el viejo esquema de relación entre una economía primario-

exportadora y una nación industrializada, y que exija una responsabilidad social de parte de las inversiones provenientes de este país, condicionándolas incluso a razones de interés nacional o de utilidades pública, como bien lo hace China con sus recursos naturales. Nuestros pasivos ambientales mineros ya han tenido suficientes impactos negativos en la salud de la población, el ecosistema circundante y la propiedad, como para volver a cometer los mismos errores. En este desafío, el Estado peruano, sus instituciones y la sociedad organizada deben jugar un rol primordial.

1.2 INVESTIGACIONES

Para la realización del estudio, se hizo una investigación en la Facultad como en la Biblioteca de la Escuela de Posgrado de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, donde se halló el trabajo de ARBULU QUEVEDO, Ricardo Miguel., Titulada: **"EMPLEO DE LA TECNOLOGÍA COMO ESTRATEGIA EN LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO A LA OFERTA DE AGROEXPORTACIÓN"** – Doctorado en Administración (2012), el cual no tienen relación alguna con el trabajo a desarrollar, por lo tanto reúne las condiciones temáticas y metodológicas suficientes para ser elaborada.

1.3 MARCO CONCEPTUAL

- a. **Valor agregado.-** Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.
- b. **Actividad minera.-** La actividad minera se realiza en los yacimientos, extrayéndose los minerales de las rocas que concentran uno o más minerales, como oro, plata, cobre, cinc, plomo, aluminio, hierro, bauxita o estaño.

- c. **Exportación.-** Refiere a aquella actividad comercial a través de la cual un producto o un servicio se venden en el exterior, es decir, a otro país o países.
- d. **Concentrados de mineral.-** Se le llama concentrado, en el quehacer minero, al producto rico en metales. Los concentrados se obtienen mediante varios procesos tales como la flotación, la lixiviación, la gravimetría, entre otros.
- e. **Refinación.-** Es el proceso de purificación de una sustancia química obtenida muchas veces a partir de un recurso natural.
- f. **Producción.-** Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios.
- g. **Minería.-** Es la extracción selectiva de los minerales y otros materiales de la corteza terrestre de los cuales se puede obtener un beneficio económico, así como la actividad económica primaria relacionada con ella.
- h. **Accesibilidad.-** Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.
- i. **Productos.-** El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos.
- j. **Capacidad.-** Propiedad de poder contener cierta cantidad de alguna cosa hasta un límite determinado.

CAPÍTULO II

EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1 Descripción de la Realidad Problemática

En las últimas décadas se ha venido apreciando que el Perú, la minería ayudo en el avance alcanzado por el país y principalmente en el productos bruto interno (PBI), tal es así que pese a que muchos entendidos refieren que este recurso no tiene el valor agregado que se requiere, la realidad nos demuestra todo lo contrario, toda vez que tal como señalan entendidos en la materia, de cada sol que se produce en la minería, más del 50%

corresponde a su valor agregado y la diferencia proviene del consumo intermedio; de lo cual se infiere en lo referente al valor agregado existen puntos de vista y formas de como se le aprecie a este importante recurso.

Tal como hemos expresado en líneas anteriores, no cabe duda que el valor agregado (VA) lo constituye la riqueza que se genera como resultado de la propia actividad que se desarrolla, existiendo algunos que cuestionan a la minería indicando que únicamente lo que se hace en el país es la producción de concentrados de minerales y que en la práctica estos dan poco valor agregado; desconociendo al respecto que a este producto que se encuentra en el interior de las minas, debe dársele un tratamiento adicional y producir otros productos sobre los concentrados; situación que a no dudarlo se incrementaría el valor agregado de los minerales.

En este contexto podemos apreciar que no se puede desconocer que en el Perú se vienen transformando estos recursos en muchos productos refinados, como también otros de mayor valor; tal como lo demuestra desde hace mucho tiempo que los minerales en varios lugares del territorio nacional se vienen transformando y buscando mayor valor agregado; ante lo cual no cabe duda que debemos ser más persistentes generando mayor producción de energía eléctrica, acompañado también de recursos financieros que ayuden todas estas actividades y que al respecto incidirían directamente en la generación de mayor valor agregado a los productos de minería que se exporta.

Esta situación que se viene comentando, requiere que muchos de los commodity que están dedicados a exportar minerales, deben tener mayor responsabilidad para exportar productos que sean transformados en el territorio nacional y que después salgan al exterior como cables y otros que si pueden competir en otros mercados con mejores precios y en la generación de empleo en el Perú; hechos que de presentarse ayudarían en la generación de valor agregado a la minería y que posteriormente al ingresar a otros mercados lo harían en mejores condiciones de competitividad.

Finalmente, lo que debe buscarse en el país en forma paralela a la generación de empleo en este sector, también tiene que verse la propia generación de valor agregado, para lo cual instituciones reconocidas como pueden ser las universidades, deben tener mayor acercamiento con la minería, con el fin que se realice investigaciones destinadas a mejorar estos recursos y desde luego al ser transformados se generaría valor agregado con encadenamientos hacia otros sectores de la economía, toda vez que el empleo en minería ha quedado establecido que genera también empleos adicionales en otros sectores y desde luego mejoraría la calidad de los productos mineros que se exportan y aprovechar las ventajas que se están presentando a nivel de los tratados de libre comercio, entre otros.

2.1.2 Antecedentes Teóricos

En cuanto al Valor agregado, la **PÁGINA VIRTUAL IMPORTANCIA.ORG** manifiesta que el valor agregado es un concepto central en lo que respecta a economía. El mismo refiere al

valor que cada bien o servicio adquiere en la cadena de producción, es decir, al valor que se genera en cada nueva participación en lo que respecta al trabajo o procesamiento de un bien, trabajo o procesamiento que puede ser analizado en unidades monetarias. Existe al respecto un impuesto que suele gravar al consumo y que se denomina impuesto al valor agregado (IVA); dicho impuesto busca gravar al valor agregado en toda la cadena productiva, circunstancia que se logra por un sistema de débitos y créditos fiscales que termina recayendo en el consumidor.³¹

Con relación a las Exportaciones Mineras, el Instituto de **Ingenieros de Minas del Perú**, nos da el siguiente alcance:

La minería se desarrolla en el Perú desde épocas immemoriales, muestra de ello son las piezas de orfebrería y ornamenta que utilizaban las autoridades de las distintas culturas preincaicas, las cuales eran trabajadas en oro y plata principalmente, y otros casos con piezas marinas como las conchas espondilus.

De acuerdo a los estudios antropológicos, arqueológicos, análisis físicos y químicos, en el Perú se utilizó el oro, debido a que el forjado de metales (hierro y bronce) apareció tardíamente en América, a diferencia de Europa y África.

—La minería incaica estuvo circunscrita al oro, plata y cobre. Los dos primeros utilizados para adornar templos, casas y personas; y el cobre para herramientas, utensilios y armas. En la colonia, durante los primeros años de dominación y hasta mediados del

³¹ PÁGINA VIRTUAL IMPORTANCIA.ORG. **IMPORTANCIA DEL VALOR AGREGADO**, p. 1

siglo XVII, no hubo prácticamente trabajo minero, salvo por el casual descubrimiento de Potosí en 1545. El descubrimiento, en 1566, de la mina de mercurio, llamada después Santa Bárbara por un indio llamado Navincopa, es una de las efemérides notables de la historia minera, este mercurio serviría para el proceso de beneficiar a plata por amalgamación, siendo este último metal el que obtuvo mayor importancia en la explotación, comparado con el oro. En la era Republicana se inicia la explotación del guano y el salitre anterior a la guerra con Chile, posterior a esto, al lado de la pléyade de ingenieros egresados de la Escuela de Ingenieros Civiles y de Minas de Lima junto a un grupo de profesionales peruanos y extranjeros hicieron comprender la necesidad de la técnica para iniciar una nueva etapa de la minería]].

Según fuentes internacionales como la Agencia Geológica de los Estados Unidos (United States Geological Survey – USGS) y otros, referente a los niveles de producción minera mundial; en el año 2008, el Perú ocupó el primer lugar en plata; el segundo en zinc y cobre; el tercero en estaño, bismuto y telurio; el cuarto en plomo y molibdeno; el sexto en oro; el séptimo en selenio; el octavo en indio y el décimo séptimo en hierro.

En Latinoamérica, el panorama es más favorable; así, el Perú es líder en la producción de los principales metales ocupando el primer lugar en oro, plata, zinc, plomo, estaño, bismuto, indio y telurio; el segundo en cobre, molibdeno y selenio; y el quinto en hierro.

El Perú bajó una posición en el ranking mundial de la producción de oro pasando del quinto al sexto lugar, posición que fue ocupada por Rusia. Este descenso se debió a diversos factores pero principalmente a los conflictos sociales que retrasaron trabajos de exportación, desarrollo de nuevas unidades y/o ampliaciones de las existentes.

Aunque el 2008 representó para el Perú un año de incremento en la producción de los metales, a excepción del molibdeno, algunos productos sufrieron una caída en la cotización en promedio debido a una fuerte reducción de la demanda internacional por el impacto de la crisis financiera global que trajo consigo la caída en el precio de los principales commodities. El cobre, zinc, plomo y molibdeno descendieron en su cotización mientras que el oro, plata, estaño y hierro registraron incrementos, siendo el oro el commodity de mayor demanda como valor de refugio.³²

2.1.3 Definición del Problema

Problema Principal

¿En qué medida la generación del valor agregado, incide en las exportaciones mineras a la República Popular China?

Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera la riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino?

³² Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. **MINERÍA PERUANA: CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL**, p. 21

- b. ¿En qué medida la exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas?
- c. ¿En qué medida la producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas?
- d. ¿En qué medida la producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas?
- e. ¿De qué manera la generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial?
- f. ¿En qué medida la captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción?

