

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS



TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE ECONOMISTA.

**“PRODUCTOS EXPORTABLES DE LA REGIÓN HUÁNUCO
COMO UN FACTOR QUE CONTRIBUYE EN EL
DESARROLLO ECONÓMICO DEL DEPARTAMENTO DE
HUÁNUCO 2008 -2017”**

TESISTAS:

Bach. Econ.: Juan Manuel Segura Robles

Bach. Econ.: Aurora Santiago Pimentel

Bach. Econ.: Deyvit Cristian Cajas Basilio

ASESOR:

Isidro Teodolfo Enciso Gutiérrez

HUÁNUCO - PERÚ

2018

Índice

Agradecimiento	5
Dedicatoria	6
INTRODUCCIÓN	7
RESUMEN	8
SUMMARY	10
I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Antecedentes y fundamentación del problema.....	12
1.2. Formulación del Problema.....	14
1.2.1. Problema General.....	16
1.2.2. Problemas Secundarios	16
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo General	17
1.3.2. Objetivos Específicos	17
1.4. Justificación e Importancia	18
1.4.1. Justificación	18
1.4.2. Dimensión social	18
1.4.3. Dimensión económica.....	19
1.4.4. Importancia.....	19
1.4.5. Viabilidad.....	20
1.5. Limitaciones	20
II: EL MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	22
2.1. Teorías conceptuales de los beneficios de la exportación	22
2.2. Revisión de estudios realizados.....	24
2.3. Conceptos fundamentales	28
2.4. Marco situacional	28
2.5. Definición de términos básicos	31
III: HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES Y DEFINICIONES OPERACIONALES ...	34
3.1.- Hipótesis	34
3.1.1. Hipótesis General	34
3.1.2. Hipótesis Específicos.....	34
3.2. Sistema de Variables	35
3.2.1. Definición Operacional de Variables, Dimensiones e indicadores.	35

IV: MARCO METODOLÓGICO.....	36
4.1. Nivel y Tipo de Investigación.....	36
4.2. Nivel de Investigación.....	36
4.3. Diseño de la Investigación.....	36
V.- UNIVERSO/POBLACIÓN Y MUESTRA.....	37
5.1. Determinación del Universo/Población/ Selección de la Muestra.....	37
VI. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS.....	37
6.1. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
6.2. Procesamiento y presentación de datos.....	37
VII.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	38
7.1. La región Huánuco y su economía.....	38
7.2. ACTIVIDAD PRODUCTIVA.....	39
7.2.1 Actividad primaria.....	39
7.2.1.1 Sector agropecuario.....	39
7.2.2. Sector minería.....	42
7.3. SECTOR EXPORTADOR DE LA REGIÓN HUÁNUCO.....	44
7.3.1 PAÍSES A QUIENES LA REGIÓN HUÁNUCO EXPORTA SUS PRODUCTOS.....	48
7.3.2 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGIÓN HUÁNUCO.....	50
7.4 Productos para generar el desarrollo exportador de Huánuco.....	53
PRODUCTOS.....	54
7.4.1 Características de los principales productos para la exportación.....	55
CACAO.....	56
CAFÉ.....	56
TÉ.....	57
ALCACHOFA.....	57
GRANADILLA.....	57
PAPA AMARILLA.....	58
MADERA.....	58
TARA.....	59
HORTENSIAS.....	59
7.5 La inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco.....	61
7.5.1. Inversión Privada.....	61
7.5.2. La Inversión pública.....	64

7.5.3. Impacto económico y social de los principales productos de exportación de Huánuco.....	65
7.6 Empleo en el Departamento de Huánuco.....	66
7.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	68
7.7.1 Comparación de Hipótesis en razón de los datos obtenidos.....	68
CONCLUSIÓN.....	71
RECOMENDACIONES.....	73
VII: BIBLIOGRAFÍA	75
ANEXOS	76

Agradecimiento

**Agradecemos a Dios, a los docentes y
nuestros compañeros de estudio, quienes
colaboraron en el desarrollo de la
investigación**

Dedicatoria

A nuestros padres, hermanos, quienes nos apoyaron en todo momento de los logros que obtenemos como persona y profesionales.

INTRODUCCIÓN

Huánuco, es una de las regiones con mayor superficie agrícola del país, con 536.5 mil hectáreas, y al poseer un capital natural de pisos ecológicos que van desde los 250 hasta los 6,617 msnm, presentando un clima y condiciones para el desarrollo de múltiples cultivos, desde frutales tropicales en la zona oriental, hasta los típicamente andinos en la sierra.

La Región genera una amplia oferta de productos agropecuarios y posee un gran potencial exportador, el cual debe ser desarrollado y aprovechado desde la implementación de las 41 acciones específicas de las cuatro cadenas que contiene el PERX Huánuco.

La región Huánuco concentra el 75% de su oferta exportable en la minería. Su principal exportación no tradicional proviene del sector agro-industrial como: cacao (grano, cocoa y cobertura), flores frescas (Hortensias, Semillas y Plantas Silvestres) son los más representativos, el 2016 sus exportaciones crecieron de modo muy favorable hasta un 41% más comparado al 2010. Destaca competitivamente en el 14avo lugar de las regiones del Perú en el año 2016, tiene méritos de estar entre las primeras 7 regiones en: nivel de autonomía y de gastos, habilidades gerenciales, innovación y generación de empleo. Sus retos a futuro para mejorar: exportaciones, diversificación de la actividad económica de la zona, formación laboral y educativa, mejoras de la red de energía y conectividad del transporte.

RESUMEN

En la actualidad la alta competitividad del mundo globalizado ha constatado que han incrementado considerablemente las economías emergentes, de esta manera el presente trabajo de investigación se enmarca bajo este contexto.

En el capítulo I se puede observar la formulación del problema que hemos planteado demostrar bajo modelos macroeconómicos y teorías económicas, justificar que el PBI regional está en función de las exportaciones de productos tradicional y no tradicional potencial que tiene el Departamento de Huánuco en el sector agrícola y de la exportación de minerales, nos traza objetivos concretos , por ejemplo ¿De qué manera los productos exportables producidos en la región Huánuco podría ser un factor importante para el desarrollo económico del Departamento de Huánuco?.

El segundo capítulo plantea el estudio que se consideró para llegar a las conclusiones actuales, los antecedentes de esta investigación demostraron que a pesar que hay potencialidad regional, las condiciones productivas y exportadoras deben seguir desarrollándose.

El tercer capítulo nos ayudó a analizar las potencialidades de la región y teniendo en cuenta que los productos tradicionales y los no tradicionales, vemos cuales son las potencialidades alcanzados internacionalmente, viendo ventajas y desventajas al exportar de estos productos y que medidas considerar para lograr una correcta articulación económica y un impacto social.

En el octavo capítulo se analizó e interpretó los resultados obtenidos y desarrollados por cada objetivo planteado respectivamente aplicando las teorías mencionadas.

Como último se establece las conclusiones y recomendaciones en base al estudio y análisis realizado anteriormente y se señala de manera puntual cuál es el impacto de las exportaciones del Departamento de Huánuco que viene generando a nuestra región.

SUMMARY

At present, the high competitiveness of the globalized world has shown that the emerging economies have increased considerably, so this research work is framed in this context.

In chapter I we can observe the formulation of the problem that we have proposed to demonstrate under macroeconomic models and economic theories, justify that the regional GDP is a function of exports of traditional and non-traditional potential products that the Department of Huánuco has in the agricultural sector and the export of minerals, we trace specific objectives, for example, how exportable products produced in the Huánuco region could be an important factor for the economic development of the Department of Huánuco ?.

The second chapter raises the study that was considered to reach the current conclusions, the antecedents of this investigation showed that although there is regional potential, the productive and exporting conditions must continue to develop.

The third chapter helped us to analyze the potentialities of the region and taking into account that traditional and non-traditional products, we see what are the potentials achieved internationally, seeing advantages and disadvantages when exporting these products and what measures to consider to achieve a correct economic articulation and a social impact.

In the eighth chapter, the results obtained and developed for each proposed objective were analyzed and interpreted, respectively, applying the aforementioned theories.

The last one establishes the conclusions and recommendations based on the study and analysis carried out previously and points out in a timely manner what is the impact of the exports of the Department of Huánuco that it is generating to our region.

I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes y fundamentación del problema.

La Región Huánuco se encuentra en el segundo grupo con tasas de pobreza que se ubican entre 32,4% y 36,1% donde también están: Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Loreto, (Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares, 2007-2016), un factor que podrá cambiar esta situación es el desarrollo exportador de Huánuco que debe de ir de la mano con el desarrollo social, que son mecanismos que impulsan un proceso endógeno basado en las fuerzas internas de la Región y que faciliten la incorporación de diferentes estamentos sociales a las actividades económicas relacionadas directa e indirectamente a las cadenas exportadoras, prestando especial atención al desarrollo de las unidades empresariales.

El agro peruano en cuanto a la estructura de la tenencia de la tierra, predomina la pequeña extensión, por tanto, la que de alguna manera establece los parámetros tecnológicos, sociales y económicos en los que se desenvuelven miles de pequeños productores quienes se enfrentan a un mercado cada vez más competitivo, haciéndose difícil organizarse en cadenas productivas y comerciales. La política de los gobiernos es pues lograr que este amplio sector social y económico del país logre mejorar sus condiciones tecnológicas y organizacionales, no sólo para sobrevivir sino para acumular, crecer y lograr el objetivo superior de mejorar las condiciones de vida de la población. Para atender esta problemática, han surgido numerosas iniciativas públicas y privadas de promoción y desarrollo, pero muestran una gran dispersión de los esfuerzos que se

efectúan para superar los evidentes grados de atraso que se manifiestan en los diversos cultivos y crianzas, así como en el aprovechamiento de los recursos silvestres. Estas pequeñas organizaciones productivas deberán superar una serie de limitantes, así como aprovechar las potencialidades propias y las oportunidades del entorno nacional e internacional, con el objetivo de incrementar su productividad, rentabilidad, competitividad y sostenibilidad.

La actividad productiva y comercial de pequeños productores agrarios, es la base de la economía de la Región Huánuco, existe población considerable de pobreza que no están integradas a mercados que les permita mejorar sus ingresos. La actividad minera viene incrementándose considerablemente, siendo una actividad bastante dinámica en la región de Huánuco, pero el impacto del crecimiento de este sector no se manifiesta de manera integral en la economía de la región, sino solo en el ámbito directamente involucrado en dicha actividad productiva.

Promover el desarrollo exportador podría mejorar la brecha económica y social existente, para esto se deberá considerar mecanismos de acciones de integración y de diseminación en el ámbito regional e insertarnos a las cadenas exportadoras.

Es necesario superar las actitudes de rechazo y cuestionamiento social al sector empresarial más dinámico, especialmente hacia el sector minero, con el consecuente riesgo político no solo para el sector económicamente más dinámico sino para la Región en su conjunto.

1.2. Formulación del Problema

Según el Ministerio Comercio exterior y Turismo de la Región Huánuco en su informe anual del 2014; Huánuco hasta el 2013 registró el 40,1% de incidencia de pobreza monetaria en el Perú, ubicándose en la 7° región con presencia de ciudadanos en pobreza y pobreza extrema.

La región tiene un abanico de ofertas exportables como el aguaymanto, la tara, las flores de corte y tropicales, el rocoto, el tomate de árbol y la stevia, que es un edulcorante y sustituto del azúcar obtenido a partir de las hojas de la especie de planta stevia rebaudiana.

Los clásicos productos como el cacao y el café que durante el 2013 alcanzaron altos índices de exportación, al igual que las hortensias.

Para el 2015 son dos productos que prometen ser el boom de las exportaciones, el jengibre o kión, solicitado en los laboratorios para hacer fármacos y el otro producto es el telar de cintura, artesanía que se viene realizando en distintas provincias como Lauricocha.

La provincia de Huánuco es principal exportador de granadilla, produciendo un aproximado de 3.500 toneladas de granadillas por temporada.

La región ha presentado interés en la rentabilidad del agro y en los últimos cinco años ha crecido en el rubro de la exportación a países como Estados Unidos, Países Bajos (Principalmente en Holanda y Suiza), Francia, Canadá y España.

El 2006 hubo una caída referente al plan de exportar alcachofas, sin embargo, se ha ido trabajando distintos mercados, refiere el director regional de Comercio exterior y Turismo.

Para alcanzar el desarrollo exportador en la región Huánuco debe de ir acompañado del desarrollo social, para alcanzar estas dimensiones, se deberá impulsar un proceso interno basado en las diferentes instituciones de la Región, facilitando la incorporación de diferentes estamentos sociales directas e indirectamente a las actividades económicas, relacionadas a las cadenas exportadoras, debiéndose atender especialmente al desarrollo de las unidades empresariales.

El desarrollo económico y social que la Región de Huánuco necesita, es a través de un proceso dinámico, acumulativo y de largo plazo, que necesitamos estimular la movilidad social incrementando las capacidades de los diversos estamentos sociales para que se complementen y se vaya formando un conjunto de empresarios urbano y rural con capacidades que en un mediano y largo plazo generen una gestión independiente, sin depender de programas subsidiados por el gobierno, por organismos privados o por la cooperación internacional, de tal manera que sean negocios sostenibles en el tiempo.

1.2.1. Problema General

¿De qué manera los productos exportables producidos en la región Huánuco podría ser un factor importante para el desarrollo económico del Departamento de Huánuco?

1.2.2. Problemas Secundarios

1. ¿De qué manera los productos Tradicionales exportables producidos en la Región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco?

2. ¿De qué manera los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco?

3. ¿De qué forma los productos exportables de la región Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco?

4.- ¿De qué forma los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- Estudiar como los productos exportables de la región Huánuco son un factor importante para el desarrollo económico del Departamento de Huánuco.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar de qué manera los productos Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.
2. Analizar como los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.
3. Describir como los productos exportables producidos en la región Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco
4. Describir como los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco.

1.4. Justificación e Importancia

1.4.1. Justificación

Huánuco cuenta con diversos productos de ofertas exportables no tradicionales como el aguaymanto, la tara, las flores de corte y tropicales, el rocoto, el tomate de árbol y la stevia, que es un edulcorante y sustituto del azúcar obtenido a partir de las hojas de la especie de planta stevia rebaudiana. Los tradicionales productos como el cacao y el café que, durante el 2013, 2014, 1015 alcanzaron altos índices de exportación, al igual que las hortensias.

En la región Huánuco existen dos productos que prometen ser el boom de las exportaciones, el jengibre o kión, solicitado en los laboratorios para hacer fármacos y el otro producto es el telar de cintura, artesanía que se viene realizando en distintas provincias como Lauricocha.

La provincia de Huánuco es principal exportador de granadilla, produciendo un aproximado de 3.500 toneladas de granadillas por temporada.

La región ha presentado interés en la rentabilidad del agro y en los últimos cinco años ha crecido en el rubro de la exportación a países como Estados Unidos, Países Bajos (Principalmente en Holanda y Suiza), Francia, Canadá y España.

1.4.2. Dimensión social

En Huánuco existe un nivel de pobreza que atender, pero también cuenta con organizaciones asociativas de productores y a la vez un reducido desarrollo empresarial para desarrollar un nivel y estructura de las exportaciones de

Huánuco, esto hace que debe existir un escenario en el que el Estado, a través de las instituciones de orden nacional, regional y local, debe de jugar el rol de facilitador y promotor del cambio en base a los siguientes criterios: Iniciativas públicas de gestión mixta (pública-privada) cuyo grupo objetivo es privado; Una práctica efectiva de descentralización y desconcentración, no solo del nivel nacional al regional, sino también del regional al local, manteniendo unidad de políticas y estrategias; coordinación con instituciones privadas que realicen actividades de promoción y desarrollo.

1.4.3. Dimensión económica

Es enorme la posibilidad que tiene la actividad de productos exportadora para generar actividades económicas sostenibles, en forma directa o indirecta. Es decir, vinculado básicamente a generar actividades económicas locales que permitan el desarrollo de la potencialidad de la región.

La agricultura en la Región Huánuco es un sector principal que impulsa del crecimiento económico. Huánuco es favorecido con una riqueza en recursos naturales diversos tanto en la sierra como en la selva.

1.4.4. Importancia

El tema de tesis es importante porque permitirá conocer lo siguiente:

Son permitirá conocer como este sector económico de exportación viene contribuyendo en el desarrollo económico en el Departamento de Huánuco.

Las principales cadenas de exportación, tanto actuales como potenciales a nivel de inversión, tiene un efecto en los sectores sociales involucrados como

la generación de divisas, se puede inferir un impacto económico y social que tiene y tendría el desarrollo exportador de dicha oferta.

Alto impacto económico: Productos mineros: plomo y zinc.

Alto impacto económico y social: Manufacturas de madera, cacao y sus derivados, café, conservas de alcachofa y servicios ambientales.

Alto impacto social: Granadilla y otras frutas, papa procesada, flores, maíz morado, menestras, tara, plantas medicinales y aromáticas, artesanías.

1.4.5. Viabilidad

El proyecto de investigación es factible, por la metodología a emplear es la adecuada ya que evidencia un claro planteamiento del problema de investigación, existe información (bibliografía, documentos, informes, etc.) y funcionarios de los ministerios del ramo de la Región Huánuco con disponibilidad de cooperación, así La Cámara de Comercio de Huánuco, etc.; además se cuenta con recursos financieros, humanos y materiales.

1.5. Limitaciones

El análisis estadístico que se pretende desarrollar en la investigación nos limita en medir la productividad y las externalidades generadas por la actividad de los productos exportables. Sin embargo, el estudio a desarrollarse tiene la capacidad de medir la relación existente entre las variables, tanto en el corto como en el largo plazo.

