



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

**ESCUELA DE POSGRADO**

**Doctor Luis Claudio Cervantes Liñán**

**MAESTRÍA EN EJECUTIVA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**Tesis**

**“LAS EXPORTACIONES DE MINERALES Y LA  
GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO POR  
EMPRESAS CHINAS”**

**Presentado por: YUAN HONG**

**Asesor: Dr. MAXIMILIANO CARNERO ANDIA**

**LIMA - PERÚ**

**2017**

# ÍNDICE

Resumen

Abstract

Introducción

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1	Marco Teórico .....	01
1.1.1	Exportaciones de Minerales .....	01
1.1.2	Valor Agregado.....	14
1.2	Investigaciones .....	27
1.2.1	Investigaciones Nacionales.....	28
1.2.2	Investigaciones Internacionales .....	30
1.3	Marco conceptual .....	33

## CAPÍTULO II

### EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1	Planeamiento del Problema .....	36
2.1.1	Descripción de la Realidad Problemática .....	36
2.1.2	Antecedentes Teóricos .....	38
2.1.3	Definición del Problema.....	39
2.2	Objetivos de la Investigación.....	40
2.2.1	Objetivo General y Específicos .....	40
2.2.2	Delimitación del Estudio .....	41
2.2.3	Justificación e Importancia del Estudio .....	42
2.3	Hipótesis y Variables.....	42

2.3.1	Hipótesis Principal y Específicas .....	42
2.3.2	Variables e Indicadores .....	43

### **CAPÍTULO III**

#### **MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS**

3.1	Población y Muestra.....	45
3.2	Diseño Utilizado en el Estudio.....	48
3.3	Técnica e Instrumento de Recolección de Datos .....	48
3.4	Procesamiento de Datos.....	49

### **CAPÍTULO IV**

#### **PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

4.1	Presentación de Resultados.....	50
4.2	Contrastación de Hipótesis .....	65
4.3	Discusión .....	75

### **CAPÍTULO V**

#### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	Conclusiones .....	77
5.2	Recomendaciones.....	78

### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **ANEXOS:**

01 Matriz de Consistencia

02 Encuesta

## **RESUMEN**

Desde el año 1980, el Perú ha tenido una importante presencia de la minería a nivel internacional, más por el lado de la venta exterior de los minerales, que por el lado de la producción. Esto se debe a que por el lado del PBI del país, la minería no es tan significativa, pero por el lado de las exportaciones, se hace muy significativo para nuestra economía, lo cual lleva a pensar cómo el Perú puede sacar un beneficio de este sector. Además en 1990, con el cambio del modelo económico llevado a cabo en el Perú, donde se apertura la economía y se liberan las fuerzas de la demanda y la oferta, el gobierno de turno liberó y garantizó las inversiones en el sector minero, motivando a la participación de empresas nacionales e internacionales en la exploración y producción de los minerales existentes en nuestra geografía. Al término de la década de los noventa, en el ámbito internacional, los precios internacionales de los minerales se encontraban en mínimos niveles, su demanda no tenía cambios sustanciales en el contexto internacional. Los cambios en el mundo y la aparición de nuevas economías llamadas "economías emergentes", impulso la demanda internacional del cobre, especialmente la irrupción de la economía China y su acelerado crecimiento económico.

Con relación al objetivo general del trabajo de investigación fue determinar si las exportaciones de minerales, inciden en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

Por otro lado, el tipo de investigación fue descriptivo-aplicativo y el nivel aplicativo; por otro lado, el método y diseño de investigación fue *expos facto* o retrospectivo; respecto a la población objeto de estudio estuvo constituida por

Empresas Chinas y la muestra fue de 63 Funcionarios, con un muestreo probalístico de probabilidad del 95% de confianza y con un margen de error de 6%.

Respecto a los instrumentos utilizados para la medición de las variables fue la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario que facilitaron la recolección de información y así poder realizar la interpretación de resultados como la contrastación de las hipótesis, pudiendo alcanzar los objetivos que se plantearon en la tesis.

**Palabras claves:** Exportaciones mineras, valor agregado, capacitación estándares de producción, infraestructura.

## **ABSTRACT**

Since 1980, Peru has had an important presence of mining at an international level, more on the side of foreign sales of minerals, than on the production side. This is due to the country's GDP, mining is not as significant, but on the export side, it becomes very significant for our economy, which leads us to think about how Peru can make a profit from this sector. In addition, in 1990, with the change of the economic model carried out in Peru, where the economy was opened and the forces of demand and supply were liberated, the government in turn liberated and guaranteed investments in the mining sector, motivating The participation of national and international companies in the exploration and production of minerals in our geography. At the end of the 1990s, at international level, international prices of minerals were at minimum levels, their demand did not have substantial changes in the international context. Changes in the world and the emergence of new economies called "emerging economies," boost the international demand for copper, especially the outbreak of the Chinese economy and accelerated economic growth.

With regard to the general objective of the research work was to determine if the exports of minerals, affect the generation of value added by Chinese companies.

On the other hand, the type of research was descriptive-application and application level; on the other hand, the research method and design was expose or retrospective; with respect to the study population, was constituted by Empresas Chinas and the sample was 63 Officials, with probability sampling of 95% confidence and with a margin of error of 6%

Regarding the instruments used for the measurement of the variables was the technique of the survey with its instrument the questionnaire that facilitated the collection of information and thus be able to perform the interpretation of results as the testing of the hypotheses, being able to reach the objectives that were raised in the thesis

Key words: Mining exports, value added, training production standards, infrastructure.

## INTRODUCCIÓN

Valor agregado es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. El valor agregado o producto interno bruto es el valor creado durante el proceso productivo. Es una medida libre de duplicaciones y se obtiene deduciendo de la producción bruta el valor de los bienes y servicios utilizados como insumos intermedios. También puede calcularse por la suma de los pagos a los factores de la producción, es decir la remuneración de asalariados, el consumo de capital fijo, el excedente de operación y los impuestos a la producción netos de los subsidios correspondientes.

En cuanto al desarrollo de la tesis, se encuentra dividido en cinco capítulos: Fundamentos Teóricos de la Investigación; El Problema, Objetivos, Hipótesis y Variables; Método, Técnica e Instrumentos; Presentación y Análisis de los Resultados; finalmente Conclusiones y Recomendaciones, acompañada de una amplia Bibliografía, la misma que sustenta el desarrollo de esta investigación; así como los Anexos respectivos.

**Capítulo I: Fundamentos Teóricos de la Investigación**, abarcó el marco teórico con sus respectivas conceptualizaciones sobre: *exportaciones de minerales y valor agregado*; donde cada una de las variables se desarrollaron con el apoyo de material procedente de especialistas en cuanto al tema, quienes con sus aportes enriquecieron la investigación; también dichas variables son de gran interés y han permitido clarificar desde el punto de vista teórico conceptual a cada una de ellas, terminando con las investigaciones y la parte conceptual.

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

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

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

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

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 MARCO TEÓRICO

##### 1.1.1 Exportaciones de Minerales

Sobre este particular que está relacionado con las exportaciones, los especialistas **STANTON J. William; ETZEL J. Michael y Bruce J. WALTER** lo explican de la siguiente manera:

*“Las exportaciones son las actividades por las que una empresa vende sus productos en otro país, ya sea directamente a importadores*

***extranjeros o a través de intermediarios de importación y exportación'***.

Es así que al explicar los alcances que tiene la exportación, nos presentan que la manera más sencilla de operar en los mercados internacionales es por medio de la exportación, la venta directa de bienes a los importadores extranjeros o bien a través de intermediarios extranjeros de importación-exportación. Tal es así que como es la forma más fácil de entrar en los mercados internacionales, ya que la exportación es popular entre las compañías pequeñas.

Asimismo refieren que existen intermediarios para realizar la exportación, pues en los mercados internacionales, como en los internos, los intermediarios pueden poseer los bienes con los que operan o simplemente reunir a compradores y vendedores. Un comerciante de exportación es un intermediario que opera en el país del fabricante y compra los bienes y los exporta. Hay muy poco riesgo o inversión de parte del fabricante o exportación; también son mínimos el tiempo y esfuerzo que se requieren de él, pero a la vez tiene poco o ningún control sobre los intermediarios comerciales.

También hay un agente de exportación que puede estar situado en el país del fabricante o en el destino, ya este agente se encarga de negociar la venta del producto y puede proporcionar servicios adicionales, como hacer los arreglos del financiamiento internacional, el embarque y el seguro de parte del fabricante, pero sin poseer los bienes.

Por otro lado hacen mención que existe mayor riesgo cuando el fabricante retiene el derecho de propiedad de los articulados, ya que por lo común tratan con varios fabricantes, estos dos tipos de intermediarios no suelen ser comerciantes enérgicos, ni generar un gran volumen de ventas. Es así, que para contrarrestar algunas de estas deficiencias, la administración puede exportar por medio de sus propias sucursales de ventas de la compañía ubicadas en los mercados extranjeros.

Cabe señalar que también muchas organizaciones pequeñas participan intensamente en el mercado de exportación, es así que estas firmas aprovechan la ayuda del Departamento de Comercio de los Estados Unidos cuando exportan para ese país ya que con las ferias comerciales y programas "casamenteros" o de encuentro comercial que organiza ese país, el abatimiento de las barreras lingüísticas al extenderse el inglés en los negocios globales dan mayor acceso a los mercados por la vía de Internet.<sup>1</sup>

De igual manera, **CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo**, señala que la exportación es:

***"El envío de mercaderías o productos del país propio a otro, o del que se menciona a uno distinto" y exportar es "remitir o enviar productos agrícolas, mercantiles, industriales y objetos científicos o artísticos a otros países, con finalidad lucrativa o para intercambio".<sup>2</sup>***

---

<sup>1</sup> STANTON J. William, ETZEL J. Michael y Bruce J. WALTER. **FUNDAMENTOS DEL MARKETING**, pp. 71-72

<sup>2</sup> CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo. **DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL**, p. 160

Además, explica cuáles son las formas de exportación, que son indirecta y directa: en la exportación indirecta, existe un operador que se encarga de alguna o todas las actividades vinculadas a la exportación, asumiendo la responsabilidad de la misma. Y en la exportación directa, el exportador peruano trata directamente con el cliente extranjero.

La Exportación indirecta se puede hacer *a través de la venta a clientes nacionales*, que luego exportan el producto. Es como vender a cualquier otro cliente nacional. En esta situación, es otro el que decide qué producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y la gestión de la exportación.

*A través de intermediarios*, en este caso la empresa exporta, por ejemplo, a través de una "trading" (sociedad intermediaria) que busca los compradores en los mercados extranjeros, utilizada por pequeñas empresas que no se sienten en condiciones de comprometerse con la exportación directa; o bien por empresas que ya exportan, pero que eligen la vía del intermediario para ingresar a nuevos mercados. La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa. El principal inconveniente de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan posibilidades concretas de colocar los productos. De esta forma, la selección del intermediario es crucial,

ya que el productor o la empresa dependerán totalmente de la capacidad de venta del mismo.

En la Exportación directa, el exportador debe administrar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido. Las ventajas son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Una empresa que utiliza la exportación directa, debe tener en cuenta cuales son los canales de distribución más apropiados. Estos canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.

El agente es un "tomador de órdenes de compra". Presenta las muestras, entrega documentación, transmite las órdenes de compra, pero él mismo no compra mercadería. En general, el agente trabaja "a comisión", no asume la propiedad de los productos, no asume ninguna responsabilidad frente al comprador y posee la representación de diversas líneas de productos complementarios que no compiten entre ellos. Opera bajo un contrato a tiempo determinado, renovable según resultados, el cual debe definir territorio, términos de venta, método de compensación, causas y procedimientos de rescisión del contrato, etc. El agente puede operar con o sin exclusividad. Determinando si se le otorga autoridad legal o no, para representar y comprometer a la empresa.

El distribuidor es un comerciante extranjero que compra los productos al exportador peruano y los vende en el mercado donde opera. Es regla general que el distribuidor mantenga un stock suficiente de productos y que se haga cargo de los servicios pre y post-venta, liberando al productor de tales actividades. Los distribuidores -que muy raramente llegan al consumidor final, sirviendo generalmente al mercado minorista- suelen completar su oferta con otros productos y/o marcas complementarias, no competitivas entre sí. Está regido por un contrato entre el exportador y el distribuidor extranjero.

El Minoristas, aquí el exportador contacta directamente a los responsables de compras de las cadenas minorista.

La venta directa a consumidores finales, que es cuando una empresa puede vender sus productos directamente a consumidores finales de otros países. Este es un método utilizado más bien por grandes empresas, puesto que exportar de esta manera requiere grandes esfuerzos de marketing y el exportador asume todas las actividades de envío de la mercadería, de importación en el mercado de destino, de prestación de servicios pre y post-venta, de cobro, etc.

Por su parte, los especialistas **DANIELS, John; RADEBAUGH, Lee y Daniel, SULLIVAN**, nos dan el siguiente alcance:

***“Las exportaciones consisten en enviar fuera del país mercancías (bienes)”.***

Asimismo agregan que los términos exportaciones e importaciones se aplican con frecuencia a mercancías, no a servicios.<sup>3</sup>

Para **KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG**, la exportación es:

***"La entrada de un mercado exterior vendiendo productos que han sido fabricados o elaborados en el país de origen y que, normalmente han sufrido pocas modificaciones".***

Es por eso, que la empresa puede adoptar una postura pasiva y exportar ocasionalmente su exceso de producción, o bien adoptar una postura activa y comprometerse a aumentar las exportaciones en un determinado mercado. En ambos casos, la empresa fabrica o elabora toda su producción en el país de origen y puede modificarlo, o no, para los mercados a los que se va a exportar.