2.2 FINALIDAD Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 Finalidad

El desarrollo del trabajo tiene por finalidad descubrir con el empleo de la metodología de la investigación científica si en el sector minero actualmente las empresas vienen generando valor agregado en las exportaciones mineras a la República Popular China y aprovechar los alcances del TLC existente entre ambos países.

2.2.2 Objetivo General y Específicos

Objetivo General

Determinar si la generación del valor agregado, incide en las exportaciones mineras a la República Popular China.

Objetivos Específicos

- a. Establecer si la riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.
- b. Precisar si la exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.
- c. Establecer si la producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.
- d. Establecer si la producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.
- e. Demostrar si la generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.
- f. Demostrar si la captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.

2.2.3 Delimitación del Estudio

a. **Delimitación Espacial**

Este trabajo se realizó a nivel de las empresas mineras del Perú.

b. **Delimitación Temporal**

El período en el cual se realizó esta investigación comprendió los meses de Octubre 2015 – Febrero 2016.

c. **Delimitación Social**

En la investigación se aplicaron las técnicas e instrumentos destinados al recojo de información de los gerentes de empresas mineras en el Perú.

2.2.4 Justificación e Importancia del Estudio

Justificación.- El estudio llevado a cabo sobre la generación de valor agregado en la exportación de minerales a la República Popular China, busca demostrar si este importante recurso que se exporta al país asiático, viene alcanzando los estándares requeridos y también si está generando valor agregado; hecho que a no dudarlo se busca encontrar en dicho trabajo.

Importancia.- Se espera que el desarrollo de la investigación contribuya en demostrar si la exportación de minerales a la República Popular China, está generando valor agregado; así como también si las políticas existentes en el país, se encuentran encaminadas a buscar mediante instituciones como pueden ser las universidades, entre otros, que mediante la investigación y el

acercamiento con el sector minero, pueden realizarse estudios teniendo como fin lograr mayores ventajas en las exportaciones que actualmente se llevan a cabo y que desde luego permitiría mayor captación de divisas para el Perú.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis Principal y Específicos

Hipótesis Principal

A mayor generación del valor agregado, mayor será su incidencia en las exportaciones mineras a la República Popular China.

Hipótesis Específicos

- a. La riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.
- b. La exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.
- c. La producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.
- d. La producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.

- e. La generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.
- f. La captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.

2.3.2 Variables e Indicadores

Variable Independiente

X. VALOR AGREGADO

Indicadores:

- x₁.- Nivel de riqueza que genera la actividad minera.
- x₂.- Nivel de exportación de concentrados mineros.
- x₃.- Grado de producción de minerales refinados.
- x₄.- Nivel de producción de productos terminados.
- x₅.- Nivel de generación de encadenamientos con otros sectores.
- x₆.- Nivel de captación de inversiones mineras.

Variable Dependiente

Y. EXPORTACIONES MINERAS

Indicadores:

- y₁.- Nivel de accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.
- y₂.- Nivel de mejoramiento de la capacidad exportadora.
- y₃.- Nivel de capacidad de las empresas peruanas en las exportaciones.

- y₄.- Mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas exportadoras.
- y₅.- Nivel de mejoramiento de los estándares de producción a nivel empresarial.
- y₆.- Aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y coste de producción.

CAPÍTULO III

MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS

3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población objetivo estará conformada por 109 gerentes de igual número de empresas mineras en el Perú. El número de empresas fue obtenida del Ministerio de Energía y Minas, específicamente de la dirección de Minas del Perú

Muestra

La muestra óptima se determinará mediante el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones para una población conocida cuya fórmula es como sigue:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:

Z : Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 90% de confianza.

P : Proporción de gerentes mineros que manifestaron generar valor agregado a las exportaciones mineras (se asume $p=0.5$).

q : Proporción de gerentes mineros que manifestaron no generar valor agregado a las exportaciones mineras (**q = 0.5**, valor asumido debido al desconocimiento de q)

e : Margen de error 6%

N : Población.

n : Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de significancia de 95% y 6% como margen de error la muestra optima es:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (109)}{(0.06)^2 (109-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 78 Gerentes

Estos Gerentes de empresas mineras serán seleccionados aleatoriamente.

3.2 DISEÑO UTILIZADO EN EL ESTUDIO

Se tomó una muestra en la cual:

$$M = O_x r O_y$$

Donde:

M	=	Muestra.
O	=	Observación.
x	=	Valor Agregado.
y	=	Exportaciones Mineras.
r	=	Relación de variables.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas

La principal técnica que se utilizó en este estudio fue la Encuesta.

Instrumentos

Como técnica de recolección de la información se utilizó el Cuestionario que por intermedio de una encuesta conformada por preguntas en su modalidad cerradas se tomaron a la muestra señalada

3.4 PROCESAMIENTO DE DATOS

Para procesar la información se utilizó los instrumentos siguientes: Un cuestionario de preguntas cerradas, que permitan establecer la situación actual y alternativas de solución a la problemática que se establece en la presente investigación, además se utilizará el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciences), del modelo de correlación de Pearson y nivel de confianza del 95%

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Presentación de Resultados

4.1.1 Es posible generar riqueza mediante la actividad minera.

A la pregunta: ¿En su opinión es posible generar riqueza mediante la actividad minera?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	62	79
b) No	14	18
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Es importante señalar que los gerentes que trabajan en empresas dedicadas a la exportación de minerales a la República Popular China, en un promedio del 79%, reconocieron que si es posible generar riqueza mediante la actividad minera; en cambio el 18% señalaron no estar de acuerdo con los puntos de vista de la mayoría y el 3% restante manifestaron desconocer, totalizando el 100%

Al respecto la información comentada en líneas anteriores, permitió conocer que más de dos tercios de los encuestados, fueron de la opinión que en los países que exportan minerales como es el caso del Perú, las empresas pueden generar riqueza mediante dicha actividad, en razón que los precios de los minerales son fluctuantes y cuando son valorados tal como sucedió hace poco años en las exportaciones, redundan a favor de la población en servicios que el Estado ofrece a la ciudadanía y le permite generar empleo, mejorar la infraestructura, la calidad de educación, entre otros; y que además esto se ve reflejado en la distribución del canon minero.

4.1.2 Exportación de concentrados mineros.

A la pregunta: ¿Considera coherente que en el país se exporte concentrados mineros?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	64	82
b) No	13	17
c) Desconoce	1	1
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados de la pregunta, encontramos que el 82% de los encuestados considerados en el estudio, indicaron que para ellos califican como coherente que el país exporte concentrados mineros; en cambio el 17% no estuvieron de acuerdo con lo señalado por el grupo mayoritario, y el 1% complementario, manifestaron desconocer, arribando al 100%

Tal como se aprecia en la información anterior, es evidente que la mayoría de los encuestados consideran como coherente que el país exporte concentrados mineros, toda vez que es una forma de comercializar minerales mediante transacciones calificadas como complejas y que estos actos principalmente se llevan a cabo a nivel de empresas mineras, comercializadores, refinerías y que posteriormente son llevadas a funciones con el fin de poder transformarlo en metal y llevan el nombre del que tiene mayor contenido; desde luego van acompañados de otros elementos además de los materiales conocidos como residuales y dichos concentrados son comercializados a nivel mundial.

4.1.3 Producción de minerales refinados se lleva a cabo dentro de los estándares establecidos.

A la pregunta: ¿Cree que la producción de minerales refinados se lleva a cabo dentro de los estándares establecidos?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	58	74
b) No	17	22
c) Desconoce	3	4
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Tomando en cuenta la información que se visualiza en la tabla y gráfico correspondiente, apreciamos que el 74% de los gerentes que trabajan en empresas mineras, eligieron la primera de las alternativas, señalando que la producción de minerales refinados respetan los estándares establecidos con estos fines; en cambio el 22% no coincidieron con lo expresado por la mayoría, y el 4% se limitaron en señalar que desconocían, llegando al 100% de la muestra.

Tal como se refirió en preguntas anteriores, la tendencia de los resultados, permitió conocer que la mayoría de los encuestados indicaron que era conveniente la producción de minerales refinados, en razón que estos pueden ser adquiridos directamente por las empresas industriales, donde destacan las que están dedicadas a las acerías, transformadoras, manufactureras, entre otras y desde luego con el fin de lograr ventas más rápidas se llevan a cabo dentro de los estándares establecidos para estos fines.

4.1.4 Valor agregado en la producción de productos terminados.

A la pregunta: ¿En su opinión existe valor agregado en la producción de productos terminados?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	58	74
b) No	18	23
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

En lo concerniente a los resultados que figuran en la primera de las opciones, el 74% de los gerentes que trabajan en empresas mineras, fueron de la opinión que en el país la producción tiene valor agregado cuando son productos terminados; mientras el 23% no estuvieron conformes con lo indicado por la mayoría y el 3% indicaron desconocer, arribando al 100%

Tal como se apreció en el párrafo anterior, sin duda que la primera de las opciones concentró la mayor atención de los que respondieron, quienes lo justifican que existe valor agregado cuando se trata de productos terminados; aspecto principal hacia donde tiene que orientarse la producción minera, que además de mejorar los estándares establecidos en la producción de minerales, generaría mayor empleo y captación de divisas para el país.

4.1.5 Generación de encadenamientos con otros sectores.

A la pregunta: ¿Existe en el país la generación de encadenamientos con otros sectores?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	56	72
b) No	18	23
c) Desconoce	4	5
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Observando la información que nos muestra la pregunta, encontramos que el 72% de los gerentes tomados en cuenta en el estudio, destacaron que en el país existe generación de encadenamientos con otros sectores; sin embargo el 23% no estuvieron de acuerdo con los puntos de vista expresados por el grupo anterior y el 5% manifestaron desconocer, llegando así al 100%

Al interpretar la información comentada en líneas anteriores, se desprende como parte del análisis de los datos estadística y gráficos, así como también en las entrevistas no estructuradas a la parte gerencial de las empresas mineras, que en el país se está dando la generación de encadenamientos con otros sectores, lo cual es muy importante que esto suceda y que además todos estos trabajos se ven reflejados en la parte económica, como también que genera la inclusión social y que todos estos esfuerzos ayudan a superar las brechas sociales y disminuir los niveles de pobreza que existen en ciertas regiones del territorio nacional.

