

I.

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Informe Mensual de
Exportaciones

prom
perú

I. Exportaciones totales

Las exportaciones peruanas sumaron US\$ 2 679 millones en enero de 2015, con lo cual disminuyeron 12,6% respecto a similar mes de 2014.

Un total de 2 602 empresas exportaron 2 227 productos (HS10) a 134 mercados en el primer mes de 2015. El principal destino fue China, mercado al que se exportó US\$ 547 millones y registró una participación de 20%. Le siguieron Estados Unidos (US\$ 421 millones), Suiza (US\$ 228 millones), Canadá (US\$ 215 millones) y Brasil (US\$ 112 millones).

Entre los mercados más dinámicos, en enero de 2015, se tuvieron a Bulgaria (US\$ 22 millones adicionales de ventas), Namibia (US\$ 19 millones), Curazao (US\$ 14 millones) e India (US\$ 29 millones).

Durante el primer mes de 2015, los productos peruanos más exportados fueron oro en bruto (US\$ 475 millones), cobre y sus concentrados (US\$ 473 millones), uvas frescas (US\$ 132 millones) y zinc y sus concentrados (US\$ 126 millones).

II. Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales sumaron US\$ 902 millones en enero de 2015, lo que significó una caída de 3,0% respecto al mismo mes del año anterior. Pese a ello, los sectores minería no metálica (US\$ 57 millones / 28,3% de variación), varios (US\$ 14 millones / 7,4%) y agropecuario (US\$ 395 millones / 5,1%) registraron crecimientos respecto a similar mes de 2014.

El principal destino de los envíos no tradicionales fue Estados Unidos, en enero de 2015, este mercado concentró el 26% de las ventas al sumar US\$ 238 millones y registrar una variación de -4,2%. Además, mercados de la región como Chile (US\$ 52 millones / 12,6% de variación), Colombia (US\$ 49 millones / - 19,3%), Ecuador (US\$ 47 millones / - 2,0%), Bolivia (US\$ 43 millones / - 1,9%) y Brasil (US\$ 33 millones / 8,1%) se ubicaron dentro de los diez principales destinos para los productos con valor agregado.

En tanto, Países Bajos (US\$ 58 millones / - 0,7%) y España (US\$ 33 millones / 16,6%) fueron los mercados más importantes en Europa, mientras que China (US\$ 49 millones / -6,5%) y Hong Kong (US\$ 38 millones / 24,7%) destacaron en Asia. Mientras que por su dinamismo destacaron Sudáfrica (US\$ 5 millones / 936,5% de variación), Nicaragua (US\$ 1 millón / 80,6%) y Uruguay (US\$ 2 millones / 56,4%).

En total se exportaron 2 168 productos no tradicionales a 131 mercados. Estas ventas fueron realizadas por 2 436 empresas de las cuales 62% fueron micro exportadoras (empresas que realizaron ventas por montos menores a US\$ 100 mil).

2.1 Sector Agro No Tradicional

Las exportaciones agropecuarias sumaron US\$ 395 millones en enero de 2015, es decir 5,1% más que en similar mes del año anterior. Además, en este mes se llegó a 8 mercados adicionales y se registraron 27 empresas exportadoras nuevas.

Sector Agropecuario: Principales mercados

Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Estados Unidos	105	119	13,6	30%
Países Bajos	53	53	-0,7	13%
Hong Kong	27	36	31,2	9%
China	27	28	5,9	7%
España	16	19	17,9	5%
Los demás	147	139	-5,3	35%
Total	375	395	5,1	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

En enero de 2015, las exportaciones agropecuarias se realizaron a 106 países, y destacó el dinamismo de estas ventas a los mercados del Sudeste Asiático. Estados Unidos fue el principal destino de este sector, debido a la creciente demanda de uvas, mangos frescos y espárragos frescos. Otros mercados importantes fueron Hong Kong (US\$ 36 millones / 31,2% de variación), China (US\$ 28 millones / 5,9%) y España (US\$ 19 millones / 17,9%), países donde las exportaciones peruanas se incrementaron.

En tanto, los destinos que tuvieron mayores incrementos de las compras desde el Perú, en el primer mes del año, fueron Corea del Sur (US\$ 5 millones / 97,5% de variación), Argentina (US\$ 2 millones / 76,1%), Vietnam (US\$ 2 millones / 65,9%), Reino Unido (US\$ 15 millones / 41,6%) y Canadá (US\$ 9 millones / 37,4%). Las ventas a Corea del Sur, Vietnam y Canadá están sustentadas básicamente por las ventas de uvas frescas. Cabe indicar que en los mercados del Sudeste Asiático la oferta de la variedad Red Globe es mayoritariamente peruana y tuvo cotizaciones al alza en enero. Mientras que en Reino Unido lideraron los envíos de mangos frescos; y en Argentina los de tara en polvo y la harina de maca.

