

**INFORME DE ACTUALIZACION DEL PLAN ESTRATEGICO
REGIONAL DE EXPORTACION
PIURA**

Informe Final

Documento elaborado por:
Teodoro Sanz Gutiérrez

Enero de 2008

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL	ii
INDICE DE CUADROS	iii
INDICE DE GRAFICOS	iv
INDICE DE ANEXOS	v
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1. CARACTERIZACION DE LA REGION	3
1.1 Aspectos geográficos	3
1.2 Población e indicadores sociales	4
1.3 Infraestructura y corredores económicos	9
1.4 Sectores económicos más importantes de la Región	11
CAPITULO 2. SITUACION DE LAS EXPORTACIONES DE LA REGION EN EL 2006	18
CAPITULO 3. MONITOREO Y EVALUACION DEL PLAN ESTRATEGICO REGIONAL DE EXPORTACION 2004	24
3.1 Cumplimiento de las actividades identificadas en el PERX 2004	24
3.2 Análisis del impacto del PERX 2004	26
CAPITULO 4. ACTUALIZACION DE LA MATRIZ FODA Y LA MATRIZ DE ACTIVIDADES DE LA REGION	33
4.1 Matriz FODA	33
4.2 Matriz de Actividades	37
BIBLIOGRAFIA	48
INDICE DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	49
ANEXOS	50

INDICE DE CUADROS

1.1 REGION PIURA: SUPERFICIE TERRITORIAL, SEGÚN PROVINCIAS, 2005.	3
1.2. REGION PIURA: POBLACION Y DENSIDAD POBLACIONAL, SEGÚN PROVINCIAS, 2005.	4
1.3. REGION PIURA: INDICE DE DESARROLLO HUMANO Y VARIABLES QUE LO CONFORMAN, 2005.	6
1.4. REGION PIURA: CENTROS EDUCATIVOS Y MATRICULA, SEGÚN NIVELES O MODALIDADES EDUCATIVAS, 2007.	7
1.5. PERU, REGION PIURA Y CIUDAD PIURA: INDICADORES DE EMPLEO, 2005 (Porcentaje).	8
1.6. PERU, REGION PIURA Y CIUDAD PIURA: DISTRIBUCION DE LA PEA OCUPADA SEGÚN NIVEL EDUCATIVO, 2005 (Porcentaje).	8
1.7. REGION PIURA: DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE SEGÚN CARACTERISTICAS DEL SUELO, 1994.	14
1.8. REGION PIURA: PRODUCCION PESQUERA, SEGÚN DESTINO, ENERO - JULIO 2006 y 2007 (Toneladas).	15
1.9. REGION PIURA: PRODUCCION DE HIDROCARBUROS, SEGÚN COMPAÑÍAS, ENERO - JULIO 2006 y 2007.	16
2.1. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2006.	18
2.2. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2006.	21
2.3. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PRODUCTOS, 2006.	23
3.1. REGION PIURA: INDICADORES COMPARATIVOS DE EXPORTACIONES, 2003 Y 2006	27
3.2. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2003 – 2006.	28
3.3. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2003 – 2006.	29
3.4. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2003 – 2006.	30
3.5. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PRODUCTOS, 2003 – 2006.	32

INDICE DE GRAFICOS

- 1.1. PERU Y REGION PIURA: POBLACION EN SITUACION DE POBREZA, SEGÚN METODO DEL GASTO, 2001 – 2005 (Porcentaje). **5**
- 1.2. PERU Y REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL PBI (A PRECIOS CONSTANTES DE 1994) SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2005. **12**
- 1.3. PERU Y REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL PBI (A PRECIOS CONSTANTES DE 1994), SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2000 – 2005. **13**
- 2.1. REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2006. **19**
- 2.2. PERU Y REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2006. **20**
- 2.3. REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2006. **22**
- 3.1. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2003 – 2006. **28**
- 3.2. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2003 – 2006. **29**
- 3.3. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2003 – 2006. **31**

INDICE DE ANEXOS

1. REGION PIURA: PRODUCCION AGRARIA, SEGÚN CULTIVOS, ENERO – JULIO 2006 y 2007 (Toneladas)
2. AGENDA DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA
3. RELACION DE ASISTENTES AL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA
4. INFORME DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA

Introducción

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) tiene entre sus objetivos apoyar a las Regiones en el desarrollo de su potencial exportador, para lo cual se requiere de una estrategia y un plan de trabajo adecuado que permitan una labor coordinada con las autoridades regionales y el sector privado regional. Uno de los instrumentos con que cuenta cada una de las 24 Regiones del país para desarrollar este potencial exportador es el Plan Estratégico Regional de Exportación (PERX), el cual debe tener un carácter dinámico y ser monitoreado en su ejecución cada cierto tiempo.

En tal sentido, el objetivo de la presente consultoría es la actualización del PERX de la Región Piura, cuya versión inicial fue elaborada en el 2004. De esta manera, se podrá tener un PERX que refleje las condiciones y situación actual de la Región para presentarlo ante las diferentes fuentes cooperantes en busca del financiamiento para la implementación de las actividades sugeridas.

Para cumplir con dicho objetivo, el presente documento se ha estructurado en cuatro capítulos. En el primero se hace una caracterización de lo más relevante de la Región en cuanto a los aspectos geográficos, demográficos, sociales, económicos y de infraestructura. En el segundo se describe la situación de las exportaciones de la Región en el 2006, desagregando los resultados a nivel de países de destino, tipo de exportaciones (tradicional / no tradicional), sectores de actividad, y productos. Se obtiene así una especie de diagnóstico inicial que servirá como punto de partida para determinar, en algunos años, el impacto que ha tenido el presente PERX actualizado.

En el tercer capítulo se evalúa el PERX elaborado en el 2004, en cuanto a su nivel de avance en la ejecución de las actividades que había identificado, y sobretodo en relación al impacto que ha tenido en la Región. Para esto último se compara la situación de las exportaciones en la Región antes de dicho plan (año 2003) con la del 2006, en diferentes variables: nivel, distribución según productos, países de destino y sectores de actividad. Es cierto que se trata solamente de una aproximación para medir el impacto del PERX, ya que no se puede atribuir toda la responsabilidad de los resultados al diseño y posterior ejecución de las actividades contempladas en dicho Plan.

En el cuarto capítulo se presenta la Matriz FODA y la Matriz de Actividades actualizadas de la Región Piura. Esta última difiere de la Matriz trabajada en el 2004 no solamente en el contenido de las actividades, sino en que se incluyen indicadores de resultados por cada objetivo y en que se resaltan aquellas actividades que se deberían ejecutar a corto plazo.

La presente consultoría ha sido desarrollada entre los meses de Setiembre y Diciembre del 2007, y su ejecución ha implicado el uso de numerosas fuentes secundarias (principalmente Bases de Datos de MINCETUR, PROMPERU, el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI y otras instituciones) pero sobretodo recoge la opinión e inquietudes de todos los que participaron en el Taller de Actualización del PERX.

Finalmente, se debe resaltar la colaboración y los aportes del equipo de MINCETUR durante la ejecución de esta consultoría, principalmente de Joan Barrera, Franz Baumann, Carla Paredes y Giuliano Valdivia (Gerente del Comité Ejecutivo Regional Exportador - CERX Piura).

REGION PIURA	
Superficie	35 892 km ² ; que representa el 2,8% del territorio nacional
Límites	Al Norte con la Región Tumbes y Ecuador; al Este con Cajamarca; al Sur con Lambayeque; y al Oeste con el Océano Pacífico.
División Política	8 provincias y 64 distritos. La capital política es Piura.
Clima	Tropical seco, temperatura promedio de 24°C
Población, 2005	1 693 600 habitantes; que representa el 6,2% de la población nacional
Densidad poblacional, 2005	47,19 habitantes por km ²
% Población urbana / rural, 2005	73% habita en zonas urbanas y 27% en zonas rurales
% Población en situación de pobreza y pobreza extrema (según método del gasto), 2005	61% en situación de pobreza y 21% en pobreza extrema
Índice Desarrollo Humano, 2005	0,571; ocupa el puesto 15 a nivel nacional
% PEA que se encuentra adecuadamente empleada, 2005	41,9%
% PEA ocupada que ha culminado secundaria, 2005	48,4%
Ingreso promedio de la PEA ocupada, 2005	S/. 418 mensuales; inferior al promedio nacional (S/. 697)
Vías de transportes más utilizadas	Terrestre, fluvial, aérea
Principales puertos	Talara y Paita
Principales aeropuertos	Piura y Talara
Principales carreteras	4 271 Km de vías
Corredores económicos principales	Sullana – Tambogrande – San Lorenzo – Ayabaca; Talara – Paita – Sechura; Piura – Bajo Piura – Sechura; Chulucanas – Morropón – Huancabamba.
PBI (a precios constantes de 1994), 2005	S/. 5 280 millones; que representa el 3,6% del PBI nacional y ubica a la Región en el puesto 6.
Productividad laboral (PBI / PEA Ocupada), 2005	S/. 6 878 anuales; inferior al promedio nacional (S/. 11 316)
Distribución del PBI (a precios constantes de 1994) según sectores de actividad, 2005	Servicios 32,1%; Manufactura 29,2%; Agropecuario 9,5%
Tasa de crecimiento anual promedio PBI (a precios constantes de 1994), 2000 – 2005	2,8%; inferior al promedio nacional (4,2%). El sector que más creció fue el pesquero (5,5%) y el que menos creció, el minero (-3,2%)
Valor FOB exportaciones, 2006	\$ 1 205 881 335; que representa el 5,13% del total de exportaciones peruanas
Tasa de crecimiento anual promedio del valor FOB exportaciones, 2003 – 2006	18,78%; inferior al promedio nacional (37,51%)
Número de países a los que exportó en el 2006	94 países: Chile 26,1%; China 16,3%; Panamá 16,2%; y a otros 11 países se exportó por un valor superior a 1% del total exportado por la Región
Número de países a los que exportó en el 2003	83
Número de empresas que exportaron en el 2006	104
Número de empresas que exportaron en el 2005	87
Distribución del valor FOB de las exportaciones según tradicionales / no tradicionales, 2006	Tradicionales 72,5%; No Tradicionales 27,5%
Tasa crecimiento anual promedio del valor FOB de las exportaciones tradicionales y no tradicionales, 2003 – 2006	Tradicionales crecieron 16,4%; No Tradicionales crecieron 26,2%
Distribución del valor FOB de las exportaciones según sectores de actividad, 2006	Petróleo crudo 40,5%; Petróleo, derivados 20,8%; Pesquero 16%; y otros 4 sectores exportaron por un valor superior a 1% del total exportado por la Región
Tasa crecimiento anual promedio del valor FOB de las exportaciones según sectores de actividad, 2003 – 2006	El sector que más creció fue aceite de pescado (39,1%) y el que menos creció harina de pescado (-7,9%)
Número de productos exportados (partidas arancelarias), 2006	302 productos: Aceites crudos de petróleo 40,5%; Demás gasolina sin tetraetilo 9,5%; Harina de pescado 9,2%; y otros 9 productos que se exportaron por un valor superior a 1% del total exportado por la Región
Número de productos exportados (partidas arancelarias), 2003	333
Productos de la Región con mayor demanda internacional	Pota; calamares; mango; uva; banano orgánico; piquillo; páprika; frijol caupí; café; cacao; cerámica; petróleo (crudo y derivados); harina de pescado; conchas de abanico
Productos seleccionados para que cuenten primero con un POP	Pota y banano orgánico

1. Caracterización de la Región

La caracterización de la Región que a continuación se presenta incluye una breve descripción de lo más relevante en cuanto a los aspectos geográficos; población e indicadores sociales (nivel de pobreza y desarrollo, acceso a servicios básicos, empleo); infraestructura y corredores económicos; y los sectores económicos más importantes en Piura.

1.1. Aspectos geográficos

La Región Piura se sitúa en la parte Norte del Perú, y limita por el Norte con la Región Tumbes y Ecuador; por el Este con Cajamarca; por el Sur con la Región Lambayeque; y por el Oeste con el Océano Pacífico.

La superficie del territorio es 35 892 km², lo que representa el 2,79% del territorio nacional. Su franja costera alcanza 200 Km constituyéndose en la más ancha de todo el Perú. La Región tiene una ecología y topografía variada, con predominio de las llanuras desérticas (Sechura es el desierto con mayor superficie a nivel nacional) y el clima es tropical seco, con una temperatura promedio de 24°C. El 82% del territorio corresponde a Costa y el 18% restante a Sierra.

La Región Piura cuenta con 8 provincias y 64 distritos y, a diferencia de la mayoría de Regiones en el Perú, no hay ninguna que sea claramente más extensa que las demás. La división administrativa de Piura incluye 3 sub Regiones: Piura (comprende las provincias de Piura y Sechura); Morropón – Huancabamba; y Luciano Castillo Colona (comprende las provincias de Ayabaca, Paita, Sullana y Talara).

Cuadro 1.1. REGION PIURA: SUPERFICIE TERRITORIAL, SEGÚN PROVINCIAS, 2005.

Provincia	Nº de distritos	Superficie en km²	% Superficie total de la Región
Piura	9	6 211,16	17,3
Ayabaca	10	5 230,68	14,6
Huancabamba	8	4 254,14	11,9
Morropón	10	3 817,92	10,6
Paita	7	1 784,24	5,0
Sullana	8	5 423,61	15,1
Talara	6	2 799,49	7,8
Sechura	6	6 369,93	17,7
Total Región Piura	64	35 892,49	100,0

*Fuente: INEI - Censo Nacional de Población y Vivienda, 2005.
Elaboración propia*

1.2. Población e indicadores sociales

De acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda 2005 del INEI, Piura tiene 1 693 600 habitantes, lo que representa el 6,2% de la población nacional y significa que es la segunda Región más poblada del Perú. La densidad poblacional es 47 habitantes por km², más del doble en relación a la del país aproximadamente 21).

Cuadro 1.2. REGION PIURA: POBLACION Y DENSIDAD POBLACIONAL, SEGÚN PROVINCIAS, 2005.

Provincia	Población	% Población total de la Región	Densidad poblacional (habitantes * Km ²)
Piura	667 181	39,4	107,42
Ayabaca	143 570	8,5	27,45
Huancabamba	128 212	7,6	30,14
Morropón	169 468	10,0	44,39
Paita	109 203	6,4	61,20
Sullana	288 704	17,0	53,23
Talara	126 868	7,5	45,32
Sechura	60 394	3,6	9,48
Total Región Piura	1 693 600	100,0	47,19

Fuente: INEI - Censo Nacional de Población y Vivienda, 2005.

Elaboración propia

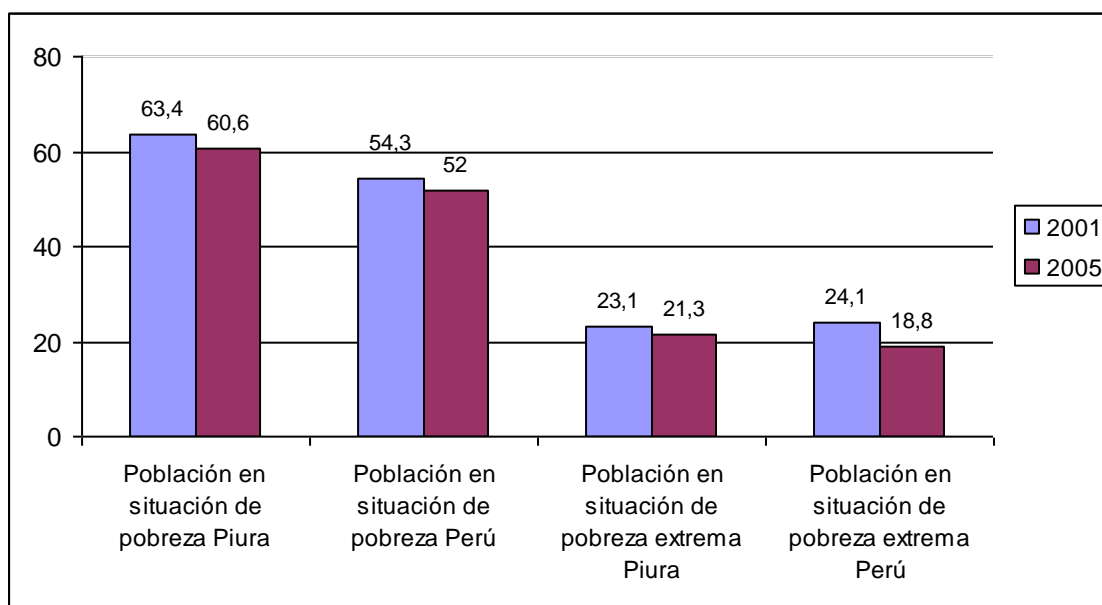
La tasa anual promedio de crecimiento de la población de Piura entre 1993 y 2005 ha sido 1,54%, similar a la registrada entre 1981 y 1993 (1,67%). En base a los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2005 del INEI, se pueden destacar otros aspectos relevantes en relación a la población de la Región:

- El 90% habita en la Costa y el 10% en la Sierra de la Región.
- El 73% habita en zona urbana y el 27% en zona rural, distribución muy similar a la que se observa a nivel nacional.
- Al clasificar la población según edades, se observa que en la Región el 61% de los habitantes tienen menos de 30 años. Este porcentaje es ligeramente superior al que se observa a nivel nacional (59%).
- La población nativa residente en la Región alcanza el 96% y los inmigrantes apenas el 4% (en el Perú esta distribución es 81% - 19%). Asimismo, la cantidad de piuranos que residen fuera de la Región es 5 veces más grande que la de no piuranos que viven en ella.

