

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

---

información

2015

**Nota de Prensa Mensual**

**Abril 2015**



*prom*  
perú

### I. Exportaciones totales

Las exportaciones peruanas sumaron US\$ 2 192 millones en abril y acumularon en el primer cuatrimestre US\$ 10 056 millones, con lo cual disminuyeron 27,7% y 19,5% respectivamente, en comparación a similar periodo de 2014. Esta caída se debió a las menores ventas en economías como China, Estados Unidos, Canadá, España y Brasil, países que en conjunto son el destino del 49% de los envíos peruanos al exterior.

Del mismo modo, se debe señalar que hubo una reducción en el número de empresas exportadoras (-323) con respecto al mismo periodo del año anterior; de esto se debe indicar que hubo 4 empresas grandes las que dejaron de exportar durante el primer cuatrimestre de 2015.

Entre enero y abril del 2015, un total de 4 828 empresas exportaron 3 516 productos (HS10) a 158 mercados. El principal destino fue China, mercado al que se exportó US\$ 1 864 millones y registró una participación de 18%. Le siguieron Estados Unidos (US\$ 1 502 millones), Suiza (US\$ 910 millones), Canadá (US\$ 728 millones) y España (US\$ 430 millones).

Entre los mercados más dinámicos, para los primeros cuatro meses de 2015, se tuvieron a Finlandia, que paso de comprar US\$ 2 millones en 2014 a US\$ 29 millones en 2015; Suecia (US\$ 30 millones / +365,0%), Sudáfrica (US\$ 26 millones / +72,6) y Francia (US\$ 91 millones / +25,3%).

En abril de 2015, los productos más exportados fueron oro en bruto (US\$ 395 millones), minerales de cobre (US\$ 529 millones), minerales de zinc (US\$ 115 millones) y minerales de plomo (US\$ 93 millones).

### II. Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales sumaron US\$ 707 millones en abril de 2015, lo que significó una caída del 17,4% respecto al mismo mes del año anterior. Esto se debió a los menores envíos de productos agropecuarios (-4,7%), químicos (-11,4%), textiles (-34,8%) y pesqueros (-21,5%). En el periodo acumulado enero-abril, las exportaciones del sector registraron un descenso de 7,7% al sumar un nivel de ventas al exterior de US\$ 3 432 millones, Esta caída se debió en gran medida al descenso en el monto de exportaciones de sectores de gran envergadura como el textil (-US\$ 154 millones), el pesquero (-US\$ 52 millones) y el metal - mecánico (-US\$ 46 millones).

Pese a ello, los sectores agropecuario (US\$ 1 288 millones / 4,6% de variación) y minería no metálica (US\$ 219 millones / 3,3% de variación) registraron crecimientos respecto al primer cuatrimestre de 2014. Asimismo, vale destacar la continuación de la tendencia positiva para el sector agropecuario al registrar un crecimiento promedio en los primeros cuatro meses del 12,3% desde el año 2011.

El principal destino de los envíos no tradicionales fue Estados Unidos, entre enero - abril del presente año, mercado que concentró el 24% de las ventas del sector no tradicional con US\$ 833 millones y una caída de 3,5%. Países de la región como Colombia (US\$ 223 millones / -15,8%), Chile (US\$ 217 millones / 4,4%), Ecuador (US\$ 209 millones / -13,8%), Bolivia (US\$ 178 millones / -0,6%) y Brasil (US\$ 137 millones / -17,0%) se ubicaron dentro de los 10 principales mercados para estos productos. En tanto, Países Bajos (US\$ 216 millones / 0,8%) y España (US\$ 137 millones / -3,6%) fueron los mercados más importantes en Europa, mientras que China (US\$ 152 millones / -16,5%) y Hong Kong (US\$ 70 millones / -12,5%) destacaron en Asia. Además, por su dinamismo también destacan Reino Unido (US\$ 72 millones / 22,7%), México (US\$ 82 millones / 12,2%) y Corea del Sur (US\$ 49 millones / 30,4%).

En total se exportaron 3 432 productos no tradicionales a 153 mercados. Estas ventas fueron realizadas por 4 589 empresas de las cuales 60% fueron micro exportadoras (empresas que exportaron por montos menores a US\$ 100 mil). Del mismo modo, las exportaciones realizadas por las grandes empresas representaron el 43% del total de envíos no tradicionales al exterior, este monto se vio reducido en un 11,3% respecto a similar periodo de 2014 (-US\$ 190 millones). Asimismo, los envíos realizados por las pequeñas empresas también se vieron afectados durante el primer cuatrimestre de 2015, al reducirse en US\$ 84 millones, con respecto al año previo.

#### 2.1. Sector Agro No Tradicional

Las exportaciones agropecuarias sumaron US\$ 236 millones en abril y acumularon un total de US\$ 1 288 millones. Con estos montos si bien se obtiene una variación negativa en el comparativo mensual (-4,7%), en el acumulado del año hay un incremento de 4,6%. Además, se debe resaltar que durante ese periodo se registraron 133 empresas que exportaron más de US\$ 100 mil y que en similar periodo del año pasado no realizaron envío alguno al exterior.

## Sector Agro: Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	59	0,7	341	13,2
Países Bajos	38	-0,5	202	4,5
Ecuador	18	7,5	79	21,0
España	18	-7,9	73	3,6
China	1	-35,3	64	2,2
Resto	102	-9,7	529	-1,8
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>-4,7</b>	<b>1 288</b>	<b>4,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

México (+US\$ 7 millones / +77,0%). Las ventas a Estonia estuvieron sustentadas básicamente por cacao en grano. Mientras en Benín lideraron los envíos de leche evaporada; en Corea del Sur destacó la demanda de mangos y uvas frescas; y en México el producto de mayor recaudación fue la paprika.

