

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Informe Mensual de
Exportaciones



prom
perú

Informe Mensual de Exportaciones Enero – Agosto 2013

I.- Exportaciones Totales

Las exportaciones totales del Perú alcanzaron la cifra de US\$ 27,111 millones entre enero y agosto de 2013, lo cual significó un retroceso de 10.9% respecto al mismo periodo de 2012. Esta caída se debió principalmente a las menores ventas de productos mineros, y en particular del oro, cobre, plomo y estaño.

En el mes de agosto de 2013, las exportaciones totalizaron US\$ 3,895 millones y aumentaron 0.2% con relación a igual mes del año anterior. En agosto se tuvo la recuperación de las ventas de productos tradicionales como minerales, pesqueros, petróleo y gas, además del incremento de las ventas de productos con valor agregado tanto agropecuarios como pesqueros.

Resultados generales del periodo

En los primeros ocho meses de 2013, las exportaciones tradicionales sumaron US\$ 20,198 millones, 12.8% menos que en igual periodo en 2012. Pese a ello, hay productos que tuvieron desenvolvimientos positivos en esos meses, como la plata (US\$ 310 millones de exportaciones / 120.8% de variación), cinc (US\$ 991 millones/10.3%) y derivados de petróleo (US\$ 2,335 millones/ 9.0%).

Las exportaciones no tradicionales, de enero a agosto de 2013, totalizaron US\$ 6,912 millones, es decir -4.7% de variación. Sin embargo, sectores como el agropecuario y siderometalúrgico mostraron incrementos en sus ventas al exterior en 6.5% y 3.3%, respectivamente.

Las ventas externas totales del Perú se dirigieron a 174 países entre enero y agosto de 2013. Estados Unidos fue el principal con una participación del 18%, y le siguieron China (17% del total), Suiza (8%), Canadá (7%), Japón (5%), Brasil (4%), Chile (4%) y Corea del Sur (4%).

Mientras que los mercados que incrementaron las compras de productos peruanos, de enero a agosto de 2013, de forma importante fueron Estados Unidos (20.3% de variación), Brasil (44.4%), India (118.7%), Ecuador (17.2%).

II.- Exportaciones No Tradicionales

Resultados Generales del Periodo

Se exportaron 4,187 productos no tradicionales a 168 mercados y por un valor de US\$ 6,912 millones entre enero y agosto de 2013. Estas exportaciones fueron realizadas por 6,434 empresas, de las cuales el 57% fueron microempresas exportadoras, con ventas menores a US\$ 100 mil.

Los sectores que tuvieron los mayores valores de exportación, en estos meses, fueron agropecuario (US\$ 1,968 millones / 6.5%), textil (US\$ 1,200 millones / -15.1%), químico (US\$ 987 millones / -10.9%) y siderometalúrgico (US\$ 800 millones / 3.3%).

Las ventas externas de productos con valor agregado disminuyeron 4.7% de enero a agosto de 2013. Esta contracción se dio principalmente por los menores envíos de productos textiles (-15.1% de variación) y químicos (-10.9%), mientras que Venezuela y Argentina fueron los mercados que redujeron de forma significativa la demanda de este tipo de productos.

Sin embargo, el sector agropecuario y el siderometalúrgico registraron incrementos de las exportaciones en 6.5% y 3.3%, respectivamente, en los ocho primeros meses del año. A nivel de mercados, Países Bajos (21.3% de variación), China (16.2%) y Chile (4.6%) tuvieron aumentos significativos.

El principal mercado destino de los productos con valor agregado fue Estados Unidos (US\$ 1,611 millones / -1.6%), y le siguieron mercados sudamericanos como Chile (US\$ 482 millones / 4.6%), Ecuador (US\$ 475 millones / -1.7%), Venezuela (US\$ 477 millones / -43.9%) y Colombia (US\$ 447 millones / -11.4%).

Otros mercados importantes fueron Países Bajos (US\$ 357 millones / 21.3%), España (US\$ 256 millones / -6.4%), China (US\$ 241 millones / 16.2%), Reino Unido (US\$ 140 millones / 27.2%) e Italia (US\$ 136 millones / 12.0%).

2.1 Sector Agro No Tradicional

Las exportaciones agrarias del sector no tradicional alcanzaron los US\$ 268 millones en agosto, con lo cual en los primeros ocho meses del año acumularon un valor de US\$ 1,968 millones. Ello significó un avance de 2.4% y 6.5%, respectivamente.

Sector Agro No Tradicional: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago. 13/12	Ene - Ago 2013	Var.% Ene - Ago 13/12
Estados Unidos	85	4.4	556	11.2
Países Bajos	34	16.2	280	12.3
Reino Unido	27	97.4	109	44.4
España	23	-7.5	154	-4.2
Ecuador	15	-26.3	114	-13.5
Resto	85	-8.7	756	3.4
Total	268	2.4	1,968	6.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

En este periodo se registraron 138 mercados de destino para los productos del sector. Estados Unidos demandó del Perú principalmente espárragos frescos (US\$ 135 millones/ 23.2% de variación) y paltas frescas (US\$ 36 millones /40.0%). Los productos con mayor crecimiento hacia este mercado fueron uvas frescas (58.7%) y mangos en conserva (56.3%).