4.1.6 El Perú está captando inversiones para la actividad minera.

A la pregunta: ¿Cree que el Perú está captando inversiones para la actividad minera en los últimos años?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	59	76
b) No	16	20
c) Desconoce	3	4
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Los resultados que se muestran en la tabla y gráfico correspondiente, refieren que el 76% de los gerentes que trabajan en empresas mineras, consideran que en los últimos años en el Perú, pese a la disminución en las exportaciones de minerales, el país está captando inversiones mineras; en cambio el 20% refirieron no estar de acuerdo con lo señalado por la mayoría y el 4% indicaron desconocer, totalizando el 100%.

De lo expresado en los datos que se observan respecto a la pregunta, se aprecia que más de dos tercios de los encuestados y que tienen experiencia en la actividad minera, destacaron que pese a haber disminuido los precios de los minerales a nivel internacional, aún se mantienen latentes inversiones mineras en el país y que muchos de los proyectos están vigentes para exportar minerales y según los especialistas, destacan que este sector puede aportar con más de un punto porcentual al PBI (Producto Bruto Interno) en el presente y años venideros; requiriéndose en cambio, que el Estado debe tener un manejo apropiado de los conflictos sociales, para que no perjudiquen el desarrollo del país. (Anexos 03 - 04)

4.1.7 En el país existe valor agregado en las exportaciones mineras.

A la pregunta: ¿Cree que en el país existe valor agregado en las exportaciones mineras?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	59	76
b) No	17	22
c) Desconoce	2	2
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Los resultados que muestran la tabla y gráfico correspondiente, presentan que el 76% de los gerentes considerados en la muestra señalaron que existe valor agregado en las exportaciones mineras; en cambio el 22% indicaron desconocer y el 2% no estuvieron de acuerdo con las opiniones del grupo mayoritario, sumando el 100%.

Los resultados obtenidos como parte de la encuesta, muestran con claridad que los gerentes indican que en las exportaciones mineras existe valor agregado (VA), toda vez que es la riqueza obtenida como parte de las actividades que se realizan en este sector; pero que aún puede optimizarse y no producir solamente concentrados mineros sino refinados; lo cual incidiría en las exportaciones y si a estos procesos se le adicionan otros, exportaríamos otros productos como son por ejemplo el alambrón de cobre o un concentrado, que permitiría obtener mejores márgenes adicionales e inclusive buscar la transformación en productos de mejor calidad; desde luego, se generaría mayor empleo y aprovecharía en la captación de divisas.

4.1.8 Accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.

A la pregunta: ¿En su opinión existe accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	71	91
b) No	5	6
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Respecto a los resultados encontrados en la parte estadística y gráfica de la pregunta, el 91% de los consultados, destacaron que existe accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino; en cambio el 6% indicaron no estar de acuerdo con lo señalado en la alternativa anterior y el 3% expresaron desconocer, totalizando el 100% de la muestra.

Al revisar los contenidos de la pregunta, se aprecia que casi la totalidad de los encuestados, indicaron que los productos peruanos están logrando accesibilidad al mercado chino; hechos que a no dudarlo responde al interés puesto de manifiesto por los empresarios, como también por el apoyo que viene dando el gobierno mediante el Mincetur, están abocados en lograr una mayor apertura de mercados internacionales, con el fin de aprovechar en el caso de China como socio del Foro de Cooperación Económica Asia – Pacífico (APEC) que hace más fácil el ingreso de dichos productos a este mercado Asiático, debido a la diversificación productiva y consolidación de las exportaciones.

4.1.9 Mejoramiento en la capacidad exportadora de las empresas mineras.

A la pregunta: ¿Aprecia Usted mejoramiento en la capacidad exportadora de las empresas mineras?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	69	88
b) No	6	8
c) Desconoce	3	4
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

La opinión de los encuestados en un promedio del 88%, destacaron que actualmente existe capacidad exportadora en las empresas mineras; sin embargo el 8% indicaron desconocer y el 4% no estuvieron de acuerdo, llegando al 100% de la muestra.

Según lo observado en líneas anteriores, destaca que la mayoría de los gerentes de empresas mineras tomados en cuenta en el presente trabajo, destacaron que efectivamente en este sector se puede seguir mejorando la capacidad exportadora de este sector y aprovechar esta cualidad que a no dudarlo incidirá directamente en la gestión integral que tienen estas organizaciones para exportar, optimizando sus fortalezas y minimizando sus debilidades; hechos que a no dudarlo demuestra con claridad que el dinamismo en estas organizaciones además de generar empleo, competitividad incidirá en la parte económica.

4.1.10 Capacidad de las empresas peruanas en cuanto a las exportaciones.

A la pregunta: ¿Aprecia Usted capacidad de las empresas peruanas en cuanto a las exportaciones?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	71	91
b) No	5	6
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Es evidente que al observar los resultados en la pregunta, encontramos que el 91% de los encuestados reconocieron que existe capacidad para exportar a nivel de las empresas peruanas; mientras el 6% no compartieron lo expresado por la mayoría y el 3% indicaron desconocer, arribando al 100%.

Cabe destacar que la información de la interrogante, nos muestra con claridad que casi la totalidad de la parte gerencial que trabaja en las empresas mineras y que fueron consultados, destacaron que las empresas peruanas tienen capacidad para poder ingresar a diferentes mercados, aprovechando la calidad de sus productos y la habilidad de la parte gerencial en cuanto a lograr mayor diversificación en la producción; hechos que a no dudarlo vienen influyendo favorablemente en el posicionamiento de estas organizaciones.

4.1.11 Mejoramiento de infraestructura utilizada por empresas exportadoras.

A la pregunta: ¿Cree que en el país existe mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas exportadoras?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	72	92
b) No	4	5
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Lo expuesto en la parte porcentual de la pregunta, señala que el 92% de los gerentes que trabajan en empresas mineras, indicaron que actualmente en el país se está mejorando la infraestructura en las empresas exportadoras; sin embargo el 5% no compartieron los puntos de vista del grupo anterior y el 3% refirieron desconocer, llegando al 100%.

La información obtenida como resultado del análisis, permitió conocer que las empresas exportadoras están empeñadas en lograr el mejoramiento de su infraestructura, con el fin de ser más competitivas y desde luego cumplir los estándares que se manejan en estas organizaciones; situación que a no dudarlo, incidirá favorablemente en la gestión de estas empresas.

4.1.12 Mejoramiento de los estándares de producción a nivel empresarial.

A la pregunta: ¿Cree que en el país se maneja apropiadamente el mejoramiento de los estándares de producción a nivel empresarial?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	69	88
b) No	6	8
c) Desconoce	3	4
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Los datos que se muestran en la pregunta, destacan que el 88% de los encuestados, consideran que en el país se maneja adecuadamente los estándares de producción en las empresas exportadoras de minerales a la República Popular China; en cambio el 8% no compartieron lo expresado por el grupo anterior y el 4% restante manifestaron desconocer, sumando el 100%.

En base a los puntos de vista expresados en el párrafo anterior, se encuentra que según lo opinado por los gerentes de empresas exportadoras de minerales a la República Popular China, se está trabajando con el fin de optimizar los estándares de producción en este sector empresarial, debido a la misma exigencia de los mercados, entre ellos el de China; es por eso que existe planes de mejoramiento de la infraestructura y otros que ayudan a los estantales en referencia.

4.1.13 Aprovechamiento de diferencia entre precios de mercado y coste de producción.

A la pregunta: ¿Considera que las empresas exportadoras de minerales vienen aprovechando la diferencia de precios de mercado y coste de producción?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	67	86
b) No	9	11
c) Desconoce	2	3
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

Sin duda lo opinado por los encuestados, respecto a esta pregunta, demostró que el 86% de los consultados consideran que las empresas exportadoras de minerales vienen aprovechando los precios de mercado y costes de producción; mientras el 11% tuvieron expresiones que no concuerdan con lo expresado por la mayoría y el 3% restante indicaron desconocer, llegando al 100%.

Tal como se observa en la información presentada en la tabla y gráfico correspondiente, la mayoría de los encuestados consideran que en estas organizaciones dedicadas a la exportación de minerales, aprovechan la diferencia de precios que existen en el mercado y también los costes de producción, situación que a no dudarlo influye directamente en la actividad que llevan a cabo.

4.1.14 Exportaciones mineras se han optimizado en los últimos años.

A la pregunta: ¿Considera que las exportaciones mineras se han optimizado en los últimos años?

ALTERNATIVAS	fi	%
a) Si	69	88
b) No	6	8
c) Desconoce	3	4
TOTAL	78	100%

INTERPRETACIÓN

El panorama que nos muestra la información relacionada con la interrogantes, señala que el 88% de los gerentes tomados en cuenta en el estudio, reconocieron que las exportaciones mineras se han optimizado en los últimos años pese a los altibajos presentados a nivel internacional; sin embargo el 8% no estuvieron de acuerdo y el 4% complementario indicaron desconocer, sumando así el 100% de la muestra.

Analizando la información, es notorio que la mayoría de los gerentes que trabajan en empresas mineras y principalmente las exportadoras, explicaron que dicha actividad se ha mejorado debido a los alcances del TLC suscrito con el país asiático, quien ha flexibilizado esta actividad; requiriéndose en cambio mayor capacitación a nivel gerencial y de toma de decisiones, con el fin de aprovechar este mercado de la República Popular China.