A abril de 2015, se registraron exportaciones de 452 partidas arancelarias. Las uvas, mangos y espárragos frescos, así como los mangos congelados mantuvieron el liderazgo del sector tomando en cuenta que los primeros meses del año son de temporada alta para los cultivos mencionados. El crecimiento mostrado por las exportaciones de estas subpartidas ha logrado reducir el impacto de las menores ventas de productos clave como las conservas de alcachofas, espárragos congelados y quinua en grano.

## Sector Agro: Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Uvas frescas	1	-23,6	234	1,4
Mangos frescos	6	4,4	150	26,2
Espárragos frescos	23	19,7	95	26,4
Mangos congelados	7	3,0	53	25,6
Demás preparaciones alimenticias	13	11,4	52	12,5
Resto	186	-8,3	704	-2,0
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>-4,7</b>	<b>1 288</b>	<b>4,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los envíos de uvas frescas sumaron US\$ 234 millones durante el periodo enero-abril de 2015 y experimentaron un ligero crecimiento de 1,4%. La variedad Red Globe sigue mostrando importante posicionamiento y se va consolidando en mercados del Asia Pacífico, especialmente en China y Hong Kong, frente a la competencia estadounidense y chilena. Sin embargo, los precios internacionales alcanzados por esta variedad durante el primer trimestre del año han sido inferiores respecto a los obtenidos durante la temporada anterior debido a la sobreoferta de uva peruana en Asia.

Los productos estrella para este periodo fueron la maca fresca (+US\$ 3 millones), leche condensada (+US\$ 2 millones), cacao en grano (+ 390,8%), productos a base de cereales (+ 122,5%) y frutas del tipo maracuyá y granadilla (+ 196,5%). La maca fresca se envió mayoritariamente a Hong Kong; la leche condensada a Estados Unidos y el cacao en grano a Estados Unidos y Países Bajos. En tanto, los productos a base de cereales, tuvieron como principal destino el mercado ecuatoriano; mientras que las frutas del tipo maracuyá y granadilla se dirigieron en mayor cuantía a Estados Unidos.

Entre los meses de enero y abril de 2015, se registraron 1 249 empresas que exportan productos del sector agropecuario no tradicional, lo que significó un aumento de 74 empresas con relación a similar periodo de 2014. De ellas, 22 vendieron más de US\$ 10 millones, 232 entre US\$ 1 millón y US\$ 10 millones, 440 entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón, y 555 menos de US\$ 100 mil.

A nivel de Regiones, Ica lideró las exportaciones (US\$ 332 millones), seguido por Lima (US\$ 302 millones) y Piura (US\$ 218 millones). El liderazgo de Ica se explica principalmente por las ventas de uvas frescas, aunque también destacan los envíos de espárragos tanto frescos como congelados. Mientras que Lima exporta principalmente leche evaporada, paltas frescas y quinua. Piura realizó despachos importantes de mangos y bananas frescas. Además, destacó el incremento de los envíos de Tumbes (US\$ 2 millones / +94,7%), Ancash (US\$ 32 millones / +81,5%) y San Martín (US\$ 15 millones / +46,1%). En el caso de Tumbes, este crecimiento ha sido gracias a envíos de banano fresco; en Ancash destacan los despachos de mangos frescos y congelados y para la región San Martín el cacao en grano es el producto de mayor representatividad.

## 2.2 Sector Textil y Confecciones

Las exportaciones del sector sumaron US\$ 95 millones en abril, lo que significó un acumulado de US\$ 439 millones durante los primeros cuatro meses del año. El comportamiento de Venezuela influyó negativamente provocando una caída en los envíos del sector. Así también, pero en menor medida, la disminución de las exportaciones a Estados Unidos y Colombia, cayeron 19,0% y 29,2% respectivamente, con respecto al periodo acumulado de 2014. Si no consideramos a Venezuela el sector tendría una reducción de 16,9%.

### Sector Textil y Confecciones: Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	41	-21,9	195	-19,0
Brasil	6	-32,7	29	-5,9
Ecuador	6	-48,8	26	-24,0
Colombia	4	-51,4	22	-29,2
Venezuela	3	-88,7	21	-76,6
Otros	35	-13,1	146	-12,0
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>-34,8</b>	<b>439</b>	<b>-26,0</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Los cinco principales mercados concentran el 67% de las exportaciones del sector. Brasil, quien es el segundo principal mercado, fue el que tuvo una menor caída, alrededor de US\$ 2 millones menos con respecto al periodo acumulado. Por otro lado, los mercados con aumentos importantes fueron Corea del Sur (+US\$ 3 millones), Noruega (+US\$ 1 millón), Francia (+US\$ 1 millón) y China (+US\$ 1 millón). Estados Unidos tuvo una importante caída (US\$ 195 millones / -19,0% de variación), pero representó el 44 % de los envíos totales del sector.

El país que tuvo un buen dinamismo y al cual se exportó más de US\$ 5 millones durante el periodo acumulado fue Corea del Sur. Esto se debe principalmente al aumento en las exportaciones de productos como los demás pelos finos cardados o peinados (+US\$ 2 millones), hilados de pelo fino peinado (+US\$ 1 millón), prendas y complementos de vestir para bebés, de algodón (+US\$ 89 mil) y vestidos de algodón para mujeres y niñas (+US\$ 58 mil).

Por otra parte, un nuevo mercado al cual se exportó en el periodo acumulado fue San Vicente y La Granada, el monto exportado fue de US\$ 346 mil. Cabe mencionar que el único producto que se exportó hacia este destino fue t-shirt de algodón.