En Países Bajos, destacaron los envíos de paltas frescas (US\$ 77 millones / 39.0%). Mientras que en Reino Unido se tuvo un importante aumento de las compras al Perú de espárragos frescos (117.4%) y demás clementinas y wilkings frescos (540.6%).

Entre enero y agosto de 2013, los mercados que registraron incrementos significativos de las compras de productos peruanos fueron Bulgaria (309.3% de variación), Polonia (206.9%), Nicaragua (110.7%), Finlandia (102.9%) y Taiwán (102.4%). Los envíos a Bulgaria se dinamizaron por manteca de cacao; a Polonia por pallares y uvas frescas; a Nicaragua por alimentos para animales; a Finlandia por bananos frescos; y a Taiwán por uvas y espárragos frescos.

Las exportaciones de espárragos frescos tuvieron incrementos importantes en Bélgica (145.8%) y Reino Unido (117.4%); mientras que las paltas frescas en el

Sector Agro No Tradicional: principales productos
(Millones de dólares)

Productos	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene - Ago 2013	Var.% Ene - Ago 13/12
Espárragos frescos	53	40.4	235	25.6
Paltas frescas	31	90.0	170	28.9
Uvas frescas	0.1	-44.1	130	10.4
Mangos frescos	0.2	103.2	94	2.3
Espárragos en conserva	6	-35.1	84	4.7
Resto	178	-10.4	1,255	1.3
Total	268	2.4	1,968	6.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PromPerú

mercado canadiense (45.5%).

Los arándanos frescos incrementaron sus ventas al exterior de forma significativa, y pasaron de US\$ 26 mil a US\$ 2 millones entre enero y agosto de 2012 y el mismo periodo de este año. Este producto fue enviado principalmente a Países Bajos. Otros productos con aumentos importantes fueron aceite de oliva virgen (1,095.3% de variación) principalmente a Portugal, yemas de huevo fresco (444.0%) a Venezuela y granos trabajados de maíz (178.0%) a Estados Unidos.

De enero a agosto de 2013, un total 1,410 empresas exportaron estos productos; y 637 fueron micro, 461 pequeñas, 281 medianas y 31 grandes. En tanto, Lima e Ica continuaron encabezando a las regiones exportadoras con el 51% del total. Cajamarca, que solo aportó 0.3% a estas ventas, destacó por el 85.6% de incremento de sus exportaciones, especialmente de tara en polvo y semillas de tara.

2.2 Sector Textil y Confecciones

El sector textiles y confecciones disminuyó exportaciones en 15.1% entre enero y agosto de 2013. El crecimiento logrado en Estados Unidos, de 11.8% en agosto y 2.4% en el periodo acumulado, aún no es suficiente para contrarrestar el efecto de Venezuela. Si no se considera al mercado venezolano, las ventas externas del sector se hubieran incrementado 1.3%, de enero a agosto, y 4.0% en el mes de agosto.

Sector Textiles y Confecciones: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Estados Unidos	55	11.8	435	2.4
Venezuela	43	-41.1	226	-50.1
Ecuador	10	25.8	68	16.9
Brasil	11	16.7	61	-5.1
Chile	7	-8.3	57	11.8
Otros	50	-6.9	354	-2.8
Total	175	-12.6	1,200	-15.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los cinco principales mercados concentraron el 71% de las exportaciones y Estados Unidos (36% de participación) fue el más importante. Lo positivo del crecimiento en Estados Unidos es la incidencia en los productos con mayor valor agregado, como las confecciones de punto (3.9% de variación).

Ecuador y Chile registraron incrementos en el periodo acumulado, pero en agosto tuvieron diferentes desempeños. Ecuador tuvo un gran impulso en la demanda de productos peruanos como tejidos de algodón y prendas de valor agregado (punto y plano), mientras que Chile sufrió una contracción por los menores embarques de fibras sintéticas. Asimismo, pese a la preocupación existente en el mercado brasileño, por los descensos en los meses anteriores, en el último mes este mercado presentó un aumento de 16.7% en las compras desde el Perú, principalmente de confecciones de punto y textiles para el hogar.

Países Bajos (122.9% de variación), Noruega (81.5%), Hong Kong (35.7%) y México (23.5%) se encontraron entre los mercados más dinámicos para el sector. En Países Bajos destacaron tank top sintético, suéter de algodón y pantalones para dama de algodón; en México t-shirts de algodón; en Hong Kong t-shirts, polo shirt para damas y suéter de algodón; mientras que en Noruega fueron productos intermedios como hilado de pelo fino.