De igual manera, la exportación es el sistema que conlleva un menor cambio en la línea de productos, la organización, la inversión y los objetivos o misión de la empresa; además presenta un cuadro donde se muestra los indicadores del potencial de mercado de la siguiente manera:

---

<sup>3</sup> DANIELS, John; RADEBAUGH, Lee y Daniel, SULLIVAN. **NEGOCIOS INTERNACIONALES: AMBIENTES Y OPERACIONES**, p. 9

<b>INDICADORES DEL POTENCIAL DE MERCADO</b>	
<p><b>1. Características demográficas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Población</li> <li>* Índice de crecimiento de la población</li> <li>* Grado de urbanización</li> <li>* Densidad de población</li> <li>* Estructura y composición por edad de la población.</li> </ul>	<p><b>4. Factores tecnológicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nivel de conocimiento tecnológico</li> <li>* Producción tecnológica</li> <li>* Consumo tecnológico</li> <li>* Niveles de educación</li> </ul>
<p><b>2. Características geográficas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Superficie del país</li> <li>* Comunicaciones</li> <li>* Condiciones climáticas</li> </ul>	<p><b>5. Factores socioculturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Valores dominantes</li> <li>* Patrones de estilos de vida</li> <li>* Grupos étnicos</li> <li>* Fragmentación lingüística</li> </ul>
<p><b>3. Factores económicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* PIB per cápita</li> <li>* Distribución de la riqueza</li> <li>* Índice de crecimiento del PNB</li> <li>* Índice de inversión al PNB</li> </ul>	<p><b>6. Objetivos y planes nacionales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Prioridad industrial</li> <li>* Planes de inversión</li> <li>* Infraestructura</li> </ul>

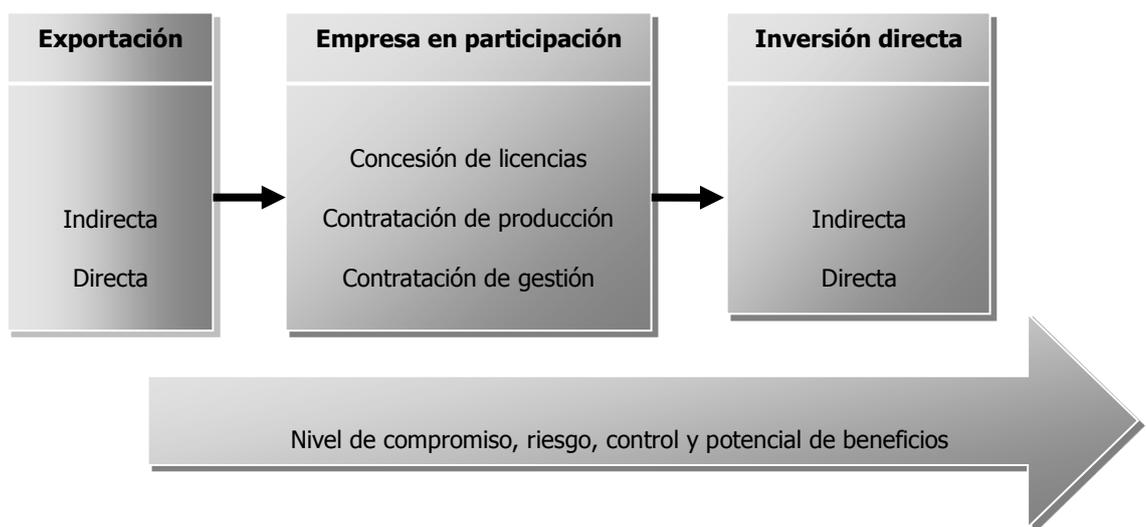
**Fuente:** KOTLER, Philip y Gary, **ARMSTRONG. MARKETING**, p. 637

Por lo general, las empresas empiezan con la *exportación indirecta*, es decir, exportando sus productos a través de intermediarios de marketing internacional. La exportación indirecta implica una menor inversión porque la empresa no necesita contar con una fuerza de ventas fuera del país ni establecer contactos en los mercados extranjeros. Además se asumen menos riesgos.

Por eso, los intermediarios de marketing internacionales (representantes, agentes, exportadores, organizaciones cooperativas y empresas de gestión de exportaciones) aportan los conocimientos, la experiencia y los servicios a la relación, por lo que el vendedor suele incurrir en menos errores.

A continuación, puede llegar un momento en el que las empresas decidan cambiar su táctica y recurrir a la *exportación directa*, es decir, gestionar ellas mismas sus propias operaciones de exportación. Con esta estrategia, la inversión y el riesgo son mayores pero el potencial de rentabilidad también lo es. Una empresa puede gestionar dicha exportación directa de distintas maneras: puede crear un departamento nacional de exportaciones que desarrolle todas las actividades de exportación o puede establecer una filial exterior de ventas que gestione las ventas, la distribución y, tal vez, incluso la promoción desde el país de destino.

### ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN EL MERCADO



**Fuente:** KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG. **MARKETING**, p. 638

Por consiguiente, con la filial de ventas en el país de destino la empresa consigue una mayor presencia y un mayor control del programa en el mercado extranjero. Además, ésta suele servir como centro de atención y servicio al cliente. La empresa también puede optar por enviar a representantes de ventas locales ocasionalmente a los mercados internacionales en los que se quiere entrar para establecer contactos. <sup>4</sup>

La exportación exitosa es un proceso complejo. Una vez que la empresa ha identificado el bien o servicio que desea vender, debe explorar las oportunidades de mercado, un proceso que implica una cantidad significativa de investigación mercadotecnia. A continuación, debe echar a andar una estrategia de desarrollo de la producción o el servicio, prepara los bienes o servicios para el mercado, determinar los mejores medios para transportarlos al mercado, vender los bienes o servicios y recibir el pago.

Es por eso, que todos estos pasos requieren una planeación y preparación cuidadosa. Sin un equipo de exportación independiente, una empresa debe depender de especialistas para que desplacen los bienes y servicios de un país a otro, de agentes o distribuidores que vendan los bienes y servicios y de bancos para que reciban el pago. <sup>5</sup>

Por otro lado, los autores **LEONIDOU, Leonidas y Constantine, KATSIKEAS**, señalan que las empresas exportan

---

<sup>4</sup> KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG, **MARKETING**, pp. 637-668

<sup>5</sup> **Ibíd.**, pp. 638-639

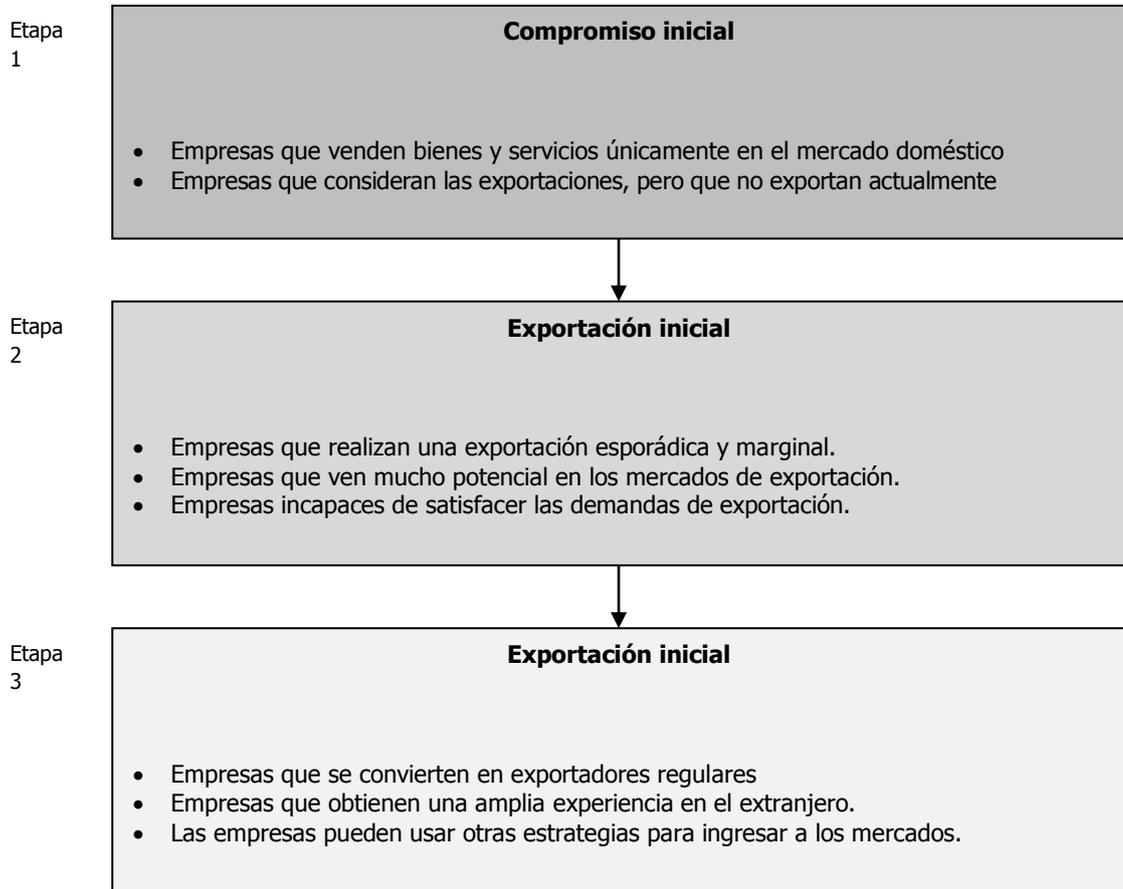
principalmente para aumentar los ingresos de ventas. Esto es cierto tanto en el caso de las empresas de servicio como para los fabricantes. Muchas de las primeras, como contadores, publicistas, abogados y consultores, exportan sus servicios para satisfacer las necesidades de los clientes que trabajan en el extranjero.

También los gastos de innovación y desarrollo (I y D) en esas industrias son tan altos, en términos porcentuales con respecto a las ventas, que las empresas tienen que aumentar sus ingresos a nivel mundial para poder apoyar los esfuerzos de I y D. las ventas de exportación pueden ser un medio para disminuir el excedente de capacidad en el mercado doméstico.

Además, algunas empresas exportan, en vez de invertir en el extranjero, debido al alto riesgo percibido a operar en ambientes extranjeros. Por último muchas empresas exportan a diversos mercados como una estrategia de diversificación. Como el crecimiento económico no es el mismo en cada mercado, la diversificación de las exportaciones puede permitir que una empresa aproveche el intenso crecimiento de un mercado para compensar el crecimiento débil en otro.

Muchas empresas exportan por accidente más que a consecuencia de un plan. Por consiguiente, tienden a encontrar muchos problemas imprevistos. Tampoco tienen la oportunidad de evaluar qué tan importantes pueden ser las exportaciones. Por estas razones, es importante desarrollar una buena estrategia de exportación. Como lo muestra en el siguiente esquema, el desarrollo de las exportaciones tiene tres grandes etapas.

## FASES DEL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES



**Fuente:** LEONIDOU, Leonidas y Constantine, KATSIKEAS. **THE EXPORT DEVELOPMENT PROCESS: AN INTEGRATIVE REVIEW OF EMPIRICAL MODELS**, pp. 524

Estas etapas tienen menos relación con el tamaño de la empresa que con el grado de desarrollo de las exportaciones, es decir, tanto las empresas grandes como pequeñas pueden estar en cualquier etapa. De hecho, más empresas nuevas están exportando en una etapa más temprana de su propio ciclo de vida

porque existe una nueva generación de empresas y gerentes con mucha visión para los negocios internacionales. Además, la capacidad para generar ventas por internet es una razón por la que las empresas exportan con mayor rapidez. Cuando una empresa establece un sitio web.<sup>6</sup>

Para atender los elementos de una estrategia de exportación, se debe identificar primero los problemas principales que los exportadores enfrentan con frecuencia. Además de los problemas comunes a todos los negocios internacionales, como el idioma y otros factores culturales, las empresas que empiezan a exportar cometen frecuentemente algunos errores.

1. Incapacidad para obtener asesoría calificada en exportación y para desarrollar un plan de marketing maestro a nivel internacional antes de empezar un negocio de exportación.
2. Compromiso insuficiente de parte de la gerencia de alto nivel para superar las dificultades iniciales y los requisitos financieros de la exportación.
3. Cuidado insuficiente al seleccionar los agentes o distribuidores en el extranjero.
4. Buscar pedidos por todo el mundo en lugar de establecer una base de operaciones rentables y un crecimiento ordenado.
5. Descuidar el negocio de exportación cuando el mercado doméstico está en auge.
6. Incapacidad para tratar a los distribuidores internacionales de manera equitativa a sus contrapartes domésticas.

---

<sup>6</sup> LEONIDOU, Leonidas y Constantine, KATSIKEAS. **THE EXPORT DEVELOPMENT PROCESS: AN INTEGRATIVE REVIEW OF EMPIRICAL MODELS**, pp. 524-525

7. Renuncia a adaptar los productos para cumplir con las reglamentaciones o satisfacer las preferencias culturales de otros países.
8. Incapacidad para imprimir mensajes de servicio, ventas y garantía en idiomas que se hablen localmente.
9. Incapacidad para recurrir a una empresa de manejo de exportaciones, u otro intermediario de marketing, cuando la empresa no cuenta con el personal para manejar las funciones especializadas de exportación.<sup>7</sup>

### **1.1.2 Valor Agregado**

Analizando la información relacionada con el tema encontramos que los especialistas tienen diferentes puntos de vista respecto a las exportaciones, tal es así que el especialista **COLTRAIN, David y otros** lo definen de la siguiente manera:

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

Como un ejemplo específico de una definición sería añadir económicamente a un valor los productos agrícolas (como el trigo) mediante el procesamiento en un producto (como harina) deseado por los clientes (tales como el pan) en el cual los productores que participan en la adición de valor deben pensar en sí mismos como miembros de una empresa de alimentos que los procesa y a los

---

<sup>7</sup> BONACCORSI, Andre. **ON THE RELATIONSHIP BETWEEN FIRM SIZE AND EXPORT INTENSITY**, p. 606

mercados de los productos como los consumidores. A menudo, esto puede implicar la construcción de plantas de procesamiento en áreas geográficas donde los productores podrán procesar los cultivos producidos localmente o animales.

Sin embargo, otro modelo se ha producido, que implica la construcción de la planta de procesamiento donde sea más factible y rentable, como por ejemplo cerca de donde los productos finales sean comercializados. Además se recalca que muchas materias primas tienen un valor intrínseco en su estado original. Por ejemplo, el maíz cultivado en el campo, se cosecha, y se almacena en una granja, para luego, alimentar al ganado. De esta forma se alimenta a un animal, que transforma el maíz en proteína animal o carne.<sup>8</sup>

De igual manera, el especialista **CERTO, Samuel** nos da la siguiente definición:

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

Por otro lado todas las actividades, todos los procesos y costos que directamente no agreguen valor al producto deben en lo posible eliminarse, porque los costos que no agregan valor pueden ser un desperdicio. Este modo particular es la principal

---

<sup>8</sup> COLTRAIN, David y otros. **VALOR AGREGADO: OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS**, p.5

responsable de las drásticas reducciones en los cargos de muchas organizaciones en años recientes.<sup>9</sup>

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

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

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

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

---

<sup>9</sup> CERTO, Samuel. **ADMINISTRACIÓN MODERNA.**, p. 514

costes de las mismas, o bien, se extraiga de una relación entre los bienes y servicios producidos (estén vendidos o almacenados) con los costes de producción.

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

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

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

Sobre esta base, se puede definir el valor agregado de la empresa como la diferencia entre el valor de la producción

alcanzada en el período (vendida, almacenada e inmovilizada) y las adquisiciones externas relacionadas con ese volumen de actividad.

