

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS



## Nota de Prensa Mensual

Octubre 2016



## I. Exportaciones Totales

Las exportaciones peruanas sumaron US\$ 28 565 millones durante el periodo Enero - Octubre de 2016, con lo cual se incrementaron en un 2,5% respecto a similar periodo de 2015. El principal destino fue China, mercado al que exportó US\$ 6 615 millones y registró una participación de 23%, le siguieron Estados Unidos (US\$ 4 782 millones), Suiza (US\$ 2 128 millones), Canadá (US\$ 1 359 millones) y Corea del Sur (US\$ 1 025 millones). Entre los mercados más dinámicos se tuvieron a Emiratos Árabes Unidos con un crecimiento de US\$ 375 millones más que el año previo; destaca también India a quien exportamos en el periodo Enero – Octubre 2016 una suma de US\$ 694 millones y un 86,0% de crecimiento. En tanto, los productos más exportados fueron cobre y sus concentrados (US\$ 8 013 millones), oro en bruto (US\$ 5 271 millones) y petróleo y sus derivados (US\$ 1 302 millones).

## II. Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales sumaron US\$ 8 540 millones a Octubre de 2016, lo que significó una caída de 6,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Pese a ello, los sectores Agropecuario y Pieles y Cueros registraron crecimientos de 5,9% y 1,5%, respectivamente. El principal destino de los envíos fue Estados Unidos (US\$ 2 379 millones), seguido por Holanda (US\$ 661 millones), Chile (US\$ 509 millones), Colombia (US\$ 486 millones), Ecuador (US\$ 477 millones) y España (US\$ 429 millones). En total se exportaron 4 174 partidas no tradicionales a 170 mercados. Estas ventas fueron realizadas por 6 511 empresas.

### 2.1 Sector Agro No Tradicional

Las exportaciones del sector agropecuario sumaron US\$ 426 millones en Octubre de 2016, mientras que hasta los primeros diez meses del presente año se acumularon US\$ 3 528 millones. Los comportamientos de los principales mercados han influido positivamente en el sector, al incrementarse las ventas a estos países en EE.UU (+2,6%), Países Bajos (+10,2%) y España (+28,9%), en los diez primeros meses de 2016; sumado a ello, los desempeños que hasta el momento han tenido productos como el arándano rojo (+181,8%), paltas (+26,6%), y los incrementos en las colocaciones de granos de quinua orgánica, han contribuido que el sector pueda tener este desempeño.

Sector Agropecuario: Principales mercados  
(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var. % Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	152	13,7	1 057	2,6
Países Bajos	50	-11,0	580	10,2
España	27	24,5	261	28,9
Reino Unido	32	11,1	211	14,9
Ecuador	23	40,7	176	-1,9
Resto	143	8,4	1 243	2,9
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>9,9</b>	<b>3 528</b>	<b>5,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los cinco principales mercados (Estados Unidos, Países Bajos, España, Reino Unido y Ecuador) concentraron 65% de las exportaciones. Los envíos a Estados Unidos aumentaron de forma importante (+US\$ 27 millones), y continúa siendo el principal destino al representar 30% de los envíos del sector. De otro lado, las ventas a Ecuador registraron una caída (-US\$ 3 millones), básicamente explicada por el descenso en envíos para la industria avícola (huevos fértiles para incubar).

Por otro lado, fuera de los mercados tradicionales, los envíos más dinámicos se dirigieron a Colombia (+US\$ 26 millones), Bélgica (+US\$ 14 millones) y México (+US\$ 9 millones). El incremento de las exportaciones a Colombia se sustentaron principalmente en las mayores ventas de aceite de palma (+US\$ 11 millones), arroz semiblanco (+US\$ 5 millones) y cebollas (+US\$ 5 millones). Mientras que a Bélgica se dirigieron productos como cacao en grano (incluyendo entero o partido) (+US\$ 7 millones), bananos cavendish (+US\$ 4 millones).

En el caso de México, el comportamiento positivo se debió principalmente a los envíos de uvas frescas (+US\$ 6 millones), ajos (+US\$ 1 millón) y cochinilla e insectos similares (+US\$ 1 millón). En lo que va del año, algunos mercados nuevos para este sector lo representan Ghana (+US\$ 109 mil), Madagascar (+US\$ 77 mil), Polinesia francesa (+US\$ 72 mil) y Kenia (+US\$ 25 mil), adonde se enviaron productos como leche evaporada, uvas, bases para bebidas carbonatadas, arándanos, entre otros.

De otro lado, entre los cinco principales productos del sector, que en conjunto representaron 36% de las exportaciones, las paltas frescas que ya cerraron campaña han mantenido su tendencia en colocaciones al exterior llegando a los US\$ 387 millones en los primeros diez meses de 2016, en razón a que mercados como Países Bajos (+US\$ 42 millones), España (+US\$ 26 millones), Reino Unido (+US\$ 12 millones) y China (+US\$ 4 millones) han incrementado sus compras. Asimismo, los arándanos rojos continúan su tendencia creciente en sus principales mercados destino (94% de participación), en ese sentido, vieron incrementar su demanda, Estados Unidos (+US\$ 59 millones), Países Bajos (+US\$ 19 millones), Reino Unido (+US\$ 15 millones) y Hong Kong (+US\$ 2 millones). En el caso de los espárragos frescos, la reducción en las colocaciones a Estados Unidos (-US\$ 12 millones) y Países Bajos (-US\$ 2 millones), que en conjunto representan más del 73% de total exportado, explican el desempeño del producto en lo que va del año, si a ello, le sumamos al hecho de que algunos de las principales exportadores han decidido reenfocar su estrategia de diversificación hacia nuevas líneas de producto, terminan de configurar el panorama actual del espárrago fresco.