La falta de información confiable por parte de las instituciones del sector y otros, como el PromPerú, MINCETUR y funcionarios locales y regionales, Comercio Internacional, Sierra Exportadora. INEI, y otros, hace que la investigación sea más analítica y exhaustiva en cuanto al manejo de datos, comparándose con otras realidades del país y del exterior. Los aspectos que dificultaran el presente proyecto de investigación son: Tiempo de los tesisas: Actividades laborales, es una limitante para el desarrollo y ejecución del proyecto de tesis; Manejo limitado del aspecto metodológico por parte del investigador; tiempo para la aplicación de instrumentos de recojo de información:

II: EL MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1. Teorías conceptuales de los beneficios de la exportación

La aceleración del crecimiento del comercio mundial en la segunda mitad del siglo XX ha dado lugar a pautas comerciales muy diferentes de las que se derivarían de las teorías clásicas del comercio, basadas en la competencia perfecta, la ventaja comparativa y los rendimientos constantes a escala (Krugman, 1980). Atendiendo al concepto de división del trabajo y especialización para el crecimiento económico y el desarrollo formulado por Adam Smith y al modelo de comercio internacional de Heckscher-Ohlin Samuelson (HOS), los países deben especializarse en la producción de los bienes para los que cuentan con una ventaja comparativa. Los estudios recientes han constatado, por el contrario, que los países parecen diversificar su producción y sus exportaciones a medida que crecen.

En la mayoría de los estudios realizados se hace referencia al "fenómeno de la concentración", que consiste básicamente en la concentración de las exportaciones en determinados productos básicos y mercados y al que se considera causa principal de la inestabilidad de los ingresos por exportaciones. Se sostiene que los países en los que se da esa concentración en determinados productos básicos se ven negativamente afectados por la volatilidad de los precios de mercado, que redundan en marcadas fluctuaciones de los ingresos en divisas. En este sentido, se ha sugerido frecuentemente que una ampliación de la base de exportación a través de una cartera comercial nacional más diversificada puede ayudar a mantener la estabilidad

de los ingresos por exportaciones, fomentando así el crecimiento económico a largo plazo.

Además, se ha sostenido que, para que los países pobres puedan prosperar, es importante que modifiquen la composición de sus exportaciones. En los debates sobre la hipótesis de Prebisch-Singer (1959) y la necesidad de industrialización se otorgó prioridad a la diversificación de las economías para alejarlas de los productos básicos primarios, caracterizados por una relación de intercambio cada vez más desfavorable, bajo valor añadido, y escaso crecimiento de la productividad.

Análogamente, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2004) sostiene que, en ausencia de diversificación de las exportaciones, las caídas y fluctuaciones de los ingresos de exportación han afectado negativamente al ingreso, la inversión y el empleo en los países en desarrollo. Con la diversificación, los riesgos de la inversión se distribuyen entre más sectores económicos, lo que redundaría en un incremento del ingreso (Acemoglu y Zilibotti, 1997). Según Romer (1990), la diversificación puede considerarse como un factor que contribuye a mejorar la eficiencia de otros factores de producción. Además, la diversificación proporciona a los países cobertura contra perturbaciones negativas de la relación de intercambio al estabilizar los ingresos de exportación. El crecimiento económico y el cambio estructural dependen de los tipos de productos con los que se comercia (Hausmann y Klinger, 2006; Hwang, 2006). Por lo tanto, la diversificación de las exportaciones permite a las economías avanzar hacia la producción y exportación de productos más complejos, lo que

puede contribuir en medida importante al desarrollo económico. Además, la diversificación de las exportaciones permite a los gobiernos alcanzar algunos de sus objetivos macroeconómicos: crecimiento económico sostenible, mejora de la balanza de pagos, empleo y redistribución del ingreso.

2.2. Revisión de estudios realizados.

Klinger y Lederman (2004) analizaron la relación entre los descubrimientos de exportaciones -medidos por las exportaciones de nuevos productos introducidos- y el nivel de desarrollo. En este caso concreto, descubrieron que la cantidad de nuevos productos exportados sigue una curva en forma de U invertida en relación con el ingreso; esto indica que, a medida que aumenta el ingreso, las economías se vuelven menos concentradas y más diversificadas. Solo a niveles relativamente elevados de ingreso per cápita el ulterior crecimiento va acompañado de un aumento de la especialización y una menor diversificación.

Cadot, Carrère y Strauss-Kahn (2011a) derivaron y volvieron a analizar una descomposición del índice de concentración de Theil que describe directamente los márgenes extensivos e intensivos (nuevos productos o mercados) de diversificación de las exportaciones. Para analizar la forma en que ambos márgenes evolucionan como funciones del PIB per cápita, construyeron una gran base de datos que abarca 156 países.

Greenaway, Morgan y Wright (1999), por su parte, demostraron no solo que el crecimiento de las exportaciones propiciaba el crecimiento económico, sino que también era importante la composición de las exportaciones. Su estudio

también corroboró la opinión de que las externalidades eran mayores en el sector manufacturero que en otros sectores. Esas externalidades pueden conducir a una diversificación horizontal y a mejoras de la capacidad de todos los sectores para hacer frente a la competencia externa (Matthee y Naudé, 2007). Por otra parte, también puede sostenerse que la participación de las exportaciones del sector secundario en las exportaciones totales es un indicador satisfactorio del grado en que un país establece eslabonamientos hacia adelante y disminuye su dependencia del sector primario. Desde esta perspectiva, Levin y Raut (1997), por ejemplo, concluyeron que una mayor proporción de productos manufacturados en las exportaciones totales de un país puede traducirse en importantes efectos positivos para el crecimiento económico.

Tesis: “Las exportaciones de café y su impacto en el crecimiento del PBI en la Región Lambayeque 2001 – 2013” Autores: Bach. Pérez Velásquez Anthony Williams. Bach. Quicio Balladares Rbeca Coraly.- Universidad Señor de Sipán-Chiclayo.- El objetivo de la tesis fue determinar el dinamismo de las exportaciones de café de la Región Lambayeque mediante un modelo econométrico, donde con las variaciones de tipo cambio, costos de café internacional, nivel producción y de exportación regional, demostraron la verdadera correlación ya sea lineal directa o inversa que tiene las exportaciones de café en función al PBI regional de Lambayeque.

Tesis: "Producción y exportación de derivados de la tara" Autores: Moisés Benigno De la Oliva Guillen -Noemi Gonzales Ilizarbe.- Universidad D Peruana de Ciencias Aplicadas Lima.- El análisis financiero de la empresa "TARA TANNING COMPANY" presenta resultados económicos positivos que sostienen el desarrollo de la empresa en el mercado internacional. El VAN calculado para la empresa fue de US\$. 5,482 mil, con una TIR de 51% y una tasa de B/C de 2.15. La tasa de descuento aplicada para hallar el Valor Actual Neto de la empresa es de 11%. Siendo un promedio ponderado entre el COK del inversionista de 9.8%, el monto de inversión pedido para el inversionista es de 327,538 Dólares Americanos y el financiado de 140,374 Dólares Americanos. A nivel mundial existe una demanda insatisfecha de 36%¹. Según PROMPEX, considera que el crecimiento del mercado evolucionará en un 3% anualmente en los próximos cinco años.

Tesis; "Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970– 2010.- Autor: Jeymerd Lelis Bello Alfaro. - Universidad Nacional Mayor de San Marcos. - Del modelo planteado se concluye que si las Exportaciones peruanas aumentan en 1%, el PBI aumentaría en 0.13%. La apertura comercial y promoción de productos a nivel internacional, han hecho que las exportaciones peruanas, sean tradicionales o no tradicionales, aumenten considerablemente en la última década. Así se tiene que como porcentaje del PBI las exportaciones representaron el 3.53% en 1970, el 9.6% en 1980, el 8.78% en 1990, el 12.62% en el 2000 y el 37.17%

en el 2010, notándose que luego de la puesta en marcha del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2003-2013) en

marzo del 2003 la tasa de crecimiento de las exportaciones ha sido mayor.

“Exportaciones, industria maquiladora y crecimiento económico en México a partir de la década de los noventa”, investigación económica realizada por la Universidad Nacional Autónoma de México, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, 2005, México. Según la cual la economía mexicana durante décadas logró un crecimiento acelerado basado en la industrialización por sustitución de importaciones apoyada por el Estado, que desde fines de los ochenta el país se orientó a resolver los problemas de divisas a través del impulso a las exportaciones manufactureras (90% se dirigen a Estados Unidos); que sin embargo, dicho modelo en los últimos lustros ha mostrado una capacidad limitada para incrementar el ritmo de crecimiento de la economía, debido al elevado componente de insumos importados de las exportaciones y por el pequeño valor agregado contenido en una proporción importante de las exportaciones.

Tesis “Impacto Económico del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos en el Sector Agroindustrial”, Autor: Julio Victor Pinillos Barrantes (2007).- Universidad Nacional de Trujillo. En su concluye que el mercado de Estados Unidos de Norteamérica, es quien lidera las compras de productos agroindustriales, seguido de España, Holanda, y que este consumo es en un 54% frutal, adema que este mercado seguirá en crecimiento en los siguientes

años. Teniendo en cuenta que E.E.U.U. es nuestro mayor comprador de Palta Hass, es importante conocer este crecimiento para identificar un mercado potencial.

2.3. Conceptos fundamentales

Hoy en día, es esencial mantener un buen desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo político, comercial y cultural, para el logro del desarrollo integral de los países y por ende sus regiones.

No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente por sí misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen, y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades.

El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar los activos que producen mejor, para luego intercambiarlos con otros países, que a su vez ellos producen mejor, de eso se trata la actividad comercial. Ningún país puede cerrar totalmente sus fronteras económicas, debido a que pueda producir por sí solo todos los bienes y servicios que requieren las demandas sociales.

2.4. Marco situacional

Diversas investigaciones empíricas han confirmado que la diversificación de las exportaciones contribuye en el desarrollo de las regiones. Love (1986), manifestó “que los países deberían evitar una fuerte dependencia de un número limitado de productos, pues esa dependencia reduce las posibilidades

de compensar parcialmente las fluctuaciones en algunos sectores exportadores con las exportaciones de otros más estables”; y concluye “que la diversificación de las exportaciones es una estrategia útil para reducir la inestabilidad, por lo que no debe circunscribirse únicamente a los sectores no agrícolas”.

Además, Gutiérrez de Piñeres y Ferrantino (2000), en su estudio sobre países latinoamericanos, observaron una interacción positiva entre la diversificación de las exportaciones y el crecimiento económico. Ejemplos de países que experimentaron a la vez una considerable diversificación de sus exportaciones y un crecimiento relativamente pujante fueron Chile, Colombia, El Salvador, el Estado Plurinacional de Bolivia, el Paraguay y el Uruguay. Balaguer y Cantavella-Jordá (2004) llegaron a conclusiones similares en el caso de España, y Hammouda et al. (2006), en el de algunos países africanos.

Greenaway, Morgan y Wright (1999), por su parte, demostraron no solo que el crecimiento de las exportaciones propiciaba el crecimiento económico, sino que también era importante la composición de las exportaciones. Su estudio también corroboró la opinión de que las externalidades eran mayores en el sector manufacturero que en otros sectores. Esas externalidades pueden conducir a una diversificación horizontal y a mejoras de la capacidad de todos los sectores para hacer frente a la competencia externa (Matthee y Naudé, 2007). Por otra parte, también puede sostenerse que la participación de las exportaciones del sector secundario en las exportaciones totales es un indicador satisfactorio del grado en que un país establece eslabonamientos hacia adelante y disminuye su dependencia del sector primario. Desde esta

perspectiva, Levin y Raut (1997), por ejemplo, concluyeron que una mayor proporción de productos manufacturados en las exportaciones totales de un país puede traducirse en importantes efectos positivos para el crecimiento económico.

La relación entre la productividad de un país y la variedad sectorial de sus exportaciones también fue estudiada por Feenstra y Kee (2004). En una muestra de 34 países y con datos correspondientes al período comprendido entre 1984 y 1997, esos autores observaron que un aumento del 10% de la diversidad de las exportaciones en todos los sectores se traducía en un crecimiento del 1,3% de la productividad del país. Además, Herzer y Nowak-Lehmann (2006) analizaron en el caso de Chile la hipótesis de que existe una relación entre la diversificación de las exportaciones y el crecimiento económico, a través de las externalidades del aprendizaje por la acción y el aprendizaje por las exportaciones, y concluyeron que tanto la diversificación horizontal como la diversificación vertical de las exportaciones influían positivamente en el crecimiento económico.

2.5. Definición de términos básicos

Para tener un conocimiento más preciso de los conceptos usados con mayor frecuencia en la presente investigación, es conveniente introducir las definiciones siguientes:

Actividad Económica, es el proceso de clasificación de las actividades económicas que realizan las empresas según los diversos campos de producción o servicio.

Capital. Equipo y estructura utilizados para producir bienes y servicios

Capital Humano. Conocimientos y cualificaciones que adquieren los trabajadores por medio de la educación, la formación y la experiencia.

Desarrollo. Es un proceso permanente de cambio, tanto cualitativo como cuantitativo en el orden económico, político, social y cultural que permite crecientes posibilidades para la realización plena e integral de la persona humana y la sociedad en su conjunto.

Desarrollo Humano. Es un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano

Desarrollo Sostenible. Es el desarrollo que satisface las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.

Ciclo Económico. En las etapas de crecimiento económico existe una mayor creación neta de empleo, y por lo tanto una mayor inserción de trabajadores en nuevos empleos, lo que reduce la duración media del empleo de forma inversa, en etapas de recesión se crean menos nuevos empleos, lo que lleva a aumentar la duración media.

Crecimiento Económico. Expansión del PBI potencial de una zona geográfica determinada (región, país, conjunto de países...)

Deflactor del PBI. Indicador del nivel de precios que se calcula dividiendo el PBI nominal por el PBI real y multiplicando el resultado por 100.

Empleo. Por lo general se considera al empleo como la no utilización de la mano de obra disponible o de su utilización por debajo de estándares o normas previamente adoptadas. Es decir, se acostumbra a definirlo en negativo, por la falta de empleos y/o de empleos adecuados.

Exportaciones. Bienes producidos en el interior y vendidos en el exterior.

Inversión. Es el incremento al capital real de la sociedad, como el ahorro, ello resulta de una abstención del consumo inmediato en relación con el ingreso generado en el periodo.

Recomposición Sectorial del Empleo. Reasignaciones del empleo de un sector económico a otro reduce la duración media del empleo. Por otro lado el crecimiento de sectores como el de servicios, que en un sector de alta rotación, provoca también una disminución de la duración del empleo.

Factores Productivos. - Recursos empleados en el proceso productivo como son: orden, técnicas, rutinas.

Producción. - Es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades. El proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales se encuentran integradas en ramas productivas y estas en sectores económicos.

Rendimiento. - Hace referencia a la actividad que necesita llevar a cabo una unidad (sea individual, un equipo, una sección) de una organización para lograr un resultado deseado.

Tecnología. - Síntesis de técnicas conocidas eficientes. Combinación específica de factores productivos (orden, técnicas, rutinas).

Comercialización. - Dar a un producto en condiciones y organización comercial para su venta.

VALOR AGREGADO: La idea de valor agregado se emplea en el terreno de la contabilidad y de la economía. Una de las acepciones del concepto refiere al valor económico que gana un bien cuando es modificado en el marco del proceso productivo.

III: HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

3.1.- Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

- Los productos exportables de la región Huánuco es un factor importante para alcanzar el desarrollo económico del Departamento de Huánuco.

3.1.2. Hipótesis Específicos

1. Los productos Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen aportando al desarrollo económico del Departamento Huánuco.

2. Los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.

3. Los productos exportables producidos en la región Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco

4. Los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco.

3.2. Sistema de Variables

G.1. Variables Independientes (X)

Productos exportables del Departamento de Huánuco.

G.2. Variable Dependiente (Y)

Desarrollo económico del Departamento de Huánuco.

3.2.1. Definición Operacional de Variables, Dimensiones e indicadores.

VARIABLE DEPENDIENTE: Desarrollo Económico del Dpto. de Hco.			
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		
	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS/INSTRUMENTOS
Es el proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial existente en la región, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad.	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Producto Bruto Interno - PBI 	Técnica: Análisis documental Instrumentos: Documentación Bibliografía.
	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> Calidad de Vida Índice de pobreza Multidimensional 	
VARIABLE INDEPENDIENTE: Productos exportables del Dpto. de Hco.			
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		
	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS/INSTRUMENTOS
La producción de productos de exportación como la diversificación vertical de estos influyen positivamente en el desarrollo económico y contribuyen a un mayor crecimiento de la renta per cápita	<ul style="list-style-type: none"> Inversión en productos exportables Exportación del productos de la región 	<ul style="list-style-type: none"> Valor agregado Exportación Contribución a la sociedad Inversión pública y privado Empleo 	Técnica: Análisis documental Instrumentos: Documentación Bibliografía

IV: MARCO METODOLÓGICO.

4.1. Nivel y Tipo de Investigación

El tipo de investigación es Aplicado, porque se está aplicando teorías de economía para interpretación de la realidad social; es decir se estudiará las variables tal como encontramos en la realidad, que permite enfocar el problema desde el punto de vista teórico y a su vez se tiende a hacer un manejo e interpretación de los datos.

4.2. Nivel de Investigación

La investigación se realizará dentro del nivel descriptivo - explicativo, descriptivo porque se va a describir cada una de las variables y explicativo por la correlación de la variable dependiente con la variable independiente.