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

Entonces se entiende que un valor agregado bruto, se llama así por no computarse las amortizaciones y provisiones en el apartado de gastos de explotación, sino que tales dotaciones se consideran una asignación en la distribución de valor agregado. Y por último, es un valor agregado empresarial que liga directamente con el valor agregado de la Contabilidad Nacional, al obtenerse de una clasificación de ingresos y gastos por naturaleza. Una clasificación basada en la división de la empresa en sus diferentes funciones haría muy difícil la agregación de magnitudes en el ámbito nacional.<sup>10</sup>

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

***“El valor agregado, se calcula sumando los montos anuales de la nómina y las utilidades, mientras que el Valor agregado por empleado.***

---

<sup>10</sup> GALLIZO LARRAZ, José Luis. **EL ESTADO DE VALOR AGREGADO**, pp. 4 - 5

***Se calcula dividiendo el valor agregado entre el número de trabajadores, seleccionada como variable dependiente por ser uno de los resultados más representativos del buen desempeño económico de la empresa”.***<sup>11</sup>

De igual modo, el autor **CAMIN, Ruben** señala que el valor agregado puede concebir dos conceptos desde enfoques distintos los cuales se mencionan en los siguientes párrafos:

***“Contablemente el valor agregado se calcula como la diferencia entre los precios de mercado y los costes de producción”.***

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

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

---

<sup>11</sup> OLLIVIER FIERRO, Juan. **IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL VALOR AGREGADO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS**, p. 4

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

Asimismo el valor agregado se obtiene mediante cálculos, restando del Valor bruto todos los Costos de los Bienes intermedios que forman parte del Producto final, con lo que el valor agregado se expresa como el precio de Mercado de dichos Bienes finales, igualando a la suma de las remuneraciones de todos los Factores Productivos.

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

Desde un punto de vista macroeconómico, el producto nacional es igual a la suma del Valor agregado de todos los Bienes y servicios finales generados en la economía en un período de Tiempo. Por ello el Valor Agregado en cada fase de producción puede ser descompuesto en sueldos, salarios, Rentas e intereses, vale decir en las remuneraciones de los Factores Productivos.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> CAMIN, Rubén. **¿A QUE SE DENOMINA VALOR AGREGADO?**, p. 2

Por su parte el autor **JARACH, Dino.**, refiere que del *cálculo del valor agregado* se deriva el Impuesto del Valor Agregado (IVA), esto significa la fragmentación del valor de los bienes y servicios que se enajenan o se prestan, respectivamente, para someterlos a impuestos en cada una de las etapas de negociación de dichos bienes y servicios, en forma tal que en la etapa final quede gravado el valor total de los bienes y servicios y nada más que dicho valor, sin duplicaciones o superposiciones y en cada etapa solo el valor agregado en la misma al valor acumulado en las etapas anteriores.

Además en este sistema de imposición se tiene las ventajas de los impuestos a las ventas que se aplican en todas las etapas pero se librea de su corolario negativo y no deseado de la acumulación. También tiene la característica del impuesto sobre las ventas. Aplicado en la última negociación de bienes y servicios, que consiste en someter al impuesto todo el valor añadido, sin discriminación según el número de transacciones a las que está sujeto cada bien.

Cabe señalar que el IVA constituye una obligación anual, que agrupa un conjunto de operaciones individuales, cada una de las cuales constituye un hecho imponible cuya realización da origen a una parte constitutiva de dicha obligación. Asimismo otra característica estructural del IVA es la importancia que tiene en su régimen las normas de carácter formal o administrativo, que establecen deberes formales para los contribuyentes y responsables. Es por ello que se menciona principalmente la obligación desde la inscripción en el Registro de Responsables, de

emitir factura o documentos equivalentes y de cumplir al hacerlo con determinados recaudos. A menudo, los requisitos formales tienen relevancia para las obligaciones sustantivas.<sup>13</sup>

Por otro lado, el **Centro Nacional de Productividad** señala que la *medición del valor agregado a nivel de la empresa* se puede obtener mediante dos métodos, llamados el método de la suma y el método de la resta, el cual se pasa a detallar:

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

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

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

---

<sup>13</sup> JARACH, Dino. **FINANZAS PUBLICAS Y DERECHO TRIBUTARIO**, pp. 839 - 840

$$VA = P \pm D_{Inv} - M - S - G$$

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

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

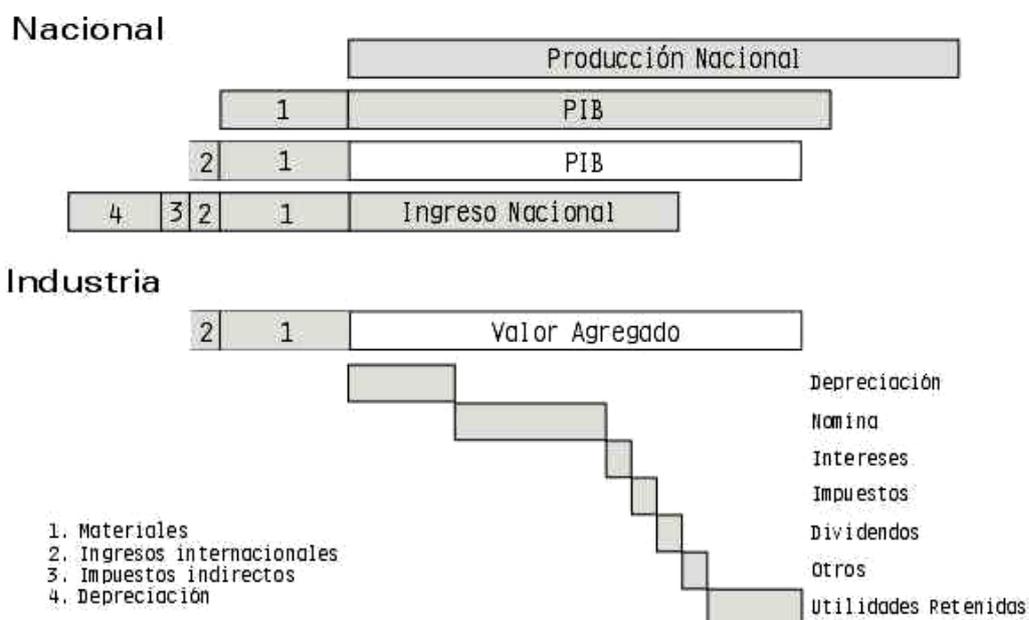
Además, si la empresa hace donaciones, este aporte social debe sumarse para obtener el valor agregado. También se suman las utilidades netas; los impuestos y gastos legales; la depreciación de los activos empleados en producción; la depreciación de los activos utilizados en la administración y ventas;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

Cabe señalar que los datos para el cálculo del valor agregado provienen de los estados financieros de la empresa, específicamente, el estado de resultados y el balance. En cuanto a los informes contables de la gerencia, estos presentan estados financieros complementados con las respectivas notas contables. Con frecuencia, esta información, por ser resumida, no es suficiente, y hay que recurrir a una contabilidad más detallada, en

el Plan Único de Cuentas (PUC), a veces hasta el nivel de seis dígitos. Esta es también la fuente de información para el cálculo de los indicadores.

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

### EL VALOR AGREGADO A NIVEL MICRO Y MACRO



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

Entonces, las empresas convierten los factores aportados por los agentes en bienes y servicios, asimismo se señala que esta tarea es muy compleja y su comprensión requiere la construcción de un modelo abstracto de producción. Es así que se relaciona la creación de valor agregado con factores productivos. La función de producción indica el valor agregado máximo que puede obtenerse a partir de un conjunto de insumos que se utilizan tan eficientemente cómo es posible. Una manera de medir la eficiencia de una empresa sería el comparar el valor agregado generado por ella con el valor agregado determinado por la función de producción.<sup>14</sup>

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

- El comercio exterior nacional debe contribuir a promover el desarrollo nacional, es decir, generar un cambio cualitativo en

---

<sup>14</sup> Centro Nacional de Productividad. **MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO**, pp. 1 – 2

su estructura económica que permita mejorar los niveles de ingreso, de salud, de educación y de calidad de vida de su población.

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

De esta manera se fijan los objetivos tales como diversificar y ampliar la matriz de exportaciones nacionales para hacer más competitivo el conjunto de la estructura productiva y potenciar sus

posibilidades de expansión en el mercado mundial; elevar la participación de las exportaciones industriales y de mayor valor agregado, de manera que el conjunto de la estructura económica se vea beneficiada, se generen más y mejores puestos de trabajo y se desarrollen nuevos complejos y cadenas de producción que arrastren al conjunto de la economía nacional; aumentar el número de empresas exportadoras y desarrollar un nuevo núcleo de empresas que participe activa y regularmente en el comercio exterior, de manera de diversificar, dinamizar y expandir la base de la estructura productiva; aumentar la importancia de nuevos mercados en el destino de las exportaciones, de manera de aprovechar las oportunidades que brindan las diferentes economías del mundo, en especial las nuevas economías que más crecen y que presentan nuevas oportunidades para la producción nacional; elevar la participación de todas las provincias en el total exportado de manera que toda la extensión del territorio se vea beneficiado del comercio exterior y alcance a todos los habitantes del país.<sup>15</sup>

## **1.2 INVESTIGACIONES**

Al consultar tanto en la Biblioteca como en la Escuela de Posgrado de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, encontramos diferentes trabajos, además también se hizo una búsqueda en diferentes universidades tanto nacionales como internacionales, hallando los siguientes estudios:

---

<sup>15</sup> ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES. **PROPUESTAS PARA UN PLAN NACIONAL DE EXPORTACIONES**, p. 15

### 1.2.1 Investigaciones Nacionales

- **Pontificia Universidad Católica el Perú**

**Autor:** VALENZUELA VALDIVIA, Lucía – Tesis para optar el Título de Ingeniera Industrial.

**Tema:** Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos. (2010)

**Resumen:**

A nivel internacional la producción orgánica ha alcanzado niveles de crecimiento muy acelerados, lo que ha conllevado a la producción de nuevos productos orgánicos cuya apreciación y demanda en el mercado internacional, se ha incrementado de manera significativa en los últimos cinco años, a una tasa promedio de crecimiento de alrededor del 13%.

El Perú no es ajeno a este proceso, en el 2008 las exportaciones peruanas de productos orgánicos superaron los US\$ 195 millones a una tasa anual promedio de crecimiento de alrededor del 50% anual. Cabe mencionar que Perú es considerado por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica – IFOAM como el 7mo país con el mayor número de productores que cultivan este tipo de productos (alrededor de 33,500 pequeños productores). Sin embargo, el Perú tiene una baja participación en el mercado

de harina de banano orgánico debido a la falta de inversión para cumplir con los requerimientos de exportación.

Tomando en cuenta lo anterior descrito, el presente proyecto de pre-factibilidad está dirigido a determinar la viabilidad comercial, técnica y económica de la producción y exportación de harina de banano orgánico a Estados Unidos.

La metodología empleada para la solución del problema fue de análisis e investigación, lo que permitió la identificación de los requerimientos que se deben cumplir dentro de una empresa productora y exportadora, así como la identificación de las necesidades y expectativas que el mercado objetivo posee entorno a los productos que se ofrecen en la actualidad, entre otros. Con esta información, lo que se buscó fue determinar los factores críticos a profundizar por capítulo del estudio.

- **Universidad San Martín de Porres**

**Autor:** HERRERA AGUILAR, Jhonatan Josue – Tesis para optar el Título Profesional de Economista.

**Tema:** Determinantes de las Exportaciones no Tradicionales en el Perú entre 2000 y 2010. (2012)

**Resumen:**

El objetivo principal de la investigación titulada "Determinantes de las exportaciones no tradicionales entre

2000 y 2010” fue encontrar las determinantes de las exportaciones no tradicionales a partir de la relación de largo plazo con las variables demanda externa y los términos de intercambio. Por el tipo de investigación el estudio es descriptivo, explicativo, analítico y correlaciona.

Para este proceso la población está conformada por información del Banco Central de Reserva (estadísticas económicas) y de las memorias del Banco Central de Reserva.

Los resultados del trabajo mostraron que existe una relación positiva de las exportaciones no tradicionales con el PBI de EEUU y los términos de intercambio. Además, sorprendentemente, no existe una relación positiva entre las exportaciones no tradicionales y el índice de tipo de cambio real, demostrando que la economía es dinámica, lo que hizo precisar recomendaciones importantes como que el gobierno debe fomentar los términos de intercambio, incentivar las políticas externas; además se debe afianzar los lazos de comercio con EEUU e invertir en investigación y educación para poder tener mejor mano de obra, lo que acarrearía que existan mejores productos para la exportación.

### **1.2.2 Investigaciones Internacionales**

- **Universidad de América Latina (México)**

**Autor:** ANDRADE SÁNCHEZ, María Irene – Tesis para optar el Título de Licenciada en Negocios Internacionales.

**Tema:** Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania.  
(2014)

**Resumen:**

En la actualidad, se han encontrado serios problemas con las exportaciones, debido a los obstáculos que personas o empresas enfrentan como son la falta de capacitación en materia de comercialización internacional, el poco o nulo conocimiento de algunos de los productores, los problemas de financiación y las barreras arancelarias. Es por ello que, al exportar un producto o servicio, se debe conocer, cuáles son las bases para realizar dicha exportación.

El futuro exportador debe contar con recursos humanos y financieros. No es suficiente conocer idiomas extranjeros, sino además de ello, es indispensable conocer culturas, negociaciones e investigar el lugar con el que se va a realizar dicha exportación.

El exportador no puede pasar por alto aspectos que influyen en las exportaciones, como la situación financiera, política y económica de un país; debido que pueden abrir o cerrar mercados; conocerlos es fundamental para la exportación, así como observar y seguir su evolución es indispensable.

Exportar es enviar un bien o servicio a otra parte del mundo, con el propósito de comercializar, además de que se establecen bajo circunstancias determinadas. Las comercializaciones son de gran ayuda para el país, debido a

que existen ingresos de capital y además, lo hace más competitivo. Se pretende que el futuro exportador comercialice productos de calidad, para colocar a México como uno de los principales países en los intercambios.

- **Universidad Autónoma de Baja California**

**Autor:** CASTRO TRASVIÑA, Mario Alfonso y Francisco Fernando, GARAYZAR ABAROA – Tesis para obtener el grado de Licenciado en Comercio Exterior.

**Tema:** Proyecto de Inversión: Producción y Comercialización de Té de Damiana hacia el mercado de Canadá. (2016)

**Resumen:**

La presente investigación se encamina a la formulación de un proyecto de exportación de Té de Damiana hacia el mercado canadiense, por lo cual se realizara una extensa investigación de los diversos puntos más esenciales para la puesta en marcha de este proyecto.

Esta investigación partirá desde un punto muy básico como es, la empresa, su conformación, estructura, misión, visión y demás características de la misma, posteriormente se analizara al producto en cuestión, abordando las cualidades más sobresalientes de la Damiana, también se hará un análisis del producto terminado, se presentara su logotipo, clasificación arancelaria, empaque, envase, embalaje y demás

requisitos necesarios para poder llevar a cabo la exportación del mismo.

Una vez definido el producto, se procederá a describir el mercado destino y el por qué se eligió a este como el idóneo para la comercialización de producto tomando en cuenta su ubicación, demografía, costumbres, etnias, etc., también se hace referencia a las estrategias de comercialización que serán utilizadas para lograr que el producto sea llevado de la mejor manera hasta nuestros consumidores finales.