4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para contrastar las hipótesis planteadas se hizo uso de la prueba ji cuadrado, pues los datos se ajustan a una escala de medición tipo nominal, pudiendo por lo tanto hacer uso de ella. La fórmula a utilizar será la prueba ji cuadrado corregida por Yates, ya que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas de la tabla son menores a cinco (5), lo que obliga a la combinación de celdas adyacentes para finalmente obtener una tabla 2x2.

El estadístico Ji-cuadrado corregido por Yates es como sigue:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

Dónde:

a= Celda, primera columna, primera fila

b= Celda, segunda columna, primera fila

c= Celda, primera columna, segunda fila

d= Celda, segunda columna, segunda fila

Hipótesis a:

H₀: La riqueza que genera la actividad minera, no incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.

H₁: La riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.

La actividad minera genera riqueza	Existe accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	61	1	0	62
No	10	4	0	14
Desconoce	0	0	2	2
Total	71	5	2	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

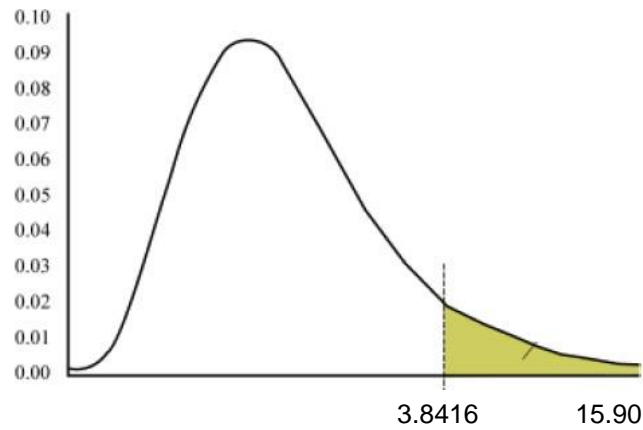
1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando **H₀** es verdadera, **X²** sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416
5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(61*6 - 1*10 - 78/2)^2 78}{(62)(16)(71)(7)} = 15.90$$

6. Decisión estadística: Dado que $15.90 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



7. Conclusión: La riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.

Hipótesis b:

H₀: La exportación de concentrados mineros, no incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

H₁: La exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

Existe exportación de concentrados mineros	Existe mejoras en la capacidad exportadora			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	63	1	0	64
No	6	5	2	13
Desconoce	0	0	1	1
Total	69	6	3	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

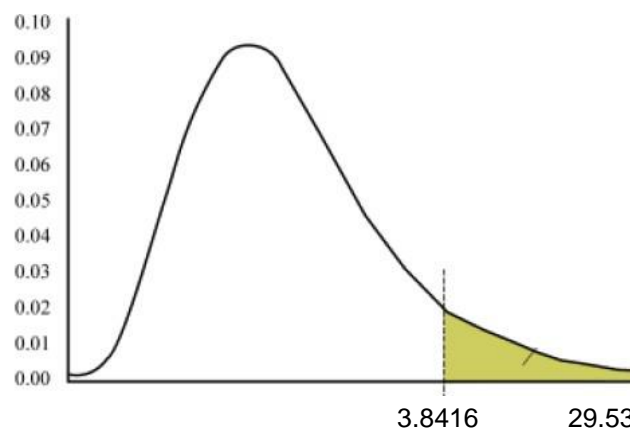
1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando **H₀** es verdadera, **X²** sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416
5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(63 * 8 - 1 * 6 - 78 / 2)^2 78}{(64)(14)(69)(9)} = 29.53$$

6. Decisión estadística: Dado que $29.53 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



7. Conclusión: La exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

Hipótesis c:

H_0 : La producción de minerales refinados, no incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

H_1 : La producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

Existe producción de minerales refinados	Existe capacidad exportadora de las empresas peruanas			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	57	1	0	58
No	14	3	0	17
Desconoce	0	1	2	3
Total	71	5	2	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.

2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera, χ^2

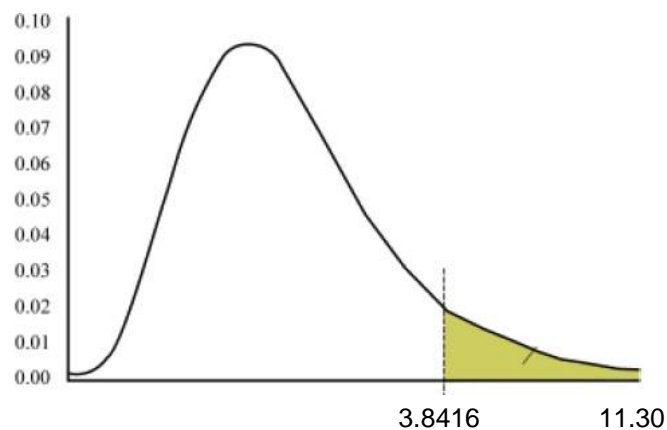
sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416

5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(57*6 - 1*14 - 78/2)^2 78}{(58)(20)(71)(7)} = 11.30$$

6. Decisión estadística: Dado que $11.30 > 3.8416$, se rechaza **H_0** .



7. Conclusión: La producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

Hipótesis d:

H_0 : La producción de productos terminados, no influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.

H_1 : La producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.

Existe producción de productos terminados	Existe mejoras en la infraestructura de empresas peruanas			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	57	1	0	58
No	15	3	0	18
Desconoce	0	0	2	2
Total	72	4	2	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

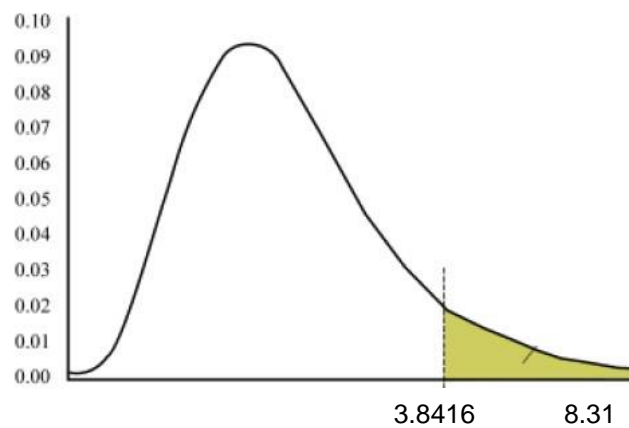
$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando H_0 es verdadera, χ^2 sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1) = 1$ grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H_0) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416

5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(57*5 - 1*15 - 78/2)^2 78}{(58)(20)(72)(6)} = 8.31$$

6. Decisión estadística: Dado que $8.31 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



7. Conclusión: La producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.

Hipótesis e:

H₀: La generación de encadenamientos con otros sectores, no incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.

H₁: La generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.

Existe la generación de encadenamientos con otros sectores	Existe mejoras en los estándares de producción minera a nivel empresarial			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	55	1	0	56
No	14	3	1	18
Desconoce	0	2	2	4
Total	69	6	3	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
3. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

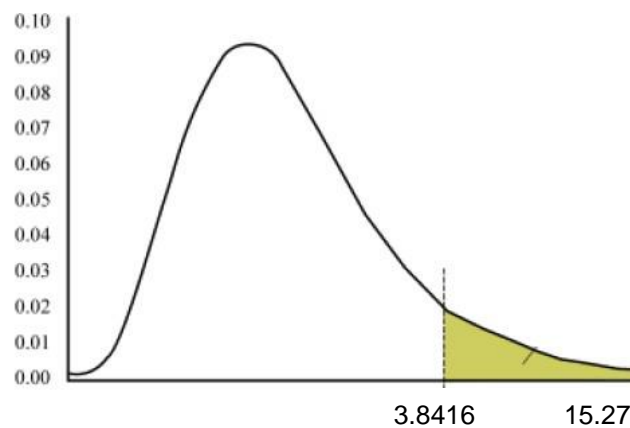
$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

4. Distribución de la estadística de prueba: cuando **H₀** es verdadera, **X²** sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
5. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416

6. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(55 * 8 - 1 * 14 - 78 / 2)^2 78}{(56)(22)(69)(9)} = 15.27$$

7. Decisión estadística: Dado que $15.27 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



8. Conclusión: La generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.

Hipótesis f:

H₀: La captación de inversiones mineras, no incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.

H₁: La captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.

Existe captación de inversiones mineras	Existe aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	58	1	0	59
No	9	7	0	16
Desconoce	0	1	2	3
Total	67	9	2	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

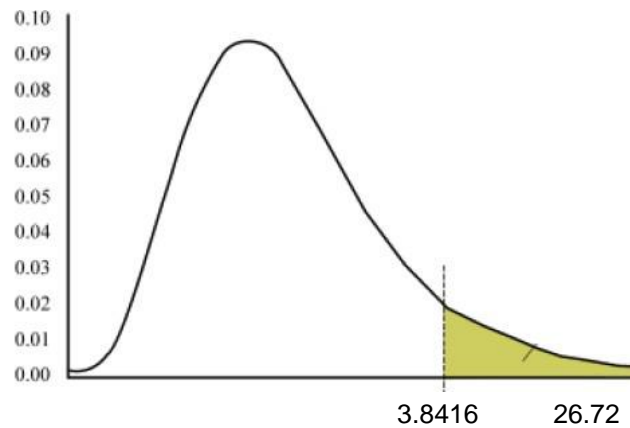
1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

3. Distribución de la estadística de prueba: cuando **H₀** es verdadera, **X²** sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
4. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416
5. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(58*10 - 1*9 - 78/2)^2 78}{(59)(19)(67)(11)} = 26.72$$

6. Decisión estadística: Dado que $26.72 > 3.8416$, se rechaza **H₀**.



7. Conclusión: La captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.

Hipótesis General:

H₀: A mayor generación del valor agregado, no necesariamente mayor será su incidencia en las exportaciones mineras a la República Popular China.

H₁: A mayor generación del valor agregado, mayor será su incidencia en las exportaciones mineras a la República Popular China.