4.3. Diseño de la Investigación

La investigación será no experimental porque no existe una variable de control y adoptara un diseño longitudinal de tendencia, el cual consiste en recolectar datos secundarios sobre la exportación de productos de la región entre los años 2008 al 2017 que nos permita analizar cambios a través del tiempo de las variables y sus relaciones.

V.- UNIVERSO/POBLACIÓN Y MUESTRA

5.1. Determinación del Universo/Población/ Selección de la Muestra.

Como universo de investigación se tomará la actividad de exportación del Perú y como muestra son las exportaciones de la región Huánuco y su contribución en la economía del Departamento de Huánuco en el periodo de estudio del 2008 al 2017; dentro de esta se investigará las variables relacionadas que deja esta actividad económica en la región y su Valor agregado, contribución a la sociedad, inversión y empleo.

VI. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

6.1. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Estadística: Esta técnica nos permitirá la recopilación, ordenación, sistematización y procesamiento de datos; así como la determinación de los indicadores, la presentación de los datos secundarios convertidos en información estadística para la comprobación de las hipótesis. Como instrumentos para la recolección de datos en la parte descriptiva de la tesis se utilizará los cuadros estadísticos y gráficos del comportamiento de las variables estudiadas; mientras que en la parte analítica y explicativa se aplicará las tablas y gráficos resultantes de las comparaciones entre ellas estadísticamente.

6.2. Procesamiento y presentación de datos

Análisis Documental: La aplicación de esta técnica consistirá en acumular, analizar y resumir, en forma muy selectiva e inteligente, un conjunto de textos, artículos de revistas, estudios de organismos oficiales y cualquier otro documento sobre el tema materia de investigación. Los instrumentos utilizados en este trabajo de investigación serán las fichas bibliográficas y hemerográficas, resúmenes, fotocopias, recortes de revistas y periódicos, etc. Las principales fuentes de datos secundarios fueron los ministerios de agricultura, minería, producción, comercio, así como las Cuentas Nacionales del INEI, y los archivos electrónicos.

VII.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

7.1. La región Huánuco y su economía

La Región de Huánuco se ubica en la parte centro oriental del territorio peruano, situada entre las coordenadas, latitud sur 8° 21' 47 y latitud oeste entre 76° 18' 56" y 77° 18' 52,5". Su clima es variado por los diferentes pisos altitudinales, en la selva es cálido y húmedo, y en la sierra templado seco.

Sus límites son:

Por el norte: Región La Libertad, San Martín, Loreto y Ucayali

Por el este: Región Ucayali

Por el oeste: Región Ancash y Lima

Por el sur: Región Pasco

Su extensión es 36,484.90 Km². - 2.87% del territorio nacional, siendo 61% de su superficie selva y el 39% sierra.

Su geografía es accidentada por la Cordillera Occidental de los Andes en la parte sierra, al este cambia de estructura geográfica y su superficie es poco accidentada propia de la selva alta y baja.

La región de Huánuco ocupa el quinto lugar en el ranking de pobreza a nivel nacional, con un 61.5% de la población sin servicio de agua, 27.9% sin servicio de desagüe, 55.6% sin servicio eléctrico; la tasa general de analfabetismo 16.6% y 41.6 % tasa de desnutrición infantil crónica.

Huánuco muestra un índice de competitividad regional de 0.3 ocupando el puesto 21 a nivel nacional (periodo 2011/2012) presentando altos niveles de pobreza en Huánuco.

7.2. ACTIVIDAD PRODUCTIVA

7.2.1 Actividad primaria

7.2.1.1 Sector agropecuario.

La actividad agropecuaria se analiza en base del año 2008 (100%), según el cuadro N° 001 en el cual se observa que esta actividad entre los años 2008 al 2017 se ha incrementado en promedio interanual en 33% en el periodo de análisis, registrando un resultado positivo; para los años 2014, 2015, 2016 y 2017, esta actividad se viene incrementado en 47%, 51%, 38% y 63% respectivamente.

Cabe destacar que la agricultura orientada al mercado interno la mayor producción fue entre los años 2013, 2014 y 2015 con el 43%, 55% y 54% respectivamente, mientras que el 2016 cayó a un 34% para recuperarse el 2017 con una producción de 64% más que en año base 2008. Mientras que la producción agrícola orientada al mercado externo y agroindustria la mayor producción fue los años 2015, 2016 y 2017, con una producción de 60%, 74% y 88% más que en el año base, para el subsector Pecuario su producción viene incrementando en un promedio de 32% anual en los últimos años.

De todo esto podemos observar que la producción agrícola para el mercado externo y agroindustria viene incrementándose en un 80% interanual en los últimos años del 2015 al 2017 como son los productos Maíz Amarillo Duro, Café y el cacao, quienes están exportando con un valor agregado y generando mayores puestos de trabajo.

Entre los meses Enero a diciembre de los años 2015 a 2017, el crecimiento de 43,1 por ciento en el sub sector agrícola se sustentó en la mayor oferta con destino al mercado interno (44,3 por ciento), y para el mercado externo y agroindustria (28,2 por ciento); explicado en el primer caso, por los incrementos de la producción de papa, arveja grano verde, arroz cáscara, plátano y olluco; y en el segundo, por maíz amarillo duro y cacao. Respecto a papa y arveja grano verde, se explicaron por mayores siembras en las provincias de Ambo, Huánuco y Pachitea, incentivadas por los mayores precios de mercado. Entre enero y diciembre, creció 55,4 por ciento, influenciado por la mayor oferta al mercado interno (26,2 por ciento), y al mercado externo y agroindustria (44,5 por ciento); sobresaliendo en el primer caso, la mayor producción de papa, arroz cáscara, arveja grano verde, plátano, trigo, maíz amiláceo, olluco y cebada grano; mientras que en el segundo por café, cacao y maíz amarillo duro.

La producción pecuaria creció en 2,9 por ciento en los años 2016 y 2017, ante la mayor oferta de leche, huevo, lana, fibra de alpaca y carnes de porcino y caprino. Entre enero y diciembre, aumentó en 2,7 por ciento, explicado por la mayor producción de leche, huevo, fibra de alpaca, además de carnes de porcino, vacuno, alpaca, caprino y ovino, entre los principales.

La mayor actividad ganadera se localiza en la provincia de Puerto Inca, favorecida por la disponibilidad de pastos, adquiriendo significancia la producción de carne de vacuno, llegando a representar, entre enero y diciembre, el 50 por ciento del Valor Bruto de Producción (VBP) pecuario, seguido de leche (13 por ciento) y carne de porcino (11 por ciento). La producción de carne de vacuno se destina a los mercados local y regional.

En cuanto al avance de siembras, correspondiente a la actual campaña agrícola (2016-2017), se instalaron 83 460 hectáreas, mayor en 7 057 hectáreas (9,2 por ciento) respecto de la campaña anterior (2015-2016), debido al incremento de instalaciones de cultivos transitorios (3,917 hectáreas o 5,6 por ciento más) y permanentes (3,140 hectáreas o 50,0 por ciento de incremento). En cultivos transitorios, se explicó por incrementos en papa (blanca y amarilla), maíz amarillo duro y arroz cáscara; en papa, en las provincias de Huánuco, Dos de Mayo, Huamalíes y Lauricocha, debido a los altos precios de mercado y a una recuperación de las lluvias en el mes de diciembre; y en arroz cáscara, sustentado en la disposición de terrenos y canales de riego rehabilitados en la provincia de Puerto Inca. Respecto a cultivos permanentes, se incrementó por mayores siembras de piña, cacao, plátano, pasto braquearia y camerún.

CUADRO N° 01

HUANUCO: SECTOR AGROPECUARIO										
(Miles de toneladas)										
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Subsectores										
AGRICOLA										
Orientada al mercado interno	644.30	658.70	671.60	766.90	846.01	923.80	995.90	993.80	866.12	1056.80
%	100%	2%	4%	19%	31%	43%	55%	54%	34%	64%
Papa blanca	277.90	270.50	283.80	332.20	361.20	409.90	441.10	405.50	326.01	424.70
Papa Amarilla + Color	144.20	146.80	143.90	183.80	202.90	208.50	216.40	219.30	174.80	243.70
Plátano	98.50	113.80	116.60	116.70	144.10	152.30	186.20	207.40	208.50	211.60
Yuca	46.40	45.80	47.30	48.60	51.10	56.10	56.20	56.80	55.40	55.20
Arroz Cáscara	26.80	30.80	31.60	33.80	32.01	29.60	29.10	34.60	48.30	63.20
Arveja Grano Verde	10.50	11.20	12.60	14.80	16.30	28.50	25.30	26.70	21.70	25.20
Maíz Amiláceo	18.20	18.10	16.50	15.40	18.50	19.60	18.80	17.90	12.01	13.70
Olluco	21.80	21.70	19.30	21.60	19.90	19.30	22.80	25.60	19.40	19.50
Orientada al mercado externo y agroindustria	33.00	41.41	39.00	41.70	42.50	40.60	38.50	52.90	57.50	62.10
%	100%	25%	18%	26%	29%	23%	17%	60%	74%	88%
Maíz Amarillo Duro	28.50	36.80	33.80	36.80	37.10	35.00	31.30	42.50	43.10	43.80
Café	2.10	2.01	2.30	2.50	2.90	2.90	3.50	5.10	7.90	9.40
Cacao	2.40	2.60	2.90	2.40	2.50	2.70	3.70	5.30	6.50	8.90
PECUARIO	50.65	48.91	53.85	54.69	63.80	62.10	60.90	65.20	68.60	70.50
%	100%	-3%	6%	8%	26%	23%	20%	29%	35%	39%
Carne de vacuno	11.90	10.40	11.80	13.30	16.50	19.40	19.60	20.10	20.20	19.50
Carne de ave	0.93	0.90	0.85	0.09	1.30	1.60	1.20	1.30	1.60	1.20
Carne de ovino	1.92	1.81	1.70	1.40	1.50	1.50	1.50	1.60	1.70	1.60
Leche	35.90	35.80	39.50	39.90	44.50	39.60	38.60	42.20	45.10	48.20
SECTOR AGROPECUARIO	813.60	839.56	857.54	960.03	1,059.16	1,129.66	1,195.07	1,230.89	1,119.42	1,323.27
	100%	3%	5%	18%	30%	39%	47%	51%	38%	63%

Fuente: PROMPERU - SUNAT

7.2.2. Sector minería

En el periodo de estudio 2008 al 2017, la actividad minera disminuyó en 6,0 por ciento en promedio durante los años 2009, 2010, 2011 y 2012, para luego crecer en 38.8 por ciento en promedio los años 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 ocho años de continuo crecimiento, debido a la mayor producción de cobre (58,4 por ciento) y plata (49,8 por ciento), contrarrestado

ligeramente por los incrementos de plomo (27,6 por ciento) y zinc (18,9 por ciento).

Entre los años 2015, 2016, y 2017 la minería se expandió en 37%, 61% y 76% respectivamente con respecto al año base 2008, influenciado por la mayor producción de concentrados mineros de cobre (13,2 por ciento), plomo (54,4 por ciento), zinc (125,4 por ciento) y plata (64,7 por ciento). En el acumulado, a precios de 2017, la producción de zinc representó el 53 por ciento del VBP minero acumulado, seguido por plomo (24 por ciento), plata (17 por ciento) y cobre (6 por ciento).

La producción del departamento se concentra en la minera Raura, ubicada en la cumbre de la Cordillera Occidental, entre los departamentos de Huánuco (provincia de Lauricocha, distrito de San Miguel de Cauri) y Lima (provincia de Oyón).

CUADRO N° 02

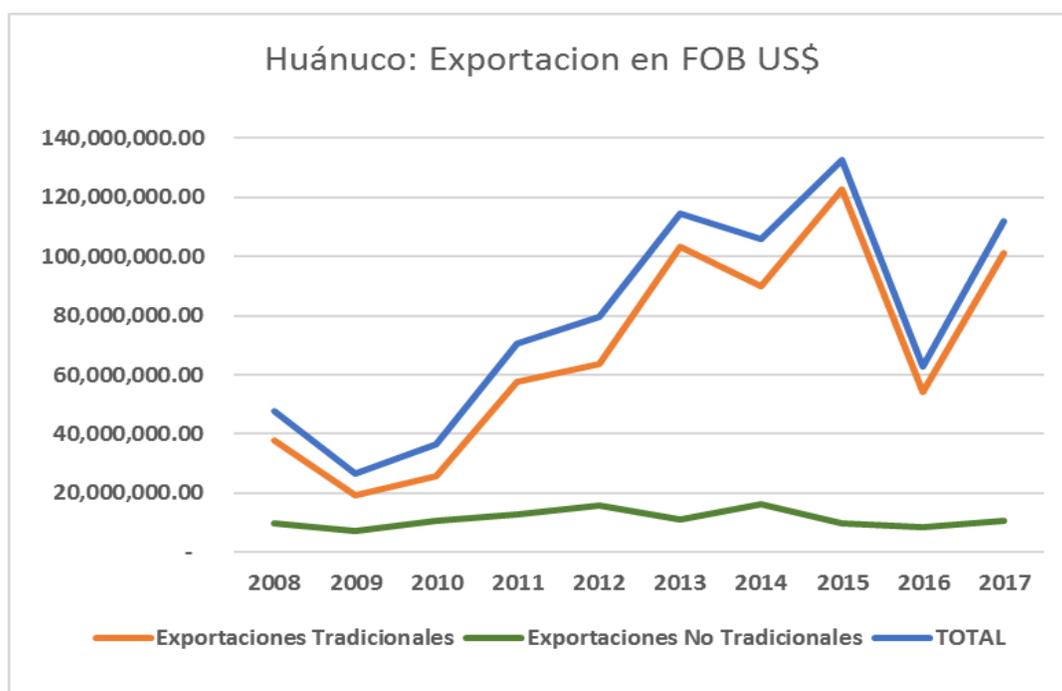
HUANUCO: PRODUCCION MINERA METÁLICA										
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Cobre (TMF)	2,902.00	2,917.00	3,593.00	3,737.00	3,955.00	3,332.00	1,752.00	1,363.00	1,788.00	2,180.00
Plomo (TMF)	13,864.00	12,750.00	14,259.00	11,835.00	12,176.00	11,034.00	12,188.00	21,477.00	24,130.00	21,387.00
Zinc (TMF)	24,038.00	18,659.00	22,770.00	20,594.00	20,767.00	23,870.00	24,006.00	33,823.00	42,106.00	54,089.00
Plata (Kg.f)	50,228.00	40,311.00	53,953.00	48,634.00	51,753.00	58,753.00	64,957.00	68,222.00	78,937.00	82,418.00
TOTAL	91,032.00	74,637.00	94,575.00	84,800.00	88,651.00	96,989.00	102,903.00	124,885.00	146,961.00	160,074.00
%	100%	-18%	4%	-7%	-3%	7%	13%	37%	61%	76%
Fuente: PROMPERU - SUNAT										

7.3. SECTOR EXPORTADOR DE LA REGIÓN HUÁNUCO

Las exportaciones en la región Huánuco se han incrementado a partir del 2010 habiendo una disminución en el 2009, por la reducción del valor de las exportaciones Tradicionales, recuperándose años posteriores y siendo su valor en el 2013 de 114 millones 807 mil 443 dólares americanos.

GRAFICO N° 01

Exportaciones de la región Huánuco 2008-2017 en US\$



Fuente: PROMPERU-sede Huánuco

La región Huánuco concentra el 75% de su oferta exportable en la minería. Su principal Exportación no tradicional proviene del sector agro-agroindustrial como: cacao (grano, cocoa y cobertura), flores frescas (Hortensias, Semillas y Plantas Silvestres) son los más representativos, el 2012 sus exportaciones crecieron de modo muy favorable hasta un 41% más

comparado al 2011. Destaca competitivamente en el 20^{avo} lugar de las regiones del Perú en el año 2011, tiene méritos de estar entre las primeras 7 regiones en: nivel de autonomía y de gastos, habilidades gerenciales, innovación y generación de empleo. Sus retos a futuro para mejorar: exportaciones, diversificación de la actividad económica de la zona, formación laboral y educativa, mejoras de la red de energía y conectividad del transporte.

En el 2013 las exportaciones crecieron de modo muy favorable explicado principalmente por la minería, Las exportaciones de productos no tradicionales estuvo con una tendencia de crecimiento constante hasta una caída del 30% en el 2013, por contracción de la exportación de cacao del 32%.

CUADRO N° 03

HUANUCO: LAS EXPORTACIONES (FOB en US\$)								
AÑO	Exportaciones Tradicionales	%	Exportaciones No Tradicionales	%	TOTAL	Exportaciones Tradicionales (%)	Exportaciones No Tradicionales (%)	TOTAL %
2008	37,856,547.40	79.36	9,848,220.20	20.64	47,704,767.60	100%	100%	100%
2009	19,433,371.72	72.89	7,227,122.55	27.11	26,660,494.27	-49%	-27%	-44%
2010	25,596,206.58	70.48	10,722,298.36	29.52	36,318,504.94	-32%	9%	-24%
2011	57,479,704.46	81.53	13,021,536.89	18.47	70,501,241.35	52%	32%	48%
2012	63,512,317.25	79.93	15,952,094.61	20.07	79,464,411.86	68%	62%	67%
2013	103,528,579.64	90.33	11,076,863.61	9.67	114,605,443.25	173%	12%	140%
2014	89,785,624.46	84.67	16,256,368.76	15.33	106,041,993.22	137%	65%	122%
2015	122,693,350.95	92.50	9,945,505.18	7.50	132,638,856.13	224%	1%	178%
2016	54,216,933.74	86.34	8,575,178.45	13.66	62,792,112.19	43%	-13%	32%
2017	101,216,932.47	90.40	10,748,245.56	9.60	111,965,178.03	167%	9%	135%

Fuente: PROMPERU - SUNAT

De acuerdo a la información brindada por PROMPERU, la principal exportación no tradicional proviene del sector agro-industrial y en ella es el cacao y sus derivados los que explican la evolución de las exportaciones de productos no tradicionales.