Los principales productos de la oferta exportable peruana de algodón mantuvieron desempeños negativos, mientras que los t-shirts sintéticos aumentaron exportaciones en 28.5%. Los t-shirts de algodón deben su descenso a menores ventas hacia Venezuela (-69.0% de variación), Estados Unidos (-4.4%) y Colombia (-61.0%), aunque las aumentó a Alemania (56.7%), Canadá (24.3%),

Sector Textiles y Confecciones: Principales productos
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
T-shirts de algodón	28	-23.4	239	-26.1
Polo shirt de algodón hombres	13	-7.7	127	-6.7
T-shirts sintético	8	0.8	54	28.5
Polo shirt de algodón damas	7	-26.6	49	-29.7
Suéter de algodón	8	-21.3	46	-10.3
Otros	111	-9.0	684	-13.5
Total	175	-12.6	1,200	-15.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

prácticamente la totalidad de la caída del sector. Arequipa se ubicó en la segunda posición y tuvo un aumento de las ventas de 4.0%, mientras que Ica registró un sobresaliente desempeño al crecer 106.0%.

El descenso de las exportaciones limeñas se explicaron por las menores ventas a Venezuela (-52.0% de variación) debido a los t-shirts de algodón. En Arequipa, el aumento se debe a los envíos a Noruega (243.2%) de hilado de pelo fino, a Brasil (20.3%) de polo shirt y suéter de algodón y, a Dinamarca (24.3%) de hilado de pelo fino y suéter del mismo material. De otro lado, Ica presentó importantes crecimientos de los embarques a Estados Unidos (110.9%) y Hong Kong de t-shirts, polo shirt para damas y caballeros, y suéter de algodón.

Entre enero y agosto de este año, se exportó 565 productos (HS6) a 103 mercados por parte de 2,029 empresas. El 60% fue microempresa, con exportaciones menores a US\$ 100 mil; el 31% pequeña, entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón; y el 1% grande, con exportaciones superiores a US\$ 10 millones.

2.3 Sector Pesca No tradicional

Las exportaciones pesqueras no tradicionales sumaron US\$ 689 millones entre enero y agosto de 2013, lo que significó una disminución de 5.2% respecto a los mismos meses del año anterior. De esta manera, el sector representó 10% de las exportaciones no tradicionales y 3% de las totales en el periodo analizado.

De enero a agosto de 2013, estos productos pesqueros fueron enviados a 103 países y destacó la consolidación de las ventas a Estados Unidos al registrar una variación acumulada de 11.6%, lo cual obedeció principalmente a los mayores envíos de conchas de abanico congeladas y langostinos congelados (colas y entero)

Por otro lado, Tailandia (175.7% de variación), Brasil (195.8%) y Japón (19.5%) tuvieron incrementos significativos en las adquisiciones

de productos pesqueros no tradicionales peruanos en los ocho primeros meses de 2013. En el caso de Tailandia, el incremento se debió a las exportaciones de pota congelada, en Brasil a

Chile (44.4%), Hong Kong (51.3%) y México (36.4%). De otro lado, los t-shirts sintéticos incrementaron ventas a Estados Unidos (31.1%) y Venezuela (23.8%).

Lima es la región más importante para las exportaciones del sector con una participación de 81%, pero disminuyó sus embarques en 19.7% de enero a agosto de 2013. Este descenso significó

Sector pesca no tradicional: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Estados Unidos	15	74.9	140	11.6
China	14	14.8	112	1.6
España	12	35.7	79	-3.7
Tailandia	4	55.9	46	175.7
Corea del Sur	5	32.6	37	-20.8
Resto	35	-6.3	274	-20.5
Total	85	16.0	689	-5.2

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

conservas de pescado (sardinas, anchoveta y jurel), y en Japón a pota (congelada y procesada) y ovas de pez volador congeladas.

Los productos que tuvieron los aumentos más importantes en las ventas al exterior, entre enero y agosto de 2013 comparadas con iguales meses del año pasado, fueron conchas de abanico (88.1% de incremento), pota congelada (19.8%), colas de langostinos con caparazón congeladas (57.8%) y; conservas de atún entero, cuyos envíos pasaron de US\$ 1 millón a US\$ 7 millones en los periodos analizados.

Sector pesca no tradicional: Principales productos
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Pota congelada	23	19.7	184	19.8
Pota procesada	12	0.3	94	-6.8
Conchas de abanico congeladas	14	389.7	74	88.1
Colas de langostinos con caparazón congeladas	5	28.9	55	57.8
Algas marinas secas	3	94.9	23	33.5
Resto	27	-19.2	259	-32.0
Total	85	16.0	689	-5.2

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Estados Unidos fue fundamental para el aumento de las exportaciones de conchas de abanico congeladas (332.1% de variación) y de colas de langostinos con caparazón congeladas (52.4%). Mientras que Tailandia lo fue para la pota congelada (235.3%); y Alemania para las conservas de atún entero, al registrar compras desde el Perú por US\$ 6 millones.