## Sector Agropecuario: Principales productos

(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var. % Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var. % Ene - Oct 16/15
PALTAS FRESCAS	0	-96,4	387	26,6
ESPÁRRAGOS FRESCOS O REFRIGERADOS	46	2,9	316	-3,2
UVAS FRESCAS	56	-23,4	262	-14,3
ARÁNDANOS ROJOS	68	212,2	162	181,8
CACAO EN GRANO	16	-26,9	154	-4,4
Resto	240	6,6	2 246	3,4
<b>Total</b>	<b>426</b>	<b>9,9</b>	<b>3 528</b>	<b>5,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Entre otros productos estrella, con alto crecimiento de exportaciones, fuera de los tradicionales en el sector, destacaron los granos de quinua orgánica (US\$ 18 millones); demás preparaciones alimenticias (nicovita) (US\$ 129 millones / + 14,4%); y concentrado congelado de maracuyá (US\$ 47 millones / + 33,3%). Los envíos de estos productos se dirigieron principalmente a Ecuador, Países Bajos, Estados Unidos, Panamá, Nicaragua, entre otros respectivamente.

Finalmente, un total de 1 777 empresas peruanas exportaron 532 productos del sector entre enero y octubre de 2016; de las cuales 68 vendieron más de US\$ 10 millones, 370 entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 548 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 791 menos de US\$ 100 mil.

## 2.2 Sector Textil

Las exportaciones del sector textil sumaron US\$ 997 millones al cierre del mes de Octubre 2016, disminuyendo en US\$ 124 millones con respecto al mismo periodo del año anterior, esto significó una variación negativa de 11%. Esta contracción se sustenta fundamentalmente por la menor demanda de países como Colombia (-10,6%), Chile (-9,2%), Ecuador (-34,7%) y Brasil (-45,4%). Por otro lado, el decrecimiento también se explica por las menores compras de los demás T-shirts de algodón (US\$ 82 millones/ -11,3%), Camisas de punto de algodón (US\$ 46 millones/ -6,1%) y pelo fino cardado o peinado de alpaca (US\$ 30 millones/ -32,4%).

## Sector Textil Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var. % Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var. % Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	58	12,9	509	0,7
Colombia	6	17,8	50	-10,6
Chile	6	9,9	44	-9,2
Ecuador	5	-15,7	42	-34,7
Brasil	5	3,4	40	-45,4
Resto	28	-15,1	312	-16,4
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>2,1</b>	<b>997</b>	<b>-11,0</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

La totalidad de productos se dirigieron a 98 mercados, doce menos con respecto al mismo periodo en 2015. Los cinco principales destinos, que significaron el 68% de las ventas totales, fueron Estados Unidos (51%), Colombia (5%), Chile (4%), Ecuador (4%) y Brasil (4%).

Entre los países con mayor dinamismo, y ventas superiores a US\$ 10 millones, que más crecieron en el periodo de Enero a Octubre de 2016 se encuentran Argentina (US\$ 23 millones/ +9,9%) por los envíos de los demás tejidos de punto de algodón (US\$ 2 millones/ +59,1%) y Suecia por los

envíos de los demás hilados de lana o pelo fino, producto que incrementó sus envíos en más de US\$ 3 millones.

Entre los productos consolidados del sector destacan los T-shirts de algodón (US\$ 107 millones / +2,9%), T-shirts y camisetas interiores (US\$ 44 millones / +53,0%) y camisas de las demás fibras sintéticas (US\$ 22 millones / +32,5%) los cuales fueron destinados principalmente hacia Estados Unidos en todos los casos. Por otro lado, los productos más dinámicos fueron, camisas de punto de las demás fibras sintéticas (US\$ 22 millones / +42,8%) y vestidos de punto de algodón (US\$ 19 millones / +15,9%).

Sector Textil : Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
T-shirt de algodón para hombres o mujeres	13	-14,6	107	2,9
algodón para hombres o mujeres	7	0,8	82	-11,3
Camisas de punto algodón con cuello	4	-6,0	46	-6,1
T-shirts y camisetas interiores de punto	9	301,8	44	53,0
Pelo fino cardado o peinado de alpaca o de llama	2	-21,0	31	-32,4
Resto	73	-2,1	687	-14,2
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>2,1</b>	<b>997</b>	<b>-11,0</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

El número de empresas exportadoras al cierre de Octubre fue de 660 es decir, dos menos que las registradas en el mismo período de 2015. De este grupo, 23 vendieron más de US\$ 10 millones, 87 vendieron entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 175 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 375 menos de US\$ 100 mil.

A nivel de regiones, las exportaciones se concentraron en Lima (68%) y Arequipa (12%). Los principales productos enviados desde Lima fueron los demás T-shirts de algodón (US\$ 80 millones) y desde Arequipa fue el pelo fino cardado de alpaca (US\$ 30 millones).

## 2.3 Sector Pesca no tradicional

Sector Pesquero: Principales Mercados  
(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	13	21,4	166	-7,5
España	15	14,7	130	5,1
Corea del Sur	7	35,3	62	4,4
China	9	61,3	60	-52,9
Francia	4	-15,0	41	-24,9
Resto	35	33,6	277	0,6
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>26,7</b>	<b>735</b>	<b>-10,2</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Entre los meses de enero y octubre de 2016, las exportaciones del sector pesquero no tradicional totalizaron US\$ 735 millones, lo cual significó 10,2% menos a lo registrado en similar periodo del año anterior; sin embargo, si se toma en cuenta los envíos realizados únicamente en Octubre, valorizados en US\$ 83 millones, se puede notar una importante recuperación de 26,7% con respecto al mismo mes de 2015. Este sería el tercer mes de consecutivo crecimiento, lo cual tiene relación directa con la mejora sustancial de la producción pesquera nacional que en

sólo en octubre se incrementó en 3,4% por efecto de la mayor captura de especies para consumo humano directo (+ 3,6%) - siendo la caballa el producto estrella de la temporada -, las destinadas a enlatado (+ 106,2%), congelado (+ 4,1%) y curado (+ 4,0%); mientras que disminuyó la pesca para consumo en estado fresco (- 1,4%)<sup>1</sup>.