Los cinco principales productos representan el 44% de las exportaciones del sector. Los demás pelos finos cardados o peinados fue el único producto de los cinco principales que incrementó sus ventas en el periodo acumulado, el cual se utiliza como parte de la elaboración de chompas. Este producto tuvo importantes aumentos de valor en China (+US\$ 2 millones), Corea del Sur (+US\$ 2 millones) y Taiwán (+US\$ 361 mil). Además, cabe resaltar el incremento en ventas con respecto al periodo acumulado del 2014 de las prendas de vestir para uso profesional o deportivo, que ocupa el noveno lugar de las exportaciones con US\$ 10 millones. Este producto tiene una participación de 2% y un incremento de 6,3%. Los países donde se incrementaron sus ventas son Estados Unidos (+US\$ 3 millones), Argentina (+US\$ 51 mil), Alemania (+US\$ 31 mil), Hong Kong (+US\$ 28 mil) y Bolivia (+US\$ 22 mil). Por otra parte, las prendas vestir de punto de algodón para bebés también incrementaron sus exportaciones en 2,8% en el periodo acumulado, llegando a un monto de US\$ 10 millones en el periodo acumulado y sus principales mercados son Estados Unidos (US\$ 5 millones / + 5%), Chile (US\$ 720 mil / -11%), Ecuador (US\$ 534 mil / +3%), Argentina (US\$ 449 mil / +32%) y México (US\$ 392 / +14%).

### Sector Textil y Confecciones: Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
T-shirts de algodón	21	-21,6	93	-27,2
Polo shirts de algodón para caballeros	8	-51,2	55	-30,5
Los demás pelos finos cardados o peinados	5	-7,4	22	17,6
Suéteres, pullovers, chalecos y artículos similares	3	-57,8	12	-31,1
Polo shirts de algodón para damas	2	-41,5	12	-24,5
Otros	56	-35,4	245	-26,6
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>-34,8</b>	<b>439</b>	<b>-26,0</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Entre los productos estrella con alto potencial de crecimiento que destacaron durante el periodo enero-abril 2015 están las partes de prendas o complemento de vestir (US\$ 373 mil / +226,7%), faldas de punto de algodón (US\$ 144 mil / +189,9%) y abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares para hombres o niños (US\$ 105 mil / 99,7%). Las exportaciones de estos productos se dirigieron principalmente a Bolivia, Estados Unidos y Chile respectivamente.

Lima, con una participación de 71%, se mantiene como la región más importante para las exportaciones sectoriales seguido por Arequipa (13%), Ica (8%) y Callao (6%). A excepción de Lima, Ica y Callao, que disminuyeron cada una en 30,0%, 32,7% y 15,9% con respecto al acumulado, Arequipa creció 10,1%. En



general, la exportación del sector en regiones (sin contar Lima y Callao) disminuyó 12,7% con respecto a las exportaciones de los cuatro primeros meses de 2014.

Entre enero y abril de este año se exportaron 474 productos (HS6) a 92 mercados por 1 175 empresas. El 75% fueron microempresas, con exportaciones menores a US\$ 100 mil; y el 19% fueron pequeñas empresas, con exportaciones entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón.

### 2.3 Sector Pesca no tradicional

En el primer cuatrimestre de 2015, las exportaciones pesqueras no tradicionales sumaron US\$ 391 millones, es decir 11,7% menos que en similar periodo de 2014; y representaron 11% de las exportaciones con valor agregado y 4% de las totales.

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

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	19	-5,8	103	-1,8
China	13	-33,0	54	-27,4
España	11	-25,7	52	-7,9
Francia	5	-3,5	27	38,3
Corea del Sur	6	-7,9	26	2,6
Resto	24	-27,5	130	-20,4
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>-21,5</b>	<b>391</b>	<b>-11,7</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración PROMPERÚ

En total 95 productos pesqueros con valor agregado fueron enviados a 76 países entre enero y abril de 2015.

En los cuatro primeros meses de 2015, los envíos a mercados europeos como Italia (68,5% de variación respecto a similar periodo de 2014), Francia (38,1%) y Portugal (193,8%) tuvieron incrementos importantes, y pese a la disminución de las ventas totales del sector. Las mayores exportaciones a Italia fueron de pota (congelada y procesada),

filetes de anchoas y lomos de atún precocidos; a Francia de conchas de abanico congeladas y langostinos enteros congelados; mientras que a Portugal se vendió más lomos de atún precocidos.

Las exportaciones de perico, un producto pesquero con valor agregado y consolidado, se incrementaron entre enero y abril de 2015. Las dos partidas por las cuales se envía este producto al exterior tuvieron aumentos: filetes congelados de demás pescados (72,9% de variación) y, porciones congeladas de demás pescados (35,7%). Estados Unidos fue el principal mercado del perico de origen peruano, y el que explica las mayores ventas.

Sector Pesca No Tradicional: Principales productos  
(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr. 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Pota congelada	17	-35,7	87	-17,0
Pota procesada	13	-31,0	60	-11,1
Demás filetes congelados de pescados: perico, anguila	3	50,4	39	72,9
Conchas de abanico congeladas	6	-25,8	37	-10,5
Colas de langostinos congelados con caparazón	9	-22,3	29	-37,6
Resto	28	-7,5	139	-13,0
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>-21,5</b>	<b>391</b>	<b>-11,7</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración PROMPERÚ

Otros productos que aumentaron de forma significativa las ventas externas (productos dinámicos), de enero a abril de 2015, fueron trucha entera congelada (155,2% de variación) y lomos de atún precocidos (183,8%). Las ventas de trucha entera congelado aumentaron principalmente a China y Rusia; mientras que los lomos de atún precocidos a Italia, Portugal y España.

Las menores exportaciones del sector, entre enero y abril de 2015, se debieron en gran medida a la disminución de los envíos de pota congelada (-17,0% de variación respecto a similar periodo de 2014), colas de langostinos con caparazón congeladas (-37,6%) y demás algas (-59,1%).