Finalmente se revisara la documentación requerida para la exportación exitosa del producto, el programa de fomento elegido y se hará especial énfasis en la Logística más apropiada para asegurar el éxito de la negociación.

### **1.3 MARCO CONCEPTUAL**

- **Actividad minera.-** La minería es una actividad económica del sector primario representada por la explotación o extracción de los minerales que se han acumulado en el suelo y subsuelo en forma de yacimientos.
- **Captación.-** Acción de captar.
- **Costos de producción.-** También llamados costos de operación. Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía

estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

- **Estándares de producción.-** Las empresas incurren en ciertos costos para fabricar los productos que venden. Estos costos incluyen la mano de obra y los materiales y las empresas los combinan para calcular el costo por unidad de cada uno de los productos que venden. El costo total de producción depende del número de unidades producidas, pero también hay otros gastos corrientes de funcionamiento de la empresa. Estos costos considerados en conjunto se denominan como "Estándar de Producción".
- **Exportación.-** Es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales.
- **Infraestructura.-** Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado.
- **Inversión.-** Es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.
- **Mineral.-** Una sustancia homogénea que ocurre naturalmente y tiene propiedades físicas y composición química definidas y que, si se forma en condiciones favorables, tiene una forma de cristal definida.
- **Optimización.-** Acción de optimizar.

- **Potencial humano.-** Lo que el hombre es capaz de hacer, el potencial que tiene una persona en su interior y obviamente dicho potencial se puede entrenar.
- **Precios de mercado.-** Es el precio al que un bien o servicio puede comprarse en un mercado concreto. Es un concepto económico de aplicación tanto en aspectos teóricos de la disciplina como en su uso técnico y en la vida diaria.
- **Producción.-** Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos.
- **Valor agregado.-** El Valor agregado o valor añadido es un concepto utilizado en economía, finanzas y contabilidad con dos significados diferentes. Desde el punto de vista contable, es la diferencia entre el importe de las ventas y el de las compras, es decir, la diferencia entre los precios de mercado y costos de producción.

## **CAPÍTULO II**

### **EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **2.1.1 Descripción de la Realidad Problemática**

Al abordar esta problemática vinculada con el tema, se puede decir con bastante claridad que las exportaciones mineras se han incrementado en los últimos años, debido a las inversiones que se han llevado a cabo en diferentes departamentos del país, en razón al incremento de los minerales, a la confianza existente, a la seguridad jurídica y a la economía de libre mercado, entre otros,

motivo por el cual se observa la presencia de organizaciones empresariales dedicadas a las actividades extractivas como es la minería.

En la parte operativa de las empresas mineras de orientación china, se han encontrado que principalmente la exportación de minerales se realiza tal conforme se extrae estos recursos de los centros mineros, pudiéndose apreciar que en comparación a otras organizaciones como son las americanas, canadienses, australianas, entre otros, los minerales no son procesados en su integridad, si no que por el contrario estos se exportan tomando en consideración los acuerdos logrados entre estas empresas y el Estado y desde luego los alcances que tiene el TLC Perú – China.

Finalmente como parte de las averiguaciones, se ha encontrado que en las actividades de exportación de los minerales, poco se está haciendo en cuanto a la generación de valor agregado por las empresas chinas y según muchos especialistas, conocedores de esta problemática, reconocen que el valor agregado que se está presentando en esta actividad, se está dando desde el momento que el recurso es extraído del interior de las minas y convertido en un recurso exportable y con valor económico; sin embargo, otros entendidos en esta realidad sus criterios indican que deben transformarse por ejemplo en laminados, planchas de acero, entre otros; así como también contar en el país con fundiciones que generarían mayor empleo en el país de origen.

### 2.1.2 Antecedentes Teóricos

En cuanto a las **exportaciones de minerales**, el **BALLENA DOMÍNGUEZ, Víctor Giovanni**, informa que la exportación minera representa un aproximado del 40% de las exportaciones totales del Perú, y es una fuerte entrada de divisas a la economía nacional, por ello es importante la producción minera, porque la generación de bienestar en la población, se refleja en el crecimiento de empresas de servicios, derivadas de la producción minera y de la demanda generada por los mayores ingresos producidos de las ganancias de la minería.<sup>16</sup>

Respecto al **valor agregado**, el especialista **BORJA, Rodrigo.**, nos da la siguiente información: El valor agregado es la traducción de la expresión inglesa *value added* usada por los economistas norteamericanos para designar el valor que la actividad productiva de la empresa añade o incorpora, con la utilización de los factores de la producción, a las materias primas o bienes intermedios que procesa.

Podría decirse, simplificando las cosas, que el *valor agregado* es el que recibe un bien durante el proceso de su producción. En términos más rigurosos: es el valor de un producto en fábrica (con exclusión de los gastos de transportación y de venta que vengan después) menos el coste de los materiales o bienes semielaborados que fueron la base para su producción (con inclusión, en estos últimos, de los gastos de transporte y de venta que haya demandado su colocación en fábrica). En otras

---

<sup>16</sup> BALLENA DOMÍNGUEZ, Víctor Giovanni. **LAS EXPORTACIONES MINERALES EN EL PERÚ**, p. 2

palabras, el valor agregado es el precio en planta de un bien menos el valor de las materias primas o los bienes intermedios que fueron la base para su producción. O es también la diferencia entre el ingreso total percibido por el productor de un bien y el coste de los insumos, materias primas y gastos de operación que efectuó para obtener aquel ingreso.

Consecuentemente, el valor agregado corresponde a la tecnología, los sueldos, salarios, alquileres, intereses, utilidades empresariales y demás gastos que demandó el proceso de transformación de un bien y cuyo importe total se incorporó a los materiales originales. Por tanto, el valor del producto final de la industria, en fábrica, se compone del coste de los materiales utilizados más el valor añadido.<sup>17</sup>

### **2.1.3 Definición del Problema**

#### **Problema principal**

¿En qué medida las exportaciones de minerales, inciden en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas?

#### **Problemas específicos**

- a.** ¿De qué manera el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú?

---

<sup>17</sup> BORJA, Rodrigo. **ENCICLOPEDIA DE LA POLÍTICA**, p. 3

- b.** ¿En qué medida la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior?
- c.** ¿En qué medida la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros?
- d.** ¿De qué manera el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados?
- e.** ¿En qué medida el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país?
- f.** ¿De qué manera el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país?

## **2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2.1 Objetivos General y Específicos**

#### **Objetivo general**

Determinar si las exportaciones de minerales, inciden en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

### **Objetivos específicos**

- a.** Establecer si el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.
- b.** Precisar si la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.
- c.** Precisar si la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.
- d.** Determinar si el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.
- e.** Establecer si el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.
- f.** Precisar si el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.

#### **2.2.2 Delimitación del Estudio**

##### **a. Delimitación espacial**

El estudio se realizó a nivel de Empresas Mineras Chinas en el Perú.

**b. Delimitación temporal**

El periodo en el cual se llevó a cabo esta investigación comprendió los meses de Enero – Marzo del 2017.

**c. Delimitación social**

En la investigación se aplicaron las técnicas e instrumentos destinados al recojo de información de Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.

**2.2.3 Justificación e Importancia del Estudio**

**Justificación.**- El desarrollo de la investigación, respondió al interés profesional por tratar de conocer cómo la exportación de minerales por empresas chinas, están generando valor agregado, siendo una de las razones principales por los cuales se ejecutó dicho trabajo.

**Importancia.**- La investigación al estar concluida, clarificó que efectivamente las exportaciones mineras están generando valor agregado mediante las empresas chinas que tiene la gestión; además como parte del estudio, se planteará ciertas propuestas a manera de recomendaciones que contribuirá con el trabajo en referencia.

**2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES****2.3.1 Hipótesis Principal y Especificas****Hipótesis principal**

Las exportaciones de minerales, inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

### **Hipótesis específicas**

- a.** El mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.
- b.** La optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.
- c.** La optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.
- d.** El aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.
- e.** El valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.
- f.** El mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.

### **2.3.2 Variables e Indicadores**

#### **Variable independiente**

#### **X. Exportaciones de Minerales**

##### Indicadores

x<sub>1</sub>.- Mejoramiento de la infraestructura utilizada.

- x<sub>2</sub>.- Optimización del potencial humano.
- x<sub>3</sub>.- Optimización de los estándares de producción a nivel empresarial.
- x<sub>4</sub>.- Aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción.
- x<sub>5</sub>.- Valor agregado en los productos que se exportan.
- x<sub>6</sub>.- Nivel de mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones.

### **Variable dependiente**

#### **X. Valor Agregado**

##### Indicadores

- y<sub>1</sub>.- Nivel de riqueza que genera la actividad minera en el Perú.
- y<sub>2</sub>.- Nivel de exportación de concentrados mineros.
- y<sub>3</sub>.- Grado de producción de minerales refinados al exterior.
- y<sub>4</sub>.- Nivel de producción de productos terminados.
- y<sub>5</sub>.- Nivel de generación de encadenamientos con otros sectores productivos.
- y<sub>6</sub>.- Nivel de captación de inversiones mineras en el país.

## CAPÍTULO III

### MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTOS

#### 3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

##### 3.1.1 Población

La población objetivo estará compuesta por funcionarios de 9 empresas Chinas relacionadas con la exportación de los productos minerales a China.

Empresa minera	Población	Empresa minera	Población
Rio Blanco	10	Ampliación de Marcona	9
Galeno	13	Pampa del Pongo	10
Toromocho	12	Cercana	4
Llama TY01	8	Las Bambas	12
Explotación de relaves	5		
Total parcial	48		35

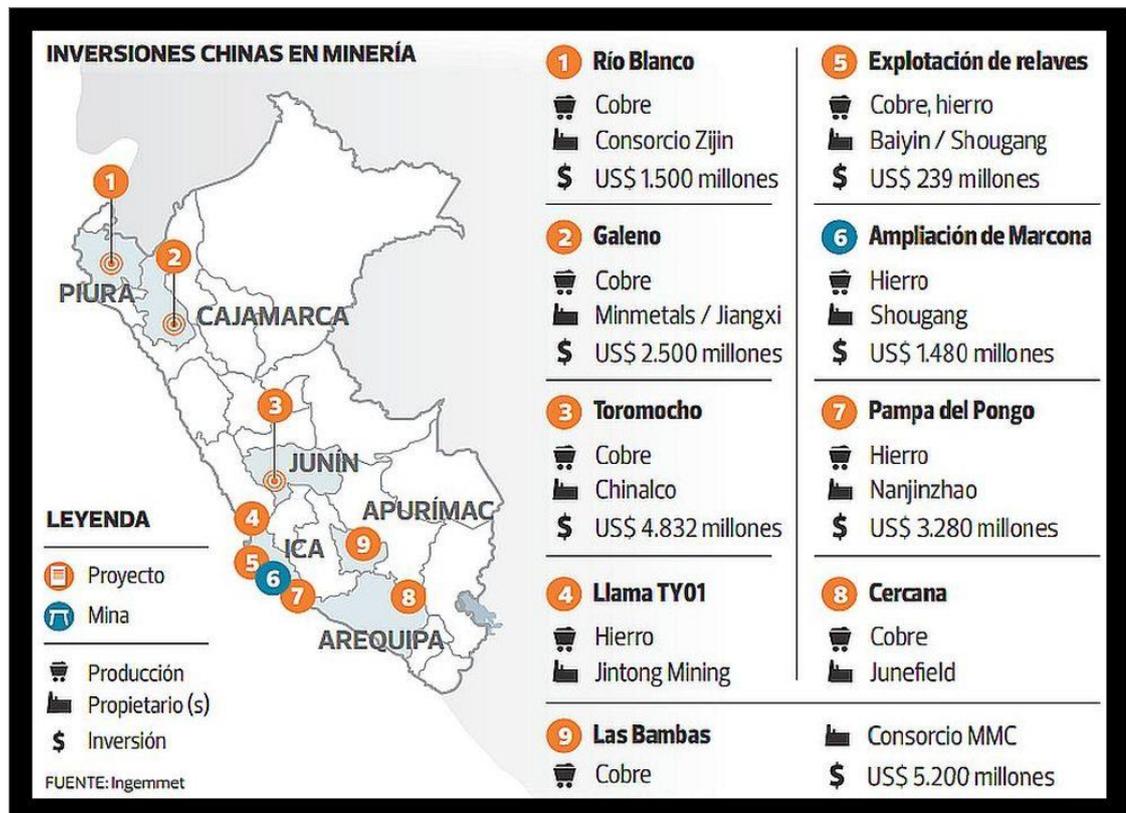


Figura 1. Inversiones Chinas en minería

Fuente. El Comercio. Recuperado de <http://elcomercio.pe/visor/1722993/863744-empresas-chinas-son-nuevos-actores-mineria-peruana-noticia>

### 3.1.2 Muestra

En la determinación de la muestra óptima se tomará como base el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuando la población es conocida cuya fórmula para su determinación es:

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

Donde:

- Z : Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad del 95% de confianza.
- P : Proporción de funcionarios que manifestaron generar valor agregado como producto de la exportación de minerales (**P = 0.5**, valor asumido debido al desconocimiento de P)
- Q : Proporción de funcionarios que manifestaron generar valor agregado como producto de la exportación de minerales (**Q = 0.5**, valor asumido debido al desconocimiento de P).
- e : Margen de error 6%
- N : Población.
- n : Tamaño óptimo de muestra.

Entonces, a un nivel de significancia de 95% y 6% como margen de error **n** optimo será:

+ Muestra óptima para funcionarios:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)(83)}{(0.06)^2 (83-1)+ (1.96)^2(0.5) (0.5)}$$

**n = 63** Funcionarios

Por lo tanto, la muestra será distribuida de manera proporcional:

Empresa minera	Población	Empresa minera	Población
Rio Blanco	8	Ampliación de Marcona	7

Galeno	10	Pampa del Pongo	8
Toromocho	9	Cercana	3
Llama TY01	6	Las Bambas	9
Explotación de relaves	4		
Total parcial	37		36

Esta muestra será seleccionada de manera aleatoria.