Asimismo, los productos pesqueros se dirigieron a 91 mercados durante enero – octubre 2016, cinco más con respecto a los mismos meses del año anterior. Los destinos que mostraron mayores tasas de crecimiento en relación a las exportaciones peruanas fueron Ecuador (US\$ 21 millones / + 93,2%), Federación de Rusia (US\$ 16 millones / + 55,0%), Japón (US\$ 40 millones / + 48,1%), Panamá (US\$ 8 millones / + 45,0%) y Países Bajos (US\$ 12 millones / + 44,4%). Mientras que el crecimiento de los envíos a Ecuador estuvo sustentado mayoritariamente por los barriletes enteros congelados y los filetes de perico; el incremento de las exportaciones a la Federación Rusa estuvo explicado por los cortes de pota congelados y la trucha entera congelada HG. En Panamá destaca el dinamismo de las ventas de las colas

<sup>1</sup> INEI

de langostino sin caparazón; en tanto, aumentaron los envíos de pota precocida (filetes y aletas) y colas de langostino sin caparazón congeladas a Japón. Finalmente, en Países Bajos tuvieron importante acogida las conchas de abanico congeladas.

Por otro lado, se registraron 137 partidas pesqueras exportadas al mundo, 15 más que entre enero y octubre de 2015. Los productos más dinámicos, con valores de exportación superiores a US\$ 1 millón, que mostraron importantes incrementos en sus envíos al exterior fueron los pulpos congelados (US\$ 13 millones / + 96,4%), filetes de trucha frescos (US\$ 6 millones / + 85,7%), filetes/porciones de perico y anguila congelados (US\$ 45 millones / + 69,6%), filetes de trucha congelados (US\$ 2 millones / + 48,1%) y ovas de pez volador saladas congeladas (US\$ 7 millones / + 28,6%). Los destinos que más aumentaron sus compras desde Perú de pulpos congelados fueron España, Italia y Portugal; mientras que los envíos de filetes de trucha frescos y las porciones de perico / anguila congeladas básicamente tuvieron a Estados Unidos como su mercado más importante. Por otro lado, Canadá explicó, en gran parte, los mayores embarques de filetes de trucha congelados; mientras que Taiwán lo hizo en caso de las ovas de pez volador saladas congeladas.

Las exportaciones pesqueras no tradicionales, que registraron resultados negativos hasta julio de 2016, han evidenciado una importante recuperación en agosto – octubre, meses en los cuales se registra un

crecimiento de 37,4%. Es así que sólo en Octubre, productos clave de la oferta exportable del sector incrementaron sus envíos notablemente con relación a similar mes de 2015, tal es el caso de las conchas de abanico congeladas (+ 93,6%), pota cruda congelada (+ 82,7%), pota precocida congelada (+ 49,3%) y colas de langostino con caparazón congeladas (+ 38,9%).

349 empresas peruanas exportaron productos pesqueros no tradicionales entre enero y octubre de 2016. De estas, 21 vendieron más de US\$ 10 millones, 88 entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 103 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 137 menos de US\$ 100 mil.

El 85% de las ventas externas de este sector las efectuaron las regiones del interior del país en los diez meses de 2016. Piura representó el 48% del total exportado por el Perú y le siguieron Tumbes, Ica, Ancash y Tacna regiones que explicaron 13%, 9%, 5% y 4% de estas ventas, respectivamente.

## 2.4 Sector Químico

Sector Químico: Principales Mercados  
(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Chile	12	-32,1	140	-23,9
Bolivia	14	-11,4	137	-7,2
Colombia	14	-23,2	124	-22,7
Ecuador	13	1,3	123	-6,8
Estados Unidos	9	5,2	89	5,8
Resto	47	-0,2	498	8,2
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>-9,4</b>	<b>1,111</b>	<b>-4,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones del sector químico sumaron US\$ 109 millones en octubre de 2016, con estos resultados, los envíos de este sector al mundo sumaron US\$ 1 111 millones durante los diez primeros meses del año; en este período el mercado estadounidense es el que más se ha expandido con un crecimiento acumulado de 4,9%.

Mientras que las ventas del rubro a Estados Unidos se incrementaron, sucedió todo lo contrario con mercados cercanos e importantes como Chile, Bolivia, Colombia y Ecuador. Pero a pesar de este retroceso continúan como los principales destinos de las exportaciones del sector Químico.

Los cinco mercados de destino mencionados concentran el 55% de las exportaciones del sector. Si observamos el comportamiento de cada mercado, apreciamos que los envíos a Estados Unidos crecieron en casi US\$ 5 millones durante el período enero-octubre 2016 y su participación como mercado de destino es de 8%. Si comparamos los índices de participación de Estados Unidos en el trimestre agosto-setiembre-octubre vemos que el resultado es el mismo, por lo que se puede decir que esta plaza se va consolidando. Por el contrario, las ventas a Chile –mercado que reporta el mayor valor exportado por el sector– registraron entre enero y octubre un retroceso de US\$ 44 millones.