Las menores ventas a Tailandia, Venezuela y España afectaron las exportaciones de este producto. Pese a ello, se registraron incrementos importantes de los envíos de pota congelada a mercados que ofrecen oportunidades importantes como Italia (108,5% de variación) y China (23,4%).

En el caso de las colas de langostinos con caparazón congeladas, el principal destino fue Estados Unidos, país al que se le envió 37,6% menos de este producto; sin embargo, se vienen consolidando las ventas a mercados como Arabia Saudita y México.

303 empresas peruanas exportaron productos pesqueros no tradicionales entre enero y abril de 2015. De estas empresas, 9 vendieron más de US\$ 10 millones, 69 entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 113 entre US\$ 1 millón y US\$ 100 mil, y 112 menos de US\$ 100 mil.

El 90% de las ventas externas de este sector las efectuaron las regiones del interior del país en el primer cuatrimestre de 2015. Piura representó el 61% del total exportado por el Perú y le siguieron Tumbes, Ica, Ancash y Tacna, regiones que explicaron 11%, 6%, 5% y 3%, respectivamente.

## 2.4. Sector Químico

A abril de 2015, las exportaciones de productos del sector químico ascendieron a US\$ 456 millones lo que significó una variación negativa de 6,9% respecto al mismo periodo del año previo. Esto es explicado por los menores envíos de envolturas flexibles y óxido de Cinc, productos que registran una variación negativa de 3,7% y 5,5% respectivamente. Asimismo, influyeron las menores compras de Colombia (-7,9%) y Ecuador (-11,6%). Sin embargo, productos como ácido sulfúrico, enviado a Chile, y lacas colorantes enviado a Brasil y Dinamarca, registran crecimientos importantes de 28,4% y 16,7% respectivamente. Entre los mercados de mayor crecimiento se encuentran, Republica Dominicana 80,6% y Nicaragua 163,8%.

Sector Químico: Principales Mercados  
(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Chile	16	6,3	74	6,5
Colombia	16	-1,9	68	-7,9
Bolivia	14	-10,1	59	2,0
Ecuador	12	-2,8	54	-11,6
Estados Unidos	7	-16,7	31	12,3
Resto	37	-22,1	170	-14,9
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>-11,4</b>	<b>456</b>	<b>-6,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Chile (US\$74 millones/ +6,5%) por los envíos de ácido sulfúrico (US\$ 24 millones).

Dentro de los productos estrella de alto potencial de crecimiento se encuentran ácido sulfúrico (US\$ 24 millones/ +28,4%), enviado a Chile, e hidróxido de sodio, (US\$ 10 millones/ +63,1%) enviado a Estados Unidos principalmente.

Asimismo, entre los productos consolidados tenemos envolturas flexibles (US\$ 48 millones/ -3,7%) cuyos envíos fueron realizados principalmente hacia Colombia y Estados Unidos asimismo, Óxido de Cinc (US\$ 23 millones / -5,5%) enviado principalmente a Alemania y Países Bajos.

Las exportaciones del sector se distribuyeron en 104 mercados, 6 menos en relación al mismo periodo del año previo. Los cinco principales mercados de destino, que significaron el 63% de las ventas totales del sector, fueron Chile (16%) Colombia (15%), Ecuador (12%), Bolivia (13%), y Estados Unidos (7%).

Entre los países con mayor dinamismo y ventas superiores a US\$ 10 millones se destacaron Estados Unidos (US\$ 31 millones/ +12,3%) por envíos de envolturas flexibles (US\$ 5 millones) y

Sector Químico: Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Envases flexibles	9	-18,5	48	-3,7
Ácido sulfúrico	5	23,5	25	28,4
Óxido de cinc	5	-19,8	23	-5,5
Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros de etileno	4	-26,0	18	-17,1
Lacas colorantes	3	-27,9	14	16,7
Resto	77	-9,9	328	-9,4
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>-11,4</b>	<b>456</b>	<b>-6,9</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

El número de empresas exportadoras fue de 1 082, es decir, diecisiete empresas menos con respecto al mismo período de 2014, de las cuales, 11 fueron grandes, 61 medianas, 160 pequeñas y 850 micro empresas.

A nivel de regiones, las exportaciones se concentraron en Lima (64%) y Callao (22%). Los principales productos enviados desde la capital fueron envases flexibles (US\$ 48 millones) y las demás placas y hojas de polímeros de etileno (US\$ 16 millones) Por otro lado, los envíos realizados desde Lima tuvieron como principales destinos Colombia y Bolivia.

## 2.5 Sector Minería No Metálico

Las exportaciones de productos de minería no metálica sumaron US\$ 219 millones a abril de 2015, lo cual significó una variación positiva de 3,3% respecto al mismo periodo de 2014. Este comportamiento se sustenta fundamentalmente por la mayor demanda de placas y baldosas de cerámica (27,2% de crecimiento/ +US\$ 8 millones) y Cemento Clinker (587,0% / +US\$ 7 millones) así como por mayores compras por parte de Chile (+37,8%) y Bolivia (+70,3%).

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

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	7	-40,8	42	6,5
Chile	9	14,2	36	-7,9
Brasil	7	-23,7	30	2,0
India	5	-57,1	17	-11,6
Colombia	2	-37,1	12	12,3
Resto	20	64,8	82	-14,9
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>-10,4</b>	<b>219</b>	<b>3,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

La totalidad de productos se dirigieron a 78 mercados, 9 menos con respecto al mismo periodo en 2014. Los cinco principales mercados de destino, que significaron el 63% de las ventas totales del sector, fueron Estados Unidos (19%), Chile (17%), Brasil (14%), India (8%), y Colombia (5%).