### 3.2 DISEÑO UTILIZADO EN EL ESTUDIO

Se tomó una muestra en la cual:

$$M = O_x r O_y$$

Dónde:

M	=	Muestra
O	=	Observación
x	=	Exportaciones de Minerales
y	=	Valor agregado
r	=	Relación de variables

### 3.3 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### Técnicas

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

### **Instrumentos**

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

### **3.4 PROCESAMIENTO DE DATOS**

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

## CAPÍTULO IV

### PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

#### 4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

**Tabla N° 1**

A la pregunta: ¿Aprecia Usted mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas mineras?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	53	84
b) No	7	11
c) Desconoce	3	5
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

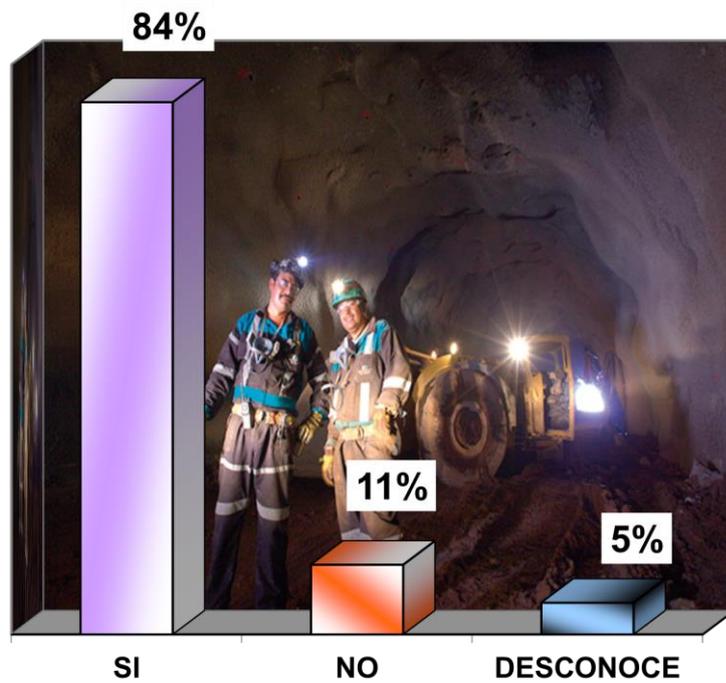
## **INTERPRETACIÓN**

Es importante señalar que la mayoría de los funcionarios que trabajan en las empresas mineras dedicadas a la agroexportación, en un promedio del 84% refirieron que actualmente se viene mejorando la infraestructura que vienen utilizando estas organizaciones; en cambio el 11% señalaron que no estaban de acuerdo con los puntos de vista de los anteriores y el 5% manifestaron desconocer, totalizando el 100% de la muestra.

Los resultados mostrados en el párrafo anterior, reflejan que efectivamente la mayoría de los funcionarios que fueron consultados, reconocieron que las empresas mineras dedicadas a las exportaciones de estos productos, han mejorado sustancialmente la infraestructura que vienen utilizando con estos fines; hechos que a no dudarlo, inciden favorablemente en el trabajo que desarrollan en esta actividad, en razón que cuentan con la infraestructura y parte logística en condiciones óptimas para llevar a cabo su labor y desde luego, en lo concerniente a las exportaciones de productos mineros.

**Gráfico No. 1**

**MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA  
UTILIZADA POR LAS EMPRESAS MINERAS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 2**

A la pregunta: ¿Considera Usted que en estas organizaciones se está optimización el potencial humano?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	47	75
b) No	9	14
c) Desconoce	7	11
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

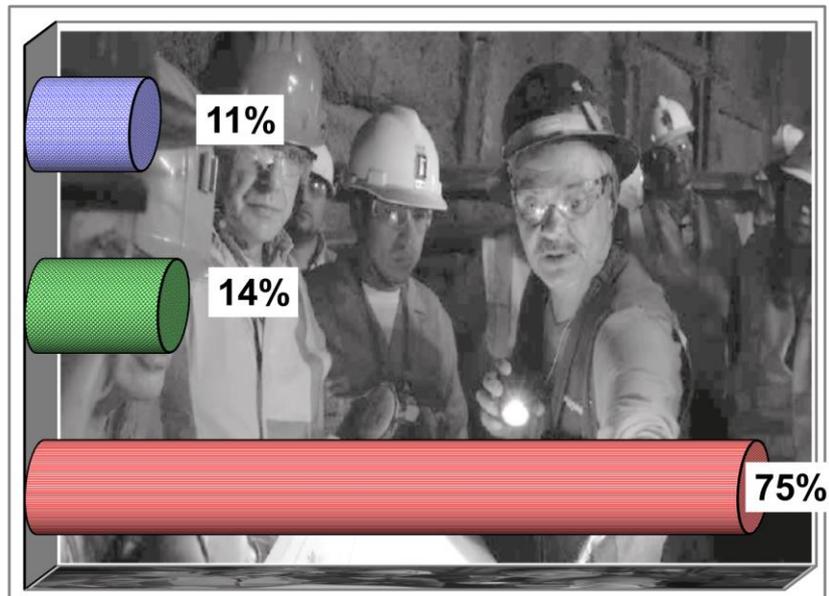
### **INTERPRETACIÓN**

En este sentido los resultados obtenidos en la pregunta, muestran que el 75% de los consultados, consideran que en estas organizaciones están buscando la optimización del potencial humano que dispone; en cambio el 14% no estuvieron de acuerdo con el grupo mayoritario y el 11% manifestaron desconocer, arribando al 100% de la muestra.

Al observar los puntos de vista de los encuestados, encontramos que más de dos tercios de los que estuvieron en la primera de las opciones, lo justificaron expresando que en las empresas dedicadas a exportar minerales, están buscando optimizar el potencial humano que disponen, toda vez que esta actividad requiere de recursos debidamente capacitados, con experiencia y que sobre todo, sean conocedores de la importancia que tiene el manejo del personal calificado para estos fines; situación que viene siendo explotado por empresas dedicadas a este rubro.

**Gráfico No. 2**

**EN ESTAS ORGANIZACIONES SE ESTÁ  
OPTIMIZACIÓN EL POTENCIAL HUMANO**



■ SI   ■ NO   ■ DESCONOCE

**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 3**

A la pregunta: ¿Existe mejoramiento en los estándares de producción a nivel de este sector empresarial?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	46	73
b) No	12	19
c) Desconoce	5	8
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

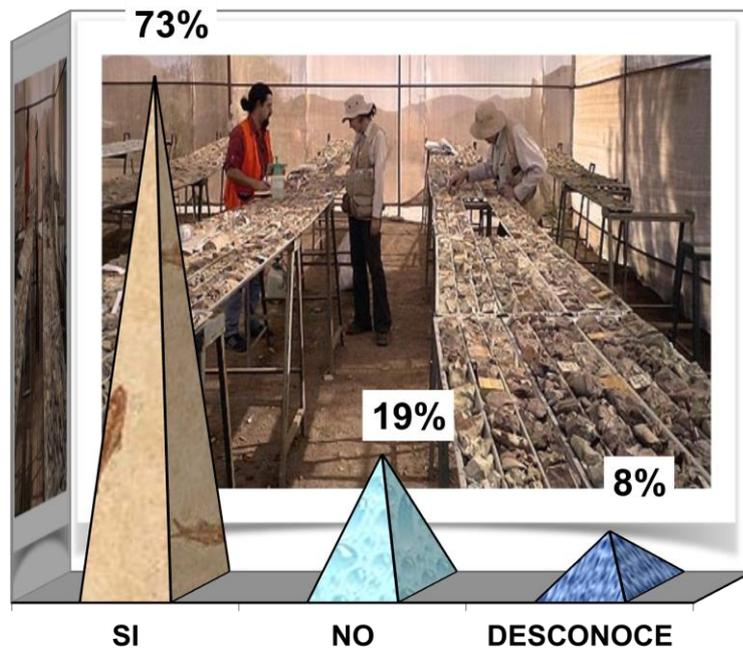
### **INTERPRETACIÓN**

Tomando en cuenta los datos considerados en la tabla y gráfico correspondiente, apreciamos que el 73% de los encuestados inclinaron sus respuestas en la primera de las alternativas, es decir consideran la posibilidad de mejorar los estándares de producción en este sector empresarial; en cambio el 19% no estuvieron conformes con lo opinado en la primera de las opciones y el 8% complementario, expresaron desconocer, llegando al 100% de la muestra.

Revisando la información del párrafo anterior, encontramos que la mayoría de los funcionarios que laboran en empresas dedicadas a la exportación de minerales, destacan que en este sector se ha venido mejorando los estándares de producción, en razón que estos productos al ingresar a otros mercados, se van a encontrar con este tipo de medidas y exigencias que se colocan para productos que recién llegan, como es el caso de los que ingresan a este mercado asiático.

**Gráfico No. 3**

**MEJORAMIENTO EN LOS ESTÁNDARES DE PRODUCCIÓN A NIVEL DE ESTE SECTOR EMPRESARIAL**



**Fuente:** Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)

**Tabla N° 4**

A la pregunta: ¿En su opinión existe aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	48	76
b) No	10	16
c) Desconoce	5	8
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

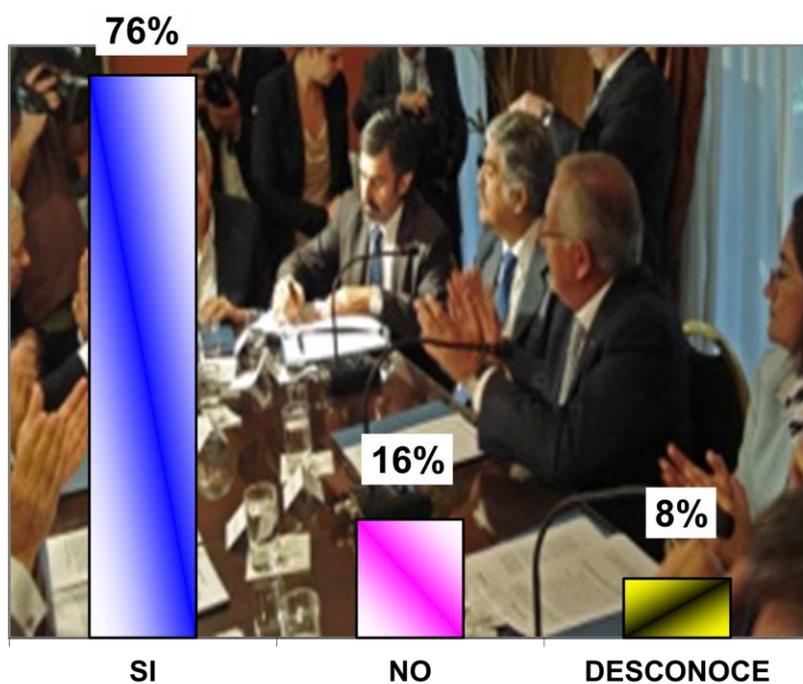
### **INTERPRETACIÓN**

En lo concerniente a los resultados que se muestran en la interrogante, observamos que el 76% de los funcionarios que trabajan en las empresas chinas en la actividad minera, fueron de la opinión que estas organizaciones aprovechan la diferencia que pudiera existir en los precios del mercado y los costes de producción; sin embargo el 16% no estuvieron de acuerdo con el grupo mayoritario y el 8% expresaron desconocer, arribando así al 100% de la muestra.

Analizando los resultados que nos presenta la pregunta, encontramos que la mayoría de los funcionarios que trabajan en empresas chinas, fueron de la opinión que como parte de la gestión, estas organizaciones explotan a su favor la diferencia de precios de mercado con los costes de producción; hechos que demuestran que son conocedores de esta problemática vinculada a situaciones de negocios y la productividad en este sector.

**Gráfico No. 4**

**APROVECHAMIENTO DE LA DIFERENCIA  
ENTRE LOS PRECIOS DE MERCADO Y COSTES  
DE PRODUCCIÓN**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 5**

A la pregunta: ¿Considera Usted que existe valor agregado en los productos mineros que se exportan?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	51	81
b) No	8	13
c) Desconoce	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

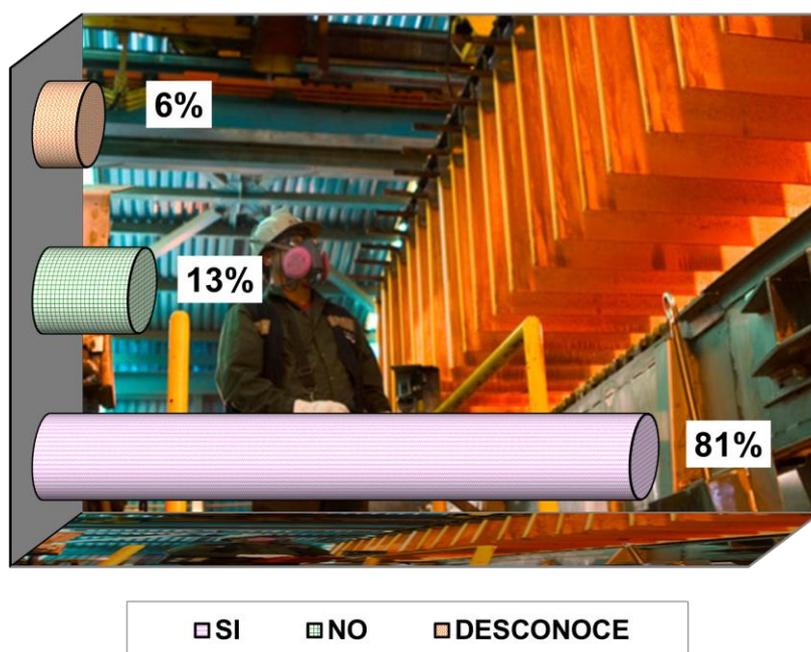
### **INTERPRETACIÓN**

Observando la información encontrada en la interrogante, se aprecia que el 81% de los encuestados, refieren que en lo concerniente a la producción y exportación de minerales, se da el valor agregado en los minerales que se exportan a la República China; sin embargo el 13% no estuvieron de acuerdo con la mayoría y el 6% manifestaron desconocer, llegando así al 100%.

Es importante señalar que los encuestados tomados en cuenta en la muestra, refirieron que la mayoría de los que inclinaron su respuesta en la primera de las alternativas, reconocieron que en la producción y exportación de minerales se efectúa el valor agregado en los diferentes productos que se exportan a dicho país; hechos que demuestran que efectivamente los empresarios chinos tienen mucha experiencia en cuanto a los negocios, entre otros.

**Gráfico No. 5**

**VALOR AGREGADO EN LOS PRODUCTOS  
MINEROS QUE SE EXPORTAN**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 6**

A la pregunta: ¿Considera Usted que en los últimos años se ha dado el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones mineras?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	39	62
b) No	18	29
c) Desconoce	6	9
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

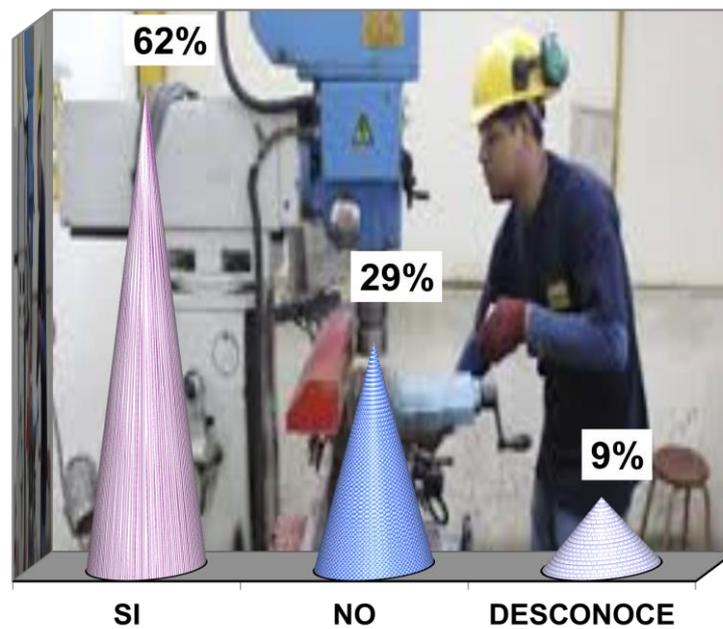
### **INTERPRETACIÓN**

En efecto los resultados mostrados en la tabla y gráfico correspondiente, destacan que el 62% de los consultados fueron de la opinión que en los últimos años, como resultado de los avances en el mundo, se ha dado el mejoramiento de la tecnología que vienen utilizando en el proceso de producción y en las exportaciones de minerales; en cambio el 29% no estuvieron de acuerdo con el grupo anterior y el 9% restante expresaron desconocer, totalizando el 100% de la muestra.