Otros mercados que contribuyeron al incremento de las ventas de conchas de abanico fueron Francia (20.6% de aumento), Bélgica (56.8%) y España (147.5%); y en el caso de las colas de langostinos con caparazón lo hicieron España (93.9% de aumento) y Japón al adquirir en el Perú US\$ 1 millón de este producto.

En total 396 empresas peruanas exportaron productos pesqueros con valor agregado de enero a agosto de 2013, de las cuales 20 vendieron más de US\$10 millones, 89 entre US\$10 millones y US\$ 1 millón, 145 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 142 menos de US\$ 100 mil.

En los ocho primeros meses de 2013, el 84.1% de las ventas externas de este sector las efectuaron las regiones del interior del país. Piura representó el 54% del total exportado por el Perú, y le siguieron Tumbes, Ica, Ancash y Arequipa con una participación de 12%, 6%, 5% y 2% respectivamente

2.4 Sector Químico

Las exportaciones de productos químicos sumaron US\$ 987 millones entre enero y agosto de 2013, lo cual significó una reducción de 10.9% respecto a similar periodo del año previo. Este comportamiento se sustentó fundamentalmente en la menor demanda de ácido sulfúrico (US\$ 25 millones menos de venta) y, del mercado chileno (US\$ 19 millones

Sector Químico: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Chile	23	3.5	164	-10.5
Colombia	19	-9.1	140	-10.2
Ecuador	14	3.8	138	6.5
Bolivia	14	-5.1	116	-1.1
Países Bajos	14	43.1	57	171.1
Resto	45	-29.4	373	-25.6
Total	129	-10.9	987	-10.9

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

menos) el cual es principal destino para este sector.

El Perú envió productos químicos a 122 mercados en los ocho primeros meses del año; y América del Sur explicó el 67% de estas ventas, mientras que Europa y Norteamérica tuvieron participaciones de 12% y 8%, respectivamente. Los cinco principales destino para este sector fueron Chile (17% del total), Colombia (14%), Ecuador (14%), Bolivia (12%) y Países Bajos (6%).

Países Bajos incrementó las compras de químicos peruanos en 171.1% en el periodo de análisis, básicamente por los envíos de alcohol etílico; mientras que Paraguay lo hizo en 190.2% principalmente por medicamentos para uso humano. Otros mercados con importante crecimientos en estas adquisiciones fueron Cuba (133.9%), Canadá (84.6%) y México (36%).

Sector Químico: Principales productos
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene-Ago 13/12
Películas de polipropileno	9	-39.0	87	-6.7
Alcohol etílico	14	12.8	68	54.1
Ácido sulfúrico	9	9.1	59	-29.9
Envolturas flexibles	5	-6.4	43	-9.5
Preformas	6	0.9	40	-5.4
Resto	85	-12.2	689	-13.3
Total	129	-10.9	987	-10.9

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

formas primarias (72%) y alcohol etílico (54.1%) tuvieron incrementos significativos en sus ventas externas.

En total 1,575 empresas peruanas exportaron productos químicos entre enero y agosto de 2013. De este grupo, 24 fueron grandes, 88 medianas, 188 pequeñas y 1,275 microempresas. Cabe destacar que el 91% de estas exportaciones fueron realizadas por empresas grandes y medianas (US\$ 901 millones).

Lima y Callao son las regiones que más contribuyeron con las ventas externas de este sector, con el 65% y 18% del total, respectivamente. Los principales productos enviados desde Lima fueron películas de polipropileno biorientado y preformas, mientras que desde el Callao óxido de cinc y neumáticos radiales. Por otro lado, las exportaciones de Piura de productos químicos pasaron de US\$ 38 millones a US\$ 58 millones, explicadas por el alcohol etílico.

2.5 Sector Sidero Metalúrgico

Las exportaciones del sector sidero metalúrgico, de enero a agosto de 2013, sumaron US\$ 799 millones, con lo cual registró un incremento de 3.3% respecto al mismo periodo del año previo.

El precio del cobre se incrementó en 4.2% en el mes de agosto, por las mejores perspectivas económicas globales al confirmarse la recuperación de la industria manufacturera china en los últimos meses, el crecimiento económico de la Eurozona en el segundo trimestre y el crecimiento del PBI de Estados Unidos en el segundo trimestre.¹

¹ Banco Central de Reserva del Perú: Reporte de Inflación

Entre enero y agosto de 2013, destacaron los aumentos de las exportaciones de jabones en barra y de bases para detergentes industriales, al registrar variaciones de 117.4% y 108.8%, respectivamente; e impulsados por la alta demanda en Bolivia para el primer producto, y en Ecuador para el segundo. Asimismo, dinamita (102.2%), fertilizantes orgánicos (75.2%), polipropileno en

Sector Sidero Metalúrgico: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Estados Unidos	14	-50.9	206	9.3
Colombia	14	-24.5	102	-18.9
Venezuela	10	702.3	88	25.4
Bolivia	9	-8.9	72	8.2
Bélgica	6	-37.0	58	-2.3
Resto	28	-26.0	274	3.8
Total	80	-23.1	799	3.3

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

En los ocho primeros meses del año, las ventas externas del sector se dirigieron a 79 mercados. Según el valor exportado, América del Sur representó el 43% de las exportaciones del sector. Estados Unidos, Canadá y México, en conjunto, representaron el 28%, Europa 18% y Asia 8%.