Entre los mercados de mayor crecimiento se encuentran, Egipto (+US\$ 3 millones) por los envíos de Antracitas y Australia (+US\$ 3 millones) por los envíos de vidrio de seguridad. Por otro lado, entre los países con mayor dinamismo y ventas superiores a US\$ 10 millones se encuentran Chile (US\$ 36 millones/ +37,8%) por los envíos de placas y baldosas y Bolivia (US\$ 11 millones / +70,3%) por los envíos de cemento Portland.

Asimismo, entre los nuevos mercados a los que se ha exportado en este periodo tenemos, Puerto Rico (US\$ 4 millones) e Indonesia (US\$ 3 millones) por los envíos de bombonas, botellas y frascos de vidrio y fosfatos de calcio. El 44% de las exportaciones de minería no metálica se encuentran concentradas en un solo producto: fosfatos de calcio. Le siguen en orden placas y baldosas barnizadas (18%) y Antracitas (6%).

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

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Fosfatos de calcio naturales	25	-17,5	95	-14,1
Los demás placas y baldosas, de cerámica, barnizadas o esmaltadas	9	26,1	39	27,2
Antracitas	3	147,4	14	386,6
Cemento portland	3	25,8	11	66,9
Cementos sin pulverizar (clinker)	2	41,9	8	587,0
Resto	9	-38,8	52	-12,9
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>-10,4</b>	<b>219</b>	<b>3,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Dentro de los productos estrella de alto potencial de crecimiento están Antracitas (US\$ 14 millones / 386,6%) cuyos envíos fueron realizados hacia Egipto, Cemento Clinker (US\$ 8 millones/ 587,0% de crecimiento), enviado principalmente a Chile y fosfatos de calcio y cretas fosfatadas (US\$ 2 millones/ 1580,7% de crecimiento) enviados a Ecuador.

Asimismo, entre los productos consolidados y de mayor dinamismo tenemos a Placas y baldosas barnizadas (US\$ 38 millones/ +27,2%) cuyos envíos fueron realizados principalmente hacia Chile, Colombia y Estados Unidos. Asimismo, Antracitas (US\$ 14 millones/ +386,8%) enviado principalmente a Egipto y Malasia.

El número de empresas exportadoras a Abril de 2015 fue de 423, es decir, 3 menos que las registradas en el mismo periodo de 2014. De este grupo, 4 fueron grandes, 18 medianas, 33 pequeñas y 368 microempresas.

A nivel de regiones, las exportaciones se concentraron en Piura (46%) y Lima (37%). El principal producto enviado desde Piura fue fosfatos de calcio (US\$ 95 millones), mientras que en Lima fue placas y baldosas de cerámica (US\$ 38 millones) seguido de Bombonas, botellas y frascos de vidrio (US\$ 7 millones).

## 2.6. Sector Sidero Metalúrgico

Sector Sidero Metalúrgico: Principales Mercados  
(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Colombia	20	61,5	68	-0,8
Estados Unidos	10	-40,5	59	-18,3
Bélgica	9	-25,2	40	34,8
Bolivia	8	-16,0	37	-10,2
Brasil	5	-9,7	12	-61,2
Resto	21	-19,2	91	-13,1
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>-11,7</b>	<b>307</b>	<b>-11,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Las ventas al exterior ascendieron a US\$ 307 millones a abril de 2015, lo que significó una variación negativa de 11,6% respecto al mismo periodo del año previo. Los envíos del sector al exterior se distribuyeron en 70 mercados, dos mercados menos en relación al mismo periodo del año previo.

Los cinco principales mercados de destino, que significaron el 70% de las ventas totales del sector, fueron Colombia (22%), Estados Unidos (19%), Bélgica (13%), Bolivia (12%) y Brasil (4%).

Entre los países con mayor dinamismo y cuyas ventas superan los US\$ 4 millones se encuentran Sudáfrica (US\$ 12 millones / + 509,1%), explicado principalmente por las exportaciones de cinc sin aler y sus

manufacturas, y Bélgica (US\$ 40 millones / + 34,8%), debido a las mayores ventas de cinc sin alear y laminados elaborados en base de este metal.

En cuanto a los productos consolidados, el cinc sin alear fue enviado a Bélgica y Sudáfrica por US\$ 36 millones y US\$ 11 millones, respectivamente, ambos mercados han incrementado sus compras en 34,8% y 509,1% cada uno.

Dentro de los productos estrella y con ventas superiores a US\$ 2 millones se encuentran las chapas y tiras de cobre refinado (US\$ 9 millones / + 21,6%) enviadas básicamente a Estados Unidos y México. Asimismo, Desperdicios y desechos de aluminio (US\$ 4 millones / + 35,2%), cuyos envíos fueron realizados a Taiwán, Ecuador y China.

Sector Minería no Metalúrgica: Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Alambre de cobre refinado	22	14,4	74	-27,4
Cinc sin alear	13	-36,4	70	20,1
Barras y perfiles de cobre refinado	5	-26,8	26	10,4
Barra de hierro o acero sin alear	7	57,8	23	-15,3
Plata en bruto aleada	1	-	10	0,8
Resto	27	-20,0	104	-17,6
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>-11,7</b>	<b>307</b>	<b>-11,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A abril de 2015, se registraron 197 subpartidas que fueron exportadas por 309 empresas exportadoras; es decir, 9 menos que las registradas en el mismo período de 2014. De este grupo, 6 fueron grandes, 10 medianas, 54 pequeñas y 239 microempresas. Cabe destacar que el 92% de las exportaciones fueron realizadas por las grandes y medianas empresas por US\$ 252 millones y US\$ 32 millones, respectivamente.

Las exportaciones de este sector se concentraron en Lima (73%), Arequipa (12%) y Callao (13%). Los principales productos enviados desde la capital fueron cinc sin alear con un contenido < 99,99% (US\$ 70 millones) y alambre de cobre refinado (US\$ 74 millones) enviados principalmente a Bélgica y a Colombia; mientras que en Arequipa, los principales productos fueron las barras de hierro sin alear (US\$ 22 millones) y la plata en bruto aleada (US\$ 5 millones), los cuales tuvieron como destinos Bolivia, Colombia y Estados Unidos, respectivamente. La región más dinámica es Ancash con 109,7% de crecimiento, asociado a las ventas al exterior de tubos de perforación (US\$ 540 mil) y latas para cerrar por soldadura (US\$ 514 mil).