Tal como se aprecia en la información presentada en el párrafo que antecede, los funcionarios tomados en cuenta en la muestra, coincidieron en sus observaciones señalando que las empresas mineras están al tanto del avance tecnológico a ser utilizado en el proceso productivo y en las diferentes actividades vinculadas con la misma, como es el caso de las exportaciones; y desde luego existe un encadenamiento desde el momento que se extrae el mineral hasta que es exportado; circunstancias donde es empleada la tecnología buscando aminorar los costes en este proceso, etc.

**Gráfico No. 6**

**MEJORAMIENTO DE LA TECNOLOGÍA  
UTILIZADA EN LAS EXPORTACIONES MINERAS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 7**

A la pregunta: ¿En su opinión se ha incrementado las exportaciones de minerales?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	46	73
b) No	9	14
c) Desconoce	8	13
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

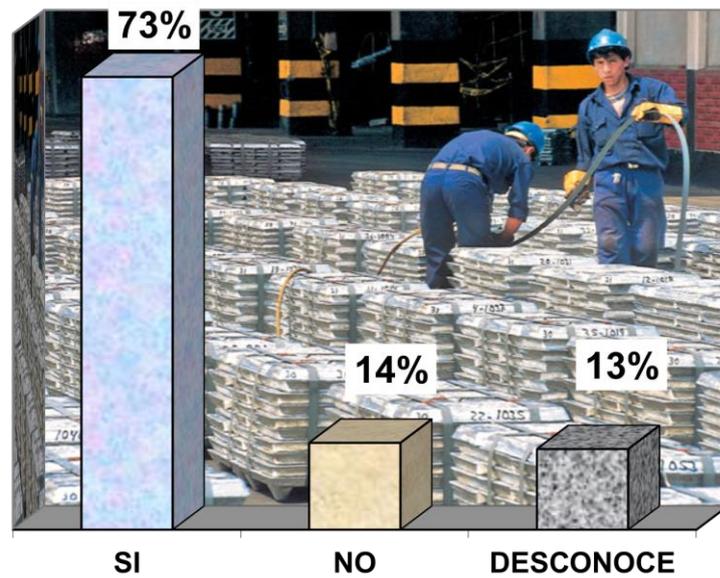
### **INTERPRETACIÓN**

Respecto a los resultados encontrados en la tabla y gráfico correspondiente, el 73% de los encuestados considerados en el estudio, refirieron que las exportaciones de minerales se incrementaron considerablemente en la última década y principalmente aquellas donde hay participación de capitales de la República China; en cambio el 14% expresaron no compartir lo manifestado por los anteriores y el 13% restante indicaron desconocer, sumando el 100% de la muestra.

En realidad lo expuesto en líneas anteriores, demuestra que los encuestados en su gran mayoría, fueron conscientes en reconocer que efectivamente se ha dinamizado dicha actividad y generado la captación de mayores divisas para el país; lo cual demuestra que existe interés de estas empresas por invertir sus recursos económicos en el Perú y aprovechar la ubicación estratégica que tienen los puertos peruanos para exportar minerales a la República China y cuyos hechos así lo vienen demostrando.

**Gráfico No. 7**

**SE HA INCREMENTADO LAS EXPORTACIONES DE MINERALES**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 8**

A la pregunta: ¿Es posible generar riqueza mediante la actividad minera en el Perú?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	50	79
b) No	10	16
c) Desconoce	3	5
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

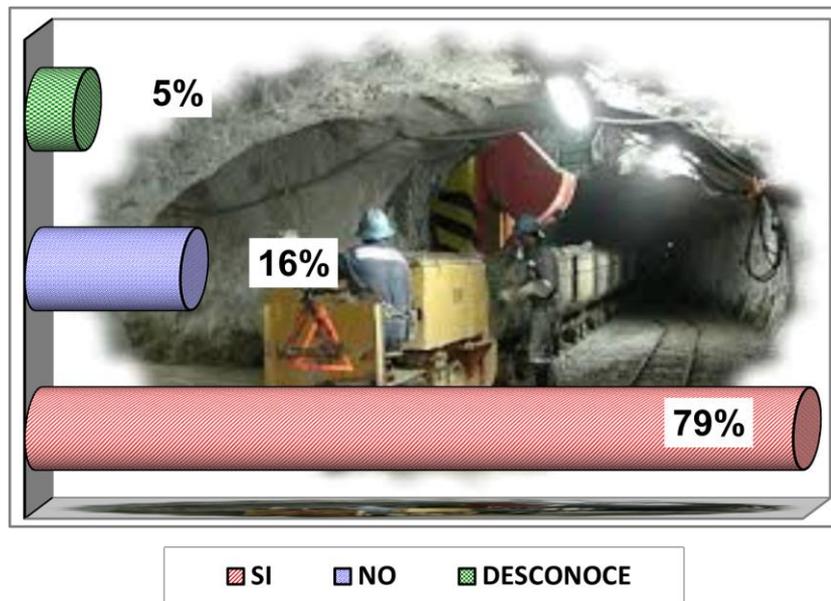
### **INTERPRETACIÓN**

Respecto a los resultados encontrados en la tabla y gráfico correspondiente, se aprecia que el 79% de los que respondieron en la primera de las alternativas, opinaron que es posible generar riqueza mediante la actividad minera que se desarrolla en el país; en cambio el 16% indicaron no estar de acuerdo con el grupo mayoritario y el 5% manifestaron desconocer, totalizando el 100% de la muestra.

Tal como se indicó en el párrafo anterior, la mayoría de los encuestados destacaron que existen las condiciones necesarias y la posibilidad de generar riqueza mediante la actividad minera en el país, situación que viene siendo aprovechada por estas empresas de capitales chinos y cuya participación ayudó en la presente década, en el incremento del PBI y desde luego, en otros hechos que se dieron simultáneamente como la generación de riqueza que tanto incidió en la disminución de la pobreza, mayor captación de divisas, generación de empleo y en el mejoramiento de la calidad de vida a poblaciones ubicadas cerca a estos centros mineros.

**Gráfico No. 8**

**SE GENERA RIQUEZA MEDIANTE LA  
ACTIVIDAD MINERA EN EL PERÚ**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 9**

A la pregunta: ¿Existe exportación de concentrados mineros por parte de empresas chinas?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	53	84
b) No	6	10
c) Desconoce	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

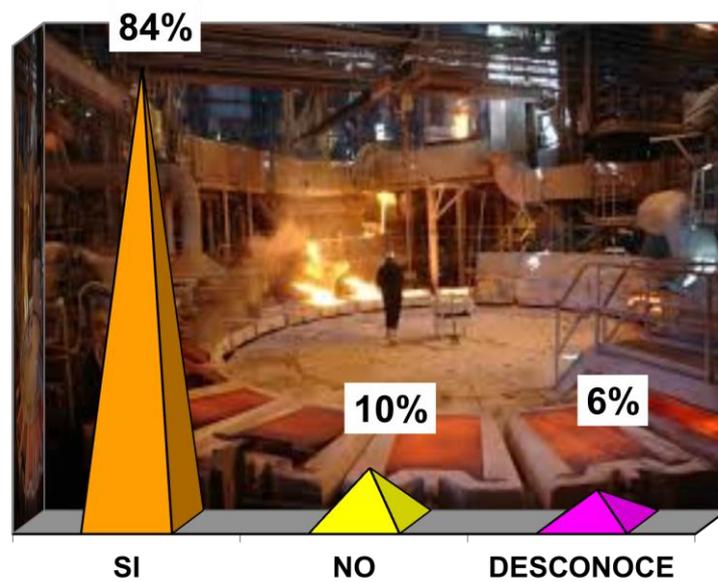
### **INTERPRETACIÓN**

La opinión de los encuestados en un promedio del 84%, fueron de la posición que en el país se está dando la exportación de concentrados mineros, pero en porcentajes limitados que si lo comparamos con países como Canadá, Australia, Chile, entre otros; sin embargo el 10% tuvieron puntos de vista que no concuerdan con lo señalado por la mayoría y el 6% restante expresaron desconocer, llegando al 100% de la muestra.

Efectivamente la información recopilada en la pregunta, nos demuestra con claridad que la mayoría de los funcionarios que laboran en empresas chinas en el país, tuvieron esta posición en razón que son conocedores de estos hechos; de lo cual se infiere que las políticas y estrategias del Estado Peruano deben mejorarse, con el fin de que las exportaciones recibieran otro tratamiento, creando fundiciones e industrializando la producción minera, con el consecuente que de darse conllevaría entre otros, a generar mayores divisas, crear mayor empleo en zonas donde la mano de obra es muy barata y desde luego, que estos procesos se den en el marco de la responsabilidad social empresarial (RSE).

**Gráfico No. 9**

**EXPORTACIÓN DE CONCENTRADOS MINEROS  
POR PARTE DE EMPRESAS CHINAS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 10**

A la pregunta: ¿Existe producción de minerales refinados al exterior por parte de empresas chinas?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	49	78
b) No	5	8
c) Desconoce	9	14
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

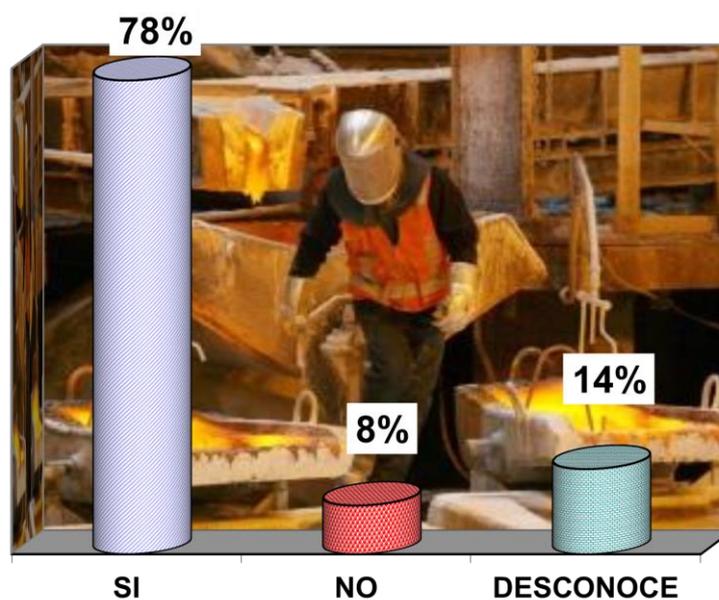
### **INTERPRETACIÓN**

Es evidente que la mayoría de los funcionarios que trabajan en empresas chinas en el Perú, en un promedio del 78%, señalaron que existe producción de minerales refinados hacia el exterior e inclusive en poca escala, participan en estas organizaciones; en cambio el 14% refirieron desconocer y el 8% fueron los únicos que no compartieron los puntos de vista en la primera de las opciones, arribando al 100% de la muestra.

Lo destacado en la información presentada en líneas anteriores, demuestra que la mayoría de los que respondieron en la pregunta, están convencidos que en el Perú existen desde muchos años atrás, la producción de minerales refinados al exterior; hechos que clarifican que también las empresas mineras chinas pueden hacerlo tal como sucede en compañías como Southern Perú con Fundición y Refinería ubicadas en Ilo – Moquegua, SiderPerú en Chimbote – Áncash y Votorantim Metais con la Refinería de Cajamarquilla – Lima, entre los principales.

**Gráfico No. 10**

**PRODUCCIÓN DE MINERALES REFINADOS AL EXTERIOR POR PARTE DE EMPRESAS CHINAS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 11**

A la pregunta: ¿Existe en el país producción de productos terminados?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	48	76
b) No	9	14
c) Desconoce	6	10
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

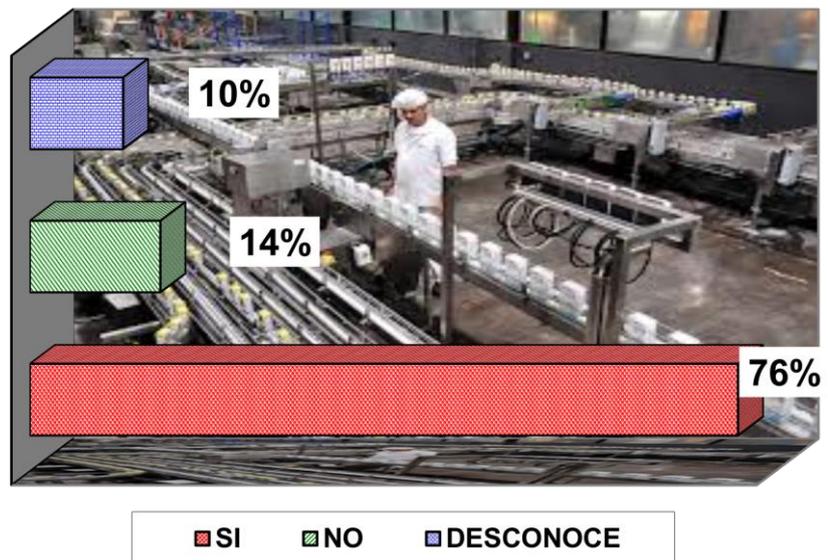
### **INTERPRETACIÓN**

Lo expuesto en la parte porcentual, demuestra que el 76% de quienes respaldaron afirmativamente la primera de las alternativas, lo justificaron expresando que en el país existe producción en productos terminados; en cambio el 14% tuvieron puntos de vista contrarios a la mayoría y el 10% complementario manifestaron desconocer, totalizando el 100% de la muestra con la cual se trabajó.

En lo concerniente a la información obtenida en la pregunta, encontramos que la mayoría de los funcionarios que laboran en empresas chinas en el Perú, opinaron que actualmente existe producción en productos terminados; lo cual incide favorablemente en la percepción de las empresas que están laborando en el país y desde luego, se están produciendo productos terminados donde se requiere de la capacitación del potencial humano y de un mayor tratamiento en la parte tributaria, etc.