Existe generación del valor agregado	Las exportaciones mineras a la República Popular China son las adecuadas			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	58	1	0	59
No	11	5	1	17
Desconoce	0	0	2	2
Total	69	6	3	78

Para probar la hipótesis planteada seguiremos el siguiente procedimiento:

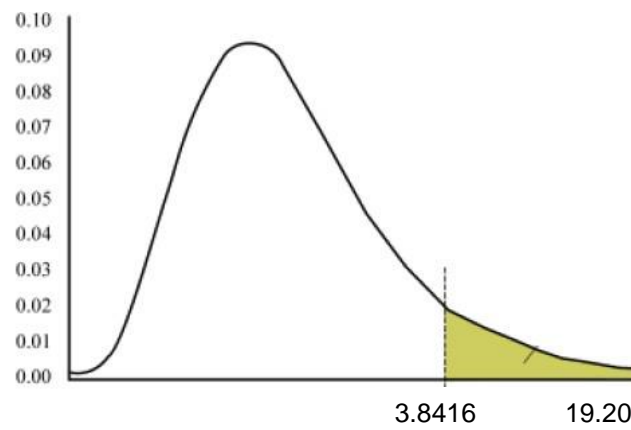
1. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
2. Suposiciones: La muestra es una muestra aleatoria simple.
3. Estadística de prueba: La estadística de prueba es:

$$\chi^2 = \frac{(ad - bc - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

4. Distribución de la estadística de prueba: cuando **H₀** es verdadera, **X²** sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.
5. Regla de decisión: Rechazar hipótesis nula (H₀) si el valor calculado de χ^2 es mayor o igual a 3.8416
6. Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$\chi^2 = \frac{(58*8 - 1*11 - 78/2)^2 78}{(59)(19)(69)(9)} = 19.20$$

7. Decisión estadística: Dado que 19.20 > 3.8416, se rechaza **H₀**.



8. Conclusión: A mayor generación del valor agregado, mayor será su incidencia en las exportaciones mineras a la República Popular China.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- a.** Los datos obtenidos como producto de la investigación, permitió establecer que la riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.

- b.** Los datos obtenidos lograron precisar que la exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

- c.** Se ha establecido que la calidad de la producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.

- d.** Se ha establecido que la producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.
- e.** Se ha demostrado que la generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.
- f.** Se ha demostrado que la captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.
- g.** En conclusión, se ha determinado que a mayor generación del valor agregado, mayor será su incidencia en las exportaciones mineras a la República Popular China.

5.2 RECOMENDACIONES

- a.** Se hace necesario que el Perú conociendo los aportes que da la minería al PBI, es conveniente que el Estado destine mayores recursos a la actividad científica, aprovechando la parte académica que brinda las universidades, con el fin que exista mayor actividad investigatoria y de generación de valor agregado a las exportaciones, tal como lo hacen en otros países, principalmente los asiáticos.
- b.** Es conveniente que las empresas dedicadas a la exportación de minerales además de darle valor agregado a las exportaciones mineras, debe impulsar los encadenamientos productivos en el país, con el fin de lograr mayor crecimiento económico y buscar mayor

inclusión social; situación que a no dudarlo disminuiría la pobreza y la desigualdad social.

- c.** Resulta importante que la actividad de exportación de minerales a la República Popular China, no solo lo efectuó mediante concentrados mineros; sino por el contrario buscar la comercialización de minerales refinados, que además de alcanzar mejores dividendos económicos, serviría para la generación de empleo y el mejoramiento de la capacidad económica de la población.

B I B L I O G R A F Í A

- AMAT, Oriol. **EVA. VALOR ECONÓMICO AGREGADO**, En Grupo Editorial Norma, Barcelona – España, 2010, pp. 269
- Asociación de Importadores y Exportadores. **PROPUESTAS PARA UN PLAN NACIONAL DE EXPORTACIONES**, Editado por la AIERA, Buenos Aires – Argentina, 2010, pp. 550
- CERTO, Samuel. **ADMINISTRACIÓN MODERNA**, Editorial Pearson Educación, Novena Edición, Estados Unidos, 2009, pp. 591
- COLTRAIN, David y otros. **VALOR AGREGADO: OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS**, Editado por el Departamento de Agricultura de Kansas, Estados Unidos, 2008, pp. 97
- GABRIELE, Alberto. **¿CUÁN NO TRADICIONALES SON LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES?**, Editorial CEPAL, edición de Diciembre, Chile, 2009, pp.245
- GATTO, Francisco. **LAS EXPORTACIONES INDUSTRIALES DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**, Editorial CEPAL, edición Agosto, Buenos Aires-Argentina, 2001, pp.216
- GRAVENS, David W., HILLS, Gerald E. y Robert B., WOODRUFF. **ADMINISTRACIÓN EN MERCADOTECNIA: MARKETING UNIVERSITARIO**, Editorial Compañía Editorial Continental S.A., Primera Edición, México, 2009, pp. 867
- GUTMAN, Graciela E. y MIOTTI, Luis E. **EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: ESPECIALIZACIÓN, COMPETITIVIDAD Y OPORTUNIDADES COMERCIALES EN LOS MERCADOS DE LA OCDE**, Editorial CEPAL, edición de Agosto, Chile, 2012, pp.132
- KERIN, Roger A. y otros. **MARKETING**, Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A., Séptima Edición, México, 2008, pp. 857
- KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG. **MARKETING**, Editorial Pearson Educación S.A., Décima Edición, Madrid-España, 2010, pp. 758

- LAMB, Charles W.; HAIR, Joseph F. y Carl, McDANIEL. **MARKETING**, Editorial International Thomson Editores S.A., Sexta Edición, México, 2010, pp. 751
- LARACH, María Angélica. **LAS BARRERAS MEDIOAMBIENTALES A LAS EXPORTACIONES LATINOAMERICANAS DE CAMARONES**, Editorial Publicación de las Naciones Unidas, edición de Octubre, Chile, 2004, pp.270
- MORÍ-KOENING, Virginia. **ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO A LAS EXPORTACIONES DE PYMES INDUSTRIALES**, Editorial CEPAL, edición Octubre-Diciembre, Buenos Aires-Argentina, 2011, pp.288
- OLLIVIER FIERRO, Juan. **IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL VALOR AGREGADO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS**, Editorial Tecnociencia, Chihuahua – México, 2007, pp. 75
- PEREZ SOLORZANO, José Luis. **DICCIONARIO JURÍDICO**. Revista Judicial, Editado por el Diario —La Horall, Quito-Ecuador, 2003, pp. 55.
- PIERNAS HURTADO, José. **VOCABULARIO DE ECONOMÍA POLÍTICA**, Editorial Manuel Soler, segunda edición, Barcelona-España, 2010, pp.394
- RUIZ CARO, Ariela. **LAS MEDIAS VERDADES SOBRE EL TLC EN EL CONGRESO**, Editorial del Congreso, edición del 31 de Marzo, Perú, 2005, pp.3
- SABINO, Carlos. **DICCIONARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS**, Editorial Panapo, sexta edición, Venezuela, 2007, pp.461
- SANBORN, Cynthia A. y Víctor, TORRES C., **LA ECONOMÍA CHINA Y LAS INDUSTRIAS EXTRACTIVAS: DESAFÍOS PARA EL PERÚ**. Editada por la Universidad del Pacífico, centro de investigación, Lima – Perú, 2013, pp. 379
- SERRA MORET, Manuel. **DICCIONARIO ECONÓMICO DE NUESTRO TIEMPO**, Editorial Mundo Atlántico, segunda edición, Buenos Aires-Argentina, 2005, pp.547
- STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y Bruce J., WALKER. **FUNDAMENTOS DE MARKETING**, Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A., 13ª Edición, México, 2004, pp. 825.

Referencias electrónicas:

- BORJA, Rodrigo. **VALOR AGREGADO**, extraída de la página web: <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=v&idind=1552&termino=>
- CAMIN, Rubén. **¿A QUE SE DENOMINA VALOR AGREGADO?**, extraído de la página web: http://es.over-blog.com/A_que_se_denomina_valor_agregado-1228321767-art174332.html
- Centro Nacional de Productividad. **MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: <http://www.cyta.com.ar/ta0702/v7n2a3.htm>
- GALLIZO LARRAZ, José Luis. **EL ESTADO DE VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/cf009>
- Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. **MINERÍA PERUANA: CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL**, Extraída de la página web: <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/Mineria/PUBLICACIONES/LIBROS/CONTRIBUCION2.pdf>
- MONTIEL, Eduardo. **LA IMPORTANCIA DEL VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: http://www.produccion.com.ar/produ_3.htm
- PÁGINA VIRTUAL IMPORTANCIA.ORG. **IMPORTANCIA DEL VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: <http://www.importancia.org/valor-agregado.php>, 2010

ANEXO N° 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO : NIVEL DE GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO EN LAS EXPORTACIONES MINERAS EN LA REPÚBLICA POPULAR CHINA.

AUTOR : MARCO ANTONIO REYES NAVARRETE.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPOTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO	INSTRUMENTO
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis Principal	Variable Independiente X. VALOR AGREGADO	x ₁ .- Nivel de riqueza que genera la actividad minera. x ₂ .- Nivel de exportación de concentrados mineros. x ₃ .- Grado de producción de minerales refinados. x ₄ .- Nivel de producción de productos terminados. x ₅ .- Nivel de generación de encadenamientos con otros sectores. x ₆ .- Nivel de captación de inversiones mineras.	Tipo Descriptivo Nivel Aplicativo Método y Diseño Ex post facto o retrospectivo	Población A nivel de Gerentes de empresas mineras en el Perú. Muestra 78 Gerentes. Muestreo aleatorio simple, como fuente del muestreo probabilístico.	Para el estudio se utilizará la encuesta.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas					
a. ¿De qué manera la riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino? b. ¿En qué medida la exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas? c. ¿En qué medida la producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas?	a. Establecer si la riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino. b. Precisar si la exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas. c. Establecer si la producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.	a. La riqueza que genera la actividad minera, incide en la accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino. b. La exportación de concentrados mineros, incide en el mejoramiento de la capacidad exportadora de las empresas peruanas. c. La producción de minerales refinados, incide en la capacidad exportadora de las empresas peruanas.					