## 2.7 Sector Metal Mecánico

Las exportaciones del sector metal mecánico sumaron US\$ 141 millones a abril de 2015, lo que significó una variación negativa de 24,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

Sector Metalmecánico: Principales Productos  
(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas	1	124,3	7	132,2
Partes de máquinas y aparatos para triturar	1	-26,7	6	-34,8
Las demás partes de máquinas grúas, aplanadoras y de perforación	1	-21,9	4	50,5
Bolas y artículos similares para molinos de fundición de hierro o acero	1	-17,2	4	-41,7
Grupos electrógenos petroleros	0	-75,7	3	-49,9
Resto	26	-49,2	117	-26,3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>-46,3</b>	<b>141</b>	<b>-24,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Con relación a los productos consolidados, el principal producto corresponde a las máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas, las cuales fueron enviadas principalmente a Chile y México por US\$ 2 millones y US\$ 1 millón respectivamente. Las partes de máquinas y aparatos para triturar enviado principalmente al mercado de Estados Unidos por más de US\$ 2 millones. En cuanto a los productos estrellas con crecimientos en el valor de sus ventas con respecto a abril de 2014 se encuentran las topadoras frontales, los conductores eléctricos y las máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas con variaciones de 426,5%, 348,5% y 132,2% respectivamente. En cuanto a los nuevos mercados para este sector se encuentran Zimbawe y Yemen por un valor total de US\$ 35 mil.



Las ventas al exterior de este sector se destinaron a 86 mercados, dos menos que los registrados en

mismo período del año anterior. Los cuatro principales destinos concentraron el 63% de las exportaciones. El mercado más importante fue Estados Unidos que a abril de este año superó los US\$ 31 millones, debido a las exportaciones de las partes de máquinas grúas, aplanadoras y de perforación y partes de máquinas para triturar o pulverizar. Mientras que al mercado chileno, segundo mercado de destino, se realizaron envíos por US\$ 27 millones,

siendo los principales productos bolas y artículos similares para molinos y las máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas US\$ 5 millones y US\$ 2 millones respectivamente. En cuanto a los mercados con mayor dinamismo y cuyas ventas superaron el millón de dólares, destacaron Alemania que paso de US\$ 1 millón en abril a más de US\$2 millones, principalmente por las compras de máquinas y aparatos para obras públicas e instrumentos y aparatos e media de tensión por más de US\$ 500 mil .

A abril, se exportaron 957 subpartidas a 86 mercados por 1 034 empresas exportadoras, 27 empresas menos que las registradas en el periodo anterior. De estas 851 fueron micro, 153 pequeñas, 29 medianas y 1 gran empresas. Asimismo, 82% de las exportaciones se realizaron a través de medianas y pequeñas empresas, exportando un valor de US\$ 116 millones.

Lima y Callao cuentan con una participación de 93% y se mantienen como las regiones más importantes para las exportaciones de este sector, seguida por Arequipa y Tacna que tuvieron una participación de 3% y 2% respectivamente. Entre las regiones más dinámicas destacan Arequipa por incrementar sus ventas en 104.0% superando los US\$ 4 millones, explicado por la comercialización de bolas y artículos similares para molinos forjadas de hierro o acero y las topadoras frontales enviados a Bolivia y Chile respectivamente; así como el departamento de Tacna por las ventas de generadores de máquinas y aparatos para la fabricación de pastas alimenticias y brocas diamantadas por un valor total de US\$ 547 mil enviadas a el Salvador y México respectivamente.

## 2.8 Sector Maderas y Papeles

Los envíos al exterior del sector maderas y papeles totalizaron US\$ 27 millones en abril de 2015. Acumulando en lo que va del año US\$ 119 millones. Con esto, el sector tuvo una caída de 14,2% respecto al mismo periodo del año pasado.

### Sector Maderas y Papeles: Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
China	5	-7,8	19	-25,1
Bolivia	3	-41,8	18	-7,4
Chile	3	-28,9	13	-20,8
México	2	24,5	10	21,4
Colombia	2	-19,5	9	-27,3
Resto	12	-0,4	50	-12,7
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>-13,0</b>	<b>119</b>	<b>-14,5</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Respecto a los mercados de destino, las exportaciones del sector se dirigieron a 81 países, seis menos que en similar periodo del año previo. Los cinco principales destinos concentraron el 58% del total exportado por el sector.

A abril 2015, los mercados que registraron incrementos importantes en la compra de productos fueron Australia (303,7%), Honduras (140,8%) y Brasil (82%). En el caso de Australia, los incrementos se debieron a envíos de demás maderas aserradas. Por el lado de Honduras y Brasil, el crecimiento respondió a mayores exportaciones de pañales para adultos.

De otro lado, los cinco principales productos exportados por el sector concentraron el 59% del total enviado. Los productos con mayores incrementos, o llamados estrellas, en las exportaciones fueron maderas molduradas (267,8%), siendo su principal destino Francia y México. Del mismo modo, las maderas contrachapadas (74,3%), tuvieron mayor demanda México. También figuran las maderas aserradas de virola (53,9%) por sus mayores ventas también hacia el mercado mexicano.