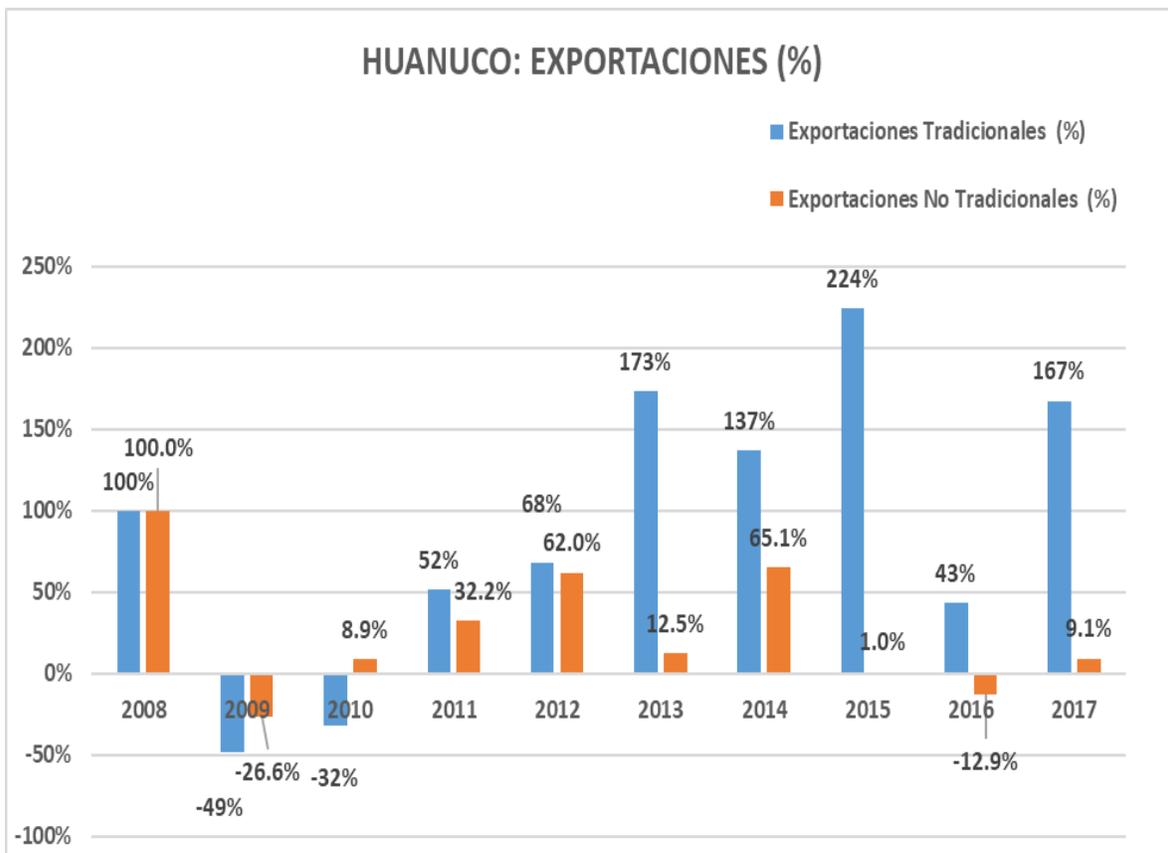
Como se puede observar desde el 2010 hay una evolución positiva constante de la exportación de otros productos no tradicionales, entre los que destacan: La palta, las flores frescas, las semillas, plantas medicinales (semillas de purearía, hierba luisa y otros), flores ornamentales, tara, frutos y granos (Guanábana en extracto y polvo, camu camu y maíz morado en polvo) cuyos mercados de destino son: Alemania, Australia, Estados Unidos, Brasil, Canadá y Singapur-

El otro sector es el Químico representando un 1% en la cual encontramos manufacturas de plástica (bandejas y juguetes), insecticidas y fungicidas y detergentes industriales cuyos países de destino son Cuba y Bolivia. En el sector Artesanía representando el 0.02 % de las exportaciones en el año 2012 cuyo principal producto son textiles del hogar cuyo mercado de destino es EE.UU. con un valor de 3,500 miles de dólares.

En las exportaciones tradicionales se ubica dos sectores: minería exportando minerales como concentrado de Oro, Zinc, Plomo y Cobre; siendo los países de destino Brasil, China, Corea del Sur, España por un valor de 100 millones 875 mil 282 dólares americanos en el 2013, cabe señalar que a partir del 2013 se empezó a exportar Oro por más de 36 millones de dólares americanos.

El sector Agro está representado por el único producto tradicional que se produce en esa región que es el café (en grano) como producto de exportación, cuyos países de destino son: Alemania, Bélgica, Canadá y Estados Unidos con un valor de 2 millones 653 mil 297 dólares americanos experimentando una caída del 43% respecto al 2012 debido al ataque de la roya amarilla que ha generado estragos en los productores.

GRAFICO N° 02



Fuente: PROMPERU-sede Huánuco

7.3.1 PAÍSES A QUIENES LA REGIÓN HUÁNUCO EXPORTA SUS PRODUCTOS.

La Región Huánuco entre los meses enero y diciembre de los años 2016 y 2017, las ventas totalizaron US\$ 24 millones, menor en US\$ 38 millones (-61,2 por ciento) respecto a similar periodo de 2016, ante la reducción de envíos de productos tradicionales en US\$ 40 millones (-74,2 por ciento), contrarrestado parcialmente por la mayor oferta de productos no tradicionales en US\$ 2 millones (30,0 por ciento). En los tradicionales, la reducción se explicó por una menor oferta de concentrados mineros de cobre y plomo; además de los menores envíos de café. Respecto a los no tradicionales, se justificó por las mayores exportaciones de productos agropecuarios, principalmente de los derivados de cacao.

En este año 2016 y 2017 los mayores envíos se destinaron a China (31.9 por ciento), Japón (29 por ciento), Italia (15 por ciento), Estados Unidos (9 por ciento), Holanda (7 por ciento), Bélgica (6 por ciento), y Corea del Sur (2 por ciento); mientras que, según productos, las mayores ventas fueron de concentrados de zinc (49 por ciento) y plomo (8 por ciento), cacao y sus derivados (30 por ciento), además de flores y capullos (1 por ciento), entre los principales.

China (31.9) viene exportando Concentrados de plomo y cobre, y tara en polvo. Varios países de la Unión Europea (12,5) Concentrado de cobre, cacao, pasta de cacao y flores. Alemania (12,2) Cacao en grano, entero y tostado, manteca de cacao y café. India (11,1) Minerales y concentrados de

cobre Varios de América 7,5 Concentrados de cobre y zinc, y chocolates.

España (5,8) Concentrados de zinc, cacao en crudo, flores y capullos.

Estados Unidos (3,9) Café, cacao en polvo, manteca de cacao y flores Otros

15,1 Concentrados de plomo, café, cacao y sus derivados.

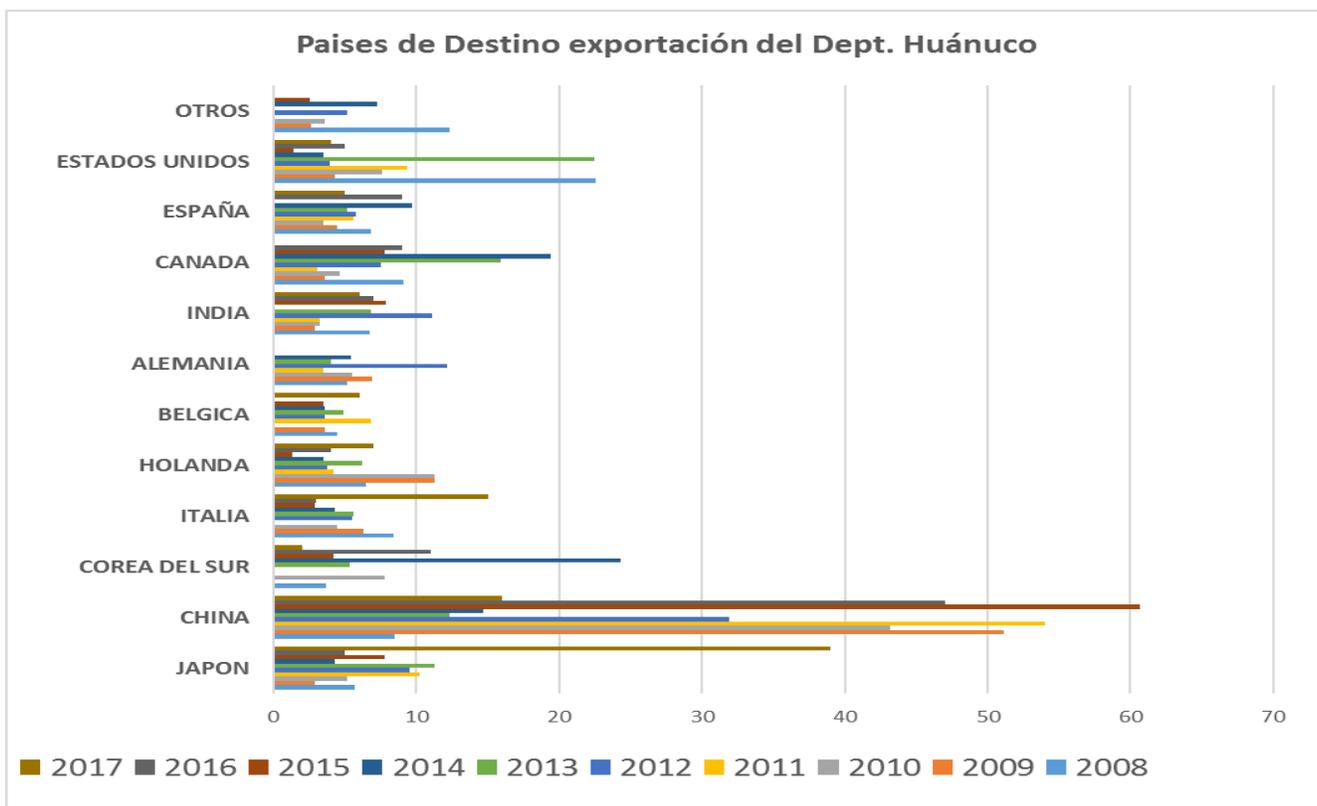
CUADRO N° 04

HUANUCO: PRINCIPALES PAISES DE DESTINO DE EXPORTACIÓN (% DEL TOTAL)

AÑO/DESTINO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
JAPON	5.7	2.9	5.2	10.2	9.5	11.3	4.3	7.8	5	39
CHINA	8.5	51.1	43.2	54	31.9	12.3	14.7	60.7	47	16
COREA DEL SUR	3.7		7.8			5.3	24.3	4.2	11	2
ITALIA	8.4	6.3	4.5		5.5	5.6	4.3	2.9	3	15
HOLANDA	6.5	11.3	11.3	4.2	3.8	6.2	3.5	1.3	4	7
BELGICA	4.5	3.6		6.8	3.6	4.9	3.6	3.5		6
ALEMANIA	5.2	6.9	5.5	3.5	12.2	4	5.4			
INDIA	6.7	2.9	3.2	3.2	11.1	6.8		7.9	7	6
CANADA	9.1	3.6	4.6	3.1	7.5	15.9	19.4	7.8	9	
ESPAÑA	6.8	4.5	3.5	5.6	5.8	5.2	9.7		9	5
ESTADOS UNIDOS	22.6	4.3	7.6	9.4	3.9	22.5	3.5	1.4	5	4
OTROS	12.3	2.6	3.6		5.2		7.3	2.5		
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: PROMPERU - SUNAT

GRAFICO N° 03



7.3.2 PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGIÓN HUÁNUCO

En el Departamento de Huánuco existe alrededor de 22 empresa exportadores que en el año 2016 llegaron a facturar alrededor de 78,366 miles de dólares, de los cuales son 9 las empresas que exportaron de Huánuco durante el 2015, US\$58,461,288.05 cifra que representa el 0.2% de las empresas exportadoras a nivel nacional. Se puede apreciar una marcada concentración puesto que el valor de lo exportado por la Compañía Minera GLENCORE PERU S.A.C. supera el 90% del valor total de las exportaciones de Huánuco. Cabe señalar que sólo tres de las nueve empresas son de la

Región, entre las que hay que destacar a la Cooperativa Agraria El Naranjillo que viene teniendo un rápido crecimiento desde el 2015 incorporándole valor agregado al cacao.

Exportaciones Regionales

El crecimiento sostenido de las exportaciones tal como se aprecia está representado por los siguientes productos: agropecuarios (café, cacao), mineros (plata, cobre, plomo, zinc). Las exportaciones de Huánuco realizadas por diferentes puertos de embarque del país, totalizaron US\$ 47,699 millones de dólares, lo cual significó un incremento del 21 por ciento respecto al 2016, debido a las mayores ventas al exterior de productos tradicionales (mineros), siendo las exportaciones de concentrados de plomo las más representativas, así como por la venta de productos vegetales diversos, principalmente tara, procesados de café, cacao, té, y esencias.

Por grupo de productos, las exportaciones Tradicionales (US\$ 37,856 millones) crecieron en 17.53 por ciento, mientras que los No Tradicionales (US\$ 9,843 millones) crecieron en 37 por ciento, con respecto al 2007.

CUADRO N° 05

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGIÓN HUÁNUCO – 2016 (FOB en US\$)

	EMPRESA	FOB USD
1	GLENCORE PERU S.A.C.	58,461,288.05
2	COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NARANJILLO	13,860,055.23
3	AGROINDUSTRIAS BAUTISTA S.A.C.	2,104,680.83
4	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA DIVISORIA LTDA.	2,079,562.20
5	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES "CACAO ALTO HUALLAGA"	538,951.94
6	CONSORCIO MINERO CORMIN S.A.	373,989.20
7	SEMIFOR E.I.R.L.	188,146.00
8	TECNOLOGÍA FORESTAL PLANTAR SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	159,460.00
9	SERVICIOS INTEGRALES AGRO EXPORTACIÓN S.R.L.	149,154.36
10	TODO AGRÍCOLA S.A.	128,400.00
11	AMAZONAS TRADING PERÚ S.A.C.	123,159.37
12	EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	75,960.00
13	COMERCIALIZADORA DE SEMILLAS FORESTALES GÉMULA E.I.R.L.	57,750.00
14	GRUPO KAMPOFLOR S.A.C.	27,210.00
15	AFI PERÚ SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	25,912.08
16	EMPRESA PRODUCTORA AGRÍCOLA ASUNCIÓN S.R.L.	5,640.00
17	COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y CURTIEMBRE	3,500.00
18	EMPRESA EXPORTADORA PERUVIAN FLOWERS SOC	1,710.00
19	BURGOS LINGAN MARIA OFELIA	1,073.22
20	GREEN LEAVE PERÚ S.A. - GL PERÚ	350.00
21	HERBS AMÉRICA S.A.C. 315.00	315.00
22	ANDEAN ROOTS SRL	1.00
Total General		78,366,268.48

Fuente: Cámara de comercio de Huánuco

7.4 Productos para generar el desarrollo exportador de Huánuco.

La Región cuenta con productos, que nos permite identificar la oferta actual y potencial para el desarrollo exportador de Huánuco, y así determinar las estrategias, instrumentos y actividades en función a las necesidades de desarrollo de la oferta y de la demanda de los productos regionales.

El estudio de mercado no solo está referido a producir y exportar lo que los países demandantes requieren, sino a establecer una cartera de productos para la exportación en base a la interacción de dicha demanda con la dotación de recursos y la disposición productiva de Huánuco.

En el cuadro siguiente se presenta una matriz que comprende cuatro posibles escenarios en función al nivel de desarrollo e interrelación de la oferta exportable y la demanda internacional del producto, pero el escenario meta es aquel en el que la unidad productiva dispone de una oferta competitiva y el mercado objetivo demanda el producto. Se aplica un concepto amplio de oferta, comprendido en el binomio producto / empresa, comprende tanto el volumen, valor y calidad de los productos, como la capacidad de gestión empresarial que permite a los agentes económicos abordar los mercados. Según el mercado objetivo, también pueden variar las estrategias y acciones que se requieren para disponer de una oferta que satisfaga de manera competitiva la demanda. Esto quiere decir que un agente económico o región puede actuar en más de un escenario según el mercado objetivo que pretenda satisfacer. Por ejemplo, para el mercado de la colonia peruana en el exterior, la papa amarilla se ubica en un nivel II de desarrollo,

pero para el resto del mercado internacional le corresponde el nivel I porque no es un producto conocido (aunque la papa en general si lo sea) y Huánuco no dispone de una oferta exportable, aunque si de una alta producción de este rubro.