Nivel de pobreza e Índice de Desarrollo Humano

De acuerdo al método del gasto, al 2005 el 61% de la población de la Región Piura se encuentra por debajo de la línea de pobreza y el 21% es considerado pobre extremo, porcentajes ambos superiores a los que se presentan a nivel nacional. Asimismo, al comparar estos indicadores con los del 2001, se observa que el nivel de pobreza se ha reducido pero muy ligeramente (tanto en Piura como en el Perú).

Gráfico 1.1. PERU Y REGION PIURA: POBLACION EN SITUACION DE POBREZA, SEGÚN METODO DEL GASTO, 2001 – 2005. (Porcentaje)



Fuente: *Cuánto - Perú en Números 2006*.
Elaboración propia

Este indicador se obtiene a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) sobre Condiciones de Vida y Pobreza, y presenta el inconveniente de no poder ser desagregado a determinados niveles geográficos. Sin embargo, existen otros métodos de medición de la pobreza que superan dicha limitación, como los Mapas de Pobreza que elabora el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES).

FONCODES calcula un Índice de Carencias a partir de indicadores de vulnerabilidad (desnutrición crónica en niños de 6 a 9 años, tasa de analfabetismo entre las mujeres, porcentaje de niños entre 0 y 12 años) y de carencias de servicios básicos (porcentaje de hogares sin desagüe, sin agua potable y sin servicio eléctrico). De acuerdo al Mapa del 2006, Piura es la duodécima Región más pobre del país con un Índice de 0,5775 y se ubica en el segundo quintil más pobre a nivel de Regiones.

Existen otros métodos de medición de la pobreza que incluyan otras variables vinculadas al desarrollo social. Uno de ellos es el Índice de Desarrollo Humano (IDH), que está compuesto por tres variables: esperanza de vida al nacer, logro educacional y el Producto

Bruto Interno (PBI) real per cápita. De acuerdo al Proyecto de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el IDH de Piura en el 2005 es 0,571, el décimo más bajo a nivel nacional¹.

Cuadro 1.3. REGION PIURA: INDICE DE DESARROLLO HUMANO Y VARIABLES QUE LO CONFORMAN, 2005.

	Indice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida (en años)		Tasa de alfabetismo (en porcentaje)		Ingreso familiar mensual (en soles)	
		Ranking		Ranking		Ranking		Ranking
Piura	0,571	15	69,4	14	89,5	15	263,3	12

Fuente: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Informe de Desarrollo Humano, 2005
Elaboración propia

Acceso a servicios básicos, salud y educación

De acuerdo al Mapa de Pobreza de FONCODES, en el 2005:

- 65% de la población de Piura habita en viviendas que se abastecen de agua a través de red pública (dentro o fuera de la vivienda) o pilón de uso público.
- 62% de la población habita en viviendas que tienen electricidad.
- 68% de la población habita en viviendas que tienen acceso a desagüe o letrina.

En los tres casos, estos porcentajes son inferiores en relación a lo que ocurre a nivel país (73%, 73% y 80% respectivamente).

Respecto a la salud, según Cuánto (2007), al 2005 existían en la Región 29 hospitales, 106 centros de salud, y 317 postas de salud, incluyendo instituciones públicas y privadas. Asimismo, por cada 10 000 habitantes, la Región contaba con 6,3 médicos, 2 enfermeras y 0.3 obstetras: en todos los casos, estas cifras están por debajo del promedio nacional (15, 8,4, y 6,6 respectivamente).

En relación a los indicadores sociodemográficos asociados al sector salud, se tiene que durante el quinquenio 2000 – 2005 la tasa bruta de natalidad en la Región fue 22,5, inferior a la del quinquenio anterior (24,8) y superior a la estimada para el período 2005 – 2010 (20,7). Asimismo la tasa de mortalidad infantil (defunciones de niños menores de 1 año por cada 1000 nacidos vivos), fue, según Cuánto (2007), 40 en el período 2000 – 2005, y si bien se observa una reducción de 5 puntos en relación al quinquenio anterior, continúa siendo superior a la tasa de mortalidad infantil en el Perú.

En cuanto a la educación, de acuerdo al Ministerio de Educación (MINEDU), en el 2007 más de 5 100 centros educativos atendieron a las casi 500 000 personas que se matricularon en algunos de los siguientes niveles o modalidades del sistema educativo:

¹ Este IDH oscila entre 0 y 1, y un valor más alto está asociado a un mayor nivel de desarrollo (o menor nivel de pobreza). El Índice de Carencias que calcula FONCODES también oscila entre 0 y 1, sin embargo un valor más alto está asociado a un mayor nivel de pobreza.

básica regular, alternativa, técnico productivo, superior no universitaria. Asimismo, el 87% de los matriculados, lo hicieron en instituciones públicas, aunque este porcentaje disminuye en los niveles más avanzados (técnico productivo y superior no universitaria).

Cuadro 1.4. REGION PIURA: CENTROS EDUCATIVOS Y MATRICULA, SEGÚN NIVELES O MODALIDADES EDUCATIVAS, 2007.

Nivel o modalidad	Centros educativos	Matrícula	% Matrícula pública
Básica Regular (inicial, primaria y secundaria)	4 870	459 316	86,7
Básica alternativa, adulta y especial	120	9 030	72,2
Técnico productivo	82	7 849	62,5
Superior no universitaria (tecnológico, pedagógico, artístico)	65	16 195	37,5
Total Región Piura	5 137	492 390	84,3

Fuente: www.minedu.gob.pe/escale/cifras_de_la_educación/estadística_básica_2007

Elaboración propia

Respecto a la educación superior universitaria, existen tres universidades en la Región, dos privadas y una pública, quienes brindan principalmente carreras tradicionales (Administración, Contabilidad, Derecho, Economía, Ingeniería).

En relación a indicadores educativos, la tasa de analfabetismo de la población en Piura en el 2005 es 10,5%, por encima del promedio nacional (8,1%). Se debe destacar que entre la población femenina de la Región dicha tasa duplica la de la población masculina. Otro indicador a tener en cuenta es que al 2005, solamente el 29% de la población de la Región había culminado la educación secundaria.

Empleo

La caracterización de la oferta laboral que se presenta en esta sección se basa en la información generada a partir de la ENAHO sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2005 del INEI (los indicadores asociados a la Región Piura y al Perú) y de la Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo 2005 del Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo - MTPE (los indicadores asociados a la ciudad de Piura).

La Población Económicamente Activa (PEA)² de la Región la conforman aproximadamente 813 000 personas, de las cuales casi 166 000 se encuentran en la ciudad de Piura. El 5% de la PEA de la Región se encuentra en situación de desempleo, el 53% está subempleada y el restante 42% adecuadamente empleada. Estos indicadores son muy similares a los que se observan a nivel nacional.

Cuando únicamente se considera a la ciudad de Piura, se observa una tasa de desempleo mayor que la Región pero también una tasa de subempleo más baja. Este fenómeno se repite en todas las Regiones del país.

² La PEA incluye a todos aquéllos que trabajan o buscan activamente hacerlo.

Cuadro 1.5. PERU, REGION PIURA Y CIUDAD PIURA: INDICADORES DE EMPLEO, 2005.
(Porcentaje)

Indicadores	Perú	Región Piura	Ciudad Piura
Tasa Desempleo	5,2	5,5	9,3
Tasa Subempleo por horas	9,6	13,7	13,5
Tasa Subempleo por ingresos	43,0	38,9	33,6
Tasa Adecuadamente empleados	42,2	41,9	43,6
Total PEA	13 807 894	812 275	165 885

Fuente: ENAHO sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2005 del INEI; y Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo 2005 del MTPE.
Elaboración propia

Es importante conocer el nivel educativo de la PEA ocupada, puesto que es una variable que puede condicionar el ingreso de un trabajador al mercado laboral a puestos de baja productividad, que no requieren mayores destrezas o habilidades para su desempeño. En la Región, el 48% de la PEA ocupada ha culminado secundaria, porcentaje muy inferior al registrado a nivel nacional (60%). También se puede observar una notable diferencia cuando únicamente se considera a la ciudad de Piura: 84% culminó secundaria

Cuadro 1.6. PERU, REGION PIURA Y CIUDAD PIURA: DISTRIBUCION DE LA PEA OCUPADA SEGÚN NIVEL EDUCATIVO, 2005.
(Porcentaje)

Nivel educativo	Perú	Región Piura	Ciudad Piura
Sin nivel	7,7	10,8	1,1
Primaria	31,9	40,8	14,5
Secundaria	39,1	34,4	46,3
Superior no universitaria	14,2	11,2	22,8
Superior universitaria	7,1	2,8	15,3
Total PEA Ocupada	13 119 725	767 757	150 415

Fuente: Encuesta Nacional de Hogares de Condiciones de Vida y Pobreza 2005 del INEI; y Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo 2005 del MTPE.
Elaboración propia

Uno de los indicadores más utilizados en relación a las condiciones laborales es el ingreso promedio de la PEA ocupada, que resultó ser considerablemente más bajo en la Región Piura (S/. 418 mensuales) en relación al promedio nacional (S/. 697). Uno de los factores que explican este fenómeno es precisamente el menor nivel educativo que se mostró en el cuadro anterior³.

A modo de complemento de los indicadores hasta aquí revisados, a continuación se presentan algunos resultados sobre calidad de empleo en la ciudad de Piura, obtenidos por el MTPE a partir de la Encuesta de Hogares Especializada en Niveles de Empleo 2005:

³ El mayor nivel de educativo de los trabajadores de la ciudad de Piura también explica que el ingreso promedio en dicha ciudad (S/. 674) sea superior al de la Región Piura.

- El 67% de la PEA ocupada en Piura está en situación de informalidad⁴. Este porcentaje es inferior al de otras ciudades importantes como Trujillo y Tacna, pero superior al de Iquitos, Ica y Cajamarca por ejemplo.
- El 55% de la PEA ocupada que tiene educación superior no universitaria completa o universitaria incompleta está subutilizada⁵, mientras que entre quienes tienen superior universitaria completa, dicho porcentaje se reduce a 38%. En ambos casos, los porcentajes son inferiores a los que se registran en otras ciudades importantes como Trujillo, Tacna e Ica, pero superiores a los de Iquitos y Cajamarca.

1.3. Infraestructura y corredores económicos

La Región Piura cuenta con dos aeropuertos (Piura y Talara), dos aeródromos (Huancabamba y Ayabaca), dos puertos mayores (Talara y Paita), dos puerto menor (Bayovar) y varias caletas (Lobitos, Cabo Blanco, Negritos, Los Organos, Máncora).

Asimismo, dispone de 4 271 kilómetros de longitud vial, de los cuales el 22% corresponden al sistema nacional (conformado por vías que atraviesan la Región), 14% al sistema departamental, (conformado por vías que articulan centros urbanos y en menor medida zonas rurales), y el restante 64% al sistema vecinal (constituido por los caminos que unen parcialidades, comunidades y centros poblados menores al interior de la Región).

Energía y agua

En cuanto a la producción de energía eléctrica, predomina la térmica (más del 80% del total), que se encuentra a cargo de las empresas de servicio público ENOSA, Empresa Eléctrica de Piura (EEPSA), EGENOR y empresas de servicio privado como ALICORP y otras que se están incorporado en este rubro. El resto de producción de energía (es decir, la hidráulica) se encuentra a cargo de las empresas ENOSA y Sindicato Energético (SINERSA).

En relación al recurso hídrico, éste proviene de las Cuencas Hidrográficas de los ríos Chira (Cuenca Catamayo – Chira), Piura (Cuenca del río Quiroz) y Huancabamba (Cuenca del río Piura). A su vez, existen cuatro sistemas de abastecimiento regulado:

- San Lorenzo. Con capacidad de 258 millones m³ de agua. Abastece a Valles de San Lorenzo y Medio Piura.
- Represa Poechos. Con capacidad de 300 – 500 millones m³ de agua. Abastece a Valles de Chira, Cieneguillo, Medio y Bajo Piura.
- Agua del subsuelo. Con capacidad de 100 millones m³ de agua. Abastece a Valles de Alto, Bajo y Medio Piura.
- Riego por escorrentía. Se utiliza en valles interandinos de la Sierra de la Región.

⁴ El MTPE considera sector informal a: los trabajadores de la microempresa, independientes no calificados y trabajadores familiares no remunerados.

⁵ Un trabajador se encuentra subutilizado cuando se desempeña en una ocupación que tiene un requerimiento de formación académica inferior al adquirido por el trabajador.

Servicios especializados para la exportación

En la Región Piura los principales son:

- Aduanas de Piura, con oficinas de control aduanero en Paita y en los principales pasos fronterizos con Ecuador.
- La Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).
- La Cámara de Comercio de Piura, Sullana y Paita, que otorga certificados de origen.
- Empresas que prestan servicios logísticos y de almacenaje como Ransa, Densa, etc.
- Otros que proveen instituciones como los Centro de Innovación Tecnológica (CITE) de agroindustria, cerámica y joyería, el Instituto Nacional de Investigación Agraria (INIA), la Dirección General de Salud (DIGESA), el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).

Ejes y corredores económicos

En la Región existen dos zonas marcadamente diferenciadas: la Costa, privilegiada por el Estado a través de importantes inversiones en los sectores hidrocarburos (petróleo), agrícola (proyecto Chira-Piura), pesquero (terminales pesqueros), transportes (carreteras asfaltadas), educación (universidad e institutos tecnológicos y pedagógicos), puertos y aeropuertos; y la Sierra, que constituye un espacio desarticulado, donde predomina la actividad agropecuaria de subsistencia.

Entre estas zonas y al interior de las mismas, se han desarrollado una serie de espacios en el que se generan relaciones económicas y flujos de bienes y servicios; e interactúan la infraestructura y equipos de comunicación vial; las redes de energía y telecomunicaciones; los actores económicos de las cadenas productivas y de los servicios a la producción y comercio, y las políticas y normas para la producción, comercio y financiamiento. Estos espacios se denominan corredores económicos⁶ y se pueden diferenciar los siguientes en la Región:

- Sullana – Tambogrande – San Lorenzo – Ayabaca. Abarca el 30% de la superficie de la Región y casi el 50% de la población. En la parte de Costa, figuran como ciudades importantes Sullana y Tambogrande, que se convierten en ejes principales de nexo para otros distritos con la Región, el país y el exterior. En la parte de Sierra, destaca Ayabaca como capital provincial, donde se concentran los principales servicios e instancias gubernamentales.

En la dinámica económica de este corredor predomina la agricultura, que a su vez impulsa las actividades comerciales, transportes y de servicios. También tienen

⁶ Si bien un adecuado diagnóstico de corredores económicos implica el conocimiento de todos estos elementos, el trazo vial es el que condiciona el resto de factores.

presencia otras actividades como la ganadería, la agroindustria y el turismo. No obstante, la escasa presencia de industrias limita la posibilidad de generar valor agregado a los bienes y/o servicios, con excepción de algunos productos.

- Talara – Paita – Sechura. Abarca el 29% de la superficie de la Región y el 16% de la población. Además de su ubicación estratégica, este corredor está dotado de recursos naturales renovables y no renovables, destacando la biomasa hidrobiológica, el petróleo y sus derivados, gas natural y fosfatos. Asimismo, el puerto de Paita se considera como el punto de llegada para la integración del Eje Multimodal de Integración Paita – Belem.
- Piura – Bajo Piura – Sechura. Este corredor se interconecta con la ciudad de Piura. Las actividades más relevantes del corredor son la agricultura y el comercio (de productos agrícolas), la artesanía y joyería, y el turismo y la gastronomía.
- Chulucanas – Morropón – Huancabamba. Conformado por las provincias de Morropón, Huancabamba y algunos distritos de la provincia de Ayabaca. En la parte baja figuran como ciudades importantes Chulucanas y Morropón que se convierten en ejes principales de nexo para otros distritos con la región y el país; mientras en la parte alta Huancabamba es la capital provincial donde se concentran los principales servicios e instancias gubernamentales.

La actividad agrícola es la principal fuente de ingresos de las familias. Otras actividades productivas con presencia en el corredor son la ganadería, pequeña industria, artesanía, comercio y turismo.