Sector Agropecuario: principales productos

Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Uvas frescas	120	132	9,9	34%
Mangos y mangostanes, frescos o secos	50	58	16,0	15%
Espárragos frescos o refrigerados	30	33	9,6	8%
Bananos tipo "Cavendish Valery"	10	12	23,8	3%
Alimentos balanceados para camarones	9	12	25,4	3%
Los demás	156	148	-5,3	37%
Total	375	395	5,1	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Se registraron exportaciones de 319 partidas arancelarias en enero de 2015. Las uvas frescas (US\$ 132 millones / 9,9% de crecimiento), mangos frescos (US\$ 58 millones / 16,0%), espárragos frescos (US\$ 33 millones / 9,6%) y bananos tipo "Cavendish Valery" (US\$ 12 millones / 23,8%) mantuvieron el liderazgo del sector tomando en cuenta que enero es temporada alta para los cultivos mencionados.

Los envíos de uvas frescas sumaron US\$ 132 millones. La variedad Red Globe mostró importante posicionamiento y solidez competitiva en mercados del Asia Pacífico, especialmente en China y Hong Kong, frente a la competencia estadounidense. Los precios de la uva peruana en el mercado mayorista chino fluctuaron entre US\$ 24 a US\$ 30 por caja de 8,2 kilos en enero y, con la culminación de la campaña de Estados Unidos, se cotizaron entre US\$ 30 y US\$ 40 por caja a partir de la primera semana de febrero.

Los productos con mayor dinamismo fueron: las conservas de pimiento piquillo (US\$ 4 millones / 152,9% de variación), paltas congeladas (US\$ 2 millones / 125,0%), harina de maca (US\$ 2 millones / 120,2%), aceitunas preparadas o conservadas (US\$ 3 millones / 100,7%) y arándanos rojos frescos (US\$ 3 millones / 63,0%). Las conservas de pimiento piquillo se enviaron preferentemente a Estados Unidos, las paltas congeladas a Japón y Estados Unidos y la harina de maca a Estados Unidos y Corea del Sur. Mientras que las aceitunas preparadas tuvieron gran acogida en Brasil; y los arándanos frescos en Estados Unidos y Países Bajos.

En enero de 2015, se registraron 797 empresas exportadoras del sector agropecuario no tradicional, lo que significó un aumento de 27 empresas con relación a igual mes de 2014. De ellas, 4 vendieron más de US\$ 10 millones, 77 entre US\$ 1 millón y US\$ 10 millones, 340 entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón, y 376 menos de US\$ 100 mil.

A nivel de departamentos, Ica lideró las exportaciones (US\$ 141 millones / 19,3% de crecimiento), seguido por Piura (US\$ 81 millones / - 4,4%) y Lima (US\$ 60 millones / - 5,9%). El liderazgo de las dos primeras se explica por las ventas de uvas. Además, destacó el incremento

de las exportaciones de Tumbes (US\$ 774 mil / 302,9%) y San Martín (US\$ 5 millones / 134,2%) debido a las ventas de bananos frescos y cacao en grano, respectivamente.

2.2 Sector Textil y Confecciones

En enero de 2015, un total de 579 empresas peruanas exportaron 335 productos (HS6) de textiles y confecciones a 66 mercados. Las exportaciones del sector sumaron US\$ 115 millones en el primer mes del año y disminuyeron 13,5%. El comportamiento del mercado venezolano influyó negativamente y provocó una mayor desaceleración de las ventas; si no consideramos a Venezuela la reducción de las exportaciones del sector sería 4,7%.

Sector Textil y Confecciones: principales mercados
Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Estados Unidos	59	51	-13,4	44
Venezuela	21	9	-59,5	8
Brasil	3	6	78,6	5
Ecuador	5	5	-3,1	4
Alemania	4	5	35,4	4
Los demás	41	39	-2,7	34
Total	133	115	-13,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Respecto a los principales mercados, destacaron los incrementos de ventas a Brasil y Alemania en enero de 2015. Brasil tuvo el mayor aumento de las compras desde el Perú, al pasar de US\$ 3 millones a US\$ 6 millones (US\$ 3 millones adicionales); lo cual obedeció a los envíos de t-shirts de algodón (US\$ 372 mil adicionales) y camisas de algodón para caballeros (+US\$ 107 mil). Por otro lado, los envíos a Alemania se incrementaron en US\$ 1 millón, principalmente por las ventas de polos shirt de algodón para caballeros (US\$ 717 mil adicionales) y t-shirt de algodón (+US\$ 561 mil). Otros mercados con incrementos importantes de estas ventas fueron Italia (US\$ 1 millón adicional) y China (+US\$ 1 millón).