CUADRO N° 06

PRODUCTOS PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR DE HUÁNUCO

PRODUCTOS	SIN DEMANDA INTERNACIONAL O CON DEMANDA INCIPIENTE	CON DEMANDA INTERNACIONAL
SIN OFERTA EXPORTABLE U OFERTA INCIPIENTE	<p>Nivel I</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aceite de Sacha Inchi ➤ Carne de Cuy ➤ Ñuña (Nupña) ➤ Olluco ➤ Otras papas nativas ➤ Papa amarilla ➤ Plantas medicinales 	<p>Nivel II</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Agua ➤ Algodón de color y algodón áspero ➤ Arcillas ➤ Artesanía textil, cerámica, madera y cabuya. ➤ Banano orgánico ➤ Cacao nativo ➤ Camu Camu ➤ Caracoles Scargot ➤ Cítricos ➤ Cocona ➤ Cuarzo ➤ Dolomita ➤ Flores Tropicales ➤ Frijoles ➤ Granadilla ➤ Granito ➤ Habas ➤ Hierbas aromáticas ➤ Lúcuma ➤ Maderas predimensionadas y partes y piezas para muebles ➤ Maíz morado y antocianina ➤ Magnesita ➤ Mandarina ➤ Maracuyá ➤ Mariposas e insectos ➤ Mármol ➤ Miel de abejas ➤ Orquídeas ➤ Palta ➤ Papaya ➤ Peces nativos ➤ Piña ➤ Tuna ➤ Rocoto ➤ Serpientes vivas ➤ Silicato de Magnesio (Talco) ➤ Silicato de alúmina (Serpentina) ➤ Stevia ➤ Te negro ➤ Te verde ➤ Trucha ➤ Yacón
	CON OFERTA EXPORTABLE	<p>Nivel III</p>

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cacao en grano convencional y orgánico ➤ Cacao en polvo ➤ Café convencional, orgánico Y especiales ➤ Cochinilla ➤ Concentrado de plomo ➤ Concentrado de Zinc ➤ Flores / Hortensias ➤ Madera aserrada ➤ Manteca de cacao ➤ Palma aceitera ➤ Palmito ➤ Pasta de cacao ➤ Pisos y acabados para la construcción de madera ➤ Sangre de grado ➤ Tara ➤ Uña de gato
--	--	---

7.4.1 Características de los principales productos para la exportación

A continuación, detallamos las características de algunos productos principales de exportación directa e indirecta de Huánuco, que comprende tres componentes de todo negocio: PRODUCTO, EMPRESA Y MERCADO, el perfil es situacional, no se realiza un análisis histórico. Así mismo no se incluyen los productos mineros a pesar de su importancia porque su desarrollo es definido por las empresas exportadoras.

Estos perfiles se han elaborado fundamentalmente en base a la información de los actores económicos e institucionales y se ha complementado con información de fuentes secundarias.

CACAO	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV de desarrollo: con oferta exportable y demanda internacional
Zonas de Producción	Existen aproximadamente 5000 Ha de cacao, con una tendencia a incrementar estas áreas, la productividad promedio es 500 Kg./Ha, las variedades de cultivo son nativas y mejoradas (CCN 51), El cultivo se asocia a plantas leguminosas, plantas naturales de especies musáceas y plantas frutales para proporcionar las sombras necesarias. Las provincias de producción son Leoncio Prado y el Alto Huallaga, exactamente en los distritos de Aucayacu, Alto y Bajo Tulumayo, Cueva de la Pavas y Jacintillo. Procesamiento en Tingo María. También se capta materia prima de las Regiones San Martín y Ucayali, que son procesadas en la Región.
Reseña de situación de la oferta	Principal problema baja productividad, las dificultades en las vías de acceso Se procesa pasta, manteca, polvo, cocoa, chocolate de taza tipo Cuzco. Se oferta cacao convencional y orgánico. Capacidad de procesamiento 2,000 TM/año. Principal limitación: financiamiento para ampliar capacidad instalada. Se está promoviendo 3000 Ha adicionales. Potencial desarrollo con Cacao Nativo.
Reseña de la Gestión Organizacional	Existen aproximadamente 3000 pequeños productores agrarios, que manejan tierras entre (1/2 y 2 Ha), asimismo una 1 cooperativa industrial Naranjillo Ltda., localizada en Tingo María, esta realiza el 50% del acopio y numerosos acopiadores el resto de la producción que canalizan a 4 empresas de Lima. Cooperación internacional de Canada y Bélgica. Apoyo del MINAG, SENASA (plantones y fertilizantes), ITC y PROMPEX (Ferias). Por otra parte DEVIDA está promoviendo nuevas áreas de cultivo.
Reseña de los mercados	Exportaciones directas a Holanda, Alemania, EE.UU., Inglaterra, Suiza y Chile. Exportaciones indirectas cacao convencional a través de empresas de Lima, dirigidas principalmente a EE.UU. Potencial mercado para Cacao Nativo es Europa. Cabe indicar que la demanda interna del cacao para industrializar en chocolates es insatisfecha 5% para otras plantas industriales.

CAFÉ	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV de desarrollo: con oferta exportable y demanda internacional
Zonas de Producción	Las principales provincias donde se cultiva café son Leoncio Prado, Pachitea y Huánuco, destacando: La Divisoria (1500 a 1900 m.s.n.m.) y Chinchao (1900 m.s.n.m) por sus condiciones para Cafés especiales. Se cultiva en la Región entre 1100 y 1900 m.s.n.m
Reseña de situación de la oferta	El área sembrada de café es aproximadamente 4000 Ha., con un rendimiento promedio de 906 Kg. / Ha. Las variedades que se cultivan son: Típica (1°), caturra /2) y catimor (poco). En la Región no existen semilleros certificados más si hay viveros. Se produce café convencional y café orgánico, sin embargo, en la región se tiene presencia de roya, se vienen aplicando por ello programas de control. Agricultores venden en cerezo y otros lavados. En la Región se realizan los siguientes procesos: tostado, molido y envasado al vacío.
Reseña de la Gestión Organizacional	Los Principales exportadores son la Coop. Agroindustrial El Naranjillo y CAC La Divisoria de Tingo María. DEVIDA viene apoyando en la región, antes (2000 y 2001) hubo apoyo del MAG, la Junta Nacional de café apoya con los Concursos Regionales y nacionales, asimismo el Gobierno Regional tiene sobre asistencia técnica y capacitación para café orgánico.
Reseña de los mercados	Actualmente la empresa Naranjillo es la única que exporta café hacia los mercados de Estados Unidos y Canadá.

TÉ	
Nivel de Desarrollo	Nivel II de desarrollo: con oferta incipiente y demanda internacional
Zonas de Producción	En las provincias de Huánuco y Leoncio Prado, especialmente en los distritos: Chinchao y Hermilio Valdizán Se cultiva en climas sub tropicales
Reseña de situación de la oferta	El área aproximada de siembra en la Región es de 193 Ha. con tendencia creciente, la producción promedio es de 382 Tm./campaña anual y el rendimiento promedio es de 5000 Kg. /ha, el costo por Kg. es de S/. 0,42. La época de cosecha es durante todo el año y la Vida productiva de los arbustos es de aproximadamente 20 años.
Reseña de la Gestión Organizacional	Existencia sólo de productores individuales
Reseña de los mercados	Actualmente no se exporta directamente, sin embargo existe un mercado potencial en países como: Rusia, Reino Unido, EE.UU., Pakistán y España

ALCACHOFA	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV de desarrollo: con oferta exportable y demanda internacional
Zonas de Producción	Provincia de Huánuco, Ambo y Pachitea. Desde 2300 a 3000 m.s.n.m.,
Reseña de situación de la oferta	Aproximadamente 165 familias, con 0.5 a 1 Ha. Un grupo de agricultores medianos tiene un promedio de 10 Ha total 57 Ha. El área de siembra se estima en 250 Ha con tendencia para llegar a 700 Ha a abril 2007, la producción actual es de 10 Tm /Ha con una proyección para alcanzar 16 Tm. /Ha, se cultiva la variedad Lorca (sin espinas) para procesamiento industrial de corazones. En la Región la producción total es de aproximadamente 750 Tm. No todas las áreas han iniciado etapa de producción; aún no hay semilleros, pero se está haciendo selección de plantas productivas (12 cardos por campaña) para posterior propagación, el sistema de cultivo es convencional, el periodo de vida promedio es de tres años. Se envasa en jabas cosecheras plásticas de 12 Kg., la estacionalidad de cosecha es permanente, con mayores niveles según el momento de siembra, la ventaja regional es que no hay presencia de heladas. Sin embargo, las principales limitaciones son las siguientes: falta de reservorios y canales de riego. Los canales actuales no llevan la suficiente cantidad de agua. Por ejemplo, en Santa Rosa solo alcanza el agua para 150 Ha cuando el potencial de tierras es de 600 Ha., asimismo es difícil el acceso a financiamiento. Existen centros de acopio de empresas procesadoras de Junín. No se realizan procesamiento en Huánuco.
Reseña de la Gestión Organizacional	Se han formado tres asociaciones de productores de Alcachofa: La libertad-Santa Rosa, Dhurubamba y Mayobamba. Se cuenta asimismo con una Alianza estratégica con Agroindustrias del Mantaro SAC de Concepción, Junín, que procesa conservas de corazones de alcachofa. En cuanto al Programa de Asistencia Técnica y comercial, es el PRA quien ofrece este servicio desde agosto 2005. También IDESI Huánuco con Programa de Crédito Agrario YPIMER. Apoyo de FONCODES para asistencia técnica en aspectos sanitarios.
Reseña de los mercados	Exportación indirecta a través de Agroindustria del Mantaro de Junín, a España, Francia y EE.UU.

GRANADILLA	
Nivel de Desarrollo	Nivel II de desarrollo: con oferta incipiente y demanda internacional
Zonas de Producción	Zonas de Bosque semi húmedo montano semi tropical, clima entre 15 a 20 ° C, Humedad Relativa 75 %. 2200 a 2700 m.s.n.m. Provincias de Huánuco, Ambo y Pachitea. Dist: Chinchao, Umari, Molinos, Pano y Conchamarca.
Reseña de situación de la oferta	Aproximadamente 225 Ha con tendencia creciente, el rendimiento promedio es de 3.3 Tm /Ha. La Producción de 661 TM por año. Ecotipos: criolla amarilla redonda, criolla redonda achatada y criolla amarilla alargada, son ecotipos que se han estudiado que se adaptan a la Región y a exigencias del mercado. Existen viveros, pero no semilleros certificados. Las plantaciones tienen una vida de 7 a 8 años, el inicio de producción comercial es al 2° año. En el primer año algunos sistemas asociados con frijol. El sistema de cultivo: con espalderas y parrillas, la estacionalidad en la región es de mayo a julio. No hay Centros de Empaque. La Universidad Hermilio Valdizán está investigando procesamiento para pulpa y néctar.

Reseña de la Gestión Organizacional	487 familias conducen un promedio de 0.4 a 1 Ha. Con proyecto de asistencia técnica se refuerza asociatividad. Hay Organización de Productores en Molinos, en Chinchao, en Conchamarca y otros. La mayoría esta asociado. Especialmente para acceder a asistencia técnica. Se vienen aplicando varios proyectos de desarrollo sobre asistencia técnica, capacitación post cosecha y comercialización; del Gobierno Regional, PRA, Cámara de Comercio, Fondo de las Américas, Cáritas. Proyecto del Gobierno Regional
Reseña de los mercados	Sólo se abastece a los mercados local, regional y nacional, especialmente Lima, como fruta fresca en cajones de madera de 200 unidades. Sin embargo existe potenciales mercados internacionales: Francia, Países Bajos, Alemania, Italia.

PAPA AMARILLA	
Nivel de Desarrollo	Nivel I de desarrollo: con oferta incipiente y demanda internacional incipiente
Zonas de Producción	Provincias de Ambo, Huánuco, Pachitea mayor producción. Otras provincias: Dos de Mayo, Yarohuilca y Huacaybamba. Desde 2600 m.s.n.m.
Reseña de situación de la oferta	Para 2005-2006 se obtuvo una producción de 14,000 ha. La tendencia es creciente a 10 TM/ha. El Manejo generalmente es orgánico. Las variedades: Tumbay ojos azules, Tumbay ojos rosados y La Peruanita. Existe una empresa comunal (Chayricancha) que con apoyo de INCAGRO han logrado multiplicación por brotes, pero comercialización aun limitada. El Sistema de cultivo es secano, la estacionalidad de cosecha es permanente con picos en abril a junio. El principal problema para el cultivo es la enfermedad de la Ranca (Fitofora infesta) y plaga gorgojo de los Andes. Se ha iniciado programas de manejo integral. No hay actividades de procesamiento, a un nivel artesanal se procesa papa seca
Reseña de la Gestión Organizacional	Aproximadamente existen en la Región 22,400 agricultores de papa amarilla con una posesión promedio de 1/2 Ha. Están organizados como Asociaciones, Comités y ECOMUSAS de Productores de Papa. Algunas gestionan la comercialización conjuntamente. El Gobierno Regional ejecuta dos Proyectos con MAG y Municipalidades: Asistencia Técnica en Pachitea y Ambo (2005 y 2006) Es importante resaltar que no hay Centros de Investigación, después de la suspensión del INIA Canchan. El CIP realiza investigaciones en el marco de su Plan de trabajo
Reseña de los mercados	Actualmente solo se abastece el mercado Regional y nacional. Se han realizado pruebas para envíos a Brasil, pero existen barreras sanitarias y limitaciones para el acceso logístico. Los mercados potenciales son: Brasil vía Ucayali-Amazonas, fluvial y EE.UU. con papa procesada.

MADERA	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV : Con Oferta Exportable y con Demanda Internacional
Zonas de Producción	Existen fuertes potenciales de explotación forestal en las Provincias de Puerto Inca y Leoncio Prado
Reseña de situación de la oferta	Las principales especies: Moena, Quinilla, Caoba, Chihuahuaco, Bolaina, cedra, cumala, tornillo, ulcumano. En la Región se realiza el proceso de Aserrío industrial y artesanal. Sin embargo existe un gran problema pues la producción de madera en la provincia de Puerto Inca se registra en Ucayali pues se envían los troncos a través del río. Las limitantes en la Región son la energía actual eléctrica. Por ello existen en proyecto la electrificación para los distritos Codo del Pozuzo, Puerto Inca Llullapichis, proyecto de UE con sede en San Ramón.
Reseña de la Gestión Organizacional	Actualmente existen 48 Concesiones en la Región, y algunos aserradores. En proyecto CITE madera.
Reseña del mercado	Son 3 las empresas que exportaron en el 2005 a los mercados de Estados Unidos, Panamá y México

TARA	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV : Con Oferta Exportable y con Demanda Internacional
Zonas de Producción	El cultivo se realiza en las zonas de la región hasta los 2500 m.s.n.m, donde existe la suficiente cantidad de agua para realizar los riegos. Se ha identificado la producción en: Santa María del Valle, Churubamba, Quera, Higueiras, Conchamarca, Tomayquichua, San Rafael, Huachar, Huayauniyoc. Uchucyacu. Cayna, El sistema del cultivo es tradicional pero se busca lograr un mejoramiento forestal
Reseña de situación de la oferta	En la actualidad la región cuenta con 74 Ha. Instaladas pero se tiene una proyección de 120 Ha. La producción proyectada es de 15 Tm/Ha/año. En la región no existe una planta procesadora por lo que la producción se lleva a Lima para ser transformada y agregarle valor. Entre otras limitaciones los agricultores no aplican el mejoramiento del cultivo con buenas prácticas.
Reseña de la Gestión Organizacional	Se estima que 84 familias se dedican al cultivo, ellas manejan un área entre ¼ - 1 Ha., dada la escala los productores no recurren al mejoramiento genético, tampoco existen asociaciones
Reseña de los mercados	El mercado de la tara es amplio, existe una gran demanda insatisfecha, sin embargo en la Región por el momento se tiene solo a compradores nacionales que posteriormente exportan, éstas son: Exportadora El Sol S.A.C, Extractos Tánicos S.A. y Transformadora Agrícola S.A.C

HORTENSIAS	
Nivel de Desarrollo	Nivel IV : Con Oferta Exportable y con Demanda Internacional
Zonas de Producción	La producción se genera mayormente en la localidad de Mayobamba, distrito de Chinchao, puesto que se cuenta con condiciones agroecológicas muy favorables para el cultivo. Las altitudes son 2,600 a 2,800 m.s.n.m.
Reseña de situación de la oferta	Actualmente se cuenta con 60 Ha. Instaladas de las cuales el 50% se encuentran en cosecha, sin embargo, se estima el potencial de la zona en 120 Ha. en las que se generaría un estimado de 26,000 paquetes por año. El sistema de cultivo es convencional y en la localidad solo se realiza el acondicionamiento (pre-empaque) para el transporte a Lima. Entre las limitaciones se puede mencionar que los sistemas de riego no son apropiados para la zona, lo que produce mermas a la producción en la época de baja precipitación
Reseña de la Gestión Organizacional	Son alrededor de 50 productores los que poseen entre ¼ a 2 Ha. Para el mercado exterior es la Empresa Pillcomayo S.A.C la encargada de acopiar entre sus asociados, y existen otros acopiadores pero que solo se dirigen al mercado nacional
Reseña de los mercados	Este producto no es exportado directamente desde Huánuco. La Empresa Pillcomayo se encarga de trasladarlo hasta Lima desde donde se exporta al mercado de los Estados Unidos por parte de otra empresa..