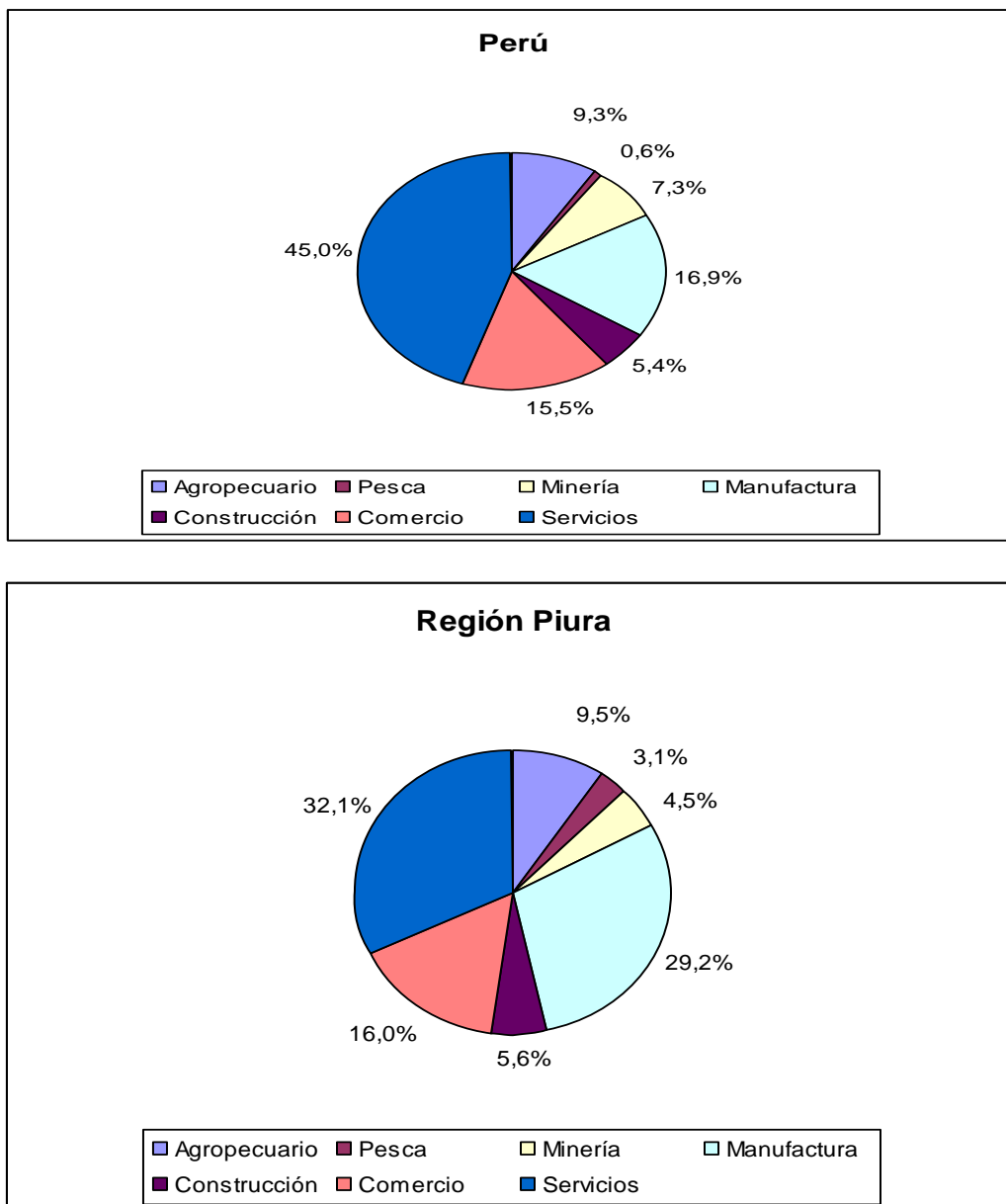
1.4. Sectores económicos más importantes de la Región

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), el PBI de la Región Piura ascendió en el 2005 a 5 280 millones de nuevos soles, a precios constantes de 1994⁷. Esta cifra representa el 3,56% del PBI del Perú, y ubica a la Región en el puesto 6 a nivel nacional. Al dividir el PBI de la Región entre la PEA Ocupada se obtiene una medida aproximada de la productividad laboral: S/. 6 878 anuales, cifra que representa apenas el 61% de la que se obtiene al calcular dicha medida para el país en general: S/. 11 316.

Los sectores servicios y manufactura son, claramente, los que tienen mayor participación en el PBI de la Región, concentrando entre ambos más del 60%; también son importantes los sectores comercio y manufactura. En relación a la distribución del PBI según sectores que se observa en el país, destacan principalmente dos diferencias: la mayor importancia que tiene el sector manufactura en Piura, y la menor participación del sector servicios.

⁷ Al utilizar precios constantes en vez de precios corrientes, se aísla el efecto que puede tener el incremento en los precios en un período determinado y solamente se captura lo más importante, es decir, la evolución de la producción en dicho lapso de tiempo.

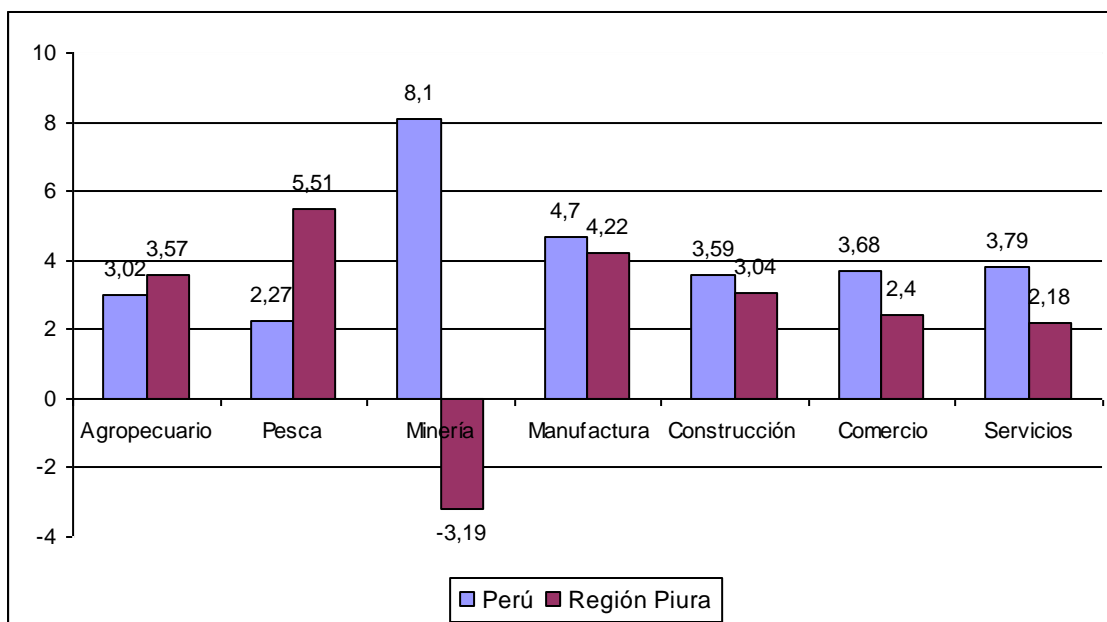
Gráfico 1.2. PERU Y REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL PBI (A PRECIOS CONSTANTES DE 1994) SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2005.



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) - Dirección General de Asuntos Económicos y Sociales, Base sectorial consolidada, 2006.
Elaboración propia

Durante el período 2000 – 2005, el PBI (a precios constantes de 1994) de la Región Piura ha crecido a una tasa anual promedio de 2,8% (inferior al promedio nacional que fue 4,2% en el mismo período). Al desagregar según sectores, se observa que este leve crecimiento ha sido muy similar en todos los sectores, con la excepción de la minería en el que se registra un crecimiento negativo, lo que constituye la principal diferencia en relación a lo que sucedió en el Perú (el minero fue el sector que más creció).

Gráfico 1.3. PERU Y REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL PBI (A PRECIOS CONSTANTES DE 1994), SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2000 – 2005.



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) - Dirección General de Asuntos Económicos y Sociales (DGAES), Base sectorial consolidada, 2006.
Elaboración propia

A continuación se describe brevemente lo más relevante de cada uno de los principales sectores de actividad:

Sector agrícola

La superficie agrícola constituye el 22% del total de hectáreas de la Región, porcentaje significativamente mayor al que se observa a nivel nacional (16%)⁸. Según el último Censo Nacional Agropecuario (1994), casi el 60% de los productores tenía menos de 3 hectáreas, indicador que revela la existencia del fenómeno del minifundio, tan común en todas las Regiones en el Perú.

⁸ Asimismo, de acuerdo al INEI (2007) al 2005 el área reforestada en la Región la constituían 39 034 hectáreas, quedando aún 50 666 hectáreas por reforestar.

Cuadro 1.7. REGION PIURA: DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE SEGÚN CARACTERISTICAS DEL SUELO, 1994.

Superficie	Hectáreas	% respecto al total
Agrícola bajo riego	176 969	15,84
Agrícola secoano	67 391	6,03
No agrícola pastos naturales	488 961	43,77
No agrícola montes y bosques	189 745	16,99
No agrícola otras clases de tierras	194 012	17,37
Total Región Piura	1 117 078	100,00

Fuente: Cuanto - Perú en Números 2006

Esta actividad se desarrolla a lo largo de los diferentes valles que existen en la Región:

- Valle San Lorenzo. Es la zona donde se concentra la mayor cantidad de hectáreas para frutales, destacando limón, mango, tamarindo, palto, coco, entre otros.
- Valle Alto Piura. Se cultiva arroz, frutales, maíz, algodón, entre otros.
- Valle Chira. Se cultiva arroz, plátano, maíz, mango, limón, yuca, cebolla, algodón, camote, entre otros.
- Valle Medio y Bajo Piura. Se cultiva arroz, maíz, algodón, frutales, sorgo, soya, frijol, pallar, entre otros.
- Valle Ayabaca. Concentra el 30% de la superficie agrícola de la Región.
- Valle Huancabamba. Concentra el 30% de la superficie agrícola de la Región.

No obstante que más del 50% de la superficie agrícola se encuentra en la Sierra, la actividad en dicha zona se encuentra mucho menos desarrollada que en la Costa. Se trata de una agricultura tradicional, que enfrenta los mismos problemas del sector agrario en otras Regiones: producción atomizada, marcada, ausencia de tecnificación, inadecuado uso de recursos hídricos, deficientes prácticas agrícolas (frecuencia de riego y fertilizantes según tipo de suelos, labores culturales, etc), bajos rendimientos, uso de semillas no certificadas, presencia de viveros clandestinos, enfermedades y plagas, ausencia de infraestructura post cosecha (selección, clasificación, empaque y embalaje).

En la Costa, en cambio, la limitación principal es que se producen bienes con escaso valor agregado. Son pocos los productos que se destinan al mercado internacional, como el mango, espárrago, limón y café; e inclusive muchas veces son exportados casi en su forma natural; es decir, sin valor añadido, dejando el proceso de envasado, etiquetado y comercialización a otros países.

La campaña 2006 - 2007 cierra con 125 000 hectáreas de cultivos transitorios, lo que representa el 98% de la meta trazada. En cultivos como la papa y el algodón este porcentaje estuvo por debajo (71% y 86% respectivamente); en otros como el arroz

estuvo por encima (108%). Se espera que la próxima campaña se ejecute sin mayores contratiempos, en virtud a una adecuada dotación de agua en reservorios.

Como se puede observar en el Anexo 1, en las últimas dos campañas destacó el nivel de producción obtenido en los cultivos de arroz, plátano, limón y mango (aunque en este último caso se ha registrado una drástica caída en el 2007), es decir, la mayoría son frutales. El Valle de San Lorenzo es la zona que concentra mayor superficie de frutales (46%), seguido por el Chira (20%, principalmente plátano), Alto Piura (18%, destacando el limón y el mango), y la Sierra de la Región (14%, presenta mayor variedad de frutales semi permanentes como maní, tuna, granadilla).

Sector pesquero

La Región dispone de una biomasa de 10 millones de toneladas al año, donde se capturan especies de consumo humano directo como mero, cabrilla, merluza, tollo, tiburón, caballa y jurel, destinados principalmente a su industrialización en conserva y harina. Las especies comerciales como sardina, anchoveta, merluza, atún, concha de abanico y pota han contribuido al establecimiento de empresas procesadoras industriales. No obstante, en algunos períodos, se ha tenido que disponer de vedas para detener la depredación de los recursos pesqueros.

En el período Enero – Julio del 2007, la producción se ha contraído 7% respecto a similar período del mes anterior, debido sobretodo a la reducción de lo destinado a consumo humano indirecto (harina). En lo que respecta al consumo humano directo, el congelado se ha mantenido casi constante, el fresco se redujo ligeramente, mientras que la producción para enlatado sí disminuyó casi 100%. Las especies más capturadas en los primeros siete meses del año fueron la pota y en la anchoveta.

Cuadro 1.8. REGION PIURA: PRODUCCION PESQUERA, SEGÚN DESTINO, ENERO - JULIO 2006 y 2007. (Toneladas)

Destino	Enero – Julio 2006	Enero – Julio 2007	Variación %
Consumo humano directo			-6,9
Congelado	190 202	189 124	-0,6
Enlatado	54 191	1 864	-96,6
Fresco	52 096	45 918	-11,9
Curado	807	150	-81,4
Consumo humano indirecto			-15,1
Harina	154 189	130 932	-15,1
Total Región Piura			-7,2

Fuente: Dirección Regional de Pesquería Agricultura Región Piura, 2007

Elaboración: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), Sede Regional Piura

Sector minero

La Región cuenta con un importante potencial minero, como lo refleja el que al 2004 existían casi 450 000 hectáreas con denuncios para fines mineros. Asimismo, las Regiones Piura y Tumbes cuentan con yacimientos de hidrocarburos, que ocupan aproximadamente 1 100 000 hectáreas, de las cuales 300 000 corresponden a operaciones en tierra y 800 000 al zócalo continental.

Existen empresas privadas y con contratos de concesión que desarrollan todas las actividades de la industria del petróleo, desde la exploración y explotación hasta la refinación y comercialización de los derivados: Graña y Montero Petrolera (GMP), VEGSA, Mercantile Petroleum Oil & Gas, Río Bravo, SAPET, UNIPETRO, Pérez Company y Petrotech. A su vez, el proceso de refinación de hidrocarburos en Piura está a cargo de la Refinería de Talara, propiedad de Petroperú, que opera desde 1,977.

Durante el período Enero – Julio del 2007, la producción prácticamente permaneció en el mismo nivel que en similar período del año pasado, y ello ocurre tanto en gas natural como en petróleo crudo. No obstante, al distinguir por empresas sí se observan marcadas diferencias: GMP y Río Bravo incrementaron considerablemente su nivel de producción de gas natural (26%) y petróleo crudo (24%) respectivamente; mientras que Sapet y Petrobras lo redujeron (8 y 6% respectivamente).

Cuadro 1.9. REGION PIURA: PRODUCCION DE HIDROCARBUROS, SEGÚN COMPAÑÍAS, ENERO - JULIO 2006 y 2007.

	Enero – Julio 2006	Enero – Julio 2007	Variación %
Gas natural (miles p3)	7 444 031	7 362 706	-1,1
GMP	683 523	861 182	26,0
Petrobras	2 267 436	2 130 643	-6,0
Petrotech	3 922 307	3 922 787	0,0
Sapet	570 764	448 094	-21,5
Petróleo crudo (miles de barriles)	6 175 264	6 254 492	1,4
Petrobras	2 705 455	2 787 705	3,0
Petrotech	2 569 993	2 571 953	0,1
Río Bravo	233 057	289 401	24,2
Sapet	666 759	615 433	-7,7
Total Región Piura			-0,2

Fuente: PERUPETRO, 2007

Elaboración: BCRP, Sede Regional Piura

Respecto a la producción de fosfatos, los yacimientos mineros de Bayóvar, conforman un área muy rica de rocas y minerales no metálicos (roca fosfórica, minerales de salmueras, dolomitas, yeso, azufre), que no solamente puede permitir abastecer competitivamente el mercado de fertilizantes de la Cuenca del Pacífico, sino contribuir favorablemente al desarrollo de la agricultura y la industria moderna.

Sector industrial

En términos generales, la actividad industrial o de transformación en la Región se sustenta principalmente en la producción de hilados de algodón, conservas de pescado, bebidas gaseosas, aceite de limón, industrialización de frutales, entre otras actividades.

La política estatal de otorgar incentivos para la inversión en zona de frontera, favoreció la instalación de empresas de transformación, pero al eliminarse las exoneraciones tributarias, muchas empresas se retiraron de la Región afectando la producción. Si bien existe una producción de transformación de menor escala que permite otorgar puestos de trabajo individuales (por ejemplo la carpintería metálica), su mercado es únicamente local.