En el periodo de análisis se registraron 636 empresas exportadoras, treinta y cuatro menos en comparación al mismo periodo de 2014. De este grupo, 542 fueron microempresas, 74 pequeñas, 19 medianas y una

### Sector Metalmecánico: Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	6	12,6	31	-1,7
Chile	7	69,1	27	24,2
Ecuador	4	-79,9	18	-43,4
Bolivia	3	-40,8	13	-10,9
México	3	21,6	9	2,7
Resto	7	-65,1	43	-44,8
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>-46,3</b>	<b>141</b>	<b>-24,6</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

grande. Las microempresas representaron el 5% del monto total, las empresas pequeñas el 20%, las medianas empresas el 52% y el 23% restante lo exportó la empresa grande.

A nivel de regiones, Lima lidera las exportaciones con 76% de participación, seguido de Ucayali (9%) y Loreto (5%). Los principales productos exportados por Lima fueron los pañales para bebés, así como tablillas y frisos para parqués. En tanto que Ucayali destacó por los envíos de demás maderas aserradas y las tablillas y frisos para parqués. En Loreto, los productos representativos fueron las maderas aserradas. Por otro lado, los envíos realizados desde Lima tuvieron como principales destinos Bolivia y China; los de Ucayali se dirigieron principalmente hacia China y Estados Unidos; y los de Loreto, se exportaron, en su mayoría a México y Estados Unidos.

#### Sector Maderas y Papeles: Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Pañales para bebés	4	-29,1	18	-5,7
Tablillas y frisos para parqués	4	-6,9	16	-10,4
Pañales para adultos	4	164,2	13	38,3
Demás maderas aserradas o desbastadas	2	-30,4	12	-31,3
Impresos publicitarios, catalogos comerciales y similares	2	-27,9	11	-23,1
Resto	11	-19,1	49	-19,9
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>-13,0</b>	<b>119</b>	<b>-14,5</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

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

Los envíos al exterior del sector varios (inc. joyería y artículos hechos a mano) totalizaron US\$ 15 millones en abril de 2015, sumando US\$ 63 millones en los primeros cuatro meses del año. Esto representó un descenso de 4,3% respecto al mismo periodo de 2014.

#### Sector Varios (inc. Joyería y Artesanía): Principales Mercados

(Millones de dólares)

Mercado	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Estados Unidos	6	9,5	21	12,4
Bolivia	1	1,1	6	17,8
Chile	2	-16,6	6	7,8
Ecuador	1	-37,0	5	-8,4
Canadá	0	16,5	5	500,1
Resto	5	-53,4	20	-34,7
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>-28,1</b>	<b>63</b>	<b>-4,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

A abril de 2015, los productos de este sector se destinaron a un total de 76 mercados, siete menos que en 2014. Además, los cinco principales mercados explicaron el 69% del total exportado.

Entre los mercados más dinámicos destacaron Tanzania (+US\$ 546 mil) y Venezuela (132,9%). En el caso de Tanzania, este crecimiento se explica por la demanda presentada de construcciones prefabricadas. Mientras que en Venezuela la mayor demanda de calzados (los que cubren el tobillo y los que tienen palmilla de caucho) fueron los de mayor recaudación.

Los primeros cinco productos exportados, durante los primeros cuatro meses de 2015, concentraron el 51% del total enviado por el sector. Por el lado de los productos estrellas figuran las partes de cartuchos para armas largas (+US\$ 1,2 millones) exportados mayoritariamente a Estados Unidos. Asimismo, las suelas y tacones de caucho (188,5%) enviados a Ecuador principalmente. Cabe resaltar también el envío de muñecos que representa animales o seres no humanos (44,6%), que tuvieron mayor demanda en Estados Unidos.

#### Sector Varios (inc. Joyería y Artesanía): Principales Productos

(Millones de dólares)

Producto	Abr. 2015	Var.% Abr. 15/14	Ene - Abr 2015	Var.% Ene - Abr 15/14
Artículos de joyería de oro	4	26,5	17	73,9
Las demás bisuterías de metales comunes	2	18,6	7	-0,2
Rotuladores y marcadores con punta de fieltro	0	-82,4	3	-2,0
Bolígrafos	0	-67,8	3	12,6
Cierres de cremallera	1	-	2	-10,9
Resto	8	-42,3	31	-24,7
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>-28,1</b>	<b>63</b>	<b>-4,3</b>

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Se registraron 869 empresas exportadoras, veinte y cuatro menos que en periodo similar de 2014. De este grupo 796 fueron microempresas, 61 pequeñas, 11 medianas empresas y una grande. Las empresas medianas del sector

exportaron el 44% del total del valor exportado. Mientras que las empresas pequeñas representaron 23% del valor exportado, seguidas por la empresa grande con 19% del total del sector.

A nivel de regiones, Lima lidera las exportaciones con el 82% del total, seguido de Cajamarca y Callao, con 7% y 6% de participación, respectivamente. Los principales productos exportados por la región Lima fueron artículos de joyería de oro y las demás bisuterías de metales comunes. La región Cajamarca tuvo mayores ventas de artículos de joyería de oro. En el caso del Callao, los cierres de cremallera y sus partes son los de mayor representatividad. Los envíos de Lima estuvieron orientados principalmente hacia Estados Unidos, Bolivia y Ecuador; los de Cajamarca se dirigieron casi en su totalidad hacia Canadá. Finalmente las ventas de Callao tuvieron como principal destino el mercado brasileño y el colombiano.

### III. Exportaciones Tradicionales

Las exportaciones tradicionales sumaron US\$ 6 624 millones en el primer cuatrimestre del año, lo que demostró una contracción del sector en 24,5% respecto a 2014. Esto responde, principalmente, a una importante disminución de las exportaciones de cobre y sus concentrados, que registraron ventas por US\$ 2 291 millones (-18,5%).