Estados Unidos fue el principal mercado del sector, aunque las ventas a este país disminuyeron 13,4% en enero de 2015. Sin embargo, se debe considerar que Estados Unidos redujo en 4,7% las importaciones de prendas de vestir (capítulo 61 y 62) en enero de este año, y precisamente en este tipo de productos se concentra nuestras exportaciones a este mercado. Por otro lado, países de Centro América como El Salvador y Guatemala tuvieron, en enero de 2015, variaciones de -18,0% y -20,0% en las exportaciones de este tipo de productos a Estados Unidos.¹

Sector Textil y Confecciones: principales productos
Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
T-shirts de algodón	33	27	-17,7	23
Polo Shirt de algodón para caballeros	16	14	-11,3	13
Suéteres, pullovers, chalecos y artículos similares	5	4	-28,0	3
Camisas y blusas de algodón para damas	4	3	-17,0	3
Prendas de vestir de punto de algodón para bebés	2	3	47,3	2
Los demás	73	64	-12,5	56
Total	133	115	-13,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Un producto consolidado que incrementó sus ventas al exterior, en enero de 2015, fue prendas de vestir de punto de algodón para bebés. Este producto aumentó envíos a Estados Unidos (US\$

¹ USITC

216 mil adicionales), Ecuador (+US\$ 182 mil), México (+US\$ 154 mil), Argentina (+US\$ 103 mil) e Italia (+US\$ 88 mil).

Entre los productos estrella con alto crecimiento de las exportaciones se tuvo a calzoncillos de algodón para hombres (US\$ 137 mil / 987,7% de variación), abrigos, chaquetones y capas para damas (US\$ 130 mil / 312,3%) y prendas de vestir para bebés de confecciones plano (US\$ 168 mil / 280,3%). Las exportaciones de estos productos se dirigieron principalmente a Estados Unidos, Nueva Zelanda y Estados Unidos respectivamente.

Lima se mantuvo como la región más importante para las exportaciones sectoriales (71% del total); y le siguieron Arequipa (14%), Ica (8%) y El Callao (5%). Las regiones que aumentaron las exportaciones de textiles, en enero de 2015, fueron Arequipa (48,5% de variación) y El Callao (2,8%). En general, las ventas externas de las regiones del interior (sin contar Lima y Callao) se incrementaron 20,3% en enero de 2015, con respecto a las registradas en similar mes de 2014.

De las 579 empresas que exportaron estos productos en enero de 2015; el 78% fueron microempresas exportadoras (exportaciones menores a US\$ 100 mil); y el 17% fueron pequeñas empresas (con exportaciones entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón).

2.3 Sector Pesca no tradicional

En enero de 2015, las exportaciones pesqueras no tradicionales sumaron US\$ 83 millones, es decir 14,8% menos que en similar mes de 2013; y representaron 9% de las exportaciones con valor agregado y 3% de las totales.

En total, 66 productos pesqueros con valor agregado fueron enviados a 58 países en el primer mes de 2015.

Sector Pesca No Tradicional: principales mercados
Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var. % Ene. 15/14	Part. % Ene. 15
Estados Unidos	30	28	-5,3	34
China	14	11	-18,2	13
España	9	9	-2,9	11
Francia	5	5	4,0	6
Corea del Sur	4	5	14,1	6
Resto	36	25	-30,3	30
Total	98	83	-14,8	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los envíos a mercados como Italia (67,6% de variación respecto a enero de 2014), México (89,4%) y Corea del Sur (14,1%) tuvieron incrementos importantes en enero de 2015, a pesar de la disminución de las ventas externas del sector. Las mayores exportaciones a Italia fueron de conservas de atún, anchoas y pota procesada; mientras que a México y Corea del Sur se vendió más pota congelada.

En enero de 2015, también aumentaron las exportaciones de productos consolidados como el perico; y las dos partidas por las cuales se envía al exterior este producto tuvieron incrementos: filetes congelados de demás pescados (107,5% de variación) y porciones congelados de demás pescados (27,4%). Estados Unidos fue el principal mercado del perico de origen peruano, y el que explica las mayores ventas.

La disminución de las exportaciones del sector, en enero de 2015, se debió en gran medida a los menores envíos de langostinos, tanto colas como enteros, (-48,1% de variación con relación a enero de 2014) y de conchas de abanico congeladas (-45,4%). El principal destino de los langostinos peruanos es Estados Unidos, país que disminuyó las importaciones de este producto

en 5,8% en enero de este año; lo cual afectó a varios proveedores como Ecuador, China, Vietnam, además del Perú.²

En el caso de las conchas de abanico, las menores ventas a Estados Unidos y Canadá determinaron el comportamiento negativo de las ventas al exterior de este producto. Estados Unidos redujo las importaciones de conchas de abanico en 11,2% en enero de 2015; y países como Japón, China y el Perú se vieron perjudicados con menores envíos.³

Sector Pesca No Tradicional: principales productos

Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var. % Ene. 15/14	Part. % Ene. 15
Pota congelada	17	15	-14,5	18
Filetes congelados de demás pescados (perico)	7	14	107,5	17
Pota procesada	11	11	2,1	13
Concha de abanico congeladas	12	6	-45,4	8
Porciones de demás pescados (perico)	4	5	27,4	6
Resto	47	32	-32,7	38
Total	98	83	-14,8	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

182 empresas peruanas exportaron productos pesqueros no tradicionales en enero de 2015. De estas empresas, 26 vendieron entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 79 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 77 menos de US\$ 100 mil.