Durante Enero - Julio del 2007, la actividad manufacturera primaria disminuyó debido a la menor disponibilidad de materia prima que afectó la rama de procesamiento pesquero. En cambio, la actividad manufacturera no primaria mostró una expansión basada fundamentalmente en el buen comportamiento de la demanda, tanto doméstica como internacional, de los principales productos industriales de la Región: aceites comestibles y harina de trigo (este último a pesar del incremento en su cotización internacional).

La elaboración de hilados de algodón también mostró un desempeño favorable, sustentado en el dinamismo de los mercados interno y externo, y en la mayor disponibilidad regional de algodón.

2. Situación de las exportaciones de la Región en el 2006

En el segundo capítulo se describe la situación de las exportaciones de la Región en el 2006, desagregando los resultados a nivel de países de destino, tipo de exportaciones (tradicional / no tradicional), sectores de actividad, y productos (partidas arancelarias).

- Las exportaciones de la Región ascendieron a \$ 1 205 881 335, cifra que representa el 5,13% del total exportado por el Perú. Las exportaciones correspondieron a 302 productos diferentes⁹ y fueron enviadas a 94 países.
- Chile concentró el 26% de las exportaciones, seguido por China, Panamá y Estados Unidos (entre los tres concentran el 46% de las exportaciones). A otros diez países se les exportó por un valor que supera el 1% de las exportaciones de la Región. Como se observa en el Cuadro, en la mitad de los países ocurrió que un solo producto concentró más del 50% de lo que se compró a Piura.

Cuadro 2.1. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAÍSES DE DESTINO, 2006.

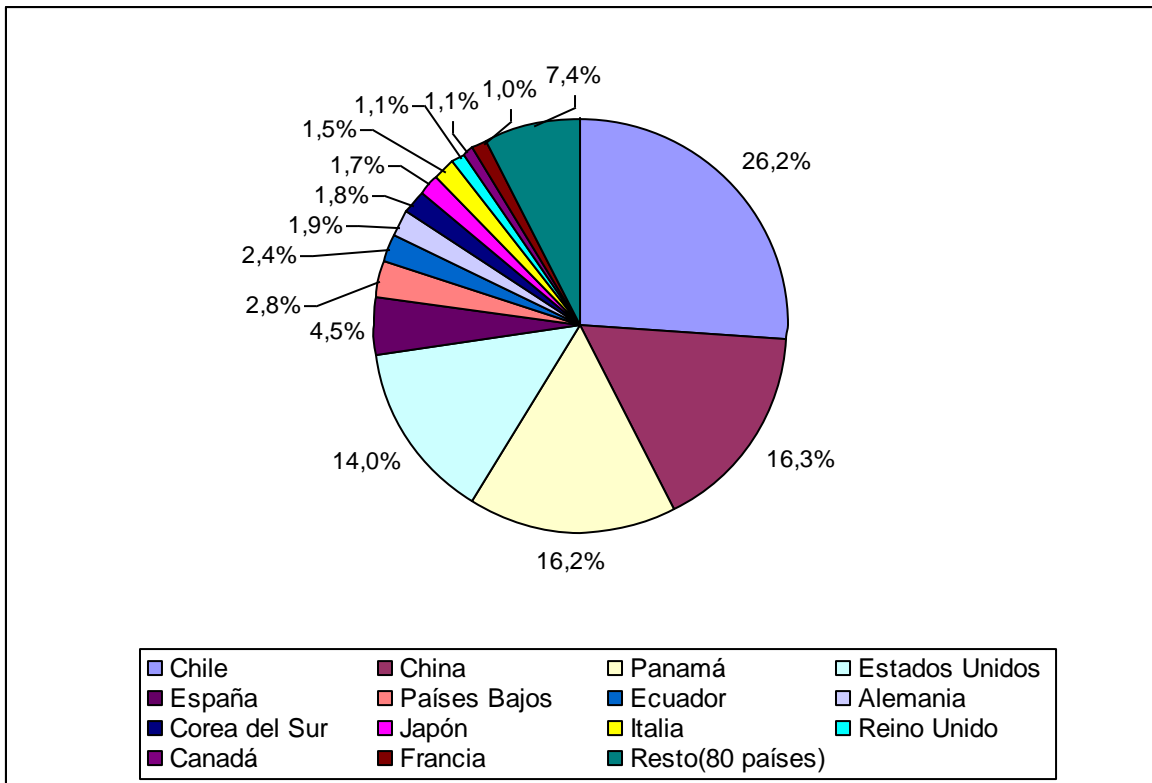
País	Valor FOB (en \$)	% respecto al total	Producto principal
Chile	315 527 929	26,17	Aceites crudos de petróleo 96%
China	196 054 179	16,26	Aceites crudos de petróleo 51%
Panamá	195 879 326	16,24	Petróleo y derivados 100%
Estados Unidos	168 463 672	13,97	Aceites crudos de petróleo 50%
España	54 242 490	4,50	Demás jibias, globitos, calamares y potas 45%
Países Bajos	33 666 763	2,79	mangos 57.9%
Ecuador	29 118 818	2,41	Petróleo y derivados 62%
Alemania	23 162 309	1,92	Harina de pescado sin desgrasar 42%
Corea del Sur	22 315 656	1,85	Demás moluscos e invertebrados acuáticos 36%
Japón	20 875 661	1,73	Harina de pescado sin desgrasar 64%
Italia	18 163 731	1,51	Demás jibias, globitos, calamares y potas 38%
Reino Unido	13 343 128	1,11	Mangos 44%
Canadá	12 843 041	1,07	Harina de pescado sin desgrasar 37%
Francia	12 623 696	1,05	Veneras (vieiras, conchas abanico) 50%
Resto(80 países)	89 600 936	7,43	
Total Región Piura	1 205 881 335	100,00	

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006

Elaboración propia

⁹ Aquí se considera que dos productos son diferentes cuando tienen partidas arancelarias distintas.

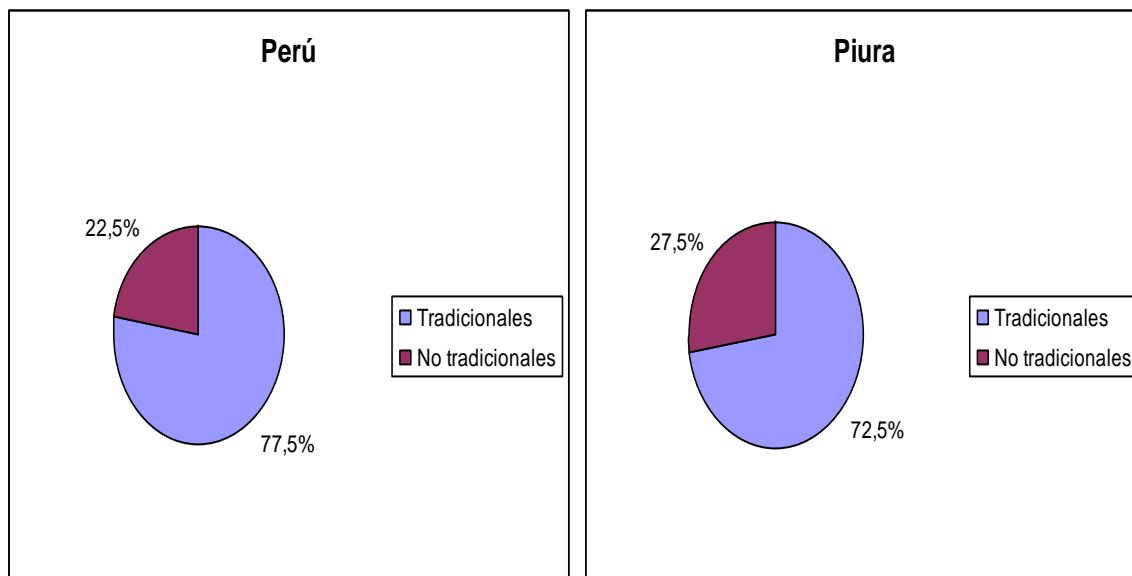
Gráfico 2.1. REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2006.



Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006
Elaboración propia

- Las exportaciones tradicionales en Piura representaron el 72,5% del total exportado, mientras las no tradicionales el 27,5% (distribución muy similar a la que se dio a nivel país: 77,5% tradicional y 22,5% no tradicional).

Gráfico 2.2. PERU Y REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2006.



*Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006
Elaboración propia*

- A nivel de sectores, destacó nítidamente el de petróleo (crudo o derivados) que concentra el 61% del total exportado por la Región, y en menor medida el pesquero (16%). Los otros que exportaron por un valor superior al 1% del total fueron agropecuario y textil (entre las no tradicionales) y harina y aceite de pescado (entre las tradicionales).

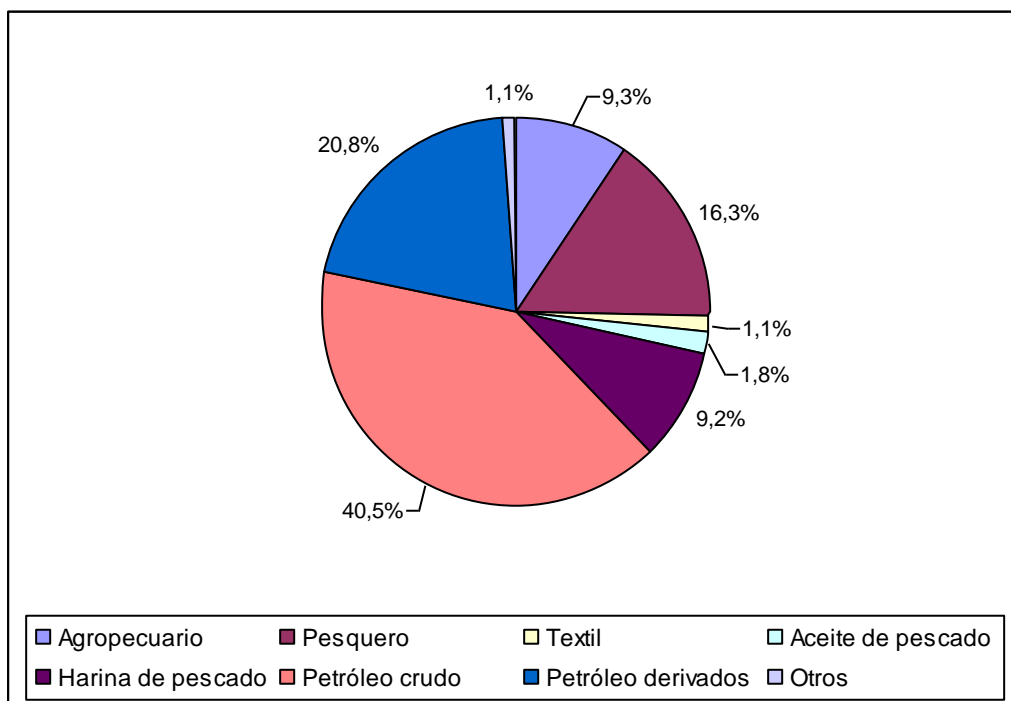
De estos sectores, los que más dependieron de un solo mercado fueron petróleo crudo (62% a Chile) y derivados de petróleo (78% a Panamá); mientras que los que más dependieron de un solo producto fueron harina de pescado, aceite de pescado, petróleo crudo y textil. Asimismo, en derivados de petróleo, harina de pescado y textil, Estados Unidos está fuera de la lista de los 3 mercados principales.

Cuadro 2.2. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2006.

Sector de actividad		Valor FOB (en \$)	% respecto al Total	Número de mercados	Mercados principales	Producto principal
No Tradicionales	Agropecuario	112 445 704	9,32	50	EEUU 33%, Países Bajos 26%, España 11%	Mangos 48%
No Tradicionales	Artesanías	469	0,00			
No Tradicionales	Maderas y papeles	23 517	0,00			
No Tradicionales	Metal mecánico	933 806	0,08			
No Tradicionales	Minería no metálica	2 318 099	0,19			
No Tradicionales	Pesquero	196 741 384	16,32	72	China 23%, España 21%, Corea Sur 11%	Demás jibias, globitos, calamares y potas 34%
No Tradicionales	Pieles y cueros	1 386	0,00			
No Tradicionales	Químico	5 919 856	0,49			
No Tradicionales	Sidero metalúrgico	79 791	0,01			
No Tradicionales	Textil	13 310 566	1,10	19	Italia 37%, Taiwán 15%, España 13%	Hilados 100%
No Tradicionales	Varios (incluido joyería)	91 623	0,01			
Tradicionales	Aceite de pescado	21 286 001	1,77	11	EEUU 33%, Chile 25%, Canadá 20%	Grasas y aceites de pescado 100%
Tradicionales	Algodón Pima	922 775	0,08			
Tradicionales	Algodón Tanguis	22 365	0,00			
Tradicionales	Café	2 197 779	0,18			
Tradicionales	Chancaca	477 948	0,04			
Tradicionales	Harina de pescado	110 488 790	9,16	35	China 45%, Japón 12%, Alemania 9%	Harina de pescado sin desgrasar 100%
Tradicionales	Melazas	7 040	0,00			
Tradicionales	Petróleo crudo	488 144 969	40,48	4	Chile 62%, China 20%, EEUU 17%	Aceite crudo de petróleo o mineral bituminoso 100%
Tradicionales	Petróleo, derivados	250 467 465	20,77	5	Panamá 78%, EEUU 11%, Ecuador 7%	Las demás gasolinas sin tetraetilo de plomo 46%
Total Región Piura		1 205 881 335	100,00			

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006
Elaboración propia

Gráfico 2.3. REGION PIURA: DISTRIBUCION DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2006.



Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006
Elaboración propia

- Solamente en 12 de los 302 productos exportados, el valor de los envíos superó el 1% del total de la Región, y 3 de ellos (“aceite crudo de petróleo”, “las demás gasolinas sin tetraetilo” y “harina de pescado”) concentran casi el 60% de las exportaciones. Únicamente 4 de los 12 productos (los asociados a los sectores pesquero y agropecuario) representan exportaciones no tradicionales.

El producto que se vendió a un mayor número de mercados fue “jibias, globitos calamares y potas” (50 países); seguido de “harina de pescado”, “invertebrados y moluscos”, y “filetes congelados excepto merluza”. Asimismo, en 6 de estos 12 productos el principal mercado de destino representó más del 50% de las exportaciones.

Cuadro 2.3. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PRODUCTOS, 2006.

Nombre de la partida arancelaria	# de la partida arancelaria	Sector al que pertenece	Valor FOB (en \$)	% respecto al total	Número de mercados	Mercado principal
Aceites crudos de petróleo	2709000000	Petróleo crudo	488 144 969	40,48	4	Chile 62%
Las demás gasolinas sin tetraetilo	2710111910	Petróleos, derivados	114 192 337	9,47	2	Panamá 76%
Harina de pescado	2301201010	Harina de pescado	110 488 790	9,16	35	China 45%
Los demás fueloils	2710192290	Petróleos, derivados	77 459 885	6,42	2	Panamá 100%
Demás jibias, globitos, calamares y potas	307490000	Pesquero	67 191 200	5,57	50	España 36%
Mangos y mangostones, frescos o secos	804502000	Agropecuario	53 836 695	4,46	17	EEUU 39%
Demás moluscos e invertebrados	1605909000	Pesquero	48 025 248	3,98	27	China 74%
Fueloils residual 6	2710192210	Petróleos, derivados	36 126 830	3,00	3	Panamá 45%
Bananos o plátanos tipo "cavendish valery" frescos	803001200	Agropecuario	22 491 886	1,87	7	EEUU 50%
Gasolina sin tetraetilo	2710111220	Petróleos, derivados	152 23 399	1,26	1	Panamá 100%
Demás filetes congelados excepto merluza	304209000	Pesquero	14 213 260	1,18	24	Corea sur 37%
Grasas y aceite de pescado y sus fracciones refinados, excepto aceites de hígado	1504209000	Aceite de pescado	12 116 903	1,00	6	EEUU 58%
Resto (290 productos)			146 369 933	12,14		
Total Región Piura			1 205 881 335	100,00		

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2006

Elaboración propia

3. Monitoreo y evaluación del Plan Estratégico Regional de Exportación 2004

El tercer capítulo se divide en dos secciones: en la primera se presenta el nivel de avance en cuanto a la ejecución de las actividades contempladas en la Matriz de Actividades del PERX que se elaboró el 2004, así como las dificultades principales que impidieron cumplir completamente con las actividades previstas.

La segunda sección pretende evaluar el impacto que ha tenido el PERX en Piura, y para ello se compara la situación de las exportaciones en la Región antes de dicho plan (año 2003) con la del 2006, en diferentes variables: nivel, distribución según productos, países de destino y sectores de actividad. Se debe recalcar que esta solamente es una aproximación ya que no se puede atribuir toda la responsabilidad de los resultados al diseño y posterior ejecución del PERX.