Entre los países que más incrementaron las compras de productos peruanos se tuvo a India (736.0% de variación) por las exportaciones de plata en bruto aleada; además de China (165.3% por envíos de aleaciones de cobre a base de cobre y cinc.

En el caso de los productos, los mayores crecimientos se dieron en las exportaciones de aleaciones a base de cobre y cinc (291.1% de variación) por envíos realizados principalmente a China; y de demás construcciones y sus partes (172.5%) que tuvieron como principales destinos a Chile y Argentina. Mientras que los cables, trenzas y artículos similares (119.8%) fueron enviados principalmente a Venezuela.

Sector Sidero Metalúrgico: Principales productos
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Alambre de cobre refinado	24	37.3	178	-1.2
Plata en bruto aleada	3	-81.7	142	45.2
Cinc sin alear, contenido < 99.99%	14	-37.1	123	4.9
Barras y perfiles de cobre refinado	5	9.8	43	3.9
Barras de acero, con muescas, cordones	5	-5.6	36	4.7
Resto	29	-22.5	277	-8.5
Total	80	-23.1	799	3.3

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

486 empresas realizaron exportaciones de productos sidero metalúrgicos de enero a agosto de 2014, y entre ellas 11 fueron grandes, 23 medianas, 70 pequeñas y 382 microempresas. Las grandes empresas efectuaron el 90% de estas ventas, mientras que las microempresas solo representaron el 1%.

Las exportaciones del sector se concentraron en Lima (63% de participación) y Arequipa (16%). Lima vendió principalmente alambres de cobre refinado y cinc sin alear; por su parte Arequipa remitió plata en bruto aleada y barras de acero sin alear. La región con el incremento más importante en estas ventas fue La Libertad (122.6% de variación), explicado por los envíos de plata en bruto aleada.

2.6 Sector Minería No Metálica

De enero a agosto de 2013, las exportaciones de productos de minería no metálica sumaron US\$ 472 millones, es decir 1.5% menos que en similar periodo del año anterior. Estas ventas se realizaron a 88 países, y América del Sur fue la zona geográfica que explicó el 48%, mientras que América del Norte y Asia lo hicieron con el 27% y 17%, respectivamente.

Sector Minería no metálica: Principales mercados
(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene-Ago 13/12
Estados Unidos	16	-15.3	108	-24.3
Brasil	0	-97.4	87	20.3
India	14	-24.0	60	69.2
Chile	5	23.0	51	60.7
Ecuador	3	-2.6	22	-6.5
Resto	21	54.6	144	-16.9
Total	59	-6.2	472	-1.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los mercados que aumentaron en forma importante la compra de productos químicos peruanos fueron Puerto Rico (116% de variación) principalmente por los embarques de bombonas de vidrio, además de Indonesia (71.7%) por fosfatos de calcio. Otros mercados con crecimientos fueron India (69.2%), Chile (60.7%) y Brasil (20.3%).

Las menores ventas de fosfatos de calcio principalmente a Argentina y Malasia

explicaron, en gran medida, la contracción de las exportaciones del sector en los ocho primeros meses del año; dado que este producto representó el 58% del total exportado. Sin embargo, productos importantes como placas y baldosas de cerámica, mármol y alabastro, y bombonas y botellas de vidrio incrementaron sus exportaciones en 42.1%, 5.3% y 15.3%, respectivamente, en los meses analizados.

Además, las ventas de sulfato de bario natural o baritina mostraron un crecimiento de 67.4%, impulsado por la demanda ecuatoriana y brasileña de este insumo.

El número de empresas exportadoras del sector ascendió a 657 de enero a agosto de este

año, de las cuales 6 fueron grandes, 21 medianas, 46 pequeñas y 584 microempresas. El 78% de las exportaciones fueron realizadas por empresas grandes; y tan solo el 1% y 4% fueron efectuadas por micro y pequeñas empresas, respectivamente.

Las exportaciones mineras no metálicas fueron efectuadas, principalmente, desde Piura (59% de participación) y Lima (31.6%). Piura tuvo como principales productos el fosfato de calcio y la andalucita, mientras que Lima placas y baldosas cerámicas, bombonas, botellas y frascos de vidrio. La región con mayor dinamismo fue Ica, cuyas ventas pasaron de US\$ 1.4 millones a US\$ 3.2 millones, explicado por los envíos de sal de salinas desnaturalizada.