Hasta abril de 2015, el principal mercado destino de los productos tradicionales peruanos fue China (US\$ 1 712 millones / 26% de participación); le siguieron en importancia Suiza (US\$ 906 millones / 13%), Canadá (US\$ 675 millones / 10%), Estados Unidos (US\$ 669 millones / 10%) y Japón (US\$ 328 millones / 5%). De esos el que más creció fue Suiza, con un incremento de US\$ 138 millones (+17,9%). Por su parte, los mercados más dinámicos fueron Curazao (+US\$ 31 millones exportados), Finlandia (+US\$ 27 millones) y Suecia (+ US\$ 25 millones).

Para los primeros cuatro meses de 2015, 376 empresas exportaron 84 productos (HS6) tradicionales a 81 mercados. A nivel de continentes, Asia se consolidó como principal destino de las exportaciones tradicionales peruanas, con 39% del total durante el primer cuatrimestre de 2015 y fueron minerales de cobre, zinc y harina de pescado los más requeridos. A su vez, América del Norte tuvo 21% 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\$ 1 224 millones en el mes de abril de 2015 y US\$ 5 473 millones en los cuatro primeros meses del año, lo cual significó descensos de 23,1% y 12,0% en relación al mismo periodo de 2014 respectivamente. Este comportamiento se debió a la disminución de las exportaciones de plata refinada (US\$ 40 millones / - 77,1% de variación), hierro (US\$ 142 millones / - 49,9%), estaño (US\$ 130 millones / - 37,5%) y cobre (US\$ 2 291 millones / -18,5%).

Cabe señalar que la cotización internacional de la plata disminuyó de US\$ 19,75 / oz tr a US\$ 16,34 oz tr entre abril de 2014 y abril de 2015; mientras que el estaño de US\$ 1 062,39 / Lb a US\$ 725,09 / Lb.; y el cobre de US\$ 302,58 / Lb a US\$ 273,45 / Lb. Sin embargo, el metal que tuvo incrementos en cuanto a su cotización internacional fue el Zinc al pasar de US\$ 92,11 /Lb en abril del 2014 a US\$ 100,1 /Lb en abril del 2015.<sup>1</sup>

#### 3.2 Sector Petróleo y Gas

Las exportaciones del sector petróleo y gas natural totalizaron US\$ 217 millones en el cuarto mes de 2015, disminuyendo 55,4% con relación al mismo periodo del año anterior. En tanto esta cifra sumó US\$ 885 millones el primer cuatrimestre del año contrayéndose en 47,5% con respecto a similar periodo de 2014. La caída en valor de petróleo en crudo fueron los que más afectaron el comportamiento de este sector (- US\$ 158 millones).

Los principales mercados de destino de los productos de este sector fueron Estados Unidos, Panamá y España con 51% de participación en conjunto (US\$ 452 millones). Del mismo modo, debe destacarse los mayores envíos que se registraron hacia mercados como Curazao (+US\$ 32 millones adicionales), China (+US\$ 17 millones), Francia (+285,4%), Ecuador (+34,5%) y Singapur (US\$ 2 millones).

#### 3.3 Sector Agro Tradicional

Las exportaciones agrícolas tradicionales alcanzaron un monto de US\$ 16 millones en abril, registrando una variación positiva de 7,9% con respecto al mismo mes del año anterior. Asimismo, en el primer

<sup>1</sup> Cotizaciones de los commodities del Banco Central de Reserva del Perú

cuatrimestre de 2015, estas acumularon un valor de US\$ 62 millones, mostrando un importante caída de 41,2% con respecto al mismo periodo en 2014.

Las exportaciones de café (US\$ 37 millones / - 44,1%), representaron el 59% del total sectorial. En abril de 2015, el promedio mensual del precio indicativo compuesto diario de la OIC fue 1,6% más que en marzo y se cotizó en 129,02 centavos de dólar / libra. Pese a ello, la Junta Nacional del Café estima que la producción cafetalera peruana ascenderá a cinco millones de quintales en 2015, lo cual significaría un incremento de 25% en comparación con el año pasado.

Para el mismo periodo, los principales destinos de exportación del café peruano fueron Alemania (US\$ 10 millones / - 15,6%), Estados Unidos (US\$ 7 millones / - 64,4%) y Bélgica (US\$ 3 millones / - 42,5%), mientras que los más dinámicos fueron Suazilandia (US\$ 1,5 millones / + US\$ 1,5 millones) y Corea del Sur (US\$ 423 mil / + US\$ 402 mil).

### 3.4. Sector Pesca Tradicional

Los envíos al exterior de productos pesqueros tradicionales sumaron US\$ 204 millones entre enero y abril de 2015, es decir 73,5% menos que en similares meses del año anterior; y representaron 2% del total de las exportaciones peruanas.

En el primer cuatrimestre de 2015, la **harina de pescado** totalizó US\$ 135 millones de ventas externas (-77,2% de variación); y los destinos más importantes fueron China (70% de participación), Chile (14%) y Japón (6%); por otra parte países de América Latina como Venezuela y Guatemala compraron harina de pescado peruana en lo que va del año, mientras que en similar periodo del año 2014 no lo hicieron.

La cotización internacional de la harina de pescado fue US\$ 1 860 por Tm en abril de 2015, es decir mayor al que tenía este producto en abril de 2014 (US\$ 1 580 por Tm); pero menor al máximo histórico que alcanzó en diciembre de 2014 (US\$ 2 291 por TM)<sup>2</sup>.

En cuanto al **aceite de pescado**, las exportaciones fueron US\$ 69 millones de enero a abril de 2015, con lo cual registraron una disminución de 61,1%. Los importadores más representativos de este producto, entre enero y abril de 2015, fueron Dinamarca (49% de participación), Estados Unidos (16%) y Canadá (10%). En los cuatro primeros meses de 2015, Dinamarca incrementó en 19,8% las compras de aceite de pescado de origen peruano, con relación a iguales meses del año anterior, y Nueva Zelanda en 292,3%; mientras que Brasil lo hizo en 515,7%.

---

<sup>2</sup> BCRP Nota semanal