3.1. Cumplimiento de las actividades identificadas en el PERX 2004

El PERX de la Región elaborado en el 2004 contemplaba la ejecución de 31 actividades en los siguientes años. De acuerdo a lo manifestado por el Gerente del Comité Ejecutivo Regional Exportador (CERX) Piura¹⁰, 9 de estas actividades se ejecutaron, 12 se hicieron parcialmente y 10 no se llevaron a cabo. Ello significa un grado regular de cumplimiento.

Cuadro de seguimiento de las actividades previstas en el PERX 2004

	Actividades que se llevaron a cabo	Actividades que se llevaron a cabo parcialmente	Actividades que no se llevaron a cabo
Objetivo Estratégico 1	1.3; 1.6; 1.8; 1.10	1.1; 1.4; 1.7; 1.9	1.2; 1.5
Objetivo Estratégico 2		2.2	2.1
Objetivo Estratégico 3	3.2; 3.3; 3.4	3.1; 3.8	3.5; 3.6; 3.7; 3.9; 3.10
Objetivo Estratégico 4	4.1	4.2; 4.4	4.3
Objetivo Estratégico 5	5.1	5.2; 5.3; 5.4	5.5
Total de actividades	9	12	10

Nota: Los números que aparecen en las columnas corresponden al número de actividad identificada en la Matriz de Actividades del PERX 2004. Por lo tanto, es necesario disponer de este documento al momento de leer este tercer capítulo

Fuente: Gerente CERX Piura

¹⁰ El Gerente del CERX Piura al momento de la ejecución de la presente consultoría es el señor Giuliano Valdivia.

Las actividades que se dejaron de ejecutar¹¹ corresponden a los distintos objetivos estratégicos que contemplaba el PERX:

- Objetivo 1 (Desarrollo de la oferta exportable). Elaborar estudios de mercado para los principales productos priorizados de la Región; elaborar proyectos de industrialización de excedentes de productos agrícolas de exportación.
- Objetivo 2 (Consolidar y diversificar los productos regionales en mercados de destino). Posicionar las empresas y sus productos en los principales mercados de destino.
- Objetivo 3 (Facilitar el comercio exterior). Crear un mecanismo de consolidación de oferta por línea de producto; promover la designación de la autoridad portuaria regional para incrementar la competitividad de los puertos de Piura; consensuar un plan para priorizar las inversiones en carreteras que faciliten las actividades de exportación; incrementar los servicios de apoyo por líneas de productos; promover un Convenio entre SUNAD y Cámara de Comercio para simplificar trámites de devolución de *drawback* y eliminar multas desproporcionadas.
- Objetivo 4 (Cultura exportadora). Promover convenios de intercambio con empresas y entidades especializadas de otros países con mayor desarrollo en buenas prácticas comerciales.
- Objetivo 5 (Mecanismos para ejecutar estrategias planteadas). Concordar el Programa de Promoción de Inversiones y Exportaciones Regionales con el PERX.

El Gerente del CERX Piura indicó que las siguientes han sido las limitaciones y dificultades principales que atentaron contra el cumplimiento de lo previsto en el PERX:

- La principal limitación es la falta del presupuesto con el que cuenta el CERX.
- A nivel regional (en el mes de mayo del 2007) casi el 100% de la población empresarial no sabía que el MINCETUR trabaja en base a PERX, por ello es necesario realizar una campaña de medios en la cual se promoció este Plan y además el CERX.
- La población en general se muestra reacia a participar en mesas de trabajo, ya que las consideran una pérdida de tiempo debido a las malas experiencias anteriores en que trabajaban, proponían y al final no ejecutaban.
- Existe falta de interés por parte de la empresa privada y por parte del gobierno regional.
- Con respecto al tercer objetivo estratégico, es poco lo que puede hacer el CERX en cuanto a infraestructura física. Los empresarios y la población en general ya están hastiados de presentar cartas y quejas que al final son archivadas, y lo que quieren es que se empiecen a hacer las cosas (por ejemplo, en el tema portuario).

¹¹ En el PERX elaborado en el 2004 estaba previsto que todas estas actividades se empezarían a ejecutar antes del 2007.

3.2. Análisis del impacto del PERX 2004

Solamente en el 2006 las exportaciones han tenido un crecimiento sustancial (más del 50%) porque en los años anteriores prácticamente se mantenía en el mismo nivel o inclusive se reducía (10% en el 2004):

- a) El crecimiento del valor de las exportaciones de Piura ha sido muy inferior al registrado a nivel nacional, por lo que su participación en las exportaciones nacionales se ha reducido del 8% a 5% entre el 2003 y el 2006.
- b) La participación relativa de las exportaciones no tradicionales se ha elevado de 23% a 28%, lo cual es explicado por el crecimiento sostenido de los sectores agropecuario y pesquero.
- c) El sector petróleo (crudo y derivados) mantiene una significativa participación (casi el 60% respecto al total de exportaciones de la Región), y los envíos siguen estando concentrado en pocos mercados, principalmente Chile y Panamá.
- d) Los sectores que han experimentado mayor crecimiento han sido dos no tradicionales: pesquero y agropecuario, y en ambos casos también se ha dado una diversificación tanto en mercados destino (26 a 50 en el sector agropecuario, y 56 a 72 en el pesquero) como de productos que son enviados al extranjero.
- e) Se han diversificado los mercados de destino: se incrementó el número de mercados (de 46 a 51) y se redujo la participación relativa de Estados Unidos (de 23% a 14%), mientras que creció la de países como Chile, China y Panamá.
- f) A nivel de productos, las exportaciones de harina de pescado se han reducido significativamente (8% promedio anual) y, en cambio, se ha incrementado de manera constante los envíos de productos agropecuarios (mangos y plátanos principalmente) y pesqueros (jibias, calamares, potas, moluscos e invertebrados). Asimismo, el número de productos cuyas exportaciones superaron el 1% del total exportado por la Región se incrementó de 9 a 12.

A continuación, se revisa de manera más detallada la evolución de las exportaciones en la Región:

- Las exportaciones de Piura se han incrementado durante el período 2003 - 2006 a una tasa anual promedio de 19%, aunque en el 2004 y 2005 las exportaciones prácticamente se mantuvieron en su nivel e inclusive se redujeron. También se debe relevar que se registra una mayor concentración a nivel de productos (disminuyó en 31 el número de productos que se exportaron) y lo contrario sucede a nivel de mercados de destino ya que el número de países a los que exportó Piura se incrementó de 83 a 94 entre el 2003 y el 2006.

Cuadro 3.1. REGION PIURA: INDICADORES COMPARATIVOS DE EXPORTACIONES, 2003 Y 2006.

Indicador	2003	2006	Tasa de crecimiento anual promedio 2003 - 2006
Valor FOB Exportaciones (en \$)	719 695 291	1 205 881 335	18,78%
% Exportaciones Piura / Exportaciones Perú	7,96%	5,13%	
Número de productos exportados ^{1/}	333	302	
Número de países de destino	83	94	

^{1/} Con partidas arancelarias distintas

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003 y 2006

Elaboración propia

Países de destino

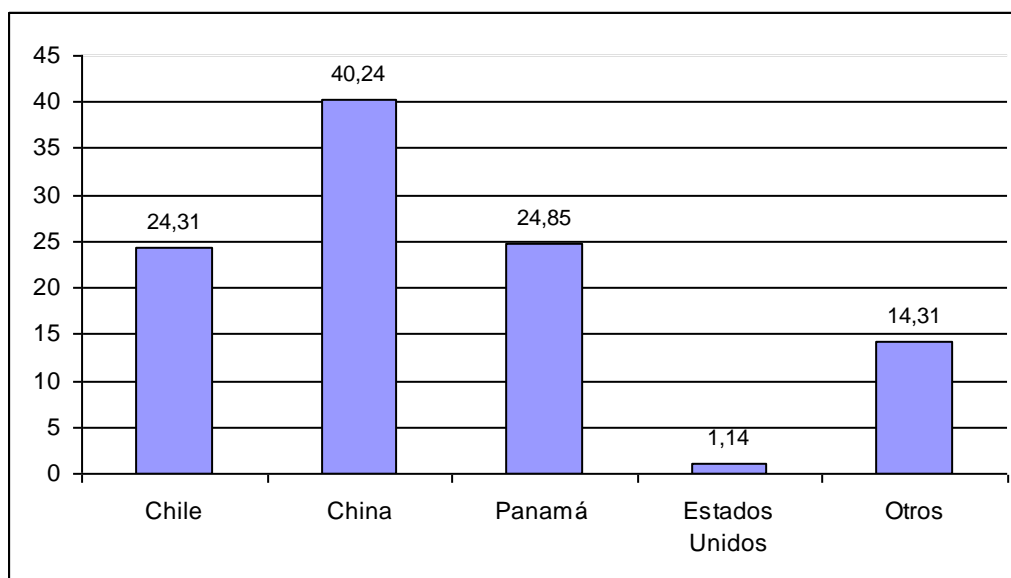
- Las exportaciones a Estados Unidos han tenido un comportamiento inestable (disminuyeron en el 2004 y en el 2006), lo que ha significado una reducción notable en la participación de dicho país sobre el total exportado por la Región (de 23% en el 2003 a 14% en el 2006). Esta caída se explica principalmente por los menores envíos de aceite crudo de petróleo.
- Si bien las exportaciones a Chile, China y Panamá tampoco han crecido de manera sostenida (se redujeron en el 2004 en los dos primeros casos y en el 2005 en el último), el notable crecimiento de los envíos a estos países en el 2006, a diferencia de lo que sucedió con Estados Unidos, les ha permitido alcanzar una tasa de participación mayor a la que tenían en el 2003.
- En los 4 países se observa una marcada concentración e las exportaciones en productos o sectores específicos, principalmente en Chile ya que el aceite crudo de petróleo representó más del 95% de los envíos a dicho país tanto en el 2003 como en el 2006.
- Aunque de manera menos pronunciada, los envíos a Estados Unidos y Panamá también se han concentrado (tanto en el 2003 como en el 2006) en aceite crudo de petróleo y/o derivados. Finalmente, el producto que más se exporta a China ya no es harina de pescado sino aceite crudo de petróleo.
- Los países que continúan manteniendo una participación superior al 1% del total exportado por la Región son básicamente los de la Unión Europea (Alemania, España, Italia, Países Bajos), así como Corea, Japón y Canadá. En todos los casos el principal producto exportado continúa siendo el mismo que en el 2003 (harina de pescado en Alemania, Canadá y Japón; mangos en Países Bajos; y jibias, calamares y potas en Italia, España y Corea).
- Los países que ya no figuran entre los que tienen una participación superior al 1% del total exportado son Colombia, Taiwán e Islas Vírgenes. Lo contrario sucede con Ecuador, Francia y Reino Unido, países a los que se exportaba muy poco en el 2003 y que en el 2006 ya aparecen entre los principales destinos.

Cuadro 3.2. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2003 – 2006.

País	2003		2004		2005		2006		Tasa crecimiento anual 2003 - 2006
	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	
Chile	164 271 745	22,83	100 326 375	15,45	88 769 009	11,17	315 527 929	26,17	24,31
China	71 078 944	9,88	60 030 973	9,24	92 752 941	11,67	196 054 179	16,26	40,24
Panamá	100 647 565	13,98	121 823 492	18,76	113 882 360	14,33	195 879 326	16,24	24,85
Estados Unidos	162 821 240	22,62	91 670 799	14,11	199 274 701	25,07	168 463 672	13,97	1,14
Otros	220 875 797	30,69	275 637 658	42,44	300 127 280	37,76	329 956 229	27,36	14,31
Total	719 695 291	100,00	649 489 297	100,00	794 806 291	100,00	1205 881 335	100,00	18,78

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia

Gráfico 3.1. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PAISES DE DESTINO, 2003 – 2006.



Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia

Exportaciones tradicionales y no tradicionales

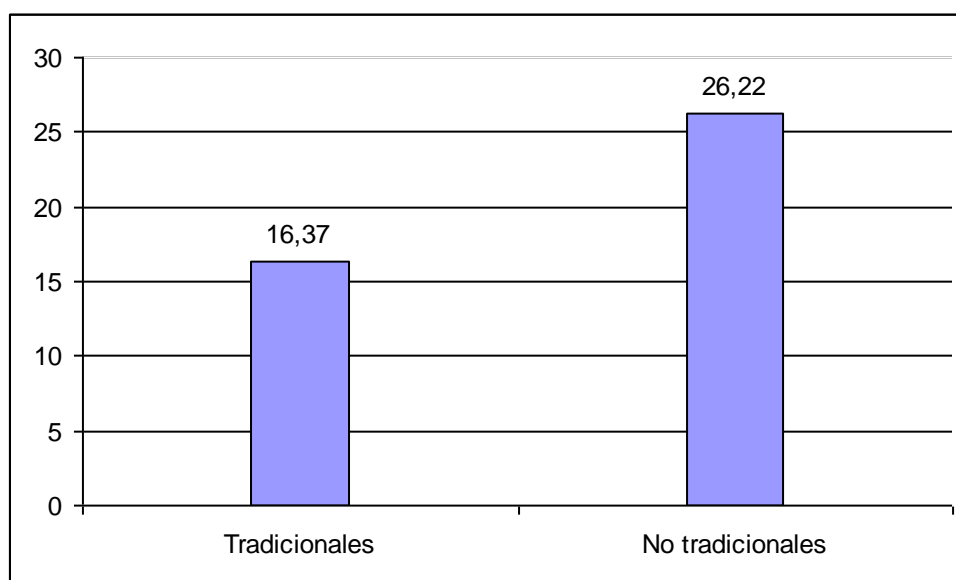
- La participación relativa de las exportaciones no tradicionales se ha incrementado ligeramente entre el 2003 y el 2006, debido a que el crecimiento promedio anual (26%) ha sido ligeramente mayor que el de las exportaciones tradicionales (16%). Esto se explica principalmente por el crecimiento de las exportaciones en los sectores agropecuario y pesquero.

Cuadro 3.3. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2003 – 2006.

Tipo de exportaciones	2003		2004		2005		2006		Tasa crecimiento anual 2003 – 2006
	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	
Tradicionales	554 640 833	77,07	432 420 482	66,58	575 984 546	72,47	874 015 134	72,48	16,37
No tradicionales	165 054 458	22,93	217 068 815	33,42	218 821 745	27,53	331 866 201	27,52	26,22
Total	719 695 291	100,00	649 489 297	100,00	794 806 291	100,00	1205 881 335	100,00	18,78

*Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia*

Gráfico 3.2. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN TRADICIONALES / NO TRADICIONALES, 2003 – 2006.



*Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia*

Sectores de actividad

- La participación relativa de las exportaciones del sector petróleo (crudo y derivados) se ha mantenido entre el 55% y 60%, con excepción del 2004 en que cayó por debajo del 45% debido a una reducción notable de los envíos de petróleo crudo. Del mismo modo, se ha mantenido la concentración de las exportaciones de petróleo en pocos mercados: 4 en crudo, con Chile participando con el 62%, y 5 en derivados, con Panamá representando el 78%.
- Las exportaciones de harina de pescado, que tradicionalmente ocupaban el segundo lugar, se han reducido a una tasa anual promedio de 8%, y en el 2006 ya fueron superadas por los envíos de los sectores agropecuario y pesquero. El número de países a los que se exportó harina de pescado también se ha reducido

significativamente, de 50 en el 2003 a 35 en el 2006, aunque China sigue concentrando casi el 50% de las exportaciones.