Fuente: MINAGRE

EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES del 2012:(FOB en de US\$)

EXPORTACION NO TRADICIONALES 2012				
SECTOR	PRODUCTO	MERCADO	FOB USD	TOTAL FOB USD por sector
AGRO	CACAO (Grano, Pasta, Manteca, Polvo y Co-bertura)	Alemania, Australia, Bélgica, Canadá, Chile, Corea del Sur, España, Estados Unidos, Francia, Israel, Italia, Malasia, Países Bajos, Reino Unido, Suiza y Taiwán	14,030,470.22	14,562,618.66
	SEMILLAS Y PLANTAS MEDICINALES (Semillas de Purearía, Hierba Luisa y otros)	Brasil, Colombia, Filipinas, Estados Unidos y República Checa	389,656.63	
	FLORES ORNAMENTALES (Hortensias)	Canadá, España y Estados Unidos	60,472.08	
	TARA (En polvo y Mucílagos)	China, Japón	75,960.00	
	FRUTOS Y GRANOS (Guanábana en extracto y polvo; Camu Camu en extracto y Maíz Morado en polvo)	Singapur y Estados Unidos	6,059.73	
QUIMICO	MANUFACTURAS DE PLÁSTICA (Bandejas y Tubetes)	Cuba	159,460.00	287,860.00
	INSECTICIDAS Y FUNGICIDAS	Bolivia	123,600.00	
	DETERGENTES INDUSTRIALES	Bolivia	4,800.00	
ARTESANÍA	TEXTILES DEL HOGAR (Alfombras de fibras naturales)	Estados Unidos	3,500.00	3,500.00
TOTAL			14,853,978.66	14,853,978.66
EXPORTACION TRADICIONALES 2012				
SECTOR	PRODUCTO	MERCADO	FOB USD	
MINERIA	Concentrado de Zinc, Plomo, Cobre	Brasil, Chile, China, Corea del Sur, España, Finlandia, India, Italia	58,835,277.25	
AGRO	CAFÉ (en grano)	Alemania, Bélgica, Canadá, Chile, Corea del Sur, Estados Unidos, México)	4,677,013.57	
TOTAL			63,512,290.82	
Fuente: Infotrade—PROMPERU y SUNAT				

7.5 La inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco

7.5.1. Inversión Privada

Las principales inversiones se concentran en los sectores de energía y comercio.

- En energía, la principal inversión privada en el departamento, y la segunda de toda la Sierra Centro, luego del proyecto Toromocho en Junín, consiste en la construcción de una central hidroeléctrica a cargo de la empresa Odebrecht Perú, que con una inversión de US\$ 1,200 millones pondrá en funcionamiento para el 2017 la Central Hidroeléctrica de Chaglla, cuya potencia instalada es de 456 MW y 2 749 GW / año, y es alimentada por las aguas del río Huallaga, que fue embalsadas aproximadamente 30 km. aguas arriba del centro poblado Cayumba (a 50 km. de Tingo María). A enero de 2016, se calculó que la obra contaba con un avance físico aproximado de 99,8 por ciento, por lo cual se inició las operaciones en el segundo semestre de 2017. Se estima que el proyecto es la tercera más grande hidroeléctrica del país, luego de las centrales de El Mantaro y Cerro del Águila, ambas ubicadas en Huancavelica.
- En electricidad, la Empresa Hidroeléctrica Marañón S.R.L ejecuta la Central Hidroeléctrica Marañón, ubicada en las provincias de Huamalíes y Dos de Mayo. Se estima una potencia de 88,0 MWh y según OSINERGMIN las obras contaron con un avance físico de 38 por ciento. La inversión aproximada de todo el proyecto es de US\$ 183,9 millones y entraría en operaciones a mediados de 2018.

- En electricidad, a mediados de 2015 la empresa Odebrecht compró, a la empresa Volcan Compañía Minera, los derechos del proyecto Hidroeléctrico Belo Horizonte, pagando US\$ 31,5 millones. Se prevé una inversión de US\$ 389,2 millones, en una planta que tendrá una potencia instalada de 180 MWh. Con el cronograma de obras ya aprobado, se espera que entraría en operaciones a fines de 2021.
- En electricidad, un total de US\$ 505 millones invertirá la empresa Generación Andina y su socio británico Unión Energy Group, perteneciente al holding británico Unión Group, en diversos proyectos hidroenergéticos en el Valle del Monzón, provincia de Huamalíes, agrupados en el denominado complejo hidroeléctrico El Carmen. Este complejo consta de seis centrales hidroeléctricas que en conjunto producirán 55,2 megavatios: Chaupiyacu, 8 de Agosto, El Carmen, Muchcapata, Nueva Esperanza y Pan de Azúcar. De los seis proyectos, la Central Hidroeléctrica El Carmen y 8 de Agosto, demandarían ambos una inversión de US\$ 73 millones y entrarían en operación en el 2018.
- En minería, la empresa Compañía Minera Vichaycocha SAC viene realizando trabajos de exploración en el denominado proyecto Rondoni, en el distrito de Cayma, provincia de Ambo. La inversión estimada del proyecto es de US\$ 350 millones y espera lograr una producción de 50 mil toneladas de cobre al año.
- En construcción, la constructora e inmobiliaria Agencia de Servicios Múltiples Marítima S.A.C. (AGESERMA), invertirá alrededor de US\$ 5,5 millones en la edificación de dos edificios, de 50 a 60 departamentos, en la ciudad de Huánuco, zona de Calicanto. El proyecto denominado

“Residencial Templo IV” es el cuarto proyecto inmobiliario de la empresa en Huánuco.

- EL CENTRO COMERCIAL Y DE ENTRETENIMIENTO PLAZA VEA. La construcción de este retail o mall, que pertenece al Grupo Interbank, se hace con una inversión de 30 millones 549,654 de dólares americanos. Teniendo como tiendas ancla Plaza Vea, Oeshle y Cine Planet. El centro comercial, consta de súper mercado, Home Center, cadena de multi cines, juegos infantiles, patio de comida y locales comerciales independientes, teniendo como eje central integrador, un paseo comercial sin techar, además de una playa de estacionamientos. A generar alrededor de 2,750 empleos durante su construcción, y que durante su operación genera 1,450 empleos directos e impulse el desarrollo de importantes cadenas productivas.
- En comercio, el grupo Falabella inauguró su centro comercial Open Plaza Huánuco en diciembre de 2014 con sus tiendas Saga Falabella y Tottus. El complejo se construyó en un terreno de 7,5 mil metros cuadrados y habría demandado una inversión de aproximadamente S/. 103 millones. El nuevo centro comercial es el segundo después de Real Plaza Huánuco y permitió generar alrededor de 1,200 empleos durante su construcción. Se prevé que para mayo de 2015 cuente con 30 nuevos negocios, además que durante su operación genere 600 empleos directos e impulse el desarrollo de importantes cadenas productivas.

7.5.2. La Inversión pública

- La inversión pública en Huánuco totalizó S/269 millones en diciembre 2017, mayor en S/48 millones (17,7 por ciento en términos reales) respecto a similar mes de 2016, influenciado por el Gobierno Nacional y los municipios. Entre enero y diciembre 2017, acumuló S/957 millones, mayor en 9,0 por ciento en términos reales respecto a similar periodo de 2016, influenciado por el Gobierno Nacional y las municipalidades.

- Entre los principales proyectos que se ejecutaron entre enero y diciembre, en el Gobierno Nacional destacaron la “Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Puerto Bermúdez-San Alejandro” con un gasto de S/74 millones; “Construcción del puente Pachitea y accesos” con un gasto de S/22 millones; y “Mejoramiento de los servicios académicos de experimentación e investigación en las carreras de Enfermería, Obstetricia, Psicología y Odontología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán” con un gasto a cumulado de S/13 millones.

- En el Gobierno Regional, sobresalieron el “Mejoramiento de la capacidad resolutive del Hospital de Tingo María” con un gasto de S/36 millones; “Ampliación y mejoramiento del sistema de agua potable y alcantarillado de Pillcomarca, provincia de Huánuco” con un gasto de S/12 millones; e “Instalación de servicio de esparcimiento y boulevard en el Malecón Huertas, distrito de Ambo” con un gasto de S/9 millones.

- En los gobiernos locales, destacaron la “Ampliación y mejoramiento de los servicios de salud de los puestos de salud de Pucajaga, Manzano y Jillaulla, distrito de Molino, provincia de Pachitea” con un gasto de S/10 millones; “Construcción trocha carrozable tramo Contadera-Pirush, distrito de Jircán,

provincia de Huamalies” con un gasto de S/8 millones; y “Mejoramiento de los servicios educativos para favorecer el logro de aprendizaje de los alumnos de la localidad de Chinchil, distrito de Huacrachuco, provincia de Marañón” con un gasto de S/7 millones.

7.5.3. Impacto económico y social de los principales productos de exportación de Huánuco

Considerando las principales cadenas de exportación, tanto actuales como potenciales, las características de estas en cuanto a niveles de inversión, sectores sociales involucrados y generación de divisas, se puede inferir el impacto económico y social que tiene y tendría el desarrollo exportador de dicha oferta. El comportamiento previsible es:

Alto impacto económico: Productos mineros: plomo y zinc.

Alto impacto económico y social: Manufacturas de madera, cacao y sus derivados, café, conservas de alcachofa y servicios ambientales.

Alto impacto social: Granadilla y otras frutas, papa procesada, flores, maíz morado, menestras, tara, plantas medicinales y aromáticas, artesanías.

Si bien realmente todos los productos tienen impacto social y económico, la clasificación se ha realizado considerando el mayor énfasis en la capacidad de generación de divisas o de empleo y autoempleo.

7.6 Empleo en el Departamento de Huánuco.

Durante el 2017, la PEA Ocupada en Huánuco representó el 2,9 por ciento de la PEA Ocupada del país y significó a su vez el 97,8 por ciento de la PEA total de Huánuco, por lo cual la Tasa de Desempleo en Huánuco fue de 2,2 por ciento en el 2016 (3,5 por ciento a nivel nacional). En dicho año, Huánuco se posicionó el puesto 13 con mayor PEA ocupada según departamentos, después de Lima y Callao, La Libertad, Piura, Cajamarca, Puno, Cusco, Junín, Arequipa, Lambayeque, Áncash y Loreto.

Según sectores económicos, durante el 2017 y sobre la PEA Ocupada en Huánuco, el 50,7 por ciento se concentró en la actividad agropecuaria, lo que evidencia la importancia del sector; seguido de comercio con 13,8 por ciento, construcción (5,8 por ciento), hoteles y restaurantes (5,1 por ciento), transportes y comunicaciones (4,8 por ciento) y manufactura (4,1 por ciento), entre los principales. La minería absorbió el 0,7 por ciento.

Según el Ministerio de la Producción, durante el 2017 (última información disponible) en Huánuco se concentró el 1,3 por ciento (21,177 empresas) del total de empresas formales del país (1'592, 232), de las cuales el 99,8 por ciento (21,135 empresas) fueron MIPYME's (micro, pequeñas y mediana empresa) y el resto (0,2 por ciento) fueron grandes empresas (con ventas mayores a 2.300 UIT anuales, según la definición establecida en la Ley N° 30056).

De las 21,135 MIPYME's registradas en Huánuco en el 2017, el 96,3 por ciento fueron a su vez micro empresas (con ventas anuales hasta por el monto máximo de 150 UIT); el 3,4 por ciento fueron pequeñas empresas

(ventas anuales entre 150 y 1 700 UIT); y las restantes, medianas empresas (ventas anuales entre 1 700 y 2 300 UIT).

El Ministerio de la Producción señala que el “conjunto de características culturales, sociales y económicas, que conforman los aspectos institucionales de la región, condicionan los procesos de empresariedad local e influye en el nacimiento de las nuevas empresas”. En ese sentido, la tasa de empresariedad (que se calcula como el número Mipymes formales entre la PEA Ocupada) de las MIPYME’s en Huánuco alcanzó 4,7 por ciento en el 2017, mientras que en regiones como Lima, Madre de Dios y Tacna alcanzó tasas de 15,8; 15,0 y 14,8 por ciento, respectivamente. Respecto al nacimiento de nuevas MIPYME’s formales, en Huánuco, durante el 2016, la tasa de creación o tasa de entrada bruta (TEB) fue de 12,1 por ciento, lo que significó que por cada 100 empresas formales, se crearon 12 empresas nuevas en el 2017 (12,5 por ciento a nivel nacional). En ese mismo sentido, la tasa de salida bruta (TSB) en Huánuco fue de 4,8 por ciento en el 2017 (5,7 por ciento a nivel nacional).

Durante la actividad productiva nacional de 2016, la mayor contribución de Huánuco se encontró en el VBP de agricultura, caza y silvicultura (al aportar con el 3,7 por ciento del total nacional), seguido de su contribución en administración pública y defensa (2,1 por ciento de aporte) y construcción (1,9 por ciento), entre los principales. En el caso de agricultura, caza y silvicultura, la contribución de Huánuco a la producción nacional del sector ha ido creciendo en los últimos años, pasando de una participación de 2,9 por ciento en el 2007 a 3,8 por ciento en el 2016.

7.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.7.1 Comparación de Hipótesis en razón de los datos obtenidos.

- En el 2016 Huánuco exportó 54 millones de dólares y el 2017 llegó a 30.6 millones de dólares, lo cual implica una caída de 43.3% producto de menos envíos derivados de la minería y también menos envíos de café, es decir los productos tradicionales como minerales y café cayeron fuertemente.

“El único sector que creció fue las exportaciones no tradicionales, en la minería explicada por menos exportación de plomo, salvaron el cacao y derivados”, según datos de Sierra Exportadora, de la MINAGRI. Así mismo informa que el porcentaje del cacao exportados en 2016 y 2017, fueron de 6 a 6.4 millones de dólares, todo el agro no tradicional ha pasado 7.7 a 10 millones de dólares donde están cacao, flores, babanitos, paltas, maca entre otros.

“Para que las exportaciones se incrementen dependen del gobierno nacional, regional y local, además del sector privados, personas naturales y empresas, hay una responsabilidad compartida la inversión pública que atraiga a la inversión privada promoción de nuevos mercados. Es posible exportar papas nativas, pero la gran restricción es la fitosanitaria y el alto costo como las papas que se encuentran en las empresas tipo KFC, Macdonald y pollerías, porque su importación es más barato que comprarlas en el país”, refiere Sierra Exportadora con sede en Huánuco; así mismo sostienen que las acciones que deben de tomar las autoridades, es poner en marcha el Plan Regional de Exportaciones (PERX) que fue trabajado en diciembre del 2016 y recién acaban de aprobar.

Es necesario poner en acción el Plan Estratégico Regional de exportaciones, para promover mayor inversión pública en el gobierno regional y gobiernos locales que apoyen a las empresas a exportar. “Podemos exportar palta hass, aguaymanto (golden berries), frambuesas, baby bananos, flores tropicales, papas nativas, plátano macho, platin, maíz morado entre otros, que el gobierno regional y gobierno locales inviertan en apoyar a las organizaciones de productores y empresas en viajar a ferias internacionales para conseguir mercados, financiamiento y tecnología; mayor articulación comercial a las organizaciones de productores y empresas; es importante el fortalecimiento de las organizaciones y cooperativas de productores con visión empresarial.

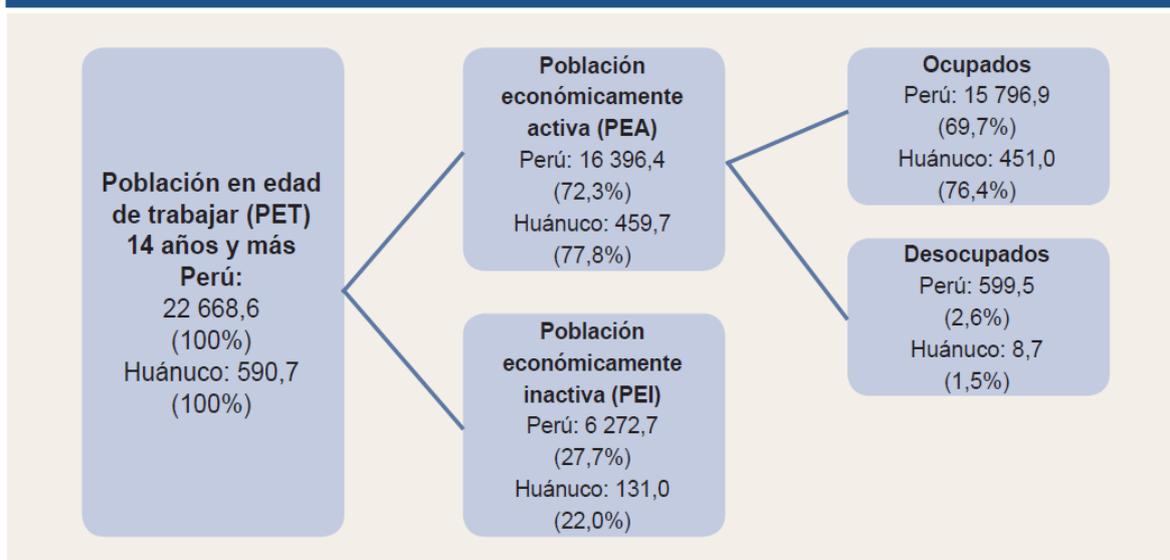
- El problema de fondo es estructural pobreza total en 32.7% un tercio de la población con escasos ingresos casi baja densidad del Estado (muy débil presencia del Estado). Baja competitividad territorial paupérrimo desarrollo sostenible bajísimo desarrollo humano. Podríamos decir que es escasa o nula la inversión en la agroindustria, cuando se podría exportar arándanos, un kilo de esa fruta en el Callao, vale 10 dólares en lugar de sembrar papa, en algunos valles arándanos y en la selva de Huánuco, son productos que tienen alto contenido de antioxidantes muy requeridos en el mundo. Huánuco tiene a la Amazonía mayor territorio, en Ambo ya se producen aguaymanto, frambuesas y arándanos.