Sector Minería no metálica: Principales productos
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene-Ago 13/12
Fosfatos de calcio	37	-10.2	273	-5.3
Placas y baldosas de cerámica	7	7.9	62	42.1
Mármol, travertinos y alabastro	2	12.6	14	5.3
Antracitas	1	75.3	12	-8.7
Bombonas, botellas y frascos de vidrio	0	-80.8	12	15.3
Resto	12	-0.1	99	-10.3
Total	59	-6.2	472	-1.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

2.7 Sector Metal Mecánico

Las exportaciones del sector metal mecánico, en los primeros ocho meses del año, sumaron US\$ 363 millones; 4.0% menos que en similar periodo del año 2012.

95 mercados recibieron los productos del sector en los primeros ocho meses del año. Las mayores ventas al mercado chileno (54.5% de variación), principal destino de los productos metalmeccánicos peruanos, se explicaron fundamentalmente por las exportaciones de bolas para molinos de fundición de hierro.

Las partes de máquinas y aparatos para triturar tuvieron como mercados más importantes a Estados Unidos y México, y ambos países concentraron el 40% de estas exportaciones. Entre los productos con incremento importantes en sus exportaciones estuvieron bombas elevadoras de líquidos (126.5% de variación) por los envíos a Ecuador y Estados Unidos. Así como perfiles de cobre colados, moldeados remitidos principalmente a Estados Unidos (68.0%).

Sector Metal Mecánico: Principales mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Chile	9	50.6	68	54.5
Estados Unidos	8	7.4	57	4.4
Ecuador	6	-34.1	53	-6.5
México	3	19.7	28	-8.2
Colombia	2	-28.1	24	-18.3
Demás	12	-26.8	133	-18.4
Total	39	-9.8	363	-4.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Sector Metal Mecánico: Principales productos

(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Partes de máquinas, aparatos para triturar	1	-49.6	15	-18.7
Bolas para molinos de fundición de hierro	2	-15.5	11	-27.1
Demás máquinas de sondeo, perforación	1	-7.1	10	9.8
Máquinas de sondeo, autopropulsadas	0.5	-36.8	9	13.6
Partes de máquinas grúas, aplanadoras, de perforación	0.5	-66.4	7	-35.5
Resto	34	-3.7	310	-1.8
Total	39	-9.8	363	-4.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A agosto de 2013, estas exportaciones fueron realizadas por 1,577 empresas, de las cuales 5 fueron grandes, 64 medianas, 214 pequeñas y 1,294 microempresas. El 77% de estas ventas las efectuaron las grandes y medianas empresas.

Lima explicó el 72% de las ventas al exterior del sector, y sus envíos se concentraron en bolas para molinos de fundición de hierro y partes de máquinas y aparatos para triturar.

2.8 Sector Maderas y Papeles

Los envíos al exterior del sector maderas y papeles totalizaron US\$ 35 millones en agosto, y acumularon US\$ 279 millones en los ocho primeros meses del año (-1.4% de variación).

Sector Maderas y Papeles: Principales mercados
Millones de US\$

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Bolivia	5	-14.6	34	0.1
China	4	5.9	33	2.4
Chile	4	-0.5	32	2.8
Ecuador	3	-1.6	31	26.0
EE.UU.	3	-14.0	27	7.9
Resto	16	-27.0	122	-10.4
Total	35	-17.0	279	-1.4

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Respecto a los mercados de destino, las exportaciones del sector se dirigieron a 96 países, y los cinco principales destinos concentraron el 56% del total exportado.

A agosto 2013, los mercados que registraron incrementos importantes en la compras de estos productos fueron Rusia (916.3%), Honduras (121.6%) y Brasil (107.7%). En el caso de Rusia, los aumentos se debieron a envíos de pañales para bebés; y en Honduras por los mayores embarques de demás libros, folletos y similares.

Mientras que en Brasil se debió a las exportaciones de pañales para adultos y para bebés.

Entre los productos con mayores incrementos en las exportaciones se tuvo demás envases de papel (sacos, bolsas y similares) con 137.1% de variación, y sus destinos más importantes fueron Colombia y Panamá. Del mismo, demás tableros ensamblados (99.4% de incremento) registraron mayor demanda en Estados Unidos; mientras que demás envases, incluidas las fundas para disco, de papel, cartón (64.9%) tuvieron más ventas hacia Panamá, Ecuador y Bolivia.

Se registraron 1,004 empresas exportadoras entre enero y agosto de 2013. De este grupo, 845 fueron microempresas, 116 pequeñas, 39 medianas y 4 grandes. Mientras que las empresas grandes exportaron el 44% del valor total, las empresas medianas el 40%.

Sector Maderas y Papeles: Principales productos
Millones de US\$

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Impresos publicitarios, catálogos	4	-27.1	39	4.9
Pañales para bebés	4	28.8	30	30.6
Tablillas y frisos para parqués	3	12.6	30	4.7
Demás maderas aserradas o desbastadas	3	-11.6	26	3.8
Pañales para adultos	4	72.5	21	68.5
Resto	17	-20.9	133	-15.3
Total	35	-17.0	279	-1.4

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A nivel de regiones, Lima lideró las exportaciones con 75% de participación, seguido de Ucayali (10% del total) y Loreto (4%).