**Gráfico No. 11**

***PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS TERMINADOS***



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 12**

A la pregunta: ¿En su opinión aprecia Usted la generación de encadenamientos con otros sectores productivos?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	50	80
b) No	9	14
c) Desconoce	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

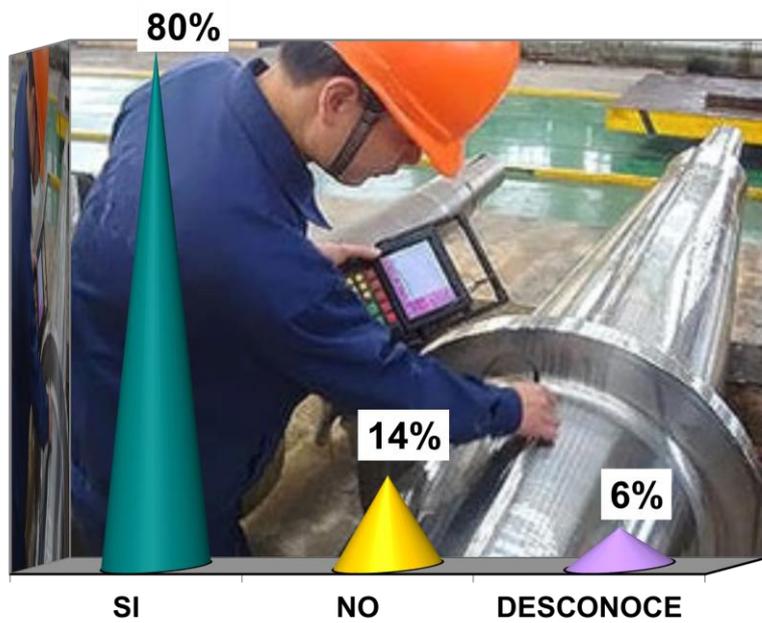
### **INTERPRETACIÓN**

Se aprecia que los datos encontrados en la pregunta, el 80% de los encuestados fueron de la opinión que existen encadenamientos con otros sectores productivos y lo cual crea expectativas; en cambio el 14% manifestaron no compartir con lo indicado por la mayoría y el 6% restante refirieron desconocer, sumando al 100% y donde la opción con respuestas afirmativas fueron contundentes en sus respuestas.

Frente a los resultados que se han presentado en la tabla y gráfico correspondiente, podemos señalar que en las empresas mineras que actualmente trabajan en el país, se puede indicar que la producción de minerales viene generando encadenamientos con otros sectores productivos y que todos estos esfuerzos, repercuten directamente en la economía del país, en el incremento de divisas, generación de empleo, entre otros.

**Gráfico No. 12**

**GENERACIÓN DE ENCADENAMIENTOS CON OTROS SECTORES PRODUCTIVOS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú. (Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 13**

A la pregunta: ¿Considera Usted que en los últimos meses se ha dado la captación de inversiones mineras en el país?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	51	81
b) No	5	8
c) Desconoce	7	11
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

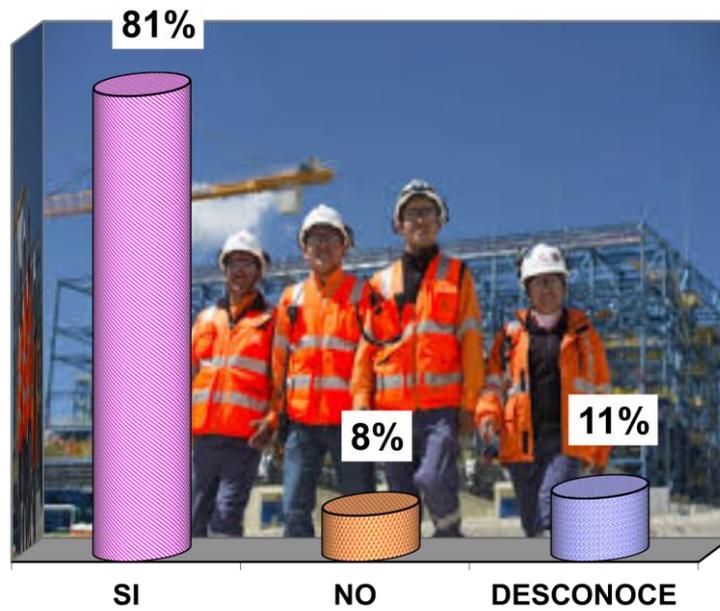
### **INTERPRETACIÓN**

Sin duda, lo opinado por los encuestados, en un promedio del 81%, indica que se dio la mayor captación de inversiones mineras en el país con buenos resultados; en cambio el 11% manifestaron desconocer y el 8% no estuvieron de acuerdo con el grupo mayoritario, llegando al 100% de la muestra con la cual se trabajó y que es de gran ayuda para la población.

Por lo señalado en el párrafo anterior, queda en claro que más de dos tercios de los encuestados, refirieron que en los últimos meses se han presentado inversionistas mineros de otros países y que se encuentran interesados en invertir en el país; sin embargo existen algunos problemas latentes como conflictos sociales en zonas cercanas donde se lleva a cabo la extracción de minerales generados por el agua, la contaminación ambiental, entre otros, dejándose en claro que estos hechos, en muchos casos, limitan a quienes desean invertir en estas actividades.

**Gráfico No. 13**

**CAPTACIÓN DE INVERSIONES MINERAS EN EL PAÍS**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú.  
(Enero – Marzo 2017)*

**Tabla N° 14**

A la pregunta: ¿Considera Usted que las empresas chinas están generando valor agregado en las exportaciones de minerales?

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
a) Si	50	79
b) No	8	13
c) Desconoce	5	8
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

### **INTERPRETACIÓN**

En este contexto, los datos encontrados en la interrogante, demuestran que el 79% de los consultados, fueron de la opinión que las empresas mineras chinas en el Perú, están generando valor agregado en las actividades de exportación de minerales; sin embargo el 13% no estuvo de acuerdo con la mayoría y el 8% complementario manifestaron desconocer, arribando al 100% de la muestra con la cual se trabajó.

Los datos que se muestran, tanto en la tabla como en la parte gráfica, señalan con claridad que las empresas mineras que vienen desarrollando dichas actividades, desde el momento que se extraen los minerales del interior de la tierra para ser transformados, se está generando valor agregado en la extracción y exportación de estos productos y que desde luego, lo más conveniente para el país, es negociar la creación de refinerías, con el fin de que se transforme esta materia prima en otros productos; hechos que demostrarían que existe un giro favorable en cuanto a las estrategias del Estado, entre otros.

**Gráfico No. 14**

**LAS EMPRESAS CHINAS ESTÁN GENERANDO VALOR AGREGADO EN LAS EXPORTACIONES DE MINERALES**



**Fuente:** *Funcionarios de Empresas Mineras Chinas en el Perú. (Enero – Marzo 2017)*

## 4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

La estadística de prueba a utilizar para probar las hipótesis propuestas fue la prueba ji cuadrado corregida por Yates, ya que más del 20% de las celdas que contienen las frecuencias esperadas de la tabla son menores a cinco (5), lo que obliga a la combinación de celdas adyacentes para finalmente obtener una tabla 2x2.

Dónde:

a= Celda primera columna, primera fila

b= Celda segunda columna, primera fila

c= Celda primera columna, segunda fila

d= Celda segunda columna, segunda fila

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

### Hipótesis a:

H<sub>0</sub>: El mejoramiento de la infraestructura utilizada, no incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.

H<sub>1</sub>: El mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.

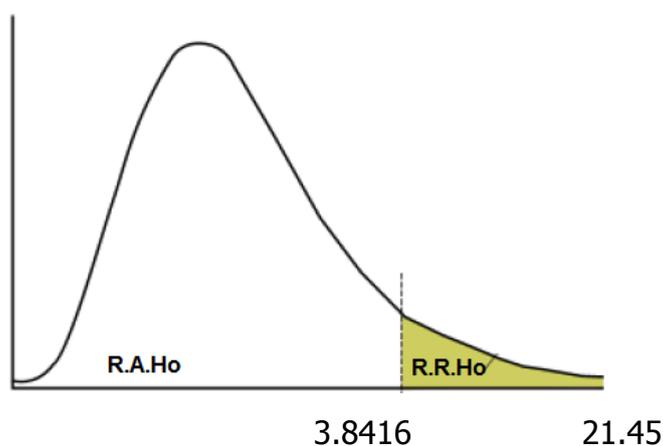
Existe mejoramiento de la infraestructura utilizada	La actividad minera en el Perú genera riqueza			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	48	5	0	<b>53</b>
No	2	5	0	<b>7</b>
Desconoce	0	0	3	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula ( $H_0$ ), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1) (2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|48 * 8 - 5 * 2| - 63 / 2)^2 63}{(53)(10)(50)(13)} = 21.45$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $21.45 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.

### Hipótesis b:

$H_0$ : La optimización del potencial humano, no incide en la producción de minerales refinados al exterior.

H<sub>1</sub>: La optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.

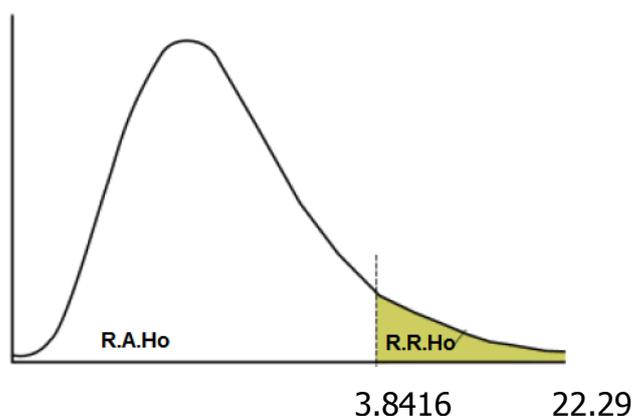
Existe optimización del potencial humano	Se producen minerales refinados al exterior			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	46	1	0	<b>47</b>
No	4	4	1	<b>9</b>
Desconoce	3	1	3	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula (H<sub>0</sub>), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con (2-1) (2-1) = 1 grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|46 * 9 - 1 * 7| - 63 / 2)^2 63}{(47)(16)(53)(10)} = 22.29$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $22.29 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.

### Hipótesis c:

H<sub>0</sub>: La optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, no incide en la exportación de concentrados mineros.

H<sub>1</sub>: La optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.

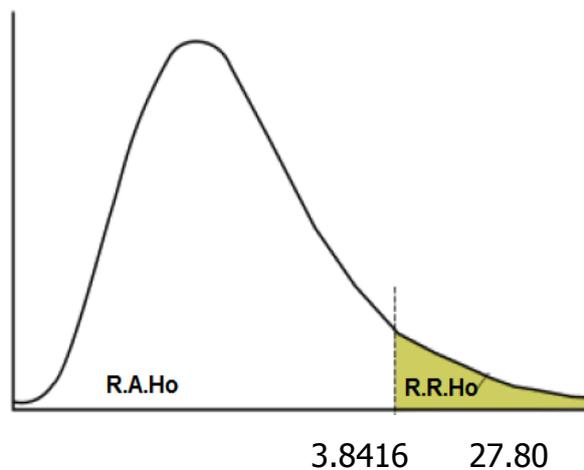
Existe optimización de los estándares de producción	Existe exportación de concentrados mineros			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	44	1	1	<b>46</b>
No	5	4	3	<b>12</b>
Desconoce	0	0	5	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula (H<sub>0</sub>), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1)(2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|44 * 12 - 2 * 5| - 63 / 2)^2 * 63}{(46)(17)(49)(14)} = 27.80$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $27.80 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.

### Hipótesis d:

H<sub>0</sub>: El aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, no incide en la producción de productos terminados.

H<sub>1</sub>: El aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.

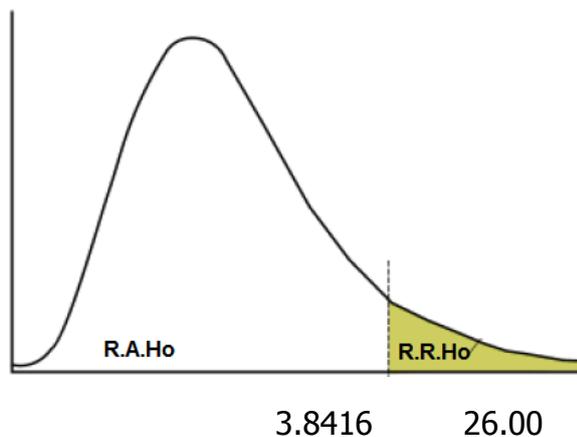
Aprovechan la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción	Existe producción de productos terminados			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	45	3	1	<b>48</b>
No	3	5	2	<b>10</b>
Desconoce	0	1	3	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula ( $H_0$ ), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1)(2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|45 * 11 - 4 * 3| - 63 / 2)^2}{(49)(14)(48)(15)} = 26.00$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $26.00 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.

### Hipótesis e:

H<sub>0</sub>: El valor agregado en los productos que se exportan, no incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.

H<sub>1</sub>: El valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.

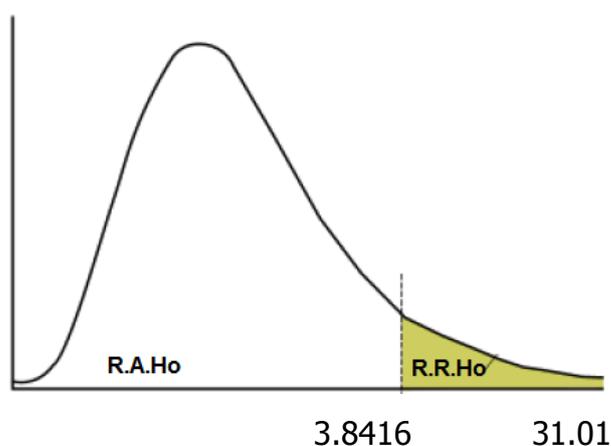
Existe valor agregado en los productos que se exportan	Se genera encadenamiento con otros sectores productivos del país			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	48	3	0	<b>51</b>
No	2	6	0	<b>8</b>
Desconoce	0	0	4	<b>4</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula (H<sub>0</sub>), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1) (2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|48 * 10 - 3 * 2| - 63 / 2)^2}{63} = 31.01$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $31.01 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.

### Hipótesis f:

H<sub>0</sub>: El mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, no índice en la captación de inversiones mineras en el país.

H<sub>1</sub>: El mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.

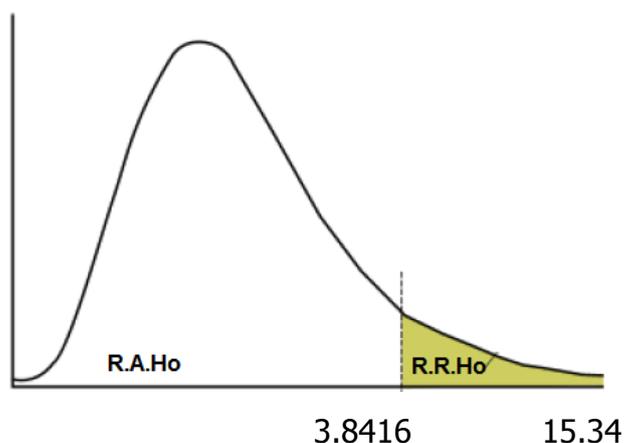
Existe mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones	Existe captación de inversiones mineras			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	38	1	0	<b>39</b>
No	12	3	3	<b>18</b>
Desconoce	1	1	4	<b>6</b>
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula ( $H_0$ ), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1)(2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|38*11 - 1*13| - 63/2)^2}{63} = 15.34$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $15.34 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.