“El Gobierno Regional de Huánuco ha gastado apenas el 1.2% del presupuesto para el agro huanuqueño mientras que los gobiernos locales el 1.1%. El problema de fondo es estructural pobreza total en 32.7%”, refiere Sierra Exportadora MINAGRI.

Sobre empleo generado en el departamento de Huánuco, según el INEI al año 2014 de la población en edad de trabajar (PET), la PEA de la región tiene un porcentaje (77.8%) que es mayor del nivel nacional, pero los que están debidamente ocupados es el 76.4% porcentaje mayor que a nivel nacional, así mismo los desocupados de la región Huánuco es en menor 1.5%., y se tiene una población económicamente inactiva de 22.0%

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la población total en edad de trabajar de 14 años y más (PET) en Huánuco es de 464 mil personas (2,6 por ciento del total nacional) en 2014. De este total, 77,8 por ciento (460 mil personas) son población económicamente activa (PEA) e inactiva 31, 131 mil (22 por ciento). Dentro de la PEA se registra una población ocupada de 451 mil personas y 9 mil como población desocupada. Respecto al año 2013, la población ocupada creció en 2,7 por ciento y al año 2001 se incrementó en 31,3 por ciento.

Tabla 1
HUÁNUCO: PRINCIPALES INDICADORES DEL MERCADO DE TRABAJO, 2014
(En miles de personas)



Fuente: INEI, junio 2015.
Elaboración: BCRP.

CONCLUSIÓN

1. Si bien las exportaciones de Huánuco no alcanzan el 1.2% de las exportaciones nacionales, la tasa promedio de crecimiento en los últimos cuatro años (82% anual) es claramente superior a la del Perú (31%).
2. En la Región Huánuco las exportaciones tradicionales han venido creciendo desde el año 2011 a la fecha, estas exportaciones concentran el 75% de su oferta exportable en la minería y el 25% en productos agrícola como el café y cacao, el monto de exportación tradicional fue para el año 2008 de 37.856 millones US\$ y en el año 2017 fue de 101.216 millones US\$, de esta actividad se deduce un mayor crecimiento económicos en los diversos sectores económicos complementarios.
3. La principal Exportación no tradicional proviene del sector agro-industrial como: cacao (grano, cocoa y cobertura), flores frescas (Hortensias, Semillas y Plantas Silvestres) son los más representativos. El monto de exportación tradicional fue para el año 2008 de 9.848 millones US\$ y en el año 2017 fue de 10.748 millones US\$, de esta actividad se deduce un mayor crecimiento económicos en los diversos sectores económicos complementarios.
4. Según el Ministerio de la Producción, durante el 2017 (última información disponible) en Huánuco se concentró el 1,3 por ciento (21,177 empresas) del total de empresas formales del país (1'592, 232), de las cuales el 99,8 por ciento (21,135 empresas) fueron MIPYME's (micro, pequeñas y mediana empresa) y el resto (0,2 por ciento) fueron grandes empresas (con ventas mayores a 2.300 UIT anuales, según la definición establecida en la Ley N° 30056).

5. Según sectores económicos, durante el 2017 y sobre la PEA Ocupada en Huánuco, el 50,7 por ciento se concentró en la actividad agropecuaria, lo que evidencia la importancia del sector, que muchos de ellos producen productos exportables no tradicionales; seguido de comercio con 13,8 por ciento, construcción (5,8 por ciento), hoteles y restaurantes (5,1 por ciento), transportes y comunicaciones (4,8 por ciento) y manufactura (4,1 por ciento), entre los principales. La minería absorbió el 0,7 por ciento

RECOMENDACIONES.

1. Para el éxito de las exportaciones en el Departamento de Huánuco es indispensable la participación de los actores regionales del sector público, privado y académico, quienes tienen como uno de sus principales roles realizar el seguimiento respectivo para la adecuada implementación y monitoreo de las acciones.
2. Para la competitividad exportadora regional sobre todo en Huánuco son determinantes la infraestructura y los recursos humanos, las capacidades de gestión y estrategia de una empresa entre otros. Por ejemplo, uno de los aspectos explicativos de la competitividad regional sería la capacidad de las empresas para financiar programas de investigación y desarrollo, contratar recursos humanos calificados, implementar sistemas de control e información modernos y soportar ciclos de ventas negativos.
3. Es necesario poner en acción el Plan Estratégico Regional de exportaciones para Huánuco, para promover mayor inversión pública en el gobierno regional y gobiernos locales que apoyen a las empresas a exportar. “Podemos exportar palta hass, aguaymanto (golden berries), frambuesas, baby bananos, flores tropicales, papas nativas, plátano macho, platin, maíz morado entre otros, que el gobierno regional y gobierno locales inviertan en apoyar a las organizaciones de productores y empresas en viajar a ferias internacionales para conseguir mercados, financiamiento y tecnología; mayor articulación comercial a las organizaciones de productores y empresas; es importante el fortalecimiento de las organizaciones y cooperativas de productores con visión empresarial”.

4. Considerando las principales cadenas de exportación, tanto actuales como potenciales, las características de estas en cuanto a niveles de inversión, sectores sociales involucrados y generación de divisas, se puede inferir el impacto económico y social que tiene y tendría el desarrollo exportador de dicha oferta. El alto impacto económico estaría dado por productos mineros: plomo y zinc. El alto impacto económico y social por la manufacturas de madera, cacao y sus derivados, café, conservas de alcachofa y servicios ambientales y el alto impacto social sería por la producción agrícola de la granadilla y otras frutas, papa procesada, flores, maíz morado, menestras, tara, plantas medicinales y aromáticas, artesanías. Si bien realmente todos los productos tienen impacto social y económico, la clasificación se ha realizado considerando el mayor énfasis en la capacidad de generación de divisas o de empleo y autoempleo.

VII: BIBLIOGRAFÍA

Paul Krugman (1980), Economía Internacional: Teoría y política

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2004): Importancia de la diversificación.

Hausman y Klinger (2006) El espacio del producto y cambio estructural: un enfoque latinoamericano y una aplicación al caso Uruguayo

Levin y Raut (2007), Complementariedades entre las exportaciones y el capital humano en el crecimiento económico: evidencia de los países semi-industrializados

Klinger y Lenderman (2004), Diversificación e Innovación Tecnológica

Gobierno Regional de Huánuco. Plan Estratégico Regional Agrario 2004-2021

Manfer – Juan Mejía Baca, Gran Geografía del Perú. Recursos Naturales, Desarrollo y Conservación en el Perú. España

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Oficina del Perú, Informe sobre Desarrollo Humano PERU 2005. Lima, 2005

Richard Webb y Graciela Fernández Baca, Anuario Estadístico Perú en Números 2005. Instituto Cuanto. Lima 2005

DE GREGORIO, José (2007). Macroeconomía. Pearson Educación de México S.A. pp 534.

DUARTE CUEVA (2008). Fundamentos de Economía Internacional: un enfoque empresarial. Pág. 66.

ELHUYAR, Fausto de (1825). Memoria sobre el influjo de la minería en la agricultura, industria, población y civilización de la Nueva España en sus diferentes épocas. Consejo de Recursos Naturales No Renovables. México.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos, BAPTISTA LUCIO, María del Pilar (2010). *Metodología de la Investigación. Quinta Edición*. México: McGraw - Hill. pp 613.

SANBORN, Cynthia A. y DAMMERT, B. Juan Luis (2013). Extracción de Recursos Naturales, Desarrollo Económico e Inclusión Social: Perú. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. pp 91. Lima.

Internet:

<http://www.proinversion.gob.pe>

<http://inei.gob.pe>

<http://sbss.gob.pe>

<http://www.onu.org.pe/upload/-informe 2004>

<http://mef.gob.pe>

<http://bcr.gob.pe>

<http://www.prompex.gob.pe>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “PRODUCTOS EXPORTABLES DE LA REGIÓN HUÁNUCO COMO UN FACTOR QUE CONTRIBUYE EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO 2008 -2017”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TÉCNICAS DE ACOPIO DATOS
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera los productos exportables producidos en la región Huánuco podría ser un factor importante para el desarrollo económico del Departamento de Huánuco?</p> <p>Problemas Secundarios</p> <p>1. ¿De qué manera los productos Tradicionales exportables producidos en la Región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco?</p> <p>2. ¿De qué manera los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco?</p> <p>3. ¿De qué forma los productos exportables de</p>	<p>Objetivo General.</p> <p>- Estudiar como los productos exportables de la región Huánuco es un factor importante para el desarrollo económico del Departamento de Huánuco.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>1. Analizar de qué manera los productos Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.</p> <p>2. Analizar como los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.</p> <p>3. Describir como los productos exportables producidos en la región</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>- Los productos exportables de la región Huánuco es un factor importante para alcanzar el desarrollo económico del Departamento de Huánuco.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>1. Los productos Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen aportando al desarrollo económico del Departamento Huánuco.</p> <p>2. Los productos No Tradicionales exportables producidos en la región Huánuco vienen contribuyendo al desarrollo económico del Departamento Huánuco.</p> <p>3. Los productos exportables producidos en la región Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos exportables del Departamento de Huánuco. <p><u>INDICADORES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto Bruto Interno - PBI • Calidad de Vida • Índice de pobreza <p>Multidimensional</p> <p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo económico del Departamento de Huánuco. <p><u>INDICADORES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Valor agregado • Exportación 	<p>Observación (opc)</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Entrevistas y observaciones</p> <p>Observación</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Revisión documental</p> <p>Encuesta (opc)</p> <p>Grupo de opinión</p>

<p>la región Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco?</p>	<p>Huánuco incentivan a la inversión pública y privada en el Departamento de Huánuco</p>	<p>4. Los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución a la sociedad • Inversión pública y privado • Empleo 	
<p>4.- ¿De qué forma los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco?</p>	<p>4. Describir como los productos exportables producidos en la región Huánuco vienen favoreciendo en la creación de nuevos empleos en el Departamento de Huánuco.</p>			

EXPORTACIONES

Las ventas al mercado externo en el mes totalizaron US\$ 11,3 millones, mayor en US\$2,2 millones (23,4%), al incrementarse la venta de productos mineros en US\$ 3,6 millones (concentrados de plomo). Contrariamente, se redujo en café tradicional, manteca de cacao, y en cacao en grano y en polvo. Entre enero y agosto, se registraron envíos por US\$ 53,3 millones, superior en US\$ 22,1 millones (70,9%), por mayores envíos de concentrados mineros (cobre y plomo), en US\$ 27,1 millones, además de chocolate, cacao en grano y polvo, de flores y capullos; disminuyendo en café tradicional, y en pasta y manteca de cacao, entre los principales. (Ver Cuadro N° 53).

CUADRO N° 53						
EXPORTACIONES POR GRUPO DE PRODUCTOS						
(Valor FOB en miles de US\$)						
EXPORTACIONES	AGOSTO		Var %	ENERO - AGOSTO		Var %
	2011	2012		2011	2012	
Productos Tradicionales	7 272	10 650	46,5	22 167	47 354	113,6
Agropecuario	783	600	-23,4	2 950	1 081	-63,4
Mineros	6 489	10 051	54,9	19 217	46 273	140,8
Productos No Tradicionales	1 912	685	-64,2	9 020	5 957	-34
Agropecuarios	1 912	644	-66,3	8 974	5 669	-36,8
Pesqueros	0	0	-	0	0	-
Textil	0	0	-	0	0	-
Madera	0	0	-	0	0	-
Químicos	0	41	-	46	288	531,3
TOTAL EXPORTACIONES	9 184	11 336	23,4	31 187	53 311	70,9

Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

Entre enero y agosto, los volúmenes exportados de productos tradicionales fueron mayores para concentrados de cobre y plomo, disminuyendo en café tradicional (sin tostar y descafeinar) y concentrados de zinc. (Ver Cuadro N° 54).

CUADRO N° 54						
EXPORTACIONES POR GRUPO DE PRODUCTOS TRADICIONALES						
Volumen exportado (en TM)						
EXPORTACIONES	AGOSTO		Var %	ENERO - AGOSTO		Var %
	2011	2012		2011	2012	
Agrícola						
Café	115	131	14,5	447	245	-45,1
Mineros						
Cobre	741	646	-12,8	741	7 937	971,3
Plomo	0	3 874	-	2 970	6 585	121,7
Zinc	3 577	0	-100	9 408	6 306	-33
Otros	0	0	-	48	0	-100

Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

Entre enero y agosto, los principales destinos de exportación fueron China 40,3%, India 15,6%, España 8,6%, Alemania 3,8% y Estados Unidos 2,2%, entre los principales. Los productos exportables en su mayoría son flores y capullos, minerales de plomo y cobre, café, cacao y sus derivados. (Ver Cuadro N° 55).

CUADRO N° 55 PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO Y PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS (Enero-Agosto 2012)		
PAÍS	% DEL TOTAL	PRINCIPALES PRODUCTOS
China	40,3	Minerales de plomo y cobre, y sus concentrados.
Varios países Unión Europea	18,7	Minerales de cobre y sus concentrados, cacao y café.
India	15,6	Minerales de cobre y sus concentrados.
España	8,6	Cacao en polvo, flores y capullos.
Alemania	3,8	Minerales de cobre, plomo y derivados de cacao.
Varios de América	3,6	Cacao.
Estados Unidos	2,2	Cacao.
Otros	7,2	Café, cacao y sus derivados.
TOTAL	100,0	

Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

TURISMO

La Región Huánuco tiene una gran variedad de recursos turísticos culturales y arqueológicos que dan testimonio de las culturas que se desarrollaron en la Región. Asimismo, posee recursos naturales, un clima agradable, variedad de paisajes, folklore, gastronomía, artesanía y costumbres características de la Sierra y la Selva, las cuales constituyen un patrimonio turístico que identifica a Huánuco como un lugar con mucho potencial, que debería ser mejor aprovechado. El incremento del turismo alentaría el desarrollo de la producción artesanal y su consecuente exportación directa e indirecta.

Para el año 2004 solo se tuvo 40'147 visitantes nacionales a los diversos sitios turísticos de la región Huánuco, incrementándose año a año de manera gradual, llegando al 2008 con un total de 51'014 visitantes nacionales a los diversos sitios turísticos de la región Huánuco, el año 2009 esta cifra incremento ligeramente llegando a 54'913 visitantes nacionales, duplicándose la cifra del año 2004 para el año 2011 en 86'113 visitantes nacionales a los diversos sitios turísticos de la Región Huánuco. Asimismo, para el año 2004 solo se tuvo 8'04 visitantes extranjeros en nuestra región, en tanto esta cifra fue incrementando paulatinamente para el año 2005 se tuvo 1'205 visitantes extranjeros. Llegando al año 2009 con 3'077 visitantes extranjeros, pero esta cifra bajo para el año 2010 en 1'667 visitantes, y en el año 2011 esta cifra se incrementó ligeramente a 2'018 visitantes extranjeros en nuestra Región. (Ver Cuadro N° 56 y Mapa turístico de la Región Huánuco).

CUADRO N° 56 ARRIBOS DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A SITIOS TURÍSTICOS 2004-2011 (Visitantes)								
Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
NACIONALES	40147	33048	34159	39315	51014	54913	73051	86113
EXTRANJEROS	804	1205	696	742	1344	3077	1667	2018

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)-Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

EXPORTACIONES

Las ventas al mercado externo en el mes totalizaron US\$ 11,3 millones, mayor en US\$2,2 millones (23,4%), al incrementarse la venta de productos mineros en US\$ 3,6 millones (concentrados de plomo). Contrariamente, se redujo en café tradicional, manteca de cacao, y en cacao en grano y en polvo. Entre enero y agosto, se registraron envíos por US\$ 53,3 millones, superior en US\$ 22,1 millones (70,9%), por mayores envíos de concentrados mineros (cobre y plomo), en US\$ 27,1 millones, además de chocolate, cacao en grano y polvo, de flores y capullos; disminuyendo en café tradicional, y en pasta y manteca de cacao, entre los principales. (Ver Cuadro N° 53).

CUADRO N° 53						
EXPORTACIONES POR GRUPO DE PRODUCTOS						
(Valor FOB en miles de US\$)						
EXPORTACIONES	AGOSTO		Var %	ENERO - AGOSTO		Var %
	2011	2012		2011	2012	
Productos Tradicionales	7 272	10 650	46,5	22 167	47 354	113,6
Agropecuario	783	600	-23,4	2 950	1 081	-63,4
Mineros	6 489	10 051	54,9	19 217	46 273	140,8
Productos No Tradicionales	1 912	685	-64,2	9 020	5 957	-34
Agropecuarios	1 912	644	-66,3	8 974	5 669	-36,8
Pesqueros	0	0	-	0	0	-
Textil	0	0	-	0	0	-
Madera	0	0	-	0	0	-
Químicos	0	41	-	46	288	531,3
TOTAL EXPORTACIONES	9 184	11 336	23,4	31 187	53 311	70,9

Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

Entre enero y agosto, los volúmenes exportados de productos tradicionales fueron mayores para concentrados de cobre y plomo, disminuyendo en café tradicional (sin tostar y descafeinar) y concentrados de zinc. (Ver Cuadro N° 54).

CUADRO N° 54						
EXPORTACIONES POR GRUPO DE PRODUCTOS TRADICIONALES						
Volumen exportado (en TM)						
EXPORTACIONES	AGOSTO		Var %	ENERO - AGOSTO		Var %
	2011	2012		2011	2012	
Agrícola						
Café	115	131	14,5	447	245	-45,1
Mineros						
Cobre	741	646	-12,8	741	7 937	971,3
Plomo	0	3 874	-	2 970	6 585	121,7
Zinc	3 577	0	-100	9 408	6 306	-33
Otros	0	0	-	48	0	-100

Fuente: SUNAT. www.sunat.gob.pe.
Elaboración: GRPPAT-GORE de Huánuco.