<p>d. ¿En qué medida la producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas?</p> <p>e. ¿De qué manera la generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial?</p> <p>f. ¿En qué medida la captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción?</p>	<p>d. Establecer si la producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.</p> <p>e. Demostrar si la generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.</p> <p>f. Demostrar si la captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.</p>	<p>d. La producción de productos terminados, influye en el mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas peruanas.</p> <p>g. La generación de encadenamientos con otros sectores, incide en el mejoramiento de los estándares de producción minera a nivel empresarial.</p> <p>h. La captación de inversiones mineras, incide en el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y los costos de producción.</p>	<p>Variable Dependiente Y.- EXPORTACIONES MINERAS</p>	<p>y₁- Nivel de accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino.</p> <p>y₂- Nivel de mejoramiento de la capacidad exportadora.</p> <p>y₃- Nivel de capacidad de las empresas peruanas en las exportaciones.</p> <p>y₄- Mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas exportadoras.</p> <p>y₅- Nivel de mejoramiento de los estándares de producción a nivel empresarial.</p> <p>y₆- Aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y coste de producción.</p>			
--	---	---	---	---	--	--	--

ANEXO N° 2

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente técnica de la Encuesta, tiene por finalidad recoger información sobre la investigación titulada: **"NIVEL DE GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO EN LAS EXPORTACIONES MINERAS A LA REPÚBLICA POPULAR CHINA"**, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X). Se le recuerda, que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

1.- ¿En su opinión es posible generar riqueza mediante la actividad minera?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....

2.- ¿Considera coherente que en el país se exporte concentrados mineros?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....

3.- ¿Cree que la producción de minerales refinados se lleva a cabo dentro de los estándares establecidos?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....

4.- ¿En su opinión existe valor agregado en la producción de productos terminados?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....

5.- ¿Existe en el país la generación de encadenamientos con otros sectores?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

6.- ¿Cree que el Perú está captando inversiones para la actividad minera en los últimos años?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

7.- ¿Cree que en el país existe valor agregado en las exportaciones mineras?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

8.- ¿En su opinión existe accesibilidad de los productos peruanos al mercado chino?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

9.- ¿Aprecia Usted mejoramiento en la capacidad exportadora de las empresas mineras?
a) Si ()
b) No ()
c) Desconoce ()
¿Por qué?.....
.....
.....

10.- ¿Aprecia Usted capacidad de las empresas peruanas en cuanto a las exportaciones?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....
.....

11.- ¿Cree que en el país existe mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas exportadoras?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce()

¿Por qué?.....

.....
.....

12.- ¿Cree que el en el país se maneja apropiadamente el mejoramiento de los estándares de producción a nivel empresarial?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....
.....

13.- ¿Considera que las empresas exportadoras de minerales vienen aprovechando la diferencia de precios de mercado y coste de producción?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce()

¿Por qué?.....

.....
.....

14.- ¿Considera que las exportaciones mineras se han optimizado en los últimos años?

a) Si ()

b) No ()

c) Desconoce ()

¿Por qué?.....

.....
.....

ANEXO N° 3

EVOLUCIÓN DEL RANKING DE PAÍSES DE LA REGIÓN ATRACTIVOS A LA INVERSIÓN MINERA					
(Ranking/total de países del mundo)					
Países/año	2015	2014	2013	2012	2011
Bolivia	94/109	99/122	102/112	92/96	90/93
Brasil	56/109	40/122	45/112	36/96	24/93
Chile	11/109	9/122	4/112	11/96	6/93
Colombia	55/109	61/122	63/122	32/96	34/93
Rep. Dominicana	81/109	91/122	85/122	64/96	89/93
Ecuador	92/109	97/122	105/122	87/96	84/93
Guatemala	97/109	113/122	90/122	90/96	80/93
Honduras	107/109	115/122	108/112	95/96	88/93
México	37/109	24/122	31/112	25/96	11/93
Panamá	74/109	62/122	59/112	74/96	71/93
Perú	36/109	26/122	34/112	39/96	29/93
Uruguay	99/109	82/122	111/112	-	-
Venezuela	108/109	122/122	112/112	96/96	93/93

FUENTE: Instituto Canadiense Fraser.

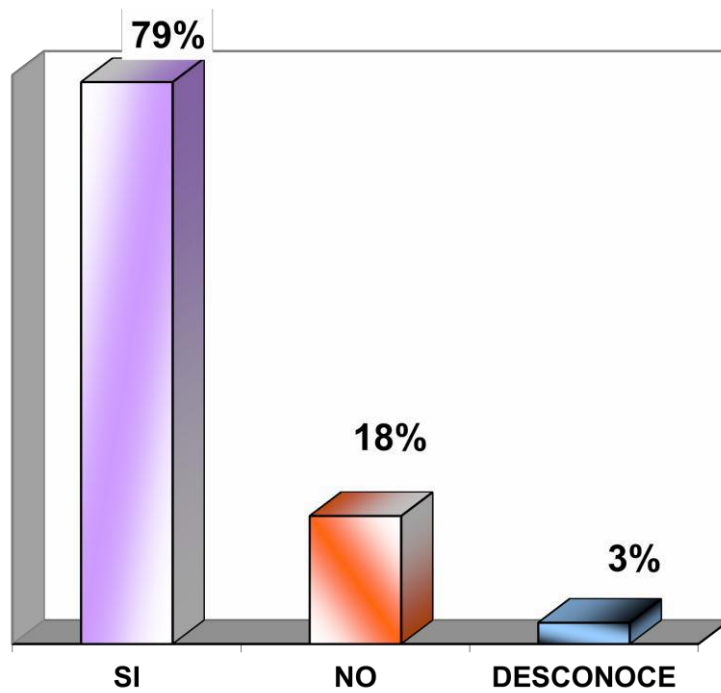
ANEXO N° 4

PRINCIPALES INVERSIONES MINERAS SEGÚN EMPRESA			
Enero US\$			
Rank. Titular minero	2015	2016	Var. %
1° Minera las Bambas S.A.	104´150,604	63´966,647	-38.6%
2° Compañía Minera Antapaccay S.A	34´901,684	51´234,451	46.8%
3° Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.	173´589,052	48´412,143	-72.1%
4° Compañía Minera Antamina S.A.	7´616,427	29´447.823	+
5° Southern Perú Copper Corp. Sucursal del Perú	9´548,651	18´880,506	97.7%
6° Consorcio Minero Horizonte S.A.	19´741,493	16´339,105	-17.2%
7° Minera Chinalco Perú S.A.	23´357,496	12´789,609	-45.2%
8° Hudbay Perú S.A.C	10´858,099	12´779,294	17.7%
9° Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.	9´413,980	9´402,674	-0.1%
10° La Arena S.A	7´005,638	8´645,196	23.4%

FUENTE: DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN MINERA - MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS DECLARACIONES MENSUALES ESTAMIN

Gráfico No. 1

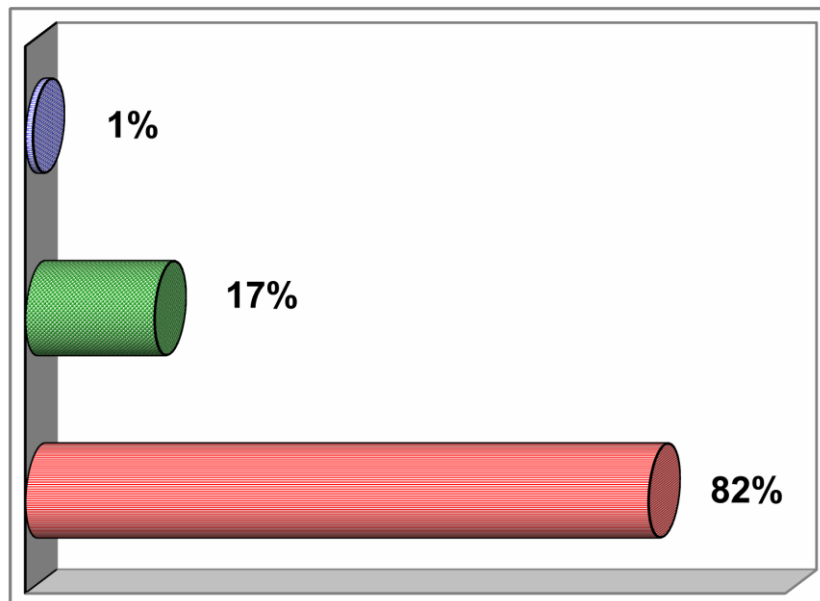
ES POSIBLE GENERAR RIQUEZA MEDIANTE LA ACTIVIDAD MINERA.