Mientras que los envíos más dinámicos se dirigieron a Países Bajos (US\$ 29 millones), Brasil (US\$ 11 millones), México (US\$ 9 millones) y Dinamarca (US\$ 8 millones). Al primer mercado mencionado se le ha vendido, principalmente, alcohol etílico sin desnaturalizar, cuyas ventas entre enero y octubre llegaron a US\$ 44 millones; también mostró un buen desempeño las ventas de aceites esenciales de limón cuyas ventas llegaron a US\$ 4 millones.

## Sector Químico : Principales Productos

(Millones de dólares)

En el mercado brasileño destacaron las ventas de las placas de politereftalato por un monto superior a los US\$ 12 millones, le siguió el fosfato dicálcico (US\$ 10 millones). Hacia México se despacharon principalmente neumáticos radiales por un monto mayor a los US\$ 13 millones. Por último hacia Dinamarca se vendió mayoritariamente carmín de cochinilla por un valor mayor a los US\$ 11 millones.

Producto	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Empaques flexibles y laminados	8	-0,28	99	-13
Alcohol etílico sin desnaturalizar	9	0,87	61	61,2
Lacas colorantes	4	0,09	51	49,5
Carmín de cochinilla	3	-0,15	48	74,8
Demás placas, láminas y tiras de polímeros de etileno	4	-0,29	47	-10,2
Resto	81	-0,12	805	-10,8
<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>-0,09</b>	<b>1111</b>	<b>-4,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Entre los cinco principales productos del sector, que en conjunto representaron el 28% de las exportaciones, el alcohol etílico sin desnaturalizar y el carmín de cochinilla fueron los que mostraron un mayor dinamismo al reportar crecimientos en sus colocaciones de US\$ 23 millones y US\$ 20 millones, respectivamente. El alcohol etílico se vendió mayormente a Países Bajos y Colombia, mientras que el carmín de cochinilla a mercados como Alemania y Argentina.

Finalmente, un total de 1 679 empresas exportaron 936 productos durante los diez primeros meses del año, de las cuales 26 vendieron más de US\$ 10 millones, 102 entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 197 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil; y 1 354 menos de US\$ 100 mil

## 2.5 Minería No Metálica

## Sector Minería no metálica : Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Oct, 2016	Var,% Oct, 16/15	Ene - Oct 2016	Var,% Ene - Oct 16/15
Fosfatos de calcio naturales aluminocálcicos naturales	25	-31,3	249	-12,9
Placas y baldosas de cerámica barnizadas o esmaltadas	7	-14,9	82	-13,6
Vidrio de seguridad templado para automóviles aeronaves barcos y otros	5	14863,3	30	8430,7
Cemento Portland excepto cemento blanco o coloreado artificialmente	3	20,7	30	20,3
Bombonas botellas frascos de vidrio de capacidad superior a 0,33 L	1	-59,9	2	-4,5
Resto	12	-17,2	107	-28,1
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>-16,5</b>	<b>522</b>	<b>-9,8</b>

Fuente: SUNAT, Elaboración: PROMPERÚ

Las ventas al exterior para el sector minería no metálica ascendieron a US\$ 523 millones a octubre de 2016, lo que significó una caída de 9,9% respecto al mismo periodo del año pasado. Esta disminución de las exportaciones ésta asociada a los menores envíos hacia mercados como Chile (US\$ 13 millones menos / -

15.7%), México (US\$ 16 millones /-66.4%), y Argentina (US\$ 7 millones / -30.4%).

En cuanto a los productos consolidados, el principal producto fue el fosfato de calcio naturales aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler enviado a Estados Unidos y Brasil por US\$ 94

millones y US\$ 64 millones respectivamente. Dentro de los productos estrellas y con ventas superiores a los US\$ 5 millones se encuentran vidrios de seguridad (US\$ 31 millones / 8,4%) enviado principalmente a Estados Unidos (US\$ 31 millones); así como las botellas y frascos de vidrio (US\$ 16 millones) exportado principalmente a Colombia.

Los envíos al exterior del sector minería no metálica, a octubre de 2016, se distribuyeron en 90 mercados, 6 menos que los registrados en el periodo del año anterior. Según el valor exportado, son cuatro los mercados que tienen el 67% de participación de las exportaciones del sector y que en promedio agrupan un valor de US\$ 352 millones siendo India el cuarto mercado de destino de nuestros despachos.

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

Mercado	Oct, 2016	Var.% Oct, 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	17	-24,1	158	1,2
Brasil	8	-28,8	68	-2,1
Chile	6	4,3	67	-15,7
India	9	48,8	58	7,7
Bolivia	3	26,4	30	9,2
Resto	10	-37,5	139	-27,1
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>-16,5</b>	<b>522,00</b>	<b>-9,8</b>

Fuente: SUNAT, Elaboración: PROMPERÚ

Adicionalmente, a pesar que las exportaciones se dirigieron a 24 países europeos, dicho continente solo representó el 2% del valor exportado. Entre los países con mayor dinamismo se encuentran mercados como Malasia (US\$ 9 Millones / 170,2 %) explicado principalmente por las exportaciones de fosfato de calcio naturales aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler; India (US\$ 58 millones / 7,7%) por las ventas al exterior de fosfato de calcio naturales aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler y Bolivia (US\$ 31 millones / 9,2 %), por los envíos de cemento portland.

A octubre de este año, se exportaron 164 sub partidas a 90 mercados por 688 empresas exportadoras, 36 menos que las registradas en el mismo período de 2015. De este grupo, 7 fueron grandes, 18 medianas, 48 pequeñas y 615 microempresas. Cabe destacar que el 96% de las exportaciones fueron realizadas por las grandes y medianas empresas por US\$ 446 millones y US\$ 56 millones respectivamente.