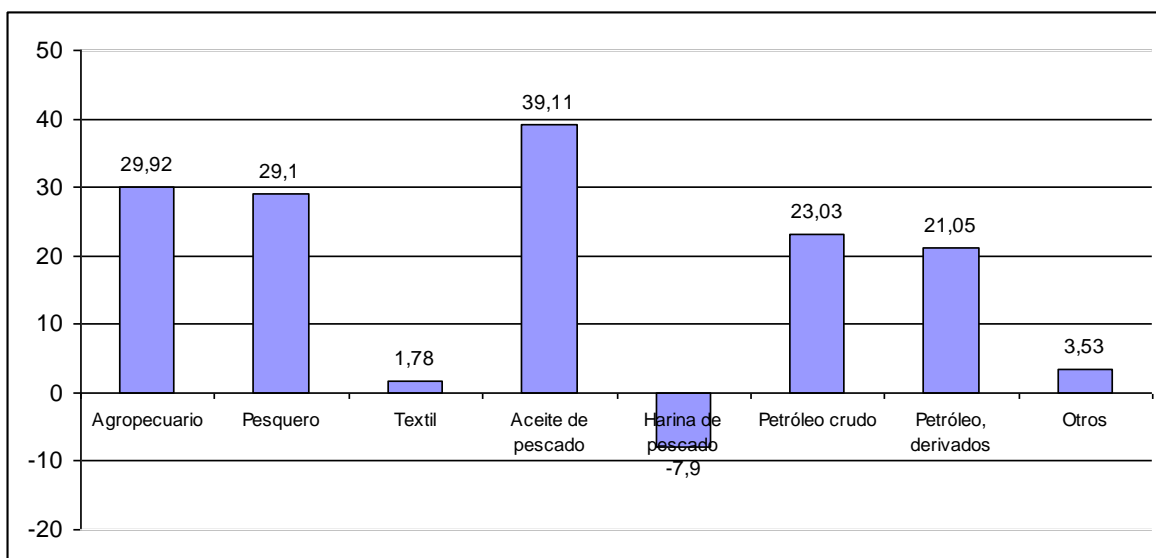
- En cambio, las exportaciones de los sectores agropecuario y pesquero (ambos no tradicionales) han experimentado un crecimiento significativo durante el período 2003 – 2006 (promedio de 30% anual). Además, ello ha venido acompañado de una diversificación en los mercados de destino (26 a 50 en el sector agropecuario, y 56 a 72 en el pesquero) y de productos (los mangos continúan siendo el producto más importante en el sector agropecuario pero su participación relativa se redujo de 60% a 48%, mientras que lo mismo ocurre con las jibias, calamares y potas en el sector pesquero, que disminuyeron su participación de 49% a 34%).
- Los otros dos sectores con importantes volúmenes de exportación han sido el textil (no tradicional) y el aceite de pescado (tradicional). En el caso del sector textil, el nivel de exportaciones del 2006 es prácticamente el mismo que en el 2003, así como el producto principal (hilados), el número de mercados (18 en el 2003 y 19 en el 2006) y los países que concentran mayor volumen de exportaciones (Italia, Taiwán y España).
- En cambio, en el sector aceite de pescado, las exportaciones han crecido de manera constante y significativa (sobre todo durante el 2006), debido sobre todo a los mayores envíos a Estados Unidos y Chile, que han desplazado a Canadá como los principales destinos.

Cuadro 3.4. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2003 – 2006.

Sector de actividad	2003		2004		2005		2006		Tasa crecimiento anual 2003 – 2006
	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	
Agropecuario	51 270 989	7,12	65 985 623	10,16	72 601 691	9,13	112 445 704	9,32	29,92
Pesquero	91 443 548	12,71	128 584 957	19,80	125 538 224	15,79	196 741 384	16,32	29,10
Textil	12 624 106	1,75	13 154 554	2,03	11 977 609	1,51	13 310 566	1,10	1,78
Aceite de pescado	7 907 545	1,10	11 208 882	1,73	12 658 619	1,59	21 286 001	1,77	39,11
Harina de pescado	141 411 426	19,65	130 536 048	20,10	99 624 729	12,53	110 488 790	9,16	-7,90
Petróleo crudo	262 131 792	36,42	100 633 701	15,49	186 898 232	23,51	488 144 969	40,48	23,03
Petróleo, derivados	141 193 811	19,62	187 881 349	28,93	273 820 633	34,45	250 467 465	20,77	21,05
Otros	11 712 074	1,63	11 504 183	1,77	11 686 554	1,47	12 996 456	1,08	3,53
Total	719 695 291	100,00	649 489 297	100,00	794 806 291	100,00	1205 881 335	100,00	18,78

Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia

Gráfico 3.3. REGION PIURA: TASA DE CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DEL VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD, 2003 – 2006.



Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia

Productos

- El “aceite crudo de petróleo” a pesar de su comportamiento oscilante (decreció muy fuertemente en el 2004 para recuperarse en los dos años posteriores) continúa ocupando el primer puesto en el ranking de exportaciones por producto, con una participación de 40% en el 2006. Asimismo, se amplió el número de mercados a los que se envió este producto de 3 a 4 (se incorporó China), aunque Chile continúa concentrado alrededor del 60% de los envíos.
- La “harina de pescado” es otro producto que se mantiene entre los tres primeros lugares pero cuyos niveles de exportación han decrecido durante el 2004 y 2005, mostrando una leve recuperación el último año.
- En cambio, en los últimos años empieza a cobrar importancia la exportación de productos como “bananos o plátanos tipo cavendish” y “demás moluscos e invertebrados”, cuyas exportaciones en el 2006 superaron el 1% del total exportado por la Región y que tuvo 7 y 27 mercados de destino respectivamente, con participación importante de Estados Unidos en el producto agropecuario (50%) y de China en el pesquero (74%).
- A pesar de que el número de productos (con partidas arancelarias diferentes) se redujo entre el 2003 y el 2006 (como se mostró en el Cuadro 3.1), hubo un incremento en el número de aquéllos cuyas exportaciones superaron el 1% del total exportado de la Región: de 9 en el 2003 a 12 en el 2006. Y más importante aún es que estas partidas no solamente pertenecen al sector petróleo o harina de pescado, sino también a los sectores no tradicionales como el pesquero y el agropecuario.

Cuadro 3.5. REGION PIURA: VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN PRODUCTOS, 2003 – 2006.

Partida arancelaria (producto)	2003		2004		2005		2006		Tasa crecimiento anual 2003 – 2006
	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	Valor FOB (en \$)	%	
2709000000 (Aceite crudo de petróleo)	262 131 792	36,42	100 633 701	15,49	186 898 232	23,51	488 144 969	40,48	23,03
2710111910 (Gasolina sin tetraetilo)	65 932 802	9,16	113 526 975	17,48	122 788 032	15,45	114 192 337	9,47	20,09
2301201010 (Harina de pescado)	141 411 426	19,65	130 536 048	20,10	99 624 729	12,53	110 488 790	9,16	-7,90
Otros	250 219 271	34,77	304 792 573	40,93	385 495 298	48,50	493 055 239	40,89	25,37
Total	719 695 291	100,00	649 489 297	100,00	794 806 291	100,00	1205 881 335	100,00	18,78

*Fuente: Base de Datos PROMPERU 2003, 2004, 2005 y 2006
Elaboración propia*

Empresas exportadoras

De acuerdo a la información proporcionada por el Gerente del CERX, el número de empresas que exportan en la Región se ha incrementado de 87 en el 2005 a 104 en el 2006, lo que representa un incremento de 20%.

4. Actualización de la Matriz FODA y la Matriz de Actividades de la Región

El cuarto capítulo contiene la Matriz FODA y la Matriz de Actividades de la Región, ambas actualizadas en base a los resultados del Taller llevado a cabo en Piura los días 17 y 18 de Octubre del 2007. En los Anexos 2, 3 y 4 se presentan la agenda del Taller, la relación de participantes y un breve informe de cómo se desarrolló, respectivamente.

4.1. Matriz FODA

La actualización de la Matriz FODA se realizó durante el Taller del 17 de Octubre. Tomando como base la Matriz existente (elaborada el 2004), se establecieron las siguientes pautas:

- Se recordó que las diferencias entre Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades están en función de diferentes criterios: si es un factor positivo o no para las exportaciones de la Región; si son internos o externos a la Región; y si sus efectos ya se perciben en la actualidad o si son potenciales.

	Factor interno a la Región / Efectos actuales	Factor externo a la Región / Efectos potenciales
Factor positivo para las exportaciones de la Región	FORTALEZA	OPORTUNIDAD
Factor negativo para las exportaciones de la Región	DEBILIDAD	AMENAZA

- Al momento de revisar las Fortalezas y Debilidades, la discusión giraba en torno a tres preguntas: ¿Existen en la actualidad?, ¿Son relevantes para las exportaciones de la Región?, ¿Existen otras que no se mencionaron en el PERX pero que actualmente son relevantes?
- Al momento de revisar las Oportunidades y Amenazas, la discusión giraba en torno a tres preguntas: En la actualidad, ¿es probable que ocurran? ¿Son relevantes para las exportaciones de la Región? ¿Existen otras que no se mencionaron en el PERX pero que actualmente son relevantes?

A continuación se presenta la Matriz FODA del PERX, actualizada a Octubre del 2007. En negrita se han resaltado aquellos factores que no aparecían en el PERX 2004: como se podrá apreciar, estos factores “nuevos” son la mayoría en cada uno de los cuadrantes de la Matriz.

Las fortalezas identificadas se pueden agrupar en cuatro tipos: condiciones naturales (ubicación de la Región, amplitud de la franja costera, clima adecuado, variedad de ecosistemas y recursos naturales, yacimientos de minerales y de petróleo); infraestructura (carreteras en buen estado, dos aeropuertos y dos puertos); presencia de instituciones (CITE joyería, cerámica y agroindustria); y experiencias empresariales (plantas de procesamiento agroindustrial, asociatividad¹²).

¹² Una de las experiencias más exitosas de asociatividad a nivel de la Región e inclusive a nivel país es la de CEPICAFE, que tiene más de 10 años funcionando como Asociación Civil. De acuerdo a lo manifestado por su director, las claves para alcanzar el éxito obtenido han sido la credibilidad y la confianza por parte de los

Las debilidades también se pueden agrupar en diferentes categorías: prácticas agrícolas (minifundios, ausencia de planificación de cultivos, deficiente gestión de aguas, ausencia de sistema de riego tecnificado y de tratamiento de excedentes); prácticas empresariales (ausencia de sistemas de aseguramiento de calidad, de voluntad para asociarse); deficiencias en infraestructura y servicios (puertos, electrificación, agua potable); y limitaciones en las instituciones (Estado, universidades, instituciones de investigación, instituciones financieras, desarticulación entre sector público y privado).

Un primer grupo de oportunidades identificadas tienen que ver con el incremento en la demanda internacional (productos agrícolas orgánicos, biocombustibles, Tratado de Libre Comercio - TLC, crecimiento de los mercados asiáticos); otro con la puesta en marcha de proyectos específicos (Carretera Interoceánica, explotación de nuevos yacimientos mineros); y finalmente aquéllas asociadas al incremento de recursos para la Región (canon minero, inversiones de capital privado en sector agroindustrial y otros).

Las amenazas se pueden dividir en tres grupos: medio ambiente (fenómenos naturales, plagas y enfermedades, depredación de recursos pesqueros, hídricos); conflictos entre la sociedad civil y las inversiones privadas; y hechos que sucedan en el ámbito internacional (subsidios y medidas proteccionistas en otros países, disminución de los precios internacionales).

productores, involucrarse con los productores (en la parte social, practicar sus costumbres, “vivir” con ellos). También es importante saber delegar funciones, tener contactos y ser transparente con la información.

Matriz FODA - Región Piura

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ubicación geográfica estratégica de la Región (frente a los mercados asiáticos).	Fragmentación de las tierras (predominio de minifundios).
Franja costera más ancha del territorio nacional, con una alta disponibilidad de hectáreas aptas para uso agrícola.	Ausencia de planificación de cultivos, que genera exceso de oferta (banano por ejemplo) y reducción de precios, precios, o que predominen cultivos de baja rentabilidad o que utilizan mucha agua (arroz por ejemplo).
Clima adecuado para el desarrollo de actividades pesqueras y agrícolas	Deficiente gestión y manejo de aguas y de otros recursos naturales.
Abundancia y variedad de ecosistemas y recursos naturales (hidrocarburos, minería, pesca, agricultura).	Infraestructura de riego poco tecnificada.
Recursos acuíferos de fácil extracción para uso agrícola (subsuelo)	Existencia de viveros clandestinos, que afectan la calidad genética de muchos cultivos.
Existencia de uno de los principales yacimientos de minerales no metálicos a nivel mundial (Bayovar), así como yacimientos de petróleo.	Incipiente desarrollo de clusters
Carreteras en buen estado.	Ausencia de sistemas de aseguramiento de calidad y con un sistema de planificación y gestión, en la mayoría de las empresas.
Existencia de dos aeropuertos (Piura y Talara) y dos puertos (Paíta y Bayóvar).	Ausencia de infraestructura para el tratamiento de excedentes (estacionales) de productos agrícolas e hidrobiológicos de exportación.
Existencia de centros de innovación tecnológica (CITE) en joyería, cerámica y agroindustria	Infraestructura portuaria insuficiente para cubrir la oferta exportable en temporadas de alta demanda.
Existencia de numerosas plantas de procesamiento agroindustrial	Carencia de inversiones que apunten a las mejoras en infraestructura y mantenimiento de puertos, vías de comunicación, electrificación y sistemas de agua potable.
Experiencias exitosas de asociatividad entre productores (mango, banano, café, artesanía) que logran volúmenes para exportación.	Poca difusión y uso de información sobre mercados internacionales (demandas, precios, exigencias), entre los productores.
Existencia de un Acuerdo Regional a largo plazo.	Limitada presencia de instituciones de investigación.
Riqueza de los gobiernos locales, en relación con otras regiones, con recursos provenientes del canon.	Dificultad de acceso a crédito en el sector agrario, debido a que el sector no demuestra rentabilidad lo que genera temor en las entidades financieras, y a que los agricultores suelen tener certificados de posesión y no de propiedad.
	Escasa articulación entre las universidades e IST con los empresarios, lo que origina que las carreras y especialidades ofrecidas no respondan a la orientación productiva de la Región.
	Escasa articulación entre sector público y privado para promover las exportaciones.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aumento en la demanda mundial por productos agrícolas orgánicos, así como productos pesqueros frescos y procesados	Fenómenos naturales (Niño, Niña, cambios climáticos)
Aumento en la demanda mundial por biocombustibles (bioetanol)	Presencia de plagas y enfermedades (mosca de la fruta por ejemplo) en mayor magnitud y/o aparición de nuevas.
Firma de Tratados de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y otros países.	Creciente desarrollo de la minería informal (artesanal), debido a su impacto nocivo en el medio ambiente.
Crecimiento y desarrollo de los mercados internacionales (especialmente asiáticos)	Creciente depredación de los recursos pesqueros, hídricos y del medio ambiente en general.
Incremento en los precios internacionales de productos agrícolas, minerales, etc.	Creciente conflicto entre la sociedad civil y las inversiones privadas.
Carretera Interoceánica	Disminución en los precios internacionales de algunos productos e insumos que se utilizan para poder exportar.
Explotación de nuevos yacimientos mineros	Medidas proteccionistas y subsidios en otros países que afecten las ventas de las exportadoras peruanas.
Mayores inversiones de capital privado nacional y extranjero, en el sector agroindustrial y otros.	
Incremento de los recursos provenientes del canon.	

*Fuente: Taller de Actualización del PERX, realizado en Piura el 17 de Octubre
Elaboración propia*

4.2. Matriz de Actividades

La actualización de la Matriz de Actividades se realizó durante el Taller del 17 y 18 de Octubre. Por cada objetivo estratégico, se revisó cada acción propuesta en la Matriz existente: en los casos en que sí se ejecutó, se discutieron las ventajas que generó dicha acción; en los casos en que no se ejecutó, se discutieron las razones de ello y si en la actualidad era necesario llevarlas a cabo. Además, por cada objetivo estratégico, se plantearon una serie de acciones específicas “nuevas”, es decir, que no estaban en la Matriz del 2004.

Antes de presentar la Matriz de Actividades del PERX, actualizada a Octubre del 2007, se debe destacar algunos aspectos de la misma:

- La Matriz se divide en 4 objetivos estratégicos, asociados a la oferta exportable, la demanda, la facilitación al comercio exterior, y la cultura exportadora. Estos objetivos son iguales en cada una de las Regiones.
- La Matriz se trabaja a nivel de acciones específicas. Cada una de ellas implica realizar una serie de tareas, las mismas que deberán ser planificadas por la institución encargada de velar por el cumplimiento de la Matriz. El horizonte temporal de las acciones es 4 años (hasta el 2011).
- Para cada acción específica identificada, se presenta un indicador de ejecución de dicha acción. Asimismo, al finalizar cada objetivo estratégico, se presenta un conjunto de indicadores de resultados que se esperan obtener al 2011, producto de la ejecución de las acciones contempladas en dicho objetivo.
- En algunas de las metas para los indicadores de ejecución, se ha utilizado el símbolo “X”, lo cual significa que no se ha podido establecer una meta precisa. Esto último deberá ser tarea de la institución encargada de velar por el cumplimiento de la Matriz.
- En algunas acciones se alude a los niveles II o IV de la Cartera de Productos. Aunque una explicación más detallada de lo que significa ello se encuentra en los Planes Operativos por Producto (POP), para un correcto entendimiento de la Matriz basta decir que son productos de la Región que tienen demanda internacional.
- Se ha resaltado con negrita, aquellas acciones que deben llevarse a cabo durante el 2008 (prioritarias en el corto plazo). Como se podrá observar, algunas de ellas son de ejecución permanente (es decir, se deben ejecutar durante el 2008 y también en los años siguientes).

La Matriz de Actividades del PERX cuenta con 56 acciones, agrupadas en los 4 objetivos:

- 19 responden al primer objetivo, incluyendo acciones asociadas a la información e investigación; la asociatividad; las buenas prácticas, aseguramiento de la calidad y generación de valor agregado; y la tecnología. Se ha previsto que 8 de estas acciones empiecen a ejecutarse durante el 2008.