El 89% de las ventas externas de este sector las efectuaron las regiones del interior del país en el primer mes de 2015. Piura representó el 57% del total exportado por el Perú y le siguieron Tumbes, Ica, Ancash y Tacna, regiones que explicaron 13%, 6%, 6% y 5%, respectivamente.

2.4. Sector Químico

En enero de 2015, las exportaciones de productos del sector químico ascendieron a US\$ 102 millones; lo que significó una variación de -0,6% respecto al mismo periodo del año previo. Este comportamiento obedeció a los menores envíos al exterior de envolturas flexibles y de preformas, productos que disminuyeron las exportaciones en 10,7% y 38,9%, respectivamente. Asimismo, influyeron las menores compras de Colombia (-3,3% de variación) y México (-37,2%).

Sector Químico principales productos

Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var. % Ene. 15/14	Part. % Ene. 15
Chile	15	18	17,5	17
Colombia	14	14	-3,3	13
Bolivia	12	12	1,1	12
Ecuador	12	12	4,4	12
Brasil	5	7	28,4	7
Los demás	45	40	-11,1	39
Total	103	102	-0,6	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Sin embargo, productos como óxido de zinc y lacas colorantes registraron aumentos importantes de sus exportaciones en 55,4% y 78,3%, respectivamente. Estas mayores ventas obedecieron a

² USITC

³ USITC

las exportaciones a Canadá y Estados Unidos en el primer producto y; a Brasil y Alemania en el segundo.

Las exportaciones del sector se distribuyeron en 74 mercados, 2 más que en enero de 2014. Entre los países con mayor dinamismo destacó Chile (US\$ 18 millones/ 17,5% de variación) por los envíos de ácido sulfúrico (US\$ 6 millones). Asimismo, entre los nuevos mercados tuvimos a Ucrania (US\$ 101 mil) por las ventas de ácido ortobórico, Estonia (US\$ 46 mil) por lacas colorantes, y Qatar (US\$ 24 mil) por medicamentos de uso veterinario.

Sector Químico principales Mercados

Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var. % Ene. 15/14	Part. % Ene. 15
Envolturas flexibles	10	9	-10,7	9
Óxido de zinc	4	6	55,4	6
Ácido sulfúrico	4	6	36,3	6
Placas, laminas, tiras de polímeros de etileno	5	5	-1,5	4
Lacas colorantes	2	4	78,3	4
Los demás	78	73	-6,4	71
Total	103	102	-0,6	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Un total de 479 empresas peruanas enviaron al exterior productos químicos en enero de 2015; de las cuales, 25 fueron medianas empresas exportadoras, 93 pequeñas y 361 micro empresas.

A nivel de regiones, las exportaciones se concentraron en Lima (65% de participación) y El Callao (24%). Los principales productos enviados desde la capital fueron empaques flexibles (US\$ 9 millones) y placas, láminas, tiras de polímeros de etileno (US\$ 4 millones) Por otro lado, los envíos realizados desde Lima tuvieron como principales destinos Bolivia y Chile.

2.5 Sector Minero No Metálico

Las exportaciones de minería no metálica sumaron US\$ 57 millones en enero de 2015, lo cual significó 28,3% más que en enero del año anterior. Este comportamiento se sustentó en las mayores ventas de placas y baldosas de cerámica (48,9% de incremento), y el aumento de los envíos de productos del sector a Chile (107,0%) y Brasil (+279,1%).

Sector Minería no Metálica principales productos

Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var. % Ene. 15/14	Part. % Ene. 15
Chile	5	10	107,7	18
Brasil	2	8	278,2	14
Estados Unidos	15	7	-51,1	13
India	6	5	-5,4	9
México	5	4	-6,4	7
Los demás	12	22	78,1	39
Total	45	57	28,3	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Estos productos fueron enviados a 58 mercados en el primer mes de 2015, y los cinco principales explicaron el 62% de las ventas externas del sector. Mercados como Chile (107,7% de variación)

y Brasil (278,2%) aumentaron de forma importante las compras de productos mineros no metálicos peruanos; lo cual se debió a los envíos de placas y baldosas barnizadas, y cemento Clinker a Chile; y de fosfatos de calcio naturales a Brasil. Asimismo, entre los nuevos mercados a los que se exportó, en este mes, tenemos a Siria (US\$ 829 mil/) y Seychelles (US\$ 553 mil) por los envíos de cemento Clinker en ambos casos.

Sector Minería no Metálica principales Mercados

Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Fosfatos de calcio naturales	23	25	8,6	44
Placas y baldosas de cerámica barnizadas	6	9	48,9	16
Cementos sin pulverizar (clinker)	0	4		7
Cemento portland	2	4	145,4	7
Antracitas	0	3	663,8	6
Los demás	13	12	-11,2	20
Total	45	57	28,3	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Dentro de los productos estrellas, con alto incremento de las exportaciones, están cemento Portland (US\$ 4 millones/ 145,4% de variación) enviado principalmente a Bolivia (US\$ 3 millones) y a Brasil (US\$ 174 mil); además de antracitas (US\$ 3 millones / 663,8%) por las ventas a Chile (US\$ 6 millones) y a Ecuador (US\$ 655 mil).