Las exportaciones de este sector se concentraron en Piura (50%), Lima (39%) y Arequipa (6%). Los principales productos enviados desde Piura fueron el fosfato de calcio naturales aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas sin moler (US\$ 249 millones) y la andalucita, cianita y silimanita (US\$ 9 millones) enviados principalmente a Estados Unidos y Países Bajos, respectivamente; mientras que en Lima el principal producto enviado corresponde a las placas y baldosas de cerámica barnizadas o esmaltadas para pavimentación o revestimiento y los vidrios de seguridad para automóviles, por US\$ 82 millones y US\$ 31 millones cada uno, enviados principalmente a Chile y Estados Unidos respectivamente.

## 2.6 Sector Siderometalúrgico

Las ventas al exterior para el sector siderometalúrgico ascendieron a US\$ 811 millones a octubre de 2016, lo que significó una variación negativa de 4,9% respecto al mismo periodo del año previo. Esta disminución de las exportaciones ésta asociada a los menores envíos hacia mercados como Colombia (US\$ 30 millones / -18,6%), Bélgica (US\$ 24 millones / -27,4%), Venezuela (US\$ 11 millones / -53,5%) e Italia (US\$ 9 millones / -43,3%).

Sector Siderometalúrgico: Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Cinc sin alear con un contenido de cinc inferior al 99,99% en peso	23	91,0	189	18,1
Plata en bruto aleada	9	-13,7	137	31,0
Alambre de cobre refinado con la mayor dimensión de la sección tra	13	-40,3	127	-29,8
Barra de hierro o acero sin alear con muescas, cordones o relieves	5	-25,8	71	5,9
Barras y perfiles de cobre refinado	3	-41,8	34	-41,7
Resto	27	-12,4	254	-10,4
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>-8,2</b>	<b>811</b>	<b>-4,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

En cuanto a los productos consolidados, el principal producto fue el cinc sin alear con un contenido inferior al 99,9% en peso enviado a Bélgica y Estados Unidos por US\$ 62 millones y US\$ 53 millones respectivamente. Dentro de los productos

estrellas y con ventas superiores a los US\$ 5 millones se encuentran las latas para cerrar por soldaría de fundición de hierro o acero capacidad < 50 lt (US\$ 5 millones / +47,8%) enviado principalmente a Ecuador (US\$ 3 millones); así como el material de andamiaje encofrado de fundición de hierro o acero (US\$ 13 millones) exportado principalmente Chile y México.

Los envíos al exterior del sector siderometalúrgico a octubre de 2016 se distribuyeron en 83 mercados, uno menos que los registrados en el periodo del año anterior. Según el valor exportado, América del Sur representó el 40% de las exportaciones, los 3 mercados que conforman América del Norte el 32%, y 23 países de Europa representaron el 18%. Adicionalmente, a pesar que las exportaciones se dirigieron a 18 países asiáticos, dicho continente solo representó el 5% del valor exportado. Entre los países con mayor dinamismo se encuentran mercados como Alemania (US\$ 30 Millones / 90,5 %) explicado principalmente por las exportaciones de cinc sin alear con un contenido de cinc inferior al 99.99% en peso; Brasil (+US\$ 40 millones / 20,1%) por las ventas al exterior de alambre de cobre refinado con la mayor dimensión de la sección transversal superior a 6MM y Sudáfrica (US\$ 25 millones / 26,5 %), por los envíos de cinc sin alear.

## Sector Siderometalúrgico: Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	16	-10,2	212	7,3
Colombia	13	-38,9	131	-18,6
Bolivia	11	-2,7	92	-3,2
Bélgica	7	-4,5	65	-27,4
Brasil	6	70,0	40	20,1
Resto	28	4,3	271	-2,4
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>-8,2</b>	<b>811</b>	<b>-4,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A octubre de este año, se exportaron 264 sub partidas a 83 mercados por 569 empresas exportadoras, 18 menos que las registradas en el mismo período de 2015. De este grupo, 11 fueron grandes, 26 medianas, 72 pequeñas y 460 microempresas. Cabe destacar que el 97% de las exportaciones fueron realizadas por las grandes y medianas empresas por US\$ 714 millones y US\$ 70 millones, respectivamente.

Las exportaciones de este sector se concentraron en Lima (63%), Arequipa (12%) y Callao (11%). Los principales productos enviados desde la capital fueron el cinc sin alear con un contenido < 99.99% en peso (US\$ 187 millones) y el alambre de cobre refinado (US\$ 127 millones) enviados principalmente a Bélgica y Colombia respectivamente; mientras que en Arequipa el principal producto fue las barras de hierro o acero sin alear y la plata bruta aleada, por US\$ 43 millones y US\$ 29 millones cada uno, enviados principalmente a Bolivia y Estados Unidos respectivamente.

## 2.7 Sector Metal Mecánico

Las exportaciones del sector metal mecánico a octubre de 2016 sumaron US\$ 382 millones, lo que significó una variación negativa de 50,3% respecto al mismo periodo del año anterior. Entre los mercados que han ocasionado la disminución de las ventas de este sector se encuentran mercados como Estados Unidos (-27,0%) por las menores ventas de las demás partes de máquinas grúas, aplanadoras y de perforación; y partes de máquinas y aparatos para triturar; México (-42,7%) por las ventas de las máquinas y aparatos para llenar, cerrar y tapar botellas; Así como, Colombia (-93,7%) explicado por la reducción de los envíos de los demás conductores eléctricos para una tensión > 1000V de cobre.