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 2

EXPORTACIÓN DE CONCENTRADOS MINEROS

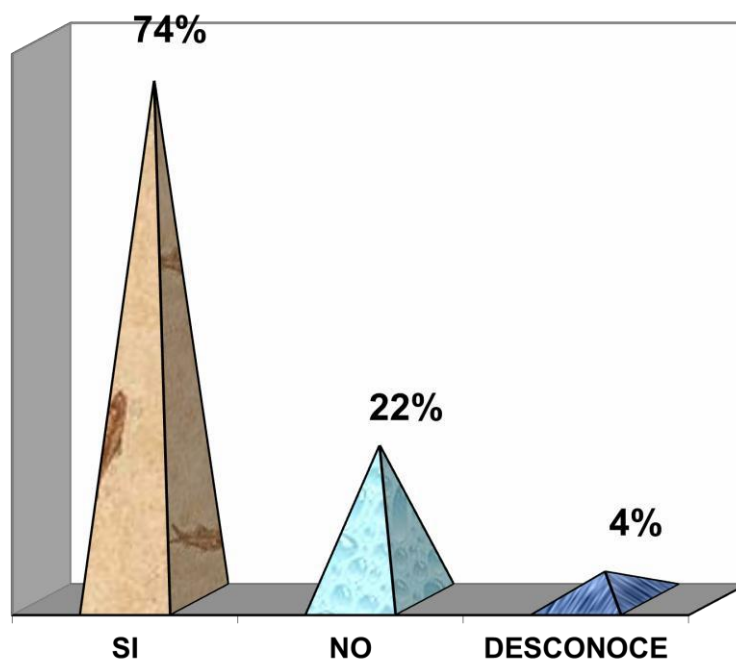


■ SI ■ NO ■ DESCONOCE

Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 3

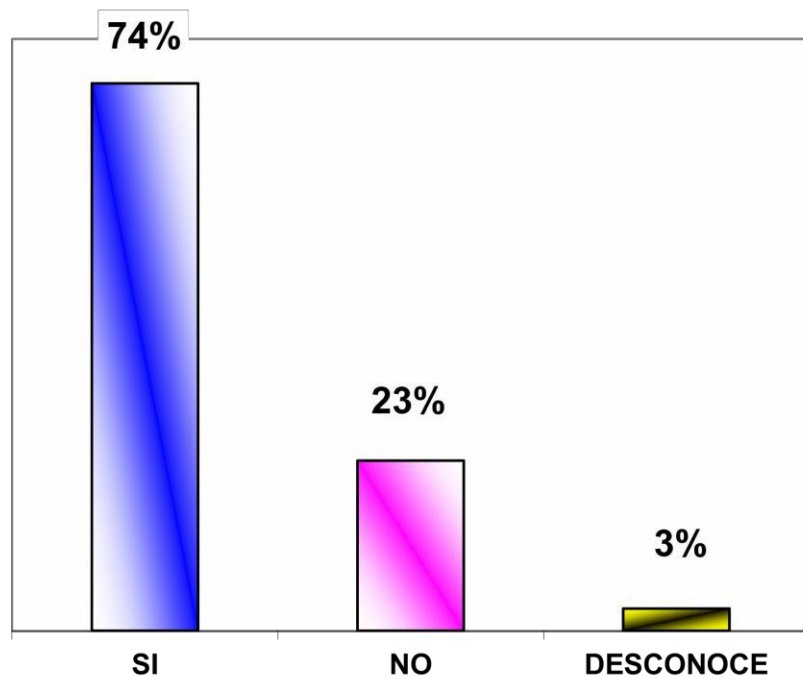
PRODUCCIÓN DE MINERALES REFINADOS SE LLEVA A CABO DENTRO DE LOS ESTÁNDARES ESTABLECIDOS



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 4

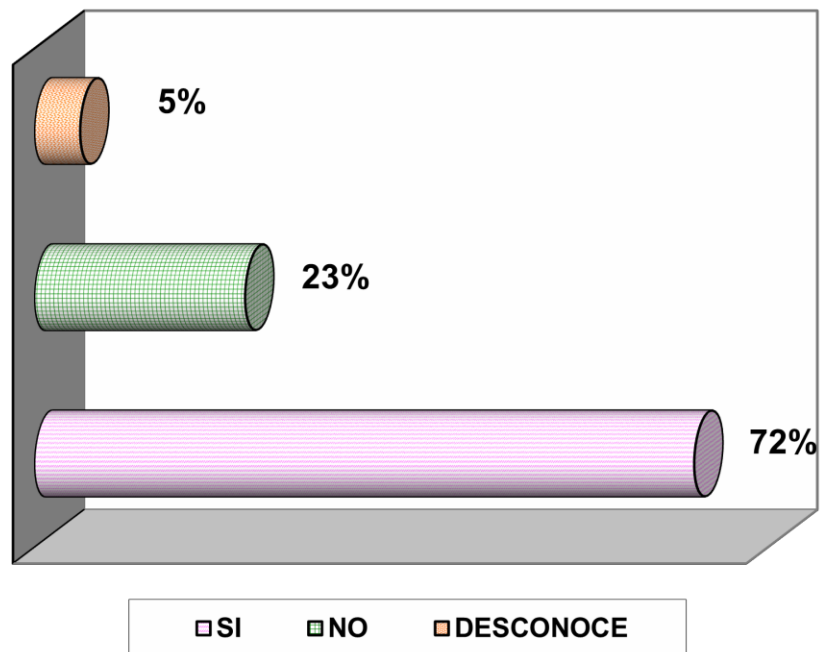
VALOR AGREGADO EN LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS TERMINADOS



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 5

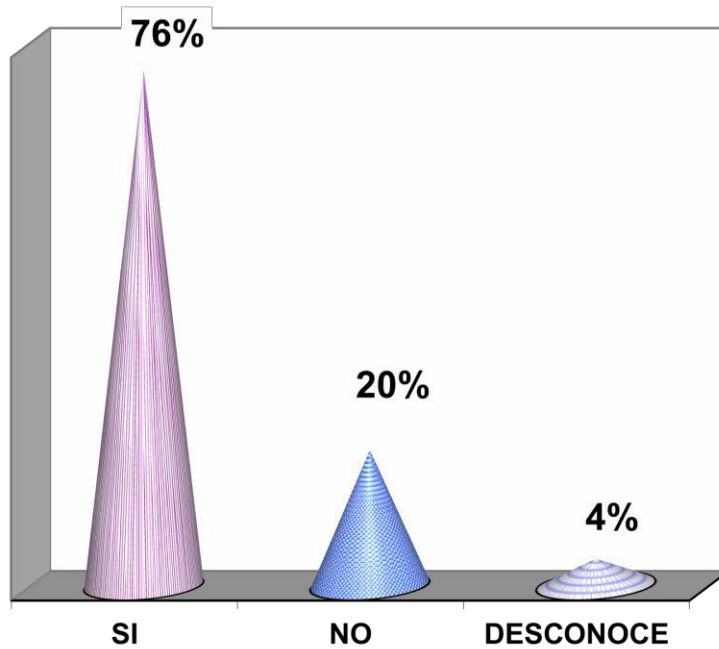
GENERACIÓN DE ENCADENAMIENTOS CON OTROS SECTORES



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 6

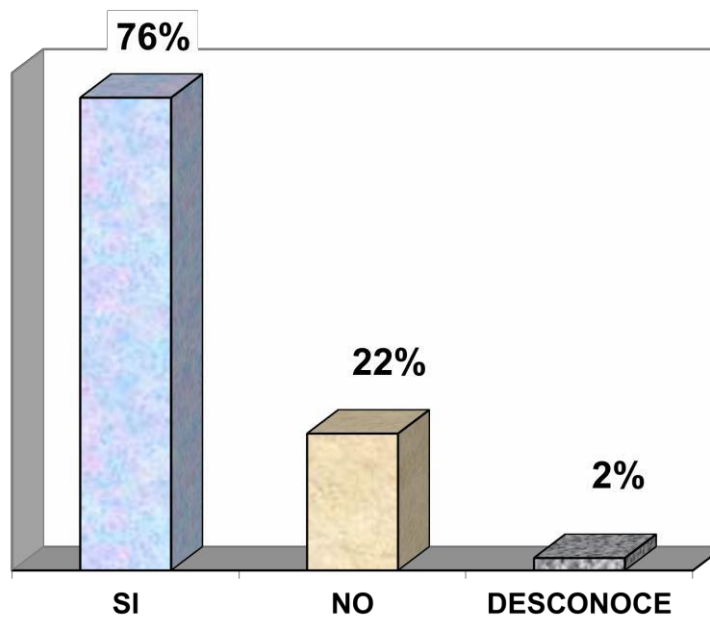
EL PERÚ ESTÁ CAPTANDO INVERSIONES PARA LA ACTIVIDAD MINERA



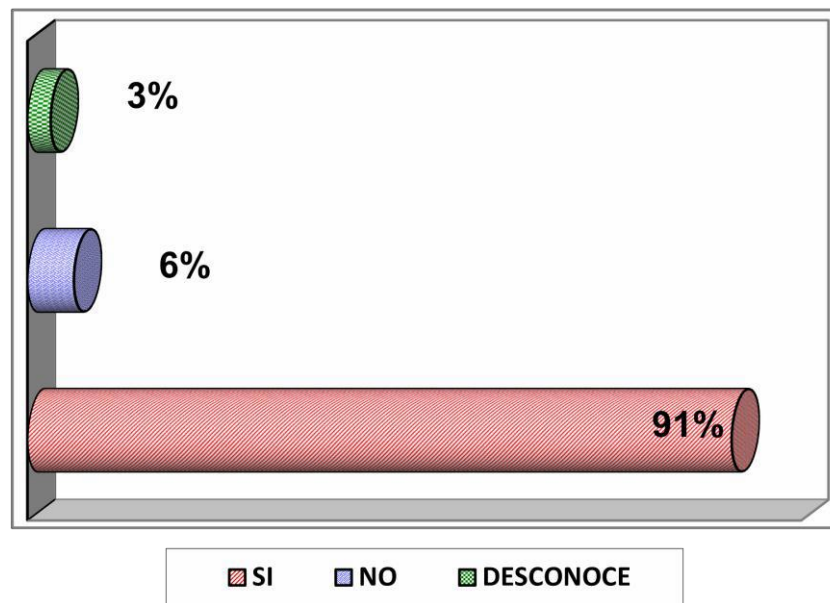
Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 7

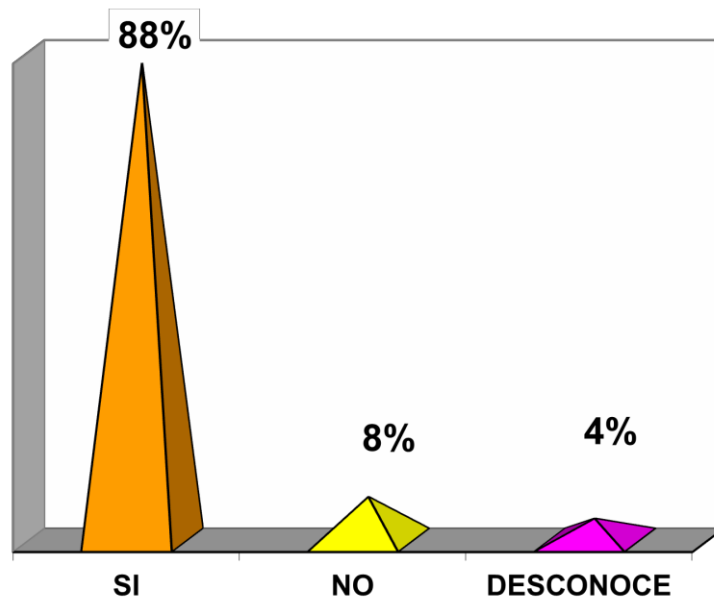
EN EL PAÍS EXISTE VALOR AGREGADO EN LAS EXPORTACIONES MINERAS.