Los principales productos exportados por Lima fueron los impresos publicitarios, catálogos, así como pañales para bebés. En tanto que

Ucayali destacó por los envíos de tablillas y frisos para parqués, demás maderas aserradas, y madera densificada en bloque. En Loreto, los productos representativos fueron demás maderas aserradas de virola y devastadas.

Por otro lado, los envíos realizados desde Lima tuvieron como principales destinos Bolivia, Ecuador, Colombia y Chile; los de Ucayali se dirigieron principalmente hacia China; y los de Loreto a México y Estados Unidos.

2.9. Rubro Varios

Los envíos al exterior de varios (incluido joyería y artículos hechos a mano) totalizaron US\$ 17 millones en agosto; y US\$ 136 millones de enero los primeros ocho meses de 2013, con lo cual disminuyeron 38.5% respecto a similar periodo de 2012.

De enero a agosto de 2013, estos productos se enviaron a un total de 95 mercados, dos más que en 2012. Además, los cinco principales explicaron el 67% del total de ventas.

Panamá (362.7% de incremento), Turquía (84.2%) y Argentina (42.6%) fueron mercados con aumentos significativos de las compras de productos peruanos. En el caso de Panamá, este desenvolvimiento positivo se explicó por los envíos de joyería de oro, ventas que superaron los US\$ 6 millones. En Turquía por rotuladores y marcadores de punta fina, y en Argentina por bolígrafos y cierres de cremallera.

Los productos con incrementos importantes en sus ventas al exterior, de enero a agosto de este año, fueron calzados impermeables con puntera metálica (76.3% de variación) enviados casi en su totalidad a Chile. Asimismo, artículos de cama y similares (55%) que fueron exportados principalmente a Ecuador, Estados Unidos y Colombia. Y cierres de cremallera (38.8%), que tuvieron mayor demanda en Colombia.

Rubro Varios (Inc. Joyería y art. hechos a mano) : Principales mercados
(Millones de dólares)

Producto	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Estados Unidos	6	-86.3	44	-67.8
Bolivia	2	65.5	13	44.2
Ecuador	1	-9.8	12	-4.6
Colombia	1	-37.8	11	-17.8
Chile	1	18.6	11	33.5
Resto	6	-9.0	45	8.8
Total	17	-69.0	136	-38.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Varios (Inc. Joyería y art. hechos a mano): Principales productos

(Millones de dólares)

Mercado	Ago 2013	Var.% Ago 13/12	Ene-Ago 2013	Var.% Ene- Ago 13/12
Joyería de demás metales	2	-40.0	24	22.9
Bisuterías de metales comunes	2	-17.6	18	-5.8
Joyería de plata	1	-5.2	7	6.8
Partes de cartuchos	1	43.8	7	48.7
Cierres de cremallera	1	58.6	6	71.4
Resto	10	-78.3	74	-55.7
Total	17	-69.0	136	-38.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Entre enero y agosto de 2013, se registraron 1,389 empresas exportadoras de este tipo de productos, y 91% de ellas fueron microempresas exportadoras, 8% pequeñas y 1% entre medianas y grandes. La única empresa grande del sector exportó US\$ 19 millones y representó 14% del total de las ventas

Por otro lado, Lima, Callao y La Libertad fueron las regiones con mayor incidencia en estas exportaciones, al explicar 87%, 8% y 2% de estas, respectivamente. Los principales productos exportados por la región Lima fueron joyería de oro y bisutería de metales comunes. El Callao tuvo mayores ventas de cierres de cremallera y sus partes. Mientras que La Libertad de calzados impermeables con puntera metálica y los que cubren el tobillo. Los envíos de Lima estuvieron orientados principalmente a Estados Unidos, Bolivia y Ecuador; los del Callao a Colombia, Brasil y Ecuador; y los de La Libertad a Chile.

III.- Exportaciones Tradicionales

Las exportaciones tradicionales totalizaron US\$ 20,198 millones de enero a agosto de 2013, lo cual significó un retroceso de 12.8% con respecto iguales meses del año 2012. Este tipo de productos representó 75% de las exportaciones totales peruanas.

Mientras que petróleo y gas natural registraron un crecimiento de 6.6% en los ocho primeros meses del año, los sectores minero, pesquero y agrícola tuvieron variaciones negativas de 13.4%, 37.8% y de 33.1%, respectivamente.

Los principales demandantes de los productos tradicionales peruanos fueron China (US\$ 4,306 millones de ventas / -11.0% de variación), Estados Unidos (US\$ 3,186 millones / 35.5%), Suiza (US\$ 2,117 millones / -39.6%) y Canadá (US\$ 1,700 millones / -23.6%).