## Sector Metalmecánica: Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Las demás partes de máquinas grúas, aplanadoras y de perforación	1	-38,5	17	55,1
Partes de máquinas y aparatos para triturar	1	-30,8	12	-31,9
Máquina de sondeo o perforación autopropulsadas	0	-98,3	7	-48,1
Grupos electrógenos o perforación autopropulsadas	1	9,0	7	4,7
Cargadoras y palas cargadoras de carga frontal	1	-42,0	6	-47,1
Resto	42	-33,7	333	-189,8
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>-34,4</b>	<b>382</b>	<b>-50,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Con relación a los productos consolidados, el principal producto corresponde a las demás partes de máquinas grúas, aplanadoras y de perforación, las cuales fueron enviadas principalmente a Chile por US\$ 9 millones y a Estados Unidos por US\$ 5 millones. Las máquinas



y aparatos autopropulsados sobre neumáticos enviados principalmente a Panamá por US\$ 11 millones y a Chile por US\$ 2 millones. En cuanto a los productos estrellas con crecimientos en el valor de sus ventas se encuentran las máquinas y aparatos para llenar o tapar botellas (US\$ 4 millones) enviado principalmente a México; y las máquinas y aparatos para la preparación de pescado o de moluscos (US\$ 5 millones) exportado en su mayoría hacia Ecuador.

A octubre de 2016, las ventas al exterior de este sector se destinaron a 110 mercados, 21 menos que los registrados en mismo período del año anterior. Los cuatro principales destinos concentraron el 62% de las exportaciones. El mercado más importante fue Estados Unidos que tuvo una participación de 22% a octubre de 2016 y superó los US\$ 85 millones, debido a las mayores exportaciones de los demás motores de embolo y los engranajes y ruedas de fricción. Mientras que al mercado chileno, segundo mercado de destino, se realizaron envíos por US\$ 69 millones, siendo los principales productos enviados de las bolas y artículos similares para molinos y las partes de máquinas y aparatos para cribar. En cuanto a los mercados con mayor dinamismo y cuyas ventas superaron el millón de dólares, destacaron Irlanda (+716,2%) por los envíos de las partes y accesorios para máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y demás manufacturas de hierro o acero y aparatos de telecomunicación por corriente portadora.

**Sector Metalmecánica: Principales Mercados**  
(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Estados Unidos	7	-30,9	85	-27,0
Chile	5	-32,1	69	-7,8
Ecuador	10	218,5	47	5,7
Bolivia	4	25,9	34	-1,1
Panamá	7	57,5	30	102,4
Resto	13	-69,2	116	-75,9
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>-34,4</b>	<b>382</b>	<b>-50,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A octubre, se exportaron 1 263 subpartidas a 110 mercados por 1 904 empresas exportadoras, 62 empresas menos que las registradas en el periodo anterior. De este número de empresas, 1 548 fueron micro, 284 pequeñas, 67 medianas y 5 grandes empresa. Asimismo, 76 % de las exportaciones se realizaron a través de medianas y pequeñas empresas, exportando un valor de US\$ 203 millones y US\$ 88 millones respectivamente.

Lima y Callao cuentan con una participación de 90% y se mantienen como las regiones más importantes para las exportaciones de este sector, seguida por Arequipa y Tacna que tuvieron una participación 3% y 2% cada una respectivamente. Entre las regiones más dinámicas destaca Pasco por incrementar sus ventas en 1 156%, explicado por la comercialización de los aparatos para tratamiento de arroz y máquinas para mezclar, quebrantar y triturar. También destaca la región Ucayali por los envíos de motores para la propulsión de barcos y los demás artículos de grifería, llegando a exportar US\$ 1 millón.

## 2.8. Sector Maderas y Papeles

Los envíos al exterior del sector maderas y papeles totalizaron US\$ 31 millones en octubre de 2016, acumulando en lo que va del año US\$ 260 millones. Con esto, el sector tuvo una caída de 11,7% respecto al mismo periodo del año pasado.

**Sector Maderas y Papeles: Principales Mercados**  
(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
China	6	71,3	48	4,0
Bolivia	5	4,1	42	-9,5
Chile	3	1,8	31	-3,7
Colombia	2	-1,2	22	-7,9
EE.UU.	2	3,5	20	-11,5
Resto	13	10,9	97	-21,4
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>26,7</b>	<b>260</b>	<b>-11,7</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Respecto a los mercados de destino, las exportaciones del sector se dirigieron a 104 países, cinco más que en similar periodo del año previo. Los cinco principales destinos concentraron el 63% del total exportado por el sector. De otra parte, los mercados que registraron incrementos importantes en la compra de productos fueron Jamaica (+391,9%) y Alemania (+218,5%). En el caso de Jamaica, fueron las ventas los demás libros, folletos e impresos publicitarios las que destacaron. Con Alemania, el aumento fue dado por una mayor demanda de madera moldurada. Del mismo modo se debe destacar las ventas realizadas mediante las zonas francas de nuestro país, principalmente las fronteras con Ecuador y Chile, por donde se han registrado ventas de diversos productos

como papel higiénico, cajas de papel o cartón corrugado, pañuelos o toallitas para desmaquillar, entre otros.

De otro lado, los cinco principales productos exportados por el sector concentraron el 49% del total enviado. Los productos con mayores incrementos en las exportaciones fueron los artículos moldeados o prensados de pasta de madera (+208,8%), que tienen gran demanda en Guatemala y Chile. Del mismo modo, las compresas y tampones higiénicos (+86,4%), tuvieron mayores ventas en Bolivia y Ecuador. También figuran los desperdicios o desechos de papel y cartón (+248%), gracias a un incremento en las ventas hacia Ecuador y Colombia.