Placas y baldosas de cerámica barnizadas es un producto consolidado del sector, que tuvo aumento significativo de exportaciones en enero de 2015 (48,9% de variación) y, cuyos envíos fueron realizados principalmente hacia Chile.

En enero de 2015, un total de 196 empresas exportaron este tipo de productos, con lo cual se incrementaron en 12 respecto a similar mes del año anterior. De este grupo, 1 fue una gran empresa exportadora, 9 medianas, 19 pequeñas y 167 microempresas.

Las exportaciones del sector se concentraron en productos originarios de Piura (45% del total) y de Lima (36%). El principal producto exportado por Piura fue fosfatos de calcio (US\$ 25 millones), mientras que Lima envió fundamentalmente placas y baldosas de cerámica (US\$ 9 millones) y cemento Clinker (US\$ 2 millones).

2.6 Sector Sidero Metalúrgico

Las ventas al exterior para el sector sidero metalúrgico ascendieron, en enero de 2015, a US\$ 77 millones, lo que significó una variación de -11,5% respecto al mismo periodo del año previo y explicaron el 3% de las exportaciones peruanas no tradicionales. Estos menores valores de exportación se deben a los precios de los metales, a la contracción de las compras de mercados regionales y a que mercados competidores del Asia e India bajaron sus precios.

Sector Sidero Metalúrgico: principales productos

Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Cinc sin alear	11	22	94,1	28
Alambre de cobre refinado	29	19	-32,7	25
Barras y perfiles de cobre refinado	6	7	22,0	9
Barras de hierro o acero sin alear	6	5	-11,7	7
Chapas y tiras de cobre	2	2	23,2	3
Los demás	34	22	-35,5	28
Total	87	77	-11,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

En cuanto a los productos consolidados, el cinc sin alear fue enviado a Bélgica y Sudáfrica por US\$ 10 millones y 5 US\$ 5 millones respectivamente, ambos mercados han incrementado sus compras en 36.7% y 1 117%. Dentro de los productos estrellas, con incremento importante de exportaciones, se encuentran barras y perfiles de cobre refinado (22,0%) cuyos envíos fueron realizados principalmente hacia Estados Unidos (US\$ 5 millones). Asimismo, las chapas y tiras de cobre (US\$ 2 millones / 23,2%) enviado especialmente a Estados Unidos.

Sector Sidero Metalúrgico: Principales mercados
Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Colombia	17	16	-3,2	21
Estados Unidos	17	13	-19,3	17
Bélgica	7	11	48,5	14
Bolivia	12	10	-20,3	13
Sudáfrica	0	5	1119,9	6
Los demás	34	23	-33,4	30
Total	87	77	-11,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los envíos al exterior del sector siderometalúrgico se distribuyeron en 54 mercados, cinco más que el registrado en el periodo del año anterior. Según el valor exportado, América del Sur representó el 47% de las exportaciones, América del Norte el 19%, mientras que 10 países de Europa representaron el 20%. Adicionalmente, a pesar que las exportaciones se dirigieron a 13 países asiáticos, dicho continente solo representó el 7% del valor exportado. Entre los países con mayor se tuvo a Venezuela (US\$ 4 millones / 7 889 % de variación) explicado principalmente por las exportaciones de alambre de cobre refinado > a 6MM y Sudáfrica (US\$ 5 millones / 1 119 %), principalmente por los envíos de cinc sin alear, con un contenido de cinc <al 99,99% en peso.

A enero de 2015, se exportaron 115 sub partidas por 130 empresas. De este grupo, 3 fueron grandes empresas exportadoras, 5 medianas, 25 pequeñas y 97 microempresas. Cabe destacar que el 89% de las exportaciones fueron realizadas por las grandes y medianas empresas por US\$ 50 millones y US\$ 18 millones respectivamente.

Las exportaciones de este sector se concentraron en Lima (77% del total), Arequipa (12%) y El Callao (10%). Los principales productos enviados desde la capital fueron cinc sin alear con un contenido < 99.99% (US\$ 22 millones) y alambre de cobre refinado (US\$ 19 millones) enviados principalmente a Bélgica y a Colombia; mientras que en Arequipa el principal producto fue barras de hierro sin alear (US\$ 5 millones) seguido de los perfiles de hierro o acero el L (US\$ 1 millón) ambos productos fueron enviados a Bolivia. La región más dinámica es Ancash con 122,1% de crecimiento asociado a las ventas al exterior de construcciones y sus partes de hierro (US\$ 222 mil) y tubos de perforación por US\$ 165 mil enviados también al mercado boliviano.