En el mes de agosto, este tipo de productos incrementó sus ventas al exterior en 3.7%, por el desempeño positivo de los minerales, los productos pesqueros y el petróleo y gas.

3.1. Sector Minero

De enero a agosto de 2013, las exportaciones del sector minero sumaron US\$ 15,012 millones, 13.4% menos que en similar periodo del año anterior. La desaceleración del crecimiento de la economía china, en los dos primeros trimestres del año, tuvo un impacto importante en estas ventas; sin embargo, se proyecta que este país terminará el año con un mejor desempeño económico al observado hasta este momento.

El principal producto exportado fue el cobre (US\$ 6,289 millones de ventas / -7.8% de variación), y tuvo como principales mercados a China y Japón; mientras que las ventas de plata (US\$ 310 millones / 120.8%) y cinc (US\$ 991 millones / 10.3%) tuvieron comportamientos positivos en estos meses.

En agosto, destacó el incremento de 4.4% registrado por las exportaciones mineras, lo cual fue resultado de los mayores envíos de cobre, plata, cinc y hierro.

3.2 Sector Petróleo y Gas

Las ventas externas de petróleo y gas, en los ocho primeros meses de 2013, sumaron US\$ 3,673 millones, 6.6% más que en iguales meses de 2012.

Los derivados de petróleo (US\$ 2,335 millones de ventas/ 9.0% de variación) tuvieron como principales mercados a Estados Unidos (US\$ 924 millones / 8.7%) y Panamá (US\$ 282 millones / 47.8%). Por su parte el gas natural (US\$ 955 millones / 2.5%) fue enviado principalmente a España (US\$ 359 millones / 5.2%) y Japón (US\$ 236 millones / -42.8%); y el petróleo en crudo a Estados Unidos (US\$ 299 millones / 79.1%) y Chile (US\$ 84 millones / -59.2%).

3.3 Sector Agro Tradicional

Las exportaciones agrícolas tradicionales fueron US\$ 112 millones en agosto y US\$ 383 millones en el periodo acumulado. Con estos resultados se obtuvieron caídas de 27.3% y 33.1%, respectivamente. En los primeros ocho meses de 2013, las exportaciones de café, que representaron el 85% de estas ventas, continuaron en descenso, y el valor disminuyó 37.5% mientras que el volumen lo hizo en 19.5%.

Los principales destinos para el café peruano fueron Alemania (US\$ 124 millones de ventas / -22.9%), EEUU (US\$ 64 millones / -36.6%) y Bélgica (US\$ 27 millones / -64.2%). Corea del Sur fue el único mercado donde nuestro producto tuvo una demanda creciente de enero a agosto de 2013, y registró compras por US\$ 17 millones y una variación de 78.5%.

En las cifras de agosto, destacó las exportaciones a Italia (US\$ 12 millones / 5.3%), Japón (US\$ 5 millones / 20.4%), Bulgaria (US\$ 2 millones / 54.6%) y Noruega (US\$ 1 millón / 43.7%).

En tanto, según el BCRP, en agosto, la cotización internacional del café otros arábicos se situó en US\$ 2,954 por TM, el valor más bajo desde marzo de 2009. El BCRP también indicó que en septiembre la cotización internacional del grano habría continuado descendiendo hasta bordear los US\$ 2,850 por TM en la primera semana de octubre.

3.4. Sector Pesca tradicional

Entre enero y agosto de 2013, los envíos al exterior de productos pesqueros tradicionales sumaron US\$ 1,131 millones, es decir 37.8% menos que en similares meses de 2012; y representaron 4% del total de las exportaciones peruanas.

La **harina de pescado** totalizó US\$ 909 millones de ventas externas en los primeros ocho meses de 2013; y tuvieron una variación de -34.7% respecto a igual período del año pasado. El destino más importante de este producto fue China con 63% de participación, y le siguieron Alemania (12%), Japón (7%), Chile (6%) y Turquía (2%). A pesar de su importante contribución a estas exportaciones, China y Alemania mostraron las mayores caídas en las compras de harina de pescado de origen peruano, al registrar US\$ 158 millones y US\$ 88 millones menos, respectivamente. Sin embargo, hubo países que incrementaron sus adquisiciones como Rusia (283.8% de variación), Ecuador (231.0%) y Chile (13.6%).

En cuanto al **aceite de pescado**, las exportaciones fueron US\$ 221 millones de enero a agosto de 2013, y mostró una contracción de 47.9%. Los importadores más representativos de este producto fueron Dinamarca (28% de participación), Bélgica (22%), Canadá (12%), Estados Unidos (10%) y China (8%). Los países que registraron descensos importantes en sus compras fueron Dinamarca (US\$ 48 millones menos), Chile (US\$ 43 millones) y Bélgica (US\$ 37 millones). Mientras que se incrementó envíos a Brasil, Malasia y Corea del Sur con variaciones de 843.8%, 496.1% y 191.9%, respectivamente.