#### Sector maderas y Papeles : Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
Tablillas y frisos para parqués	5	110,6	30	-34,3
Pañales para bebés	3	15,3	29	-26,8
Impresos publicitarios, catálogos y similares	2	-28,6	25	-8,1
Madera moldurada	2	24,4	22	92,3
Demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	2	13,3	20	-20,6
Resto	17	28,9	134	-11,6
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>26,7</b>	<b>260</b>	<b>-11,7</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

En el periodo de análisis, se registraron 1 005 empresas exportadoras, sesenta menos en comparación al mismo periodo de 2015. De este grupo, 871 fueron microempresas, 90 pequeñas, 38 medianas y 6 grandes. Las microempresas representaron el 3% del total exportado por el sector, las pequeñas empresas el 11%, las medianas el 37%, y las empresas grandes exportan el 49% restante.

A nivel de regiones, Lima lidera las exportaciones con 79% de participación, seguido de Ucayali (7%) e Ica (4%). Los productos que registraron mayores montos exportados desde Lima fueron los pañales para bebés, así como los impresos publicitarios, catálogos comerciales y demás similares. En tanto, Ucayali destaca por los envíos de tablillas y frisos para parqués y maderas densificadas en bloques. En Ica, los productos representativos fueron los demás papeles para acanalar y los testliner de fibras recicladas. Por otro lado, los envíos realizados desde Lima tuvieron como principales destinos Bolivia, China y Colombia; los de Ucayali se dirigieron principalmente hacia China y Estados Unidos; y los de Ica se exportaron, en su mayoría, a Chile y Ecuador.

## 2.9. Sector Varios (Inc. Joyería y Artesanías)

Las exportaciones del sector varios (incluye joyería y artesanías) totalizaron US\$ 20 millones en octubre de 2016, con lo que el acumulado es de US\$ 152 millones para el presente año. Con esto se tuvo una variación negativa de 0,6%, respecto a similar periodo del año previo.

#### Sector Varios (Inc. Joyería): Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Oct. 2016	Var.% Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var.% Ene - Oct 16/15
EE.UU.	8	11,0	82	31,4
Ecuador	1	-33,3	14	-0,9
Bolivia	2	-20,1	12	-21,2
Chile	2	85,4	12	-23,0
Colombia	1	-10,3	10	-28,8
Resto	4	-35,6	40	-20,8
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>-6,6</b>	<b>170</b>	<b>-1,2</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Hasta octubre de 2016, los productos varios fueron enviados a 95 mercados, uno más que en similar periodo del año previo. Los cinco principales explicaron el 76% del total exportado. Por otra parte, entre los mercados más dinámicos, con incrementos importantes en sus ventas al exterior, destacaron Japón (+164,2%), Austria (+139,5%), y España (+47,3%). Para Japón, los demás desperdicios de metales preciosos fueron los productos de mayor recaudación. En el caso de Austria, la mayor demanda de artículos de joyería de oro motivó el crecimiento. Finalmente, el mercado español demandó más artículos de bisutería, así como artículos de joyería de oro y plata.

Durante el periodo enero-octubre del presente año, los principales cinco productos concentraron el 51% del total enviado al exterior por el sector. De otra parte, cabe destacar aquellos productos que tuvieron mayores incrementos en las ventas al exterior como los demás desperdicios de metal precioso chapado (+252,3%) cuya principal demanda proviene de Japón, Estados Unidos y Panamá; asimismo, los balones y pelotas inflables (+22,4%), enviados en gran parte hacia Colombia y Chile; y las partes de cierras de cremallera (+18,7%) por sus mayores envíos hacia Argentina y Colombia.

Sector Varios (Inc. Joyería) : Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Oct. 2016	Var. % Oct. 16/15	Ene - Oct 2016	Var. % Ene - Oct 16/15
Artículos de joyería de oro	6	-6,6	56	32,9
Las demás bisuterías de metales comunes	1	27,6	10	-39,6
Bolígrafos	1	-60,6	7	-18,3
Partes de cartuchos para armas largas	1	13,1	7	36,9
Rotuladores y Marcadores con punta de fieltro	1	47,6	7	-23,5
Resto	8	8,2	83	-8,4
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>-19,1</b>	<b>170</b>	<b>-1,2</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Hasta octubre, se registraron 1 463 empresas exportadoras; entre ellas 1 306 fueron microempresas, 137 pequeñas, 18 medianas y 2 grandes. Las empresas grandes exportaron 38% del total del sector; las medianas el 33%, mientras que las pequeñas representaron 20% y las microempresas el 9%.

A nivel de regiones, Lima concentró el 91% de los envíos; le siguieron Callao y La Libertad con 5% y 2% de participación, respectivamente. Los principales productos exportados desde Lima fueron los artículos de joyería de oro y las demás bisuterías de metales comunes. En tanto, La Libertad tuvo mayores ventas de calzado impermeable con puntera metálica y los que cubren el tobillo. En el Callao destacaron los cierres de cremallera y sus partes. Los envíos de Lima estuvieron dirigidos, principalmente, hacia Estados Unidos, Ecuador y Bolivia; los del Callao a los mercados colombiano, brasileño y argentino. Finalmente las ventas de La Libertad tuvieron como mayor destino al mercado chileno, aunque se ve un incremento en la participación de Ecuador y Estados Unidos.

### III. Exportaciones Tradicionales

Las exportaciones tradicionales sumaron US\$ 20 024 millones a Octubre de 2016, lo que significó una variación positiva de 6,8% respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se debió principalmente a las ventas de cobre y oro, con crecimientos de 22,5% y 7,1% respectivamente. En los 10 primeros meses del 2016, un total de 629 empresas peruanas exportaron 100 productos tradicionales a 84 mercados. Los cinco principales destinos para los productos tradicionales peruanos fueron China (US\$ 6 411 millones / 32 % de participación), Estados Unidos (US\$ 2 402 millones / 12%), Suiza (US\$ 2 117 millones / 11%), Canadá (US\$ 1 212 millones / 6%) y Corea del Sur (US\$ 915 millones / 5%). A nivel de continentes, Asia se consolidó como el principal destino de las exportaciones tradicionales peruanas, con el 48% del total explicado por los envíos de cobre, principalmente. A su vez, Europa tuvo 22% de participación en estas exportaciones por los envíos de oro y cobre, mientras que América del Norte tuvo el 18% de participación por los envíos de petróleo.