2.7 Sector Metal Mecánico

Las exportaciones del sector metal mecánico sumaron US\$ 30 millones en enero de 2015, lo que significó una variación de -25,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

Sector Metalmecánico: principales productos
Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Partes de máquinas para triturar y pulverizar	1	2	37,9	7
Bolas y artículos similares para molinos	1	1	202,5	5
Máquinas de sondeo o perforación	1	1	12,1	4
Las empujadoras para minas	0	1		4
Juntas y surtidos de juntas presentadas en bolsas	0	1	97,1	2
Los demás	37	24	-35,9	79
	40	30	-25,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Con relación a los productos consolidados, el principal producto correspondió a partes de máquinas para triturar y pulverizar que fue enviado principalmente a Estados Unidos y a Bolivia por US\$ 482 mil y US\$ 366 mil respectivamente. Las bolas y artículos similares para molinos de hierro o acero fueron exportados enviados únicamente al mercado chileno por más de US\$ 1 millón.

En cuanto a los productos que se empezaron a exportar en 2014 y que continuaron en enero de este año, se encuentran los empujadoras para minas enviados principalmente al mercado mexicano.

Sector Metalmecánico: Principales mercados

Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Chile	6	6	-4,1	20
Estados Unidos	13	6	-55,7	19
Ecuador	4	4	3,8	14
Bolivia	3	4	23,6	12
México	4	2	-51,7	6
Los demás	10	9	-16,1	29
Total	40	30	-25,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Las ventas al exterior de este sector se dirigieron a 58 mercados, 2 destinos más que los registrados en mismo período del año anterior; y los cuatro principales destinos concentraron el 65% de las exportaciones. El mercado más importante fue Chile, que a enero de este año superó los US\$ 6 millones, debido a las exportaciones de bolas y artículos similares para molinos de hierro o acero y a máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas. Mientras que al mercado boliviano, cuarto mercado de destino, se realizaron envíos por US\$ 4 millones, siendo los principales productos las partes de las máquinas para triturar y pulverizar y los electrodos recubiertos para soldadura de arco de metal común por US\$ 366 mil y US\$ 317 mil respectivamente.

En cuanto a los mercados con mayor dinamismo, destacaron Venezuela que pasó de US\$ 130 mil en enero de 2014 a más de US\$1 millón, por las compras de agujas tubulares de metal y las partes de hornos industriales por US\$ 387 mil y US\$ 319 mil respectivamente; además de Ecuador que superó los US\$ 4 millones por los envíos de útiles de estampar, las tapas de corona, las partes de máquinas para triturar y pulverizar.

A pesar de las medidas proteccionistas aplicadas en el mercado ecuatoriano, los envíos crecieron en 3.8%, sin embargo al surgir preocupación de los empresarios por estas medidas, éstos consideraron la posibilidad de diversificar mercados latinoamericanos como Chile, Brasil y México. Asimismo, es importante mencionar que en enero hemos ingresado al mercado de Zimbawe con las ventas de contenedores cisterna y de depósito por un valor de US\$ 30 mil.

A enero, se exportaron 548 subpartidas del sector a 58 mercados, y estas ventas fueron realizadas por 360 empresas. De estas 297 fueron micro empresas exportadoras, 58 pequeñas, y 5 medianas. Asimismo, el 61% de las exportaciones lo explicaron las medianas empresas, al exportar US\$ 18 millones.

Lima y El Callao tuvieron una participación de 96% en estas exportaciones; mientras que Piura y Arequipa explicaron el 2% y 1% respectivamente. Entre las regiones más dinámicas destacaron Arequipa (20.9% de incremento) por la comercialización de bolas y artículos similares para molinos forjadas de hierro o acero y los aparatos de diagnóstico de visualización por resonancia magnética enviados a Bolivia y Estados Unidos respectivamente.

2.8 Sector Maderas y Papeles

Los envíos al exterior del sector maderas y papeles totalizaron US\$ 26 millones en enero de 2015. Con esto el sector tuvo una caída de 23,5% respecto al mismo mes del año pasado.

Maderas y Papeles: principales productos
Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Bolivia	5	4	-16,4	17
China	7	4	-46,9	14
Chile	4	2	-33,9	10
Colombia	4	2	-47,4	8
Brasil	1	2	73,4	8
Los demás	13	12	-7,7	43
Total	34	26	-23,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Respecto a los mercados de destino, las exportaciones del sector se dirigieron a 49 países, uno menos que en similar periodo del año previo. Los cinco principales destinos concentraron el 57% del total exportado por el sector.

A enero 2015, los mercados que registraron incrementos importantes en la compra de estos productos fueron Francia (284,1% de variación), Panamá (73,9%) y República Dominicana (53,2%). En el caso de Francia, los incrementos se debieron a envíos de madera moldurada y demás maderas aserradas. Por el lado de Panamá, el crecimiento respondió a mayores exportaciones de demás muebles de madera; y en el caso de República Dominicana por demás maderas aserradas o devastadas.

Maderas y Papeles: Principales mercados
Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Pañales para bebés	6	4	-35,6	15
Pañales para adultos	3	3	21,6	13
Demás maderas aserradas o devastadas	5	3	-36,0	11
Tablillas y frisos para parqués	4	3	-25,2	11
Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares	4	2	-54,6	7
Los demás	12	11	-12,7	43
Total	34	26	-23,5	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los cinco principales productos exportados por el sector concentraron el 57% del total enviado. Los productos estrellas, con mayores incrementos de exportación, fueron las maderas aserradas de Mahogany (US\$ 759 mil de ventas adicionales), y su principal destino fue Estados Unidos. Del mismo modo, las maderas molduradas (538,6%) tuvieron mayor demanda en Francia y México; mientras que los demás muebles de madera (87,6%) incrementaron ventas hacia Panamá y Estados Unidos.