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 8**ACCESIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS PERUANOS AL MERCADO CHINO.**

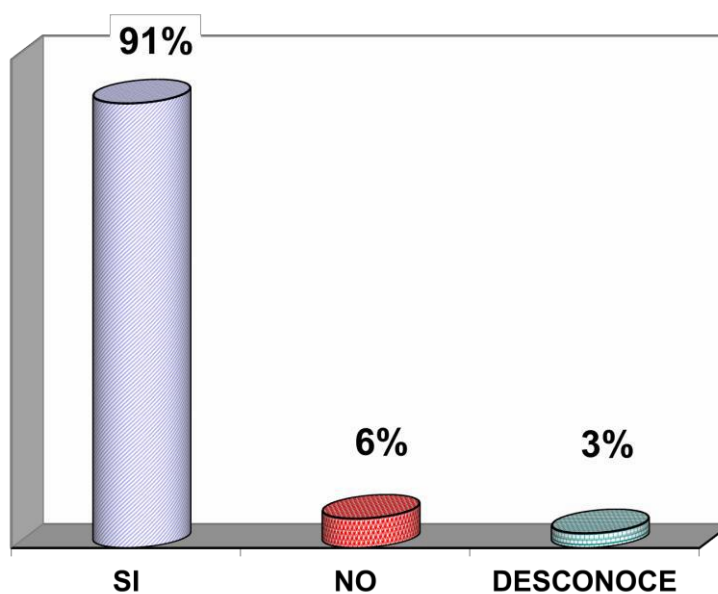
Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 9**MEJORAMIENTO EN LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LA EMPRESAS MINERAS.**

Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 10

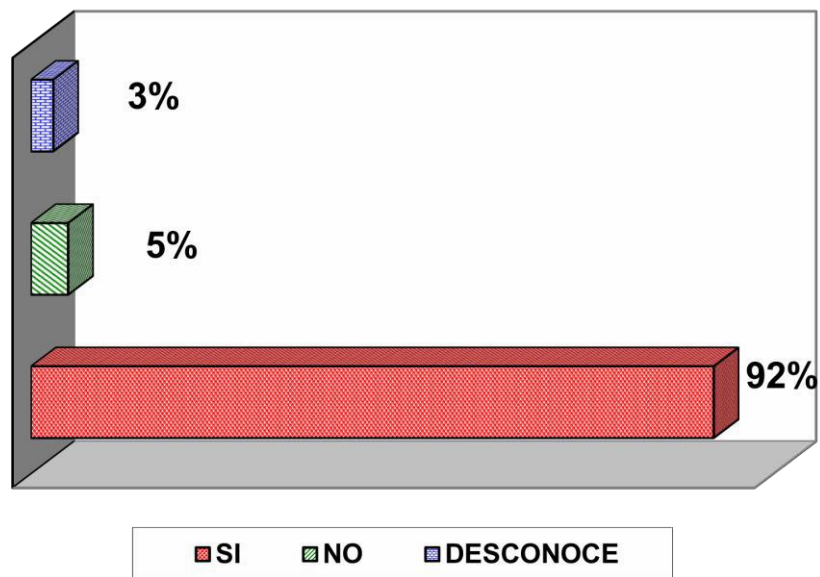
CAPACIDAD DE LAS EMPRESAS PERUANAS EN CUANTO A LAS EXPORTACIONES.



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

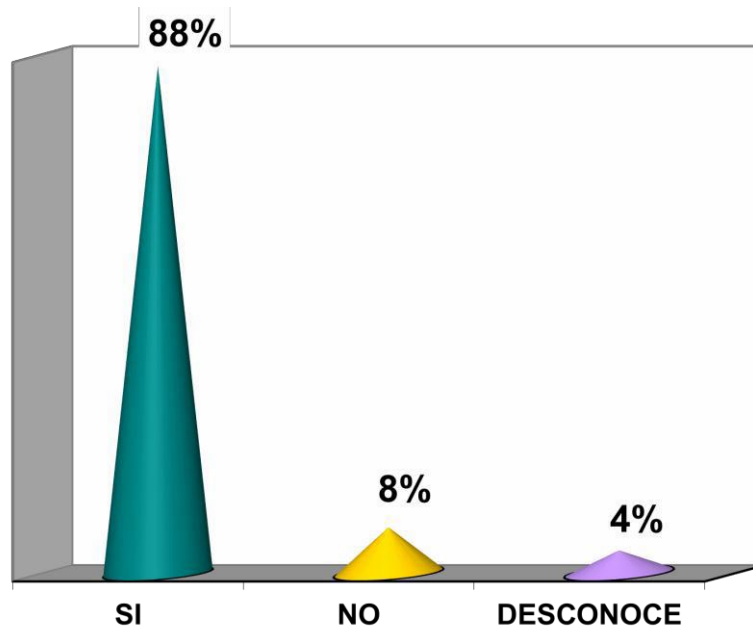
Gráfico No. 11

**MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA
UTILIZADA POR EMPRESAS EXPORTADORAS.**



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

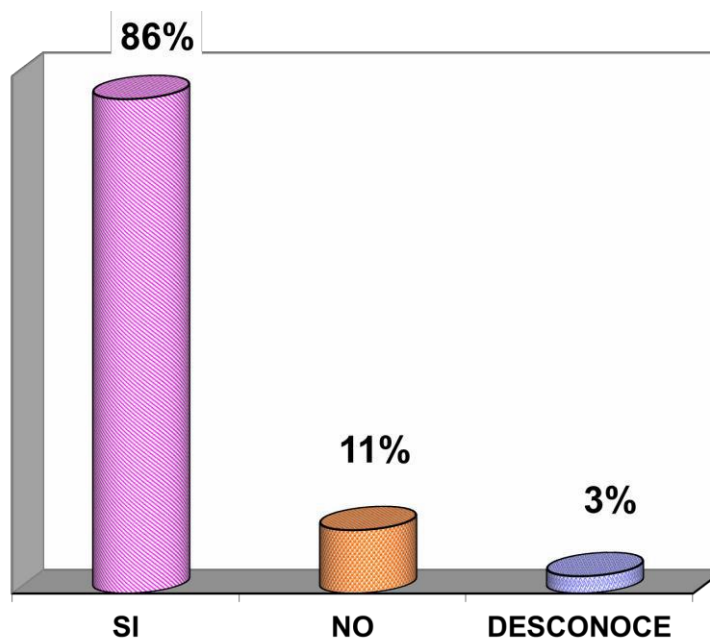
Gráfico No. 12

MEJORAMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN A NIVEL EMPRESARIAL

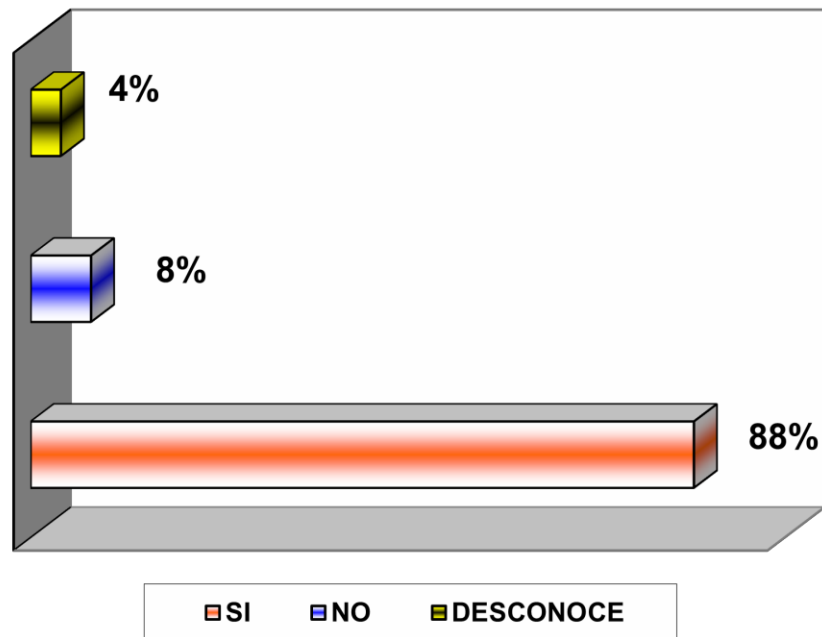
Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 13

**APROVECHAMIENTO DE DIFERENCIA ENTRE
PRECIOS DE MERCADO Y COSTE DE
PRODUCCIÓN.**



Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)

Gráfico No. 14**EXPORTACIONES MINERAS SE HAN OPTIMIZADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.**

Fuente: Encuesta a los gerentes de empresas mineras en el Perú. (Octubre 2015 - Febrero 2016)