Clima e hidrografía

El departamento cuenta con climas muy variados, lo que posibilita la producción de múltiples productos agrícolas y pecuarios. Es cálido en la cuenca del Pachitea y en el norte (zona de Tingo María), mientras que en los márgenes de los ríos Marañón y Huallaga es templado, registrándose bajas temperaturas en la provincia de Dos de Mayo (entre los 2 500 y 3 000 m.s.n.m).

Posee importantes recursos hídricos por la existencia de gran cantidad de ríos, riachuelos, lagos y lagunas. Existen dos cuencas hidrográficas que integran longitudinalmente al departamento; la cuenca del Marañón, que nace en la unión de los ríos Nupe y Lauricocha, en la llamada cordillera Raura; y la cuenca del Huallaga, que tiene su origen en la cordillera Raura, en las lagunas Huascacocha y Yahuarcocha.

El río Huallaga recorre el departamento de sur a norte, atravesando las provincias de Ambo, Huánuco y Leoncio Prado, tomando mayor caudal al ingresar a Tingo María, capital de la provincia de Leoncio Prado, desde donde se convierte en navegable hasta su desembocadura en el río Marañón.

Estructura productiva

De acuerdo a la estructura productiva de 2015, Huánuco aportó el 1,2 por ciento del Valor Agregado Bruto (VAB) Nacional, y el 1,1 por ciento del Producto Bruto Interno (PBI) del país. Huánuco fue la décima octava economía departamental en contribuir al PBI nacional, siendo Lima el de mayor aporte (44,6 por ciento) y Madre de Dios el de menor contribución (0,5 por ciento).

Entre el 2008 y 2015, el PBI nacional creció a una tasa promedio de 5,3 por ciento anual, cuando en Huánuco se registró un aumento de 6,2 por ciento. Debido a ello, el aporte de Huánuco a la producción nacional ha ido creciendo ligeramente en los últimos años, pasando de 1,0 por ciento en el 2007 a 1,1 por ciento en el 2015.

CUADRO N° 2

Huánuco: Valor Agregado Bruto 2015

Valores a Precios Constantes 2007

(Miles de soles)

Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	938 128	18,1	3,0
Pesca y Acuicultura	508	0,0	9,8
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	473 663	9,2	4,5
Manufactura	330 139	6,4	0,9
Electricidad, Gas y Agua	34 035	0,7	5,3
Construcción	571 015	11,0	17,6
Vehículos	666 756	12,9	7,1
Mensajería	316 772	6,1	5,8
Alojamiento y Restaurantes	139 180	2,7	6,6
información	185 041	3,6	14,2
Administración Pública y Defensa	500 893	9,7	8,2
Otros Servicios	1 014 295	19,6	5,7
Valor Agregado Bruto	5 170 425	100,0	6,2

Fuente: INEI

Elaboración: BCRP, Sucursal Huancayo, Dpto. Estudios Económicos.

Durante el 2015, la PEA Ocupada en Huánuco representó el 2,9 por ciento de la PEA Ocupada del país y significó a su vez el 97,8 por ciento de la PEA total de Huánuco, por lo cual la Tasa de Desempleo en Huánuco fue de 2,2 por ciento en el 2015 (3,5 por ciento a nivel nacional). En dicho año, Huánuco se posicionó el puesto 13 con mayor PEA ocupada según departamentos, después de Lima y Callao, La Libertad, Piura, Cajamarca, Puno, Cusco, Junín, Arequipa, Lambayeque, Áncash y Loreto.

Según sectores económicos, durante el 2015 y sobre la PEA Ocupada en Huánuco, el 50,7 por ciento se concentró en la actividad agropecuaria, lo que evidencia la importancia del sector; seguido de comercio con 13,8 por ciento, construcción (5,8 por ciento), hoteles y restaurantes (5,1 por ciento), transportes y comunicaciones (4,8 por ciento) y manufactura (4,1 por ciento), entre los principales. La minería absorbió el 0,7 por ciento.

Según el Ministerio de la Producción, durante el 2014 (última información disponible) en Huánuco se concentró el 1,3 por ciento (21 177 empresas) del total de empresas formales del país (1 592 232), de las cuales el 99,8 por ciento (21 135 empresas) fueron MIPYME's (micro, pequeñas y mediana empresa) y el resto (0,2 por ciento) fueron grandes empresas (con ventas mayores a 2 300 UIT anuales, según la definición establecida en la Ley N° 30056).

De las 21 135 MIPYME's registradas en Huánuco en el 2014, el 96,3 por ciento fueron a su vez micro empresas (con ventas anuales hasta por el monto máximo de 150 UIT); el 3,4 por ciento fueron pequeñas empresas (ventas anuales entre 150 y 1 700 UIT); y las restantes, medianas empresas (ventas anuales entre 1 700 y 2 300 UIT).

El Ministerio de la Producción señala que el "conjunto de características culturales, sociales y económicas, que conforman los aspectos institucionales de la región, condicionan los procesos

de **empresarialidad** local e influye en el nacimiento de las nuevas empresas”. En ese sentido, la tasa de empresarialidad (que se calcula como el número Mipymes formales entre la PEA Ocupada) de las MIPYME’s en Huánuco alcanzó 4,7 por ciento en el 2014, mientras que en regiones como Lima, Madre de Dios y Tacna alcanzó tasas de 15,8; 15,0 y 14,8 por ciento, respectivamente. Respecto al nacimiento de nuevas MIPYME’s formales, en Huánuco, durante el 2014, la tasa de creación o tasa de entrada bruta (**TEB**) fue de 12,1 por ciento, lo que significó que por cada 100 empresas formales, se crearon 12 empresas nuevas en el 2014 (12,5 por ciento a nivel nacional). En ese mismo sentido, la tasa de salida bruta (**TSB**) en Huánuco fue de 4,8 por ciento en el 2014 (5,7 por ciento a nivel nacional).

Durante la actividad productiva nacional de 2015, la mayor contribución de Huánuco se encontró en el VBP de agricultura, caza y silvicultura (al aportar con el 3,7 por ciento del total nacional), seguido de su contribución en administración pública y defensa (2,1 por ciento de aporte) y construcción (1,9 por ciento), entre los principales. En el caso de agricultura, caza y silvicultura, la contribución de Huánuco a la producción nacional del sector ha ido decayendo en los últimos años, pasando de una participación de 3,9 por ciento en el 2007 a 3,7 por ciento en el 2015.

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA

Al interior de Huánuco, la dinámica de la economía departamental se encuentra influenciada por el comportamiento de los sectores comercio y servicios al representar el 54,6 por ciento del Valor Agregado Bruto (VAB) del 2015, seguido de agricultura, caza y silvicultura (18,1 por ciento), construcción (11,0 por ciento) y extracción de petróleo, gas y minerales (9,2 por ciento), operando en éste último sector, únicamente la empresa minera Raura. La manufactura significó el 6,4 por ciento.

Agropecuario

Este sector evidenció reducción en su aporte al VAB de Huánuco, al pasar de una contribución de 23,0 por ciento en el 2007 a 18,1 por ciento en el 2015.

El **sub sector agrícola** adquiere preponderancia por insumir importante mano de obra (50,7 por ciento de la PEA en el 2015 según el INEI), a pesar de disminuir su contribución durante la última década. La actividad se caracteriza por la producción, en la zona sierra, de papa blanca y amarilla, olluco, maíz (choclo y amiláceo), trigo, cebada, arveja, frijol y zanahoria, destinadas a abastecer al mercado de la región centro; mientras que en la zona ceja de selva y selva sobresale la producción de maíz amarillo duro, café, cacao y

recientemente aceite de palma para la industria y/o agroexportación, y de plátano, yuca, arroz, naranja, zapallo y piña, destinados al consumo directo.

Es destacable la producción de papa, tanto de la variedad blanca como amarilla, ya que con una superficie cosechada entre 36,0 y 41,3 mil hectáreas en los últimos años (40 793 hectáreas en el 2015), Huánuco se consolida como el segundo productor nacional, después de Puno, debido a que además de la campaña grande (con siembras de setiembre a diciembre), la campaña chica o complementaria (con siembras de abril a julio) adquiere gran importancia, ya que importantes zonas productoras acumulan suficiente humedad, lo que le permite suplir la falta de lluvias entre los meses de mayo a julio. En papa amarilla, Huánuco destaca como el principal ofertante del país.

Los cultivos con mayor superficie cosechada durante el 2015 fueron, papa blanca (23 297 hectáreas), papa amarilla y de color (17 496 hectáreas), plátano (17 987 hectáreas), maíz amiláceo (15 253 hectáreas), trigo (10 349 hectáreas), café (11 666 hectáreas) y maíz amarillo duro (11 443 hectáreas), entre los principales.

Los resultados definitivos del IV Censo Agropecuario 2012 (IV CENAGRO), revelaron que de las 38 742,5 mil hectáreas que se destinaron al desarrollo de la actividad agropecuaria en el país (30,1 por ciento del territorio nacional), en Huánuco se concentraron 1 479,4 mil hectáreas (3,8 por ciento del total nacional), de los cuales el 36,3 por ciento fue superficie agrícola, el 34,6 por ciento fue pastos naturales, el 26,7 por ciento fue montes y bosques, y el resto (2,4 por ciento) se destinó a otros usos.

De las 536,5 mil hectáreas de superficie agrícola en Huánuco, sólo el 7,1 por ciento posee riego y el resto es tierra agrícola de secano; mientras que a nivel nacional el 36,2 por ciento de las tierras agrícolas cuentan con algún tipo de riego. Estas características determinan el desarrollo de una agricultura marcada por dos campañas agrícolas, la “grande” en periodos de lluvia (con siembras de setiembre a diciembre) y la “chica” en zonas con acceso a riego (con siembras de abril a julio).

Respecto al número de productores agropecuarios, en Huánuco alcanzó 106,9 mil (4,7 por ciento del total nacional), de los cuales el 99,7 por ciento se desempeñaron como “persona natural” y el 0,2 por ciento como comunidades campesinas, entre los principales.

Respecto a las unidades agropecuarias, en Huánuco se contabilizó 106,4 mil unidades (4,8 por ciento del total nacional), de los cuales el 75,0 por ciento cuenta de 0,1 a 5 hectáreas; el 10,8 por ciento, entre 5,1 y 10 hectáreas; el 6,1 por ciento, entre 10,1 a 20 hectáreas; y sólo el 1,2 por ciento, con más de 100,1 hectáreas. De estas unidades agropecuarias, sólo el 1,8 por ciento emplea tractores para realizar trabajos agrícolas y/o pecuarios, el 0,7 por ciento utilizan energía eléctrica en sus unidades, y el 55,7 por ciento no aplica ningún tipo de fertilizantes o insumos químicos.

En el **sub sector pecuario**, la actividad es eminentemente extensiva, caracterizándose por la crianza del ganado vacuno, porcino y ovino, además de leche y carne de ave, los que en conjunto representaron alrededor del 82,3 por ciento del VBP pecuario de 2015. Destaca la producción de carne de vacuno (51,4 por ciento del VBP pecuario de 2015), la misma que se desarrolla mayoritariamente en la provincia de Puerto Inca; destinándose la oferta de carne a los mercados de Lima, Pucallpa, Iquitos, y del propio departamento.

En Huánuco se encuentra la mayor producción de pasto braquearia del país, que se calcula alrededor de 40 por ciento de la oferta nacional, la que sirve de insumo básico para la crianza de ganado vacuno, principalmente en la provincia de Puerto Inca.

En el contexto nacional, durante el 2015, Huánuco destacó en la producción de carne de vacuno (cuarto lugar con 10,1 de participación en el 2015), luego de Cajamarca (16,0 por ciento), Lima (10,9 por ciento) y Puno (10,8 por ciento).

El resultado del IV CENAGRO 2012 reveló que de la población nacional de ganado vacuno (5 156,0 miles), en Huánuco se concentró el 5,0 por ciento (257,8 miles), ubicándose en la octava posición a nivel nacional. De la población de ganado vacuno en Huánuco, el 62,1 por ciento fue de raza Criollo, el 17,7 por ciento de raza Browns Swiss, y el 10,4 por ciento de raza Gyr/Cebú, entre los principales. Respecto al ganado ovino, del total nacional (9 523,2 miles), en Huánuco se concentró el 7,4 por ciento (706,0 miles), de los cuales el 87,5 por ciento fueron de raza Criollo.

Minería, gas y petróleo

El aporte sectorial al VAB de Huánuco ha fluctuado entre 6,5 y 9,2 por ciento en los últimos 9 años (9,2 por ciento en el 2015). Así, su contribución a la producción nacional se ha mantenido entre 0,5 y 0,8 por ciento (0,8 por ciento en el 2015).

En el departamento sólo opera la Compañía Minera Raura S.A., en la que destaca la minería metálica con la producción de concentrados de zinc, plata, cobre y plomo, siendo zinc el más significativo al aportar entre el 48 y 52 por ciento del VBP minero metálico en los últimos años (50,4 por ciento en el 2015).

Según el Boletín Estadístico de Minería 2015 del Ministerio de Energía y Minas, de las 195,7 mil personas empleadas de manera directa en el sector a nivel nacional, en Huánuco se concentró el 1,1 por ciento (2 086 trabajadores), ocupando el lugar 17 a nivel nacional.

Respecto a la Inversión Minera, en el 2015, sumó US\$ 7 525,3 millones a nivel nacional, de los cuales US\$ 25,1 millones se ejecutaron en Huánuco (0,3 por ciento de participación). Lo ejecutado en Huánuco durante el 2015 fue superior en 33,9 por ciento respecto de 2014.

Durante el 2015, del aporte minero nacional fue de S/ 2 994,9 millones (canon minero, regalías mineras, y derechos de vigencia), Huánuco contribuyó con S/ 6,3 millones (0,2 por ciento de participación), el mismo que se incrementó en 40,2 por ciento respecto de 2014, debido a mayores recaudos por Canon Minero, Derechos de Vigencia, y Regalías Mineras, que se incrementaron en S/ 0,7 millones, S/ 0,6 millones, y S/ 0,5 millones, respectivamente.

Manufactura

El aporte del sector al VAB de Huánuco ha fluctuado entre 6,4 y 10,3 por ciento en los últimos años (6,4 por ciento en el 2015), mientras que su contribución a la producción nacional se ha mantenido entre 0,5 y 0,6 por ciento. La actividad se encuentra influenciada por la industrialización del cacao, sobresaliendo en los últimos años la mayor demanda de productos orgánicos. La Cooperativa Naranjillo, ubicada en la provincia de Leoncio Prado, es la principal empresa en la producción de derivados de cacao, cuya materia prima es acopiada en Huánuco, Ucayali y San Martín; asimismo, la presencia de otras organizaciones como la Cooperativa Divisora permite que en el departamento se efectúe el mayor acopio de cacao y café, tradicional y orgánico, muchos de los cuales son exportados como materia prima. Así, comparado a los registros de 2010, en los últimos 5 años la producción de cacao y café crecieron en 135,7 y 187,6 por ciento, respectivamente.

Comercio y servicios

Las actividades de Comercio y Servicios, que significaron el 54,6 por ciento del VAB departamental de 2015, han mantenido su contribución de más de 50 por ciento en la última década. Este resultado, en similitud con el departamento de Junín, se explica por su ubicación geográfica, al constituirse las provincias de Ambo, Huánuco y Leoncio Prado (Tingo María) en un corredor económico, por los que pasa el río Huallaga y la carretera central, sirviendo como tránsito de los productos que se comercializan en la zona sur de los departamentos de Ucayali y San Martín con destino hacia Lima, destacando el transporte de madera y papaya procedente de Ucayali, y de aceite de palma proveniente de San Martín.

Asimismo, destaca en las provincias de Ambo, Huánuco y Leoncio Prado la mayor utilización de gas licuado en diversas actividades como en transporte público y privado, restaurantes, panaderías, hoteles y demás relacionados, estimulando así una mayor actividad comercial.

Construcción

En los últimos 10 años, al interior de Huánuco destacó el sector Construcción como el de mejor desempeño, al pasar de una contribución departamental de 5,5 por ciento en el 2007 a 11,3 por ciento en el 2014 (11,0 por ciento en el 2015), debido a la mayor demanda privada (viviendas y centros comerciales) y público (sectores de transporte, saneamiento y salud).

Turismo

Huánuco cuenta con importantes atractivos turísticos, entre los cuales destaca Kotosh, lugar donde se encuentra el “Templo de las Manos Cruzadas”, considerado como el recinto más antiguo de la sierra peruana, así como los que se ubican en la provincia de Leoncio Prado, como la Cueva de las Lechuzas, la Cueva de las Pavas, la Bella Durmiente, entre otros.

Durante el 2015, de los 7,7 millones de turistas extranjeros que arribaron a nuestro país, Huánuco albergó 3,1 miles (0,04 por ciento), de los cuales el 16,0 por ciento procedió de los Estados Unidos, seguido de Alemania (10,7 por ciento), Francia (10,1 por ciento) y Brasil (7,3 por ciento).

Respecto de la oferta promedio de servicios de hospedaje, de los 19,6 mil establecimientos registrados a nivel nacional durante el 2015, Huánuco concentró 399 establecimientos (2,0 por ciento de participación), con un promedio de 6,0 mil habitaciones y 9,2 mil plazas-cama.