#### 3.1 Sector Minero

Las exportaciones en el sector minero registraron ventas al exterior por US\$ 16 575 millones entre Enero y Octubre del 2016, con un importante dinamismo al incrementarse 11,3% con respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, se registró como principal producto de exportación al cobre y sus concentrados y minerales (US\$ 8 014 millones), seguido del oro (US\$ 5 272 millones), posteriormente el plomo (US\$ 1 298 millones). Asimismo, el dinamismo y crecimiento de este sector en el mes de Octubre ha permitido que nuestros principales mercados compradores sean China (US\$ 882 millones), luego tenemos otros mercados compradores como EE.UU. (US\$ 144 millones), Suiza (US\$ 214 millones) y Corea del Sur (US\$ 100 millones).

Cabe resaltar que la producción de cobre en Perú ha sido impulsada por las minas Bambas y Constancia, así como también la expansión de Cerro Verde. Por otro lado, se estima que este crecimiento en la minería se desacelere, ya que las minas que entraron en operación el año pasado están cerca de llegar a su punto

máximo de operación. Tal como menciona el reporte del BBVA Research, al cuarto trimestre de 2016, la moderación de la minera y los ajustes fiscales anunciados llevarán a cerrar el año con un crecimiento de 3,9%.

Como menciona, además, el portal de BBVA Research, en el Perú hay una cartera de proyectos por US\$ 43 569 millones – lo cual es equivalente al 22% del producto bruto interno (PBI) – de los cuales US\$ 10 271 millones se encuentran paralizados por conflictos sociales (aproximadamente 52% del PBI), dentro de los cuales están Conga, Galeno, Río Blanco y Tía María. Asimismo, hay US\$ 7 863 millones en proyectos mineros que ya cuentan con estudios avanzados, pero no iniciarán su construcción por decisión de las propias empresas, como Quellaveco y la Ampliación de Toromocho.

### 3.2 Sector Petróleo y Gas Natural

Las exportaciones del sector petróleo y gas natural totalizaron ventas al exterior de US\$ 1 665 millones en el periodo enero - octubre de 2016 con un decrecimiento de 18,4% en comparación al año previo. Asimismo, en el mes de octubre de 2016, las exportaciones alcanzaron los US\$ 240 millones creciendo en 125,1% con respecto a octubre de 2015. Los principales mercados de destino del sector fueron Estados Unidos (US\$ 469 millones), Panamá (US\$ 246 millones), Brasil (US\$ 187 millones), México (US\$ 152 millones) y España (US\$ 150 millones).

### 3.3 Sector Agro Tradicional

Las exportaciones tradicionales alcanzaron unos US\$ 648 millones entre enero y octubre de 2016 con un importante dinamismo al incrementarse en 21,4% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Las exportaciones de café lideran las cifras con US\$ 538 millones (+17,8%) en los primeros diez meses del presente año. Este comportamiento positivo es destacable si se tiene en cuenta que mercados como Estados Unidos (US\$ 159 millones), Italia (US\$ 18 millones), México (US\$ 11 millones), Francia (US\$ 19 millones) y Alemania (US\$ 141 millones) han mantenido una tendencia positiva en sus demandas, representando un 65% del total exportado de café. Si a ello, le sumamos el hecho que los precios (US\$ cents/lb) han mantenido una tendencia creciente durante todo el año, en todas las variedades según lo que indica la ICO, a través de su índice de precios, pues nos encontramos ante un escenario favorable para el desempeño del café.

Asimismo vale mencionar que también destacan las exportaciones de chancaca (+ US\$ 26 millones), azúcar (+ US\$1 millón) y melaza (+US\$ 500 mil).

Los mercados más dinámicos para los productos del sector agro tradicional, en los diez primeros meses del presente año, fueron Estados Unidos (US\$ 188 millones), Colombia (US\$ 34 millones), España (US\$ 15 millones), Italia (US\$ 21 millones), entre otros.

### 3.4 Sector Pesca Tradicional

Los envíos al exterior de productos pesqueros tradicionales sumaron US\$ 1 136 millones entre enero y octubre de 2016, lo que significó una caída de 12,5% en relación a similares meses de 2015, y representaron un total de 4% de las exportaciones totales peruanas.

Entre enero y octubre de 2016, la harina de pescado totalizó US\$ 893 millones de ventas externas (-13,4% de variación con respecto a 2015); y los destinos más importantes fueron China (US\$ 630 millones / - 19,4% de variación), Alemania (US\$ 88 millones / + 71,0%), Vietnam (US\$ 35 millones / + 14,7%) y Japón (US\$ 33 millones / + 0,8%). Por otro lado, destacó el incremento de las exportaciones a Alemania (+US\$ 37 millones), Australia (+US\$ 6 millones) e Indonesia (+US\$ 3 millones).

En cuanto al aceite de pescado, las exportaciones durante los diez meses del año ascendieron a US\$ 244 millones, mostrando una caída de 9,1% con respecto a similar periodo de 2015. Asimismo, los principales destino fueron Dinamarca (US\$ 48 millones / -55,9% de variación) y Canadá (US\$ 46 millones / - 68,9%), Bélgica (US\$ 36 millones / + 50,6%).