En enero de 2015, se registraron 263 empresas exportadoras de estos productos. De este grupo, 225 fueron microempresas exportadoras, 34 pequeñas y 4 medianas. Las microempresas representaron el 11% del monto total exportado, mientras que las pequeñas el 40%, y las medianas el 49% restante.

A nivel de regiones, Lima lideró las exportaciones con 80% de participación, y le siguió Ucayali (8%) e Ica (3%). Los principales productos exportados por Lima fueron pañales para bebés, así como impresos y catálogos publicitarios. En tanto que Ucayali destacó por los envíos de demás maderas aserradas. En Ica, los productos representativos fueron demás papeles para acanalar.

2.9. Sector Varios (Inc. Joyería y Artesanías)

Los envíos al exterior del sector varios (inc. joyería y artículos hechos a mano) totalizaron US\$ 14 millones en enero de 2015. Esto representó un incremento de 7,4% respecto al mismo mes de 2014.

Varios (Inc. Joyería y Artesanías): principales productos
Millones de US\$

Producto	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Estados Unidos	4	5	15,9	33
Bolivia	1	2	63,2	15
Chile	1	2	49,7	11
Colombia	1	1	-18,0	7
Ecuador	1	1	-16,3	7
Los demás	5	3	-14,2	27
Total	13	14	7,4	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A enero de 2015, los productos se destinaron a un total de 57 mercados, uno menos que en 2014. Además, los cinco principales mercados explicaron el 74% del total exportado.

Entre los mercados más dinámicos destacaron España (135,8% de variación), Venezuela (119,8%) y Alemania (53,8%). En el caso de España, este crecimiento se explicó por las mayores ventas de los demás calzados. Para el caso de Venezuela el incremento se debió a demás calzados con palmilla o plataforma de madera, y finalmente los envíos de rotuladores y marcadores con punta de fieltro hacia Alemania son los que registraron un aumento significativo.

Varios (Inc. Joyería y Artesanías): Principales mercados
Millones de US\$

Mercado	Ene. 2014	Ene. 2015	Var.% Ene. 15/14	Part.% Ene. 15
Art. de joyería de oro	2	3	19,9	19
Rotuladores y marcadores con punta de fieltro	1	2	35,7	11
Las demás bisuterías de metales comunes	2	1	-13,0	11
Los demás calzados con parte superior de cuero	0	1	131,5	7
Los demás calzados con palmilla o plataforma de madera	0	1	91,1	5
Los demás	8	6	-7,6	47
Total	13	14	7,4	100

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los primeros cinco productos exportados, durante el primer mes de 2015, concentraron el 53% del total enviado por el sector. Por el lado de los productos estrellas, con alto incremento de las exportaciones, figuran las partes de cartuchos para armas (405 mil adicionales) exportados principalmente a Estados Unidos; y las partes de los demás cartuchos (143,7%) enviados también principalmente a Estados Unidos. Además de bolígrafos (48%) que tuvieron mayor demanda en Bolivia y Argentina.

Se registraron 373 empresas exportadoras en enero de 2015, es decir 15 más que en periodo similar de 2014. De este grupo 348 fueron microempresas exportadoras, 23 pequeñas y 2 medianas. Las empresas medianas del sector exportaron el 29% del total, las empresas pequeñas 46%, y las microempresas 25%.

A nivel de regiones, Lima lideró las exportaciones con el 89% del total, y le siguieron EL Callao y La Libertad con 6% y 2% de participación, respectivamente. Los principales productos exportados por la región Lima fueron artículos de joyería de oro y los rotuladores y marcadores con punta de fieltro. El Callao tuvo mayores ventas en cierres de cremallera; y en el caso de La Libertad, los principales productos exportados fueron los calzados impermeables que cubran los tobillos, así como los demás calzados con suela natural. Los envíos de Lima estuvieron orientados principalmente hacia Estados Unidos, Bolivia y Chile; los del Callao son dirigidos mayoritariamente a Brasil y Colombia; y finalmente las ventas de La Libertad tuvieron como principal destino los mercados estadounidense y chileno.

III. Exportaciones Tradicionales

Las exportaciones tradicionales, en enero de 2015, ascendieron a US\$ 1 778 millones, y se redujeron en 16,7% con relación a similar mes del año previo. Esto se debió principalmente a las menores ventas de cobre, harina de pescado, derivados del petróleo, gas natural y café en grano.

En el primer mes de 2015, un total de 216 empresas peruanas exportaron 59 productos tradicionales a 60 mercados. Los cinco principales mercados para los productos tradicionales peruanos, en enero de 2015, fueron China (US\$ 490 millones de ventas / 28% de participación), Suiza (US\$ 227 millones / 13%), Canadá (US\$ 201 millones / 11%), Estados Unidos (US\$ 184 millones / 10%) y Japón (US\$ 86 millones / 5%).