- 11 responden al segundo objetivo, incluyendo acciones asociadas a la información e investigación; y a la promoción de la oferta exportable. Se ha previsto que 7 de estas acciones empiecen a ejecutarse durante el 2008.
- 16 responden al tercer objetivo, incluyendo acciones asociadas a los lineamientos de política y legislación; a la infraestructura y servicios aéreos, portuarios y de transporte terrestre; a los servicios de electricidad y agua; al acceso al financiamiento; y al acceso a registros, autorizaciones y certificaciones. Se ha previsto que 2 de estas acciones empiecen a ejecutarse durante el 2008.
- 10 responden al cuarto objetivo, incluyendo acciones asociadas a la gestión de las empresas exportadoras; a la actitud favorable en la sociedad hacia la actividad exportadora; y al sistema educativo. Se ha previsto que 4 de estas acciones empiecen a ejecutarse durante el 2008.

Matriz de Actividades - Región Piura

OBJETIVO 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales				
#	Acciones específicas	Indicadores de ejecución	Metas	Instituciones participantes
Información e investigación				
1.1	Consolidar un inventario y un mapa de ubicación de los principales productos exportables de la Región.	Inventario y mapa de ubicación	*A Diciembre del 2008 se cuenta con el inventario y el mapa de ubicación. *Cada año se actualiza.	GORE, Gobiernos locales, CERX, ADEX, Direcciones Regionales, CAMARA, Universidades
1.2	Identificar los riesgos y beneficios ambientales de la actividad minera.	Documento	*A Diciembre del 2009 se cuenta con un documento que identifica los riesgos y beneficios.	GORE, CERX, Dirección Regional de Energía.
1.3	Diseñar Planes Operativos (POP) para los productos ubicados en los Niveles II o IV de la Cartera de Productos (con demanda internacional).	# Planes Operativos	*A Diciembre del 2008, se cuenta con el POP de cerámica y uva. *Cada año se realizan dos POP más, sobre productos que priorice el CERX.	CERX
1.4	Elaborar fichas técnicas de los productos ubicados en los Niveles II y IV de la Cartera de Productos.	# Fichas técnicas	*A Diciembre del 2009 se han elaborado fichas técnicas para todos los productos ubicados en los niveles II y IV.	
1.5	Realizar investigaciones aplicadas a los productos ubicados en los Niveles II o IV de la Cartera de Productos.	# Investigaciones aplicadas	*A Diciembre del 2009 se ha realizado investigaciones sobre dos productos. * Cada año se realizan dos investigaciones más, sobre productos que priorice el CERX.	CERX, universidades, PROMPERU, CITES
Asociatividad				
1.6	Sensibilizar a los productores acerca de la importancia de comprar, vender y negociar de manera conjunta, demostrando el beneficio económico que generarán dichas prácticas.	# Talleres de sensibilización	*A Junio del 2008 se ha diseñado la metodología y contenido de los talleres y a Diciembre del 2008 ya se han desarrollado.	GORE, CERX, PROMPERU,
1.7	Capacitar y asesorar a empresarios en la constitución y gestión de organizaciones asociativas (comités, asociaciones, cooperativas)	# Empresarios capacitados	*Durante el 2008 X empresarios han recibido la capacitación y asesoramiento. *Cada año se incrementa el número de empresarios que la reciben.	CITES, Direcciones Regionales, CAMARA COMERCIO
1.8	Propiciar la utilización de diferentes mecanismos de vinculación formal entre pequeños productores y procesadores (subcontratación, siembra por encargo, entre otros)	# Mecanismos utilizados con cierta frecuencia	*Al 2010, el X% de las relaciones entre productores y procesadores se dan a través de estos mecanismos.	DRA, GORE, Asociaciones de productores, PRODUCE

1.9	Formar consorcios de productores exportadores para aprovechar economías de escala.	# Consorcios # Exportadores que pertenecen a consorcios	*Durante el 2009, se han formado Consorcios en 2 sectores. *Cada año, se forman Consorcios en nuevos sectores.	CERX, PROMPEX, CITES, Direcciones Regionales, CAMARA COMERCIO,
Buenas Prácticas, aseguramiento de calidad y generación de valor agregado				
1.10	Diseñar y ejecutar proyectos para dar valor agregado a los productos ubicados en los Niveles II y IV de la Cartera de Productos	# Proyectos # Productos involucrados en los proyectos.	*A Diciembre del 2009 se ha puesto en marcha un proyecto. *Cada año, se pone en marcha un proyecto más.	CITE Madera, CITE Frutas, IIAP, universidades, empresarios
1.11	Desarrollar programas de intercambios de conocimiento y experiencias (pasantías) locales, nacionales e internacionales (Unión Europea, China, etc).	# Pasantías nacionales y/o internacionales. # Empresarios que realizan pasantías.	*Durante el 2008, X empresarios han realizado pasantías nacionales y/o internacionales. *Cada año se incrementa el número de empresarios que realizan pasantías	GORE, CERX, PROMPERU, Direcciones Regionales
1.12	Brindar asistencia técnica sobre Buenas Prácticas Agrícolas (gestión de agua, criterios de mercado y gestión de riesgos en la planificación de cultivo) a los agricultores que cultivan los productos ubicados en los Niveles II y IV de la Cartera de Productos.	# Agricultores que reciben la Asistencia Técnica.	*Durante el 2008, X agricultores han recibido asistencia técnica. *Cada año se incrementa el número de agricultores que reciben asistencia técnica.	DRA, SENASA, GORE, Junta de usuarios
1.13	Implementar parcelas demostrativas de cultivos rentables (pilotos de alta tecnología y comerciales)	# Parcelas demostrativas # Cultivos	*A Diciembre del 2008 se han implementado X parcelas demostrativas de cultivos más rentables de la Región. *Cada año se implementan parcelas de nuevos cultivos.	DRA, PROMPERU, Organizaciones de productores
1.14	Brindar asistencia técnica sobre Buenas Prácticas de Manufactura a los empresarios que desarrollan los productos ubicados en los Niveles II y IV de la Cartera de Productos.	# Empresarios que reciben la Asistencia Técnica.	Durante el 2008, X empresarios han recibido asistencia técnica. *Cada año se incrementa el número de empresarios que reciben asistencia técnica.	PRODUCE, CITE CAMARA COMERCIO
1.15	Brindar asistencia técnica a productores y empresarios exportadores en sistemas de aseguramiento de la calidad.	# Productores y empresarios que reciben la asistencia técnica.	*Durante el 2009, X empresarios han recibido asistencia técnica. *Cada año se incrementa el número de empresarios que reciben asistencia técnica.	GORE, CERX, PRODUCE, CAMARA COMERCIO, CITES, PRODUCE
1.16	Estandarizar la producción y el procesamiento (para la obtención de calidades homogéneas) en las cadenas de los productos ubicados en los Niveles II y IV de la Carta de Productos.	# Sectores en los que se registran experiencias de estandarización de producción y procesamiento	*A Diciembre del 2010, se han registrado experiencias de estandarización de producción y procesamiento en 2 sectores. *Cada año, se registran	CERX, PROMPERU, INDECOPI, PRODUCE, Direcciones Regionales, CAMARA

			experiencias en nuevos sectores.	COMERCIO
1.17	Acreditar laboratorios que se encarguen de certificar cadenas de exportación, en diferentes sectores	# Laboratorios acreditados # Sectores en los que se dispone de laboratorios	*A Diciembre del 2009, se han acreditado laboratorios para 2 sectores. *Cada año, se acreditan laboratorios para nuevos sectores.	
Tecnología				
1.18	Crear el Centros de Innovación Tecnológica (CITE) acuícola y potenciar los ya existentes (joyería, cerámica, agroindustria)	# CITES	*A Diciembre del 2009, se cuenta con un CITE para el sector acuícola.	MINCETUR, PRODUCE
1.19	Instalar laboratorios de material genético certificado.	# Laboratorios	*A Diciembre del 2011 se cuenta con un laboratorio	Subgerente de promoción de inversiones, SENASA

Principales resultados esperados (al 2011) al aplicar las actividades identificadas:

- La investigación aplicada sobre productos y sectores específicos es utilizada por los agentes directamente involucrados en la cadena productiva.
- El número de asociaciones y consorcios, que producen para el mercado internacional, se incrementa cada año.
- La participación de las exportaciones de productos con valor agregado, se incrementa cada año.
- El número de empresarios que aplica Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura y/o Sistemas de Aseguramiento de la Calidad, se incrementa cada año.
- El número de experiencias de estandarización en la producción y procesamiento para obtener calidades homogéneas, se incrementa cada año.
- Se dispone de laboratorios que certifican cadenas de exportación y que cuentan con material genético certificado, así como nuevos Centros de Innovación Tecnológica que prestan servicios a los empresarios de manera eficiente.

OBJETIVO 2: Consolidar y diversificar la presencia de las empresas y productos de la Región Piura en los mercados de destino priorizados.

#	Acciones específicas	Indicadores de ejecución	Metas	Instituciones participantes
Información e investigación				
2.1	Actualizar estudios de mercado existentes sobre productos ubicados en los Niveles II y IV de la Cartera de Productos, y elaborar estudios sobre otros productos, difundiéndolos entre empresarios y exportadores	# Productos que cuentan con estudios de mercado	*Durante el 2008 se han llevado a cabo estudios de mercado para X productos. *Cada año se realizan estudios de mercado para otros productos.	GORE, CERX, PROMPERU, DIRCETUR, ADEX
2.2	Brindar capacitación a empresarios, representantes de asociaciones y exportadores, en búsqueda e interpretación de las fuentes de información sobre mercados	# Empresarios capacitados	*Durante el 2008 se ha capacitado a X empresarios	
Promoción de la oferta exportable y diversificación de mercados.				
2.3	Incorporar nuevos productos (uva, cacao, panela, palta, ajíes, frutas) regionales en la campaña de promoción oficial (que incluye mango, limón, banano, café).	# Productos regionales que son promocionados	*Durante el 2009 se ha incorporado X nuevos productos a la campaña. *Cada año, se promocionan nuevos productos.	GORE, CERX, PROMPERU, DIRCETUR CAMARA COMERCIO, empresarios
2.4	Actualizar y mejorar la página web del Portal Regional con la oferta exportable de Piura, y difundirla utilizando diversos canales (embajadas por ejemplo).	Página web actualizada y actualizada	*A Junio del 2008 la página web se encuentra actualizada y mejorada.	
2.5	Realizar una campaña de marketing que haga conocida Piura en el mundo: <ul style="list-style-type: none"> • Por los diferentes tipos de turismo (esotérico, vivencia, aventura, gastronómico) • Por sus ventajas para la exportación de productos (productos orgánicos, clima) 	Campaña de marketing	*A Diciembre del 2008 se ha diseñado la campaña *Durante el 2009 empieza a ejecutarse	GORE, CERX, MINCETUR, CAMARA COMERCIO
2.6	Fomentar la participación de empresas de la Región (sobre todo las medianas y pequeñas) en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales, <i>showrooms</i> , y otras eventos de Promoción Comercial.	# Eventos de promoción comercial # Empresarios participantes en los eventos.	*Durante el 2008, han participado en eventos internacionales X empresarios. *Cada año, participan empresarios de nuevos sectores.	ADEX, PROMPERU, MINISTERIO RELACIONES EXTERIORES, DIRCETUR
2.7	Preparar adecuadamente la participación en los eventos de promoción comercial (logística, búsqueda de mecanismos para abaratar costos, expositores con conocimientos de inglés, aspectos técnicos y comercio exterior) y realizar seguimiento al cumplimiento de los pedidos generados a raíz de dichos eventos			
2.8	Consolidar una participación más activa de los consulados y embajadas peruanas (promocionar los productos regionales, difundir la	Labor de las embajadas	*Al 2010, las embajadas cumplen un rol activo en la promoción de las exportaciones de la	MINISTERIO RELACIONES EXTERIORES,

	información sobre contactos con potenciales compradores, etc)		Región.	GORE, CERX
2.9	Diseñar y promocionar una marca regional para los productos de exportación	# Productos con marca regional	*A Diciembre del 2009 X productos han registrado marca regional. *Cada año, otros productos registran marcas regionales.	INDECOPI, PROMPERU, MINISTERIO RELACIONES EXTERIORES
2.10	Formar consorcios de promoción de la exportación, (utilizando por ejemplo metodología ONUDI que identificar primero las empresas y productos exportables)	# Consorcios	*A Diciembre del 2010 se ha conformado un consorcio de promoción de exportación	GORE, CERX, MINCETUR, PROMPERU, ADEX
2.11	Diseñar un plan para impulsar las exportaciones a los mercados vecinos regionales (por ejemplo, artesanía a Ecuador y Colombia; fosfatos y frutas exóticas a Brasil y Venezuela).	Plan de impulso de las exportaciones	*A Diciembre del 2008 se cuenta con el Plan. *Durante el 2009 empieza a ejecutarse.	GORE, CERX, MINCETUR, CAMARA COMERCIO

Principales resultados esperados (al 2011) al aplicar las actividades identificadas:

- Los empresarios utilizan constantemente el sistema de información de mercados de PROMPERU y otras fuentes de información disponibles en INTERNET.
- El número de productos y sectores que se apoyan en herramientas virtuales (catálogos, páginas web), y/o que se incorporan en la campaña de promoción oficial, se incrementa cada año.
- El número de productos que cuentan con marca regional, se incrementa cada año.
- El número de empresarios que participan en ferias internacionales, se incrementa cada año.
- Se dispone de consorcios de promoción de exportaciones y de embajadas peruanas en el exterior que cumplen un rol activo en la promoción de los productos de la Región.
- El número de mercados a los que exporta la Región, se incrementa cada año.

OBJETIVO 3: Desarrollar una adecuada infraestructura física y brindar servicios que faciliten el comercio exterior a los agentes económicos.				
#	Acciones específicas	Indicadores de ejecución	Metas	Instituciones participantes
Lineamientos de política y legislación				
3.1	Revisar la normatividad y proponer cambios sobre aprovechamiento y uso de los recursos naturales	Normatividad ajustada	*A Diciembre del 2009, existe una normatividad	GORE, CERX, INRENA, PRODUCE, MINAG, INDECOPI, empresarios
3.2	Reglamentar la ley de acceso a los recursos genéticos y beneficios compartidos	Reglamento de ley	*A Diciembre del 2010, se ha reglamentado la Ley.	
3.3	Adecuar el contexto social laboral a las exigencias del comercio justo (por ejemplo, que no haya explotación infantil)	Condiciones laborales en las empresas	*A Diciembre del 2011, las condiciones de trabajo en las empresas se adecúan a las exigencias del comercio justo.	GORE, inversionistas privados
Infraestructura y servicios aéreos, portuarios y de transporte terrestre				
3.4	Agilizar procesos para la privatización del puerto de Paita y Aeropuerto de Talara	Aeropuerto y puerto privatizado	*A Diciembre del 2009 el aeropuerto y el puerto están privatizados.	GORE, PROINVERSION
3.5	Mejorar infraestructura y servicios del aeropuerto (por ejemplo almacenes, Cámaras de Frío)	Infraestructura mejorada y servicios más eficientes.	*A Diciembre del 2010, Piura cuenta con un aeropuerto apto para realizar exportaciones	AEROPUERTOS DEL PERU, PROINVERSION
3.6	Mejorar infraestructura y servicios del puerto (por ejemplo almacenes, Cámaras de Frío)	Infraestructura mejorada y servicios más eficientes.	*A Diciembre del 2011, Piura cuenta con un puerto apto para realizar exportaciones	AEROPUERTOS DEL PERU, PROINVERSION
3.7	Iniciar el proceso de construcción y mejoramiento de carreteras, de acuerdo al Plan Vial Departamental	Estado de las carreteras	* A Diciembre del 2011, el X% de las carreteras se encuentran asfaltadas o afirmadas	Dirección Regional de Transportes, GORE, gobiernos locales
Servicios de electricidad y agua				
3.8	Ampliar la cobertura, abaratar los costos y mejorar el servicio de electrificación, especialmente en las zonas rurales.	# Nuevos usuarios Calidad del servicio	*A Diciembre del 2009 se han formulado proyectos para ejecutarlos el siguiente año. *A Diciembre del 2010, se ha ampliado en X% el número de usuarios.	Dirección Regional de Energía, GORE, Gobiernos locales.
3.9	Ampliar la cobertura y mejorar el servicio de agua para uso industrial y de gas, en Paita y Talara	# Nuevos usuarios Calidad del servicio	*A Diciembre del 2009, se han establecido convenios con operadores para ampliar cobertura. *A Diciembre del 2010, se ha ampliado en X% el número de usuarios.	Dirección Regional de Vivienda, Dirección Regional de Energía, GORE, Gobiernos locales
Acceso a financiamiento				
3.10	Elaborar y actualizar una base de datos de fuentes de financiamiento retornable y no retornable, especialmente orientado a MYPES	# Fuentes de financiamiento	*A Diciembre del 2008 se ha elaborado la Base. *Cada año se actualiza la Base.	CERX, PROMPERU, Bancos, COFIDE, APCI
3.11	Elaborar y difundir de una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso	Guía # Talleres de difusión	*A Diciembre del 2008 se cuenta con la Guía y se han realizado 2 talleres de difusión.	CERX, COFIDE
3.12	Propiciar la utilización de mecanismos financieros para	# Mecanismos utilizados con cierta frecuencia	*Al 2010, el X% de los empresarios	COFIDE, CAMARA