### Hipótesis General:

H<sub>0</sub>: Las exportaciones de minerales, no inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

H<sub>1</sub>: Las exportaciones de minerales, inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

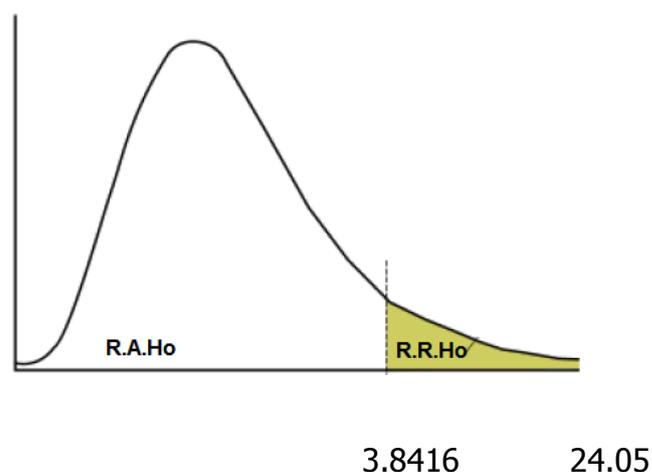
Existe exportaciones de minerales	Genera valor agregado			Total
	Si	No	Desconoce	
Si	44	1	1	<b>46</b>
No	5	3	1	<b>9</b>
Desconoce	1	4	3	<b>8</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>63</b>

Para rechazar hipótesis nula (H<sub>0</sub>), el valor calculado de  $\chi^2$  debe ser mayor o igual a 3.8416, este valor se obtiene cuando  $\chi^2$  sigue una distribución aproximada de ji-cuadrada con  $(2-1)(2-1) = 1$  grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05.

Entonces, al reemplazar los datos en la estadística de prueba, se tiene:

$$\chi^2 = \frac{(|44 * 11 - 2 * 6| - 63 / 2)^2}{(46)(17)(50)(13)} = 24.05$$

El valor obtenido se ubica en el gráfico:



Como  $24.05 > 3.8416$ , se rechaza **H<sub>0</sub>**. Por lo tanto, se concluye que las exportaciones de minerales, inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

### 4.3 DISCUSIÓN

Al abordar esta realidad relacionada con el estudio, encontramos que las exportaciones de minerales a China en el último año, se centraron específicamente en el envío de cobre, plomo, estaño y hierro; cuyos datos según el Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI), mantiene a este país como el principal destino para los minerales que se exportan; lo cual a no dudarlo es muy importante, toda vez que en los diferentes proyectos mineros existentes en este país con presencia de capitales de esta nación, requieren de minerales y facilitan comprender que es estratégicamente uno de los lugares hacia dónde van las exportaciones; debido a la necesidad que tienen de utilizar principalmente del cobre para las grandes obras que se llevan a cabo en China.

Por otro lado, tal como se ha encontrado en el estudio y conforme lo expresado por los funcionarios que trabajan en este sector empresarial, el Perú se viene constituyendo en un socio estratégico para los capitales chinos, es por eso que actualmente en el Perú encontramos diferentes proyectos mineros en plena ejecución y otros en fases de exploración; lo cual demuestra el interés en llevarlos a cabo, motivo por el cual China se ha convertido en uno de los lugares hacia donde van estos recursos; sin embargo existe el interés de las autoridades del Perú, en que estos minerales deben tener otro tratamiento con el fin de poder explotarlos con mayor valor y captar mayores divisas.

En lo concerniente a las exportaciones de minerales, encontramos que en el país, la minería sí genera valor agregado, sobre todo teniendo presente que esta actividad se lleva a cabo en zonas alejadas e inhóspitas donde no llega el apoyo del Estado y menos, obras de infraestructura; sin embargo la actividad minera, al extraer los recursos del interior de la tierra y transformarlos en minerales como son el zinc, cobre, oro, plata, entre muchos, está presente y dándole más valor; además debemos ser conscientes, que genera en el país más de 2 millones de empleos directos e indirectos y contribuye favorablemente en el incremento del PBI; por lo tanto, la minería como tal viene cumpliendo las metas y objetivos, en cambio es satanizada por intereses políticos que contamina el medio ambiente, requiriéndose mayor presencia del Estado y los programas de responsabilidad social empresarial por parte de la empresa, entre otros.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- 5.1.1** Los datos obtenidos como producto del estudio permitió establecer que el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.
- 5.1.2** Los datos obtenidos y posteriormente puestos a prueba permitieron precisar que la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.
- 5.1.3** Los datos obtenidos permitieron precisar que la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.

- 5.1.4** Se ha determinado que el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.
- 5.1.5** Los datos obtenidos y posteriormente contrastados permitieron establecer que el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.
- 5.1.6** Se ha precisado, como producto de la contrastación de hipótesis que, el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.
- 5.1.7** En conclusión, se ha determinar que las exportaciones de minerales, inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- 5.2.1** Se hace necesario mayor participación del Estado en cuanto a las exportaciones mineras, con el fin de que no existan ciclos de aumento y disminución de la misma generados principalmente por conflictos sociales, motivo por el cual, los gobiernos deben trabajar con el fin de evitar estos riesgos que por un lado, afectan la economía del país y el desarrollo y bienestar de la población.
- 5.2.2** Es conveniente que a nivel de las empresas mineras con capitales chinos, continúen mejorando la explotación de los minerales, por un lado aplicando programas de responsabilidad social

empresarial (RSE), a fin de evitar conflictos sociales y por otra parte, con el empleo de la tecnología adecuada existente en otros países como Chile, México, Canadá, Australia, entre otros, generar valor agregado en la exportación de minerales y desde luego, estos hechos incrementarían el empleo y la captación de divisas.

- 5.2.3** Dada la importancia del tema, deben buscarse los mecanismos más apropiados para que exista participación de las universidades mediante la investigación con el empresariado dedicado a la exploración, explotación y transformación de estos productos, con el fin de crear alternativas viables en cuanto a la generación de mayor valor agregado y que impactaría favorablemente en la economía y desarrollo del país.

# B I B L I O G R A F Í A

## Referencias bibliográficas:

- Asociación de Importadores y Exportadores. **PROPUESTAS PARA UN PLAN NACIONAL DE EXPORTACIONES**, Editado por la AIERA, Buenos Aires – Argentina, 2010, pp. 550
- BONACCORSI, Andre. **ON THE RELATIONSHIP BETWEEN FIRM SIZE AND EXPORT INTENSITY**, Editorial Journal of International Business Studies, Estados Unidos, 2012, pp. 825
- CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo. **DICCIONARIO JURÍDICO ELEMENTAL**, Editorial Heliasta, edición actualizada, Buenos Aires-Argentina, 2012, pp.422
- CERTO, Samuel. **ADMINISTRACIÓN MODERNA**, Editorial Pearson Educación, Novena Edición, Estados Unidos, 2003, pp. 591
- COLTRAIN, David y otros. **VALOR AGREGADO: OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS**, Editado por el Departamento de Agricultura de Kansas, Estados Unidos, 2011, pp. 297
- DANIELS, John; RADEBAUGH, Lee y Daniel, SULLIVAN. **NEGOCIOS INTERNACIONALES: AMBIENTES Y OPERACIONES**, Editorial Pearson Educación de México S.A., México, 2013, pp. 711
- JARACH, Dino. **FINANZAS PUBLICAS Y DERECHO TRIBUTARIO** Editorial Abeledo Perrot, Buenos Aires – Argentina, 2009, pp. 973
- KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRONG, **MARKETING**, Editorial Pearson Educación S.A., Décima Edición, Madrid - España, 2011 pp. 758
- LEONIDOU, Leonidas y Constantine, KATSIKEAS. **THE EXPORT DEVELOPMENT PROCESS: AN INTEGRATIVE REVIEW OF EMPIRICAL MODELS**, Editorial Journal of International Business Sties, Estados Unidos, 2006, pp. 785

- OLLIVIER FIERRO, Juan. **IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL VALOR AGREGADO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS**, Editorial Tecnociencia, Chihuahua – México, 2010, pp. 75
- STANTON J. William, ETZEL J. Michael y Bruce J. WALTER. **FUNDAMENTOS DEL MARKETING**, Editorial Mc Graw Hill, México, 2010, pp. 764

### Referencias electrónicas:

- BALLENA DOMÍNGUEZ, Víctor Giovanni. **LAS EXPORTACIONES MINERALES EN EL PERÚ**, extraído de la página web: <http://www.ucss.edu.pe/images/fcec/afiches/exportaciones-minerales-peru.pdf>.
- BORJA, Rodrigo. **ENCICLOPEDIA DE LA POLÍTICA**, extraída de la página web: <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=v&idind=1552&termino>
- CAMIN, Rubén. **¿A QUE SE DENOMINA VALOR AGREGADO?**, extraído de la página web: [http://es.over-blog.com/A\\_que\\_se\\_denomina\\_valor\\_agregado-1228321767-art174332.html](http://es.over-blog.com/A_que_se_denomina_valor_agregado-1228321767-art174332.html)
- CENTRO NACIONAL DE PRODUCTIVIDAD. **MEDICIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD DEL VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: <http://www.cyta.com.ar/ta0702/v7n2a3.htm>
- GALLIZO LARRAZ, José Luis. **EL ESTADO DE VALOR AGREGADO**, extraído de la página web: <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/cf009>

**ANEXOS**

## ANEXO N° 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TEMA : LAS EXPORTACIONES DE MINERALES Y LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO POR EMPRESAS CHINAS.**

**AUTOR : YUAN HONG.**

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTO
Problema principal	Objetivo general	Hipótesis principal					
¿En qué medida las exportaciones de minerales, inciden en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas?	Determinar si las exportaciones de minerales, inciden en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.	Las exportaciones de minerales, inciden directamente en la generación de valor agregado a cargo de empresas chinas.	<b>Variable independiente X. Exportaciones de Minerales</b>	x <sub>1</sub> .- Mejoramiento de la infraestructura utilizada. x <sub>2</sub> .- Optimización del potencial humano. x <sub>3</sub> .- Optimización de los estándares de producción a nivel empresarial. x <sub>4</sub> .- Aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción. x <sub>5</sub> .- Valor agregado en los productos que se exportan. x <sub>6</sub> .- Nivel de mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones.	<b>Tipo:</b> Descriptivo  <b>Nivel:</b> Aplicativo  <b>Método y Diseño:</b> Ex post facto o retrospectivo	<b>Población:</b> A nivel de Empresas Mineras en el Perú.  <b>Muestra:</b> 63 funcionarios.  Muestreo aleatorio simple, como fuente del muestreo probabilístico	Para el estudio se utilizó la encuesta.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos					
<p><b>a.</b> ¿De qué manera el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú?</p> <p><b>b.</b> ¿En qué medida la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior?</p> <p><b>c.</b> ¿En qué medida la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros?</p>	<p><b>a.</b> Establecer si el mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.</p> <p><b>b.</b> Precisar si la optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.</p> <p><b>c.</b> Precisar si la optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.</p>	<p><b>a.</b> El mejoramiento de la infraestructura utilizada, incide en la riqueza que genera la actividad minera en el Perú.</p> <p><b>b.</b> La optimización del potencial humano, incide en la producción de minerales refinados al exterior.</p> <p><b>c.</b> La optimización de los estándares de producción a nivel empresarial, incide en la exportación de concentrados mineros.</p>					

<p><b>d.</b> ¿De qué manera el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados?</p> <p><b>e.</b> ¿En qué medida el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país?</p> <p><b>f.</b> ¿De qué manera el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país?</p>	<p><b>d.</b> Determinar si el aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.</p> <p><b>e.</b> Establecer si el valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.</p> <p><b>f.</b> Precisar si el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.</p>	<p><b>d.</b> El aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción, incide en la producción de productos terminados.</p> <p><b>e.</b> El valor agregado en los productos que se exportan, incide en la generación de encadenamiento con otros sectores productivos del país.</p> <p><b>f.</b> El mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones, índice en la captación de inversiones mineras en el país.</p>	<p><b>Variable Independiente</b> <b>Y. Valor Agregado</b></p>	<p>y<sub>1</sub>.- Nivel de riqueza que genera la actividad minera en el Perú.</p> <p>y<sub>2</sub>.- Nivel de exportación de concentrados mineros.</p> <p>y<sub>3</sub>.- Grado de producción de minerales refinados al exterior.</p> <p>y<sub>4</sub>.- Nivel de producción de productos terminados.</p> <p>y<sub>5</sub>.- Nivel de generación de encadenamientos con otros sectores productivos.</p> <p>y<sub>6</sub>.- Nivel de captación de inversiones mineras en el país.</p>			
---	--	--	---	---	--	--	--

## ANEXO N° 2

### ENCUESTA

#### INSTRUCCIONES:

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

**1. ¿Aprecia Usted mejoramiento de la infraestructura utilizada por las empresas mineras?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....

.....

.....

**2. ¿Considera Usted que en estas organizaciones se está optimización el potencial humano?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....

.....

.....

**3. ¿Existe mejoramiento en los estándares de producción a nivel de este sector empresarial?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....

.....

.....

**4. ¿En su opinión existe aprovechamiento de la diferencia entre los precios de mercado y costes de producción?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....

.....

.....

**5. ¿Considera Usted que existe valor agregado en los productos mineros que se exportan?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**6. ¿considera Usted que en los últimos años se ha dado el mejoramiento de la tecnología utilizada en las exportaciones mineras?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**7. ¿En su opinión se ha incrementado las exportaciones de minerales?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**8. ¿Es posible generar riqueza mediante la actividad minera en el Perú?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**9. ¿Existe exportación de concentrados mineros por parte de empresas chinas?**

- a) Si ( )
- b) No ( )
- c) Desconoce ( )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**10. ¿Existe producción de minerales refinados al exterior por parte de empresas chinas?**

- a) Si (      )
- b) No (      )
- c) Desconoce (      )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**11. ¿Existe en el país producción de productos terminados?**

- a) Si (      )
- b) No (      )
- c) Desconoce (      )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**12. ¿En su opinión aprecia Usted la generación de encadenamientos con otros sectores productivos?**

- a) Si (      )
- b) No (      )
- c) Desconoce (      )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**13. ¿Considera Usted que en los últimos meses se ha dado la captación de inversiones mineras en el país?**

- a) Si (      )
- b) No (      )
- c) Desconoce (      )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....

**14. ¿Considera Usted que las empresas chinas están generando valor agregado en las exportaciones de minerales?**

- a) Si (      )
- b) No (      )
- c) Desconoce (      )

Justifique su respuesta: .....  
.....  
.....