A nivel de continentes, Asia se consolidó como principal destino de las exportaciones tradicionales peruanas, con 36% del total durante enero de 2015 y fueron minerales de cobre, zinc y harina de pescado los más requeridos. A su vez, América del Norte tuvo 35% de participación en estas exportaciones y destacó la mayor demanda de minerales como el oro, cátodos de cobre refinado, plomo y sus derivados, además de petróleo y gas licuado.

3.1. Sector Minero

El sector minero registró ventas al exterior por US\$ 1 449 millones en el mes de enero de 2015, lo cual significó un descenso de 2,4% en relación a similar mes de 2014. Este comportamiento se debió a la disminución de las exportaciones de plata refinada (US\$ 11 millones / - 68,8% de variación), hierro (US\$ 43 millones / - 41,0%) y estaño (US\$ 33 millones / - 37,2%) y cobre (US\$ 580 millones / -1,5%).

Cabe señalar que la cotización internacional de la plata disminuyó de US\$ 19,87 / oz tr a US\$ 17,21 oz tr entre enero de 2014 y enero de 2015; mientras que el hierro de US\$ 128,1 / Tm a US\$ 67,4 Tm, estaño de US\$ 1 001 / lb a US\$ 884 / lb.; y el cobre de US\$ 330,89 / lb a US\$ 266,49 / lb.⁴

3.2 Sector Petróleo y Gas

Las exportaciones del sector petróleo y gas natural totalizaron US\$ 202 millones en el primer mes de 2015, disminuyendo 42,5% con relación al mismo periodo del año anterior. La caída en valor de los derivados de petróleo fueron los que más afectaron el comportamiento de este sector (-US\$ 89 millones).

Los principales mercados de destino de los productos de este sector fueron Estados Unidos, Brasil y México con 52% de participación en conjunto (US\$ 105 millones). Del mismo modo, debe destacarse los mayores envíos que se registraron hacia mercados como Panamá (US\$ 20 millones adicionales), Curazao (+US\$ 14 millones), Brasil (US\$ 29 millones / +846 de incremento) y Francia (US\$ 16 millones / +113% de incremento).

3.3 Sector Agro tradicional

Las exportaciones agrícolas tradicionales sumaron US\$ 18 millones en enero de 2015, lo que representó una caída de 33,8% respecto a igual mes del año anterior.

Las exportaciones de café, principal producto de este sector, retrocedieron 44,4% y sumaron US\$ 12 millones. Asimismo, se reportó una disminución en los volúmenes enviados en 69,2% hasta alcanzar las 2 605 TM, la limitada oferta es consecuencia del hongo de la roya que todavía afecta al 43% de las plantaciones locales. Pese a ello, la Junta Nacional del Café estima que la

⁴ BCRP Nota semanal. Indexmundi

producción cafetalera ascenderá a cinco millones de quintales en 2015, lo cual significaría un incremento de 25% en comparación con el año pasado.

En enero de 2015, los principales destinos del café peruano fueron Estados Unidos (US\$ 3 millones / - 56,2% de variación), Alemania (US\$ 3 millones / - 20,9%) y Canadá (US\$ 2 millones / - 7,3%). Además, destaca el crecimiento de las ventas a Reino Unido (US\$ 810 mil / 58,6%), Australia (US\$ 553 mil / 381,4%) e Irlanda (US\$ 222 mil / 66,1%).

3.4 Sector Pesca tradicional

Los envíos al exterior de productos pesqueros tradicionales sumaron US\$ 108 millones en enero de 2015, es decir 60,2% menos que en similar mes del año anterior; y representaron 4% del total de las exportaciones peruanas.

En el primer mes de 2015, la harina de pescado totalizó US\$ 66 millones de ventas externas (-69,1% de variación); y los destinos más importantes fueron China (76% de participación), Chile (16%), Japón (4%) y Vietnam (2%); por otra parte Filipinas aumentó las compras de este producto en 466,6% comparadas con las de enero de 2014.

La cotización internacional de la harina de pescado fue US\$ 2 131 por Tm en enero de 2015, es decir mayor al que tenía este producto en enero de 2014 (US\$ 1 445 por Tm); pero menor al máximo histórico que alcanzó en diciembre de 2014 (US\$ 2 291 por TM)⁵.

En cuanto al aceite de pescado, las exportaciones fueron US\$ 42 millones en enero de 2015, con lo cual registraron una disminución de 26,6%. Los importadores más representativos de este producto, en enero de 2015, fueron Dinamarca (79% de participación), Estados Unidos (13%) y Canadá (4%). En enero de 2015, Dinamarca incrementó en 109,7% las compras de aceite de pescado de origen peruano, con relación a igual mes del año anterior, y Estados Unidos en 3,1%; mientras que Nueva Zelandia lo hizo en 47,0% y Países bajos en 467,8%.

⁵ BCRP Nota semanal