	exportación como seguros (SEPIMEX, FOGAPI EXPORTADOR)		exportadores se financian a través de estos mecanismos	COMERCIO, Sector financiero
3.13	Crear un Fondo Rotatorio de Capacitación (tipo créditos para becas con devolución)	Fondo Rotatorio # Beneficiarios	*A Diciembre del 2009 se ha creado el Fondo Rotatorio *A Diciembre del 2010 ya existen X beneficiarios	CERX, COFIDE, Sector financiero
Acceso a registros, certificaciones y autorizaciones				
3.14	Dinamizar y simplificar los trámites de AGROBANCO, y ampliar su cobertura	# Trámites que hay que realizar para acceder a un crédito. # Días que demora acceder a un crédito	*A Diciembre del 2009 se requieren x trámites y x días para acceder a un crédito.	AGROBANCO
3.15	Implementar un sistema de ventanilla única que facilite los trámites (autorizaciones, registros, habilitaciones, certificaciones, concesiones) que requieren los agentes económicos de las cadenas de exportación, para realizar sus actividades productivas y empresariales.	# Servicios prestados a través de la ventanilla única % Reducción de costos de transacción	*A Diciembre del 2009 se ha diseñado el Sistema. *A Diciembre del 2011 el Sistema se encuentra funcionando en X municipios.	Dirección Regional de Trabajo, GORE, Gobiernos Locales, PRODUCE, SENASA, INRENA
3.16	Implementar un Sistema de ventanilla Única para los trámites de exportación.		*A Diciembre del 2009 se ha diseñado el Sistema. *A Diciembre del 2011 el Sistema se encuentra funcionando en X municipios.	MINCETUR, PROMPERU, PRODUCE, MINAG, SENASA, INRENA, SUNAT
<p>Principales resultados esperados (al 2011) al aplicar las actividades identificadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cobertura y la calidad de los servicios de energía y agua, se incrementa cada año. • El número de empresarios que obtienen financiamiento a través de instituciones financieras y/o bancos en condiciones favorable, se incrementa cada año. • Se dispone de un puerto y de un aeropuerto que funcionan como centros logísticos y están aptos para realizar exportaciones. • Se dispone de un sistema de ventanilla única para la realización de los trámites de exportación. 				

OBJETIVO 4: Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.				
#	Acciones específicas	Indicadores de ejecución	Metas	Instituciones participantes
Gestión de las empresas exportadoras				
4.1	Brindar capacitación y asesoría a empresarios en técnicas e instrumentos de gestión empresarial: <ul style="list-style-type: none"> • Planeamiento • Costos • Recursos humanos 	# Empresarios capacitados	*Durante el 2008 X empresarios han recibido la capacitación y asesoramiento. *Cada año se incrementa el número de empresarios que reciben capacitación.	CERX, MINCETUR, PROMPERU, ADEX, Universidades
4.2	Brindar capacitación y asesoría a empresarios en técnicas e instrumentos de gestión internacional: <ul style="list-style-type: none"> • técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores internacionales. • términos de intercambio comercial (INCOTERMS). • términos básicos de inglés técnico para exportación. • mecanismos de articulación de cadenas de exportación. 		*Durante el 2009 X empresarios han recibido la capacitación y asesoramiento. *Cada año se incrementa el número de empresarios que reciben capacitación.	
Actitud favorable en la sociedad hacia la actividad exportadora				
4.3	Organizar un Concurso entre los productores, industriales y empresas exportadoras, que premie al mejor exportador, las mejores prácticas comerciales y la innovación	# Concursos # Participantes	*A Diciembre del 2008 se han diseñado las Bases y durante el 2009 se lleva a cabo el primer concurso.	GORE, CERX, MINCETUR, PROMPERU, CAMARA COMERCIO, INCAGRO, Direcciones Regionales
4.4	Organizar un Concurso de emprendimientos entre escolares	# Concursos # Participantes	A Diciembre del 2008 se han diseñado las Bases y durante el 2009 se lleva a cabo el primer concurso.	Junior Achievement, Dirección Regional de Educación, Universidades,
4.5	Organizar un Concurso entre los estudiantes de universidades e institutos técnicos, que premie las mejores investigaciones en temas asociados al comercio exterior de productos regionales.	# Concursos # Participantes	*A Diciembre del 2009 se han diseñado las Bases y durante el 2010 se lleva a cabo el primer concurso.	GORE, CERX, MINCETUR, Dirección Regional de Educación, Universidades, Institutos
4.6	Promover espacios de encuentro para intercambiar experiencias exitosas de exportación (en términos logísticos, tributarios)	# Espacios de encuentro para el intercambio	*Durante el 2008 se han llevado a cabo X encuentros para el intercambio de experiencias	CERX, GORE, MINCETUR, CAMARA COMERCIO
Sistema educativo				
4.7	Evaluar piloto de los cambios en en la currícula escolar y asegurar la inclusión de contenidos asociados a: <ul style="list-style-type: none"> • comercio exterior, • cultura de competitividad • emprendimiento • identificación y compromiso con la Región 	Currícula escolar	*A Diciembre del 2010 se han incorporado dichos contenidos en la currícula de todos los colegios	GORE, CERX, MINCETUR, Dirección Regional de Educación

	<ul style="list-style-type: none"> • idiomas (reforzar) 			
4.8	Incorporar en las carreras que ofrecen las universidades cátedras especializadas en comercio exterior de productos regionales	Currícula de las universidades	*A Diciembre del 2010 se han incorporado dichos contenidos en la currícula de todas las universidades	GORE, CERX, MINCETUR, Dirección Regional de Educación, universidades
4.9	Fortalecer los IST (infraestructura, maquinaria, personal docente), con los recursos del canon, para que brinden una formación más práctica, adecuada a las exigencias de los mercados	Infraestructura y maquinaria de los IST Personal docente capacitado	*A Diciembre del 2011 X IST han mejorado su infraestructura y maquinaria, y cuenta con docentes capacitados.	GORE, Dirección Regional de Educación, IST
4.10	Promover que los IST y CETPRO brinden especialidades y/o carreras vinculadas a los sectores con mayor potencial exportador de la Región Piura.	Relación estrecha entre sector educativo y empresarial.	*A Diciembre del 2011 el sector empresarial participa en el diseño de los cursos ofrecidos por los IST y CETPRO	GORE, CERX, MINCETUR, Dirección Regional de Educación, IST, CETPRO

Principales resultados esperados (al 2011) al aplicar las actividades identificadas:

- El número de empresarios que ponen en práctica las técnicas e instrumentos de gestión empresarial e internacional, se incrementa cada año.
- El interés de las instituciones privadas, de los estudiantes y de la sociedad en general por ser partícipe de la actividad exportadora de la Región, se incrementa cada año.
- Los colegios y las universidades han incorporado en su currícula temas relevantes asociados al comercio exterior.
- Los empresarios de sectores exportadores participan en el diseño de los cursos ofrecidos por los IST y CETPRO.

*Fuente: Taller de Actualización del PERX, realizado en Piura el 17 y 18 de Octubre
Elaboración propia*

Bibliografía

Cuánto

(2007) Perú en Números 2006

Gobierno Regional de Piura

(2005) Plan de Desarrollo Regional Concertado 2003 – 2006

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

(2005) Encuesta Nacional de Hogares de Condiciones de Vida y Pobreza

(2007) Perú: Compendio Estadístico 2007

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)

(2004) Plan Estratégico Regional de Exportaciones Región Piura

Ministerio de Trabajo – Programa de Estudios y Estadísticas Laborales (PEEL)

(2005) Empleo en el Perú. Encuesta de Hogares Especializada de Niveles de Empleo 2005.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

(2006) Informe sobre Desarrollo Humano 2005

PAGINAS WEB.

FONCODES. www.foncodes.gob.pe

INEI. www.inei.gob.pe

MINISTERIO DE AGRICULTURA. www.minaq.gob.pe

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. www.mincetur.gob.pe

MINISTERIO DE EDUCACION. www.destp.minedu.gob.pe,
www.escale.minedu.gob.pe

MINISTERIO DE TRABAJO. www.mintra.gob.pe

PRODUCE. www.produce.gob.pe

PROINVERSION. www.proinversion.gob.pe

PROMPERU. www.promperu.gob.pe

BASES DE DATOS

MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. Base sectorial consolidada: PBI por sectores y por Regiones, 2005

PROMPERU. Base de exportaciones del Perú 2003, 2004, 2005 y 2006

Índice de Abreviaturas y Siglas

BCRP. Banco Central de Reserva del Perú
CERX. Comité Ejecutivo Regional Exportador
CITE. Centro de Innovación Tecnológica
DIGESA. Dirección General de Salud
EEPSA. Empresa Eléctrica de Piura
ENAHO. Encuesta Nacional de Hogares
FONCODES. Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social
GMP. Graña y Montero Petrolera
IDH. Índice de Desarrollo Humano
INEI. Instituto Nacional de Estadística e Informática
INIA. Instituto Nacional de Investigación Agraria
MEF. Ministerio de Economía y Finanzas
MINCETUR. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
MINEDU. Ministerio de Educación
MTC. Ministerio de Transportes y Comunicaciones
MTPE. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
PBI. Producto Bruto Interno
PEA. Población Económicamente Activa
PERX. Plan Estratégico Regional de Exportación
PNUD. Proyecto de Naciones Unidas para el Desarrollo
POP. Planes Operativos por Producto
SENASA. Servicio Nacional de Sanidad Agraria
SINERSA. Sindicato Energético
SUNAT. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria
TLC. Tratado de Libre Comercio

Anexos

1. REGION PIURA: PRODUCCION AGRARIA, SEGÚN CULTIVOS, ENERO – JULIO 2006 y 2007 (Toneladas)
2. AGENDA DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA
3. RELACION DE ASISTENTES AL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA
4. INFORME DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA

Anexo 1. REGION PIURA: PRODUCCION AGRARIA, SEGÚN CULTIVOS, ENERO - JULIO 2006 y 2007 (Toneladas)

Cultivos	Enero – Julio 2006	Enero – Julio 2007	Variación %
Algodón	12 850	36 572	184,6
Arroz	250 937	333 043	32,7
Arveja	363	500	37,7
Café	1 884	1 138	-39,6
Camote	24 623	5 131	-79,2
Frijol caupí	7 996	2 394	-70,1
Frijol G/S	1 556	1 716	10,3
Limón	98 524	114 391	16,1
Maíz amarillo duro	50 227	35 651	-29,0
Maíz amiláceo	11 796	11 993	1,3
Mango	143 232	63 158	-55,9
Papa	6 692	7 211	7,8
Plátano	134 594	150 638	11,9
Trigo	1 865	1 551	-16,8
Yuca	3 299	2 424	-26,4

*Fuente: Dirección Regional de Agricultura Región Piura, 2007
Elaboración: BCRP, Sede Regional Piura*

Anexo 2. AGENDA DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA

Día 1

- 9:00 Inauguración (Gerente CERX)
- 9:10 Presentación General (Consultor)
- Objetivos de la actualización del PERX
 - Nueva estructura del PERX
 - Objetivos del taller
- 9:30 Presentación de los asistentes al taller
- 9:40 Actualización PERX 2004 (sección 6.1) - Matriz FODA.
- 11:10 Coffee Break
- 11:30 Actualización PERX 2004 (sección 6.1) – Matriz FODA.
- 13:00 Receso
- 15:00 Actualización PERX 2004 (sección 6.5) – Matriz de Actividades
Objetivos 1 y 2.
- 16:30 Coffee Break
- 16:50 Actualización PERX 2004 (sección 6.5) – Matriz de Actividades
Objetivos 3 y 4.
- 18:15 Fin del primer día

Día 2

- 9:00 Elaboración de Matriz de Cartera de Productos para Desarrollo Exportador (Niveles I, II, III y IV)
- 10:50 Coffe Break
- 11:10 Definición de criterios para seleccionar 2 productos para POP y selección de Productos
- 13:00 Fin del segundo día

**Anexo 3. RELACION DE ASISTENTES AL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX
PIURA**

Anexo 4. INFORME DEL TALLER DE ACTUALIZACION DEL PERX PIURA

Objetivo

Actualizar las Matrices FODA y de Actividades del PERX de Piura 2004 (incluyendo las actividades a priorizar en el corto plazo), elaborar la Matriz de Cartera de Productos, y seleccionar los 2 productos que contarán primero con los POP.

Período

El taller se desarrolló durante dos días: 17 y 18 de Octubre.

Metodología

En primer lugar, el consultor presentaba diversos instrumentos de gestión (Matriz FODA, Matriz de Actividades, Matriz de Cartera de Productos, Criterios de Selección de Productos). Luego, los participantes del taller se dividían en 4 grupos y aplicaban dichos instrumentos a la realidad de la Región, plasmando sus ideas en papelógrafos.

Finalmente, los resultados de los trabajos grupales eran presentados por un integrante de cada grupo, debatidos y aprobados en sesiones plenarias. El consultor iba anotando lo más relevante de estas sesiones. De esta manera, se actualizó en forma sistemática y ordenada la Matriz FODA y la Matriz de Actividades, se elaboró la Matriz de Cartera de Productos, y se seleccionó los 2 productos que contarán primero con el POP.

Organización del trabajo

El desarrollo del trabajo puede clasificarse en las siguientes fases:

- Actualización de la Matriz FODA
- Actualización de la Matriz de Actividades
- Elaboración de la Matriz de Cartera de Productos
- Identificación de criterios de selección de productos y priorización de 2 productos.

A continuación se describe brevemente las actividades realizadas en cada etapa:

Actualización de la Matriz FODA

Luego de que el consultor presentara la importancia de la Matriz FODA y explicara cada uno de sus cuadrantes, cada grupo identificaba las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la Región, según le correspondía. Para facilitar el trabajo, tenían disponible la Matriz FODA que se trabajó en el 2004. De hecho, algunos factores identificados hace 4 años mantienen vigencia, aunque la mayoría de factores identificados son “nuevos” (tal como se ha mostrado en la Matriz FODA actualizada de este mismo documento).

Actualización de la Matriz de Actividades

Luego de que el consultor presentara la importancia de la Matriz, cada grupo identificaba actividades asociados a los 4 objetivos de la Matriz: ampliar oferta exportable, diversificar y consolidar presencia en mercados de destino, mejorar infraestructura y servicios de facilitación de comercio exterior, y promover cultura exportadora. Para facilitar el trabajo, tenían disponible la Matriz FODA que se trabajó en el 2004. Si bien algunas actividades identificadas en el 2004 aún tienen vigencia, el nivel de especificidad de esta Matriz actualizada es mayor.

Elaboración de la Matriz de Cartera de Productos

Luego de que el consultor presentara la importancia de la Matriz de Cartera de Productos y explicara cada uno de sus cuatro cuadrantes (con demanda y con oferta exportable, con demanda y sin oferta, con oferta y sin demanda, y sin demanda ni oferta) en sesión plenaria se identificaban los productos más representativos de la Región y se los ubicaba en un cuadrante.

Identificación de criterios de selección de productos y priorización de 2 productos.

Luego de identificar los criterios de selección, el peso que tendría cada uno de ellos, y la “lista corta” de productos que competían (los cuales debían necesariamente tener demanda internacional y no pertenecer todos a un mismo sector de actividad), en sesión plenaria se iba asignando, por cada criterio, un puntaje a cada uno de los productos (mayor puntaje significa mayores ventajas respecto al resto de productos de la “lista corta”). Los criterios, ponderaciones, “lista corta” y puntajes se han mostrado en este mismo documento.

Conclusiones

- Se actualizó la Matriz FODA y la Matriz de Actividades en cada uno de los 4 objetivos.
- Se elaboró la Matriz de Cartera de Productos y se seleccionó el banano orgánico y la papa como los productos que contarán primero con un POP.
- Se contó con la participación de aproximadamente 20 personas, entre representantes del sector privado regional, público y académico, notándose un claro predominio del sector privado.
- Los participantes mostraron gran interés en el tema y trabajaron intensamente durante el taller, efectuando importantes aportes (especialmente sobre las limitaciones que existen durante la producción y comercialización, en base a sus propias experiencias; así como datos sobre mercados, número de productores, asociaciones, etc.).

