

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

**Informe Mensual
de Exportaciones
Enero - Febrero 2011**



prom.
perú

Primer Bimestre 2011: Exportaciones Peruanas registran nuevo récord (Febrero 2011)

Las exportaciones de productos peruanos sumaron US\$ 3,247 millones en febrero 2011 con lo que acumula US\$ 6,136 millones durante el primer bimestre del año. Ambas cifras representan crecimientos respecto a los mismos periodos del año anterior, de 22.4% y 20.5% respectivamente. Adicionalmente, esta cifra se convierte en un nuevo récord al ser más alta que la registrada en 2008. Cabe indicar que los volúmenes exportados de productos tradicionales registraron un incremento de 26.8% en tanto que los de no tradicionales crecieron en 77.6%.

Las mayores exportaciones registradas en los rubros tradicional (16.2% crecimiento) y no tradicional (37.7% crecimiento) explican el avance en los dos primeros meses de 2011. En el primer rubro destacaron los mayores envíos de productos mineros como cobre (32.9%), hierro (272.6%) y plomo (44.8%); en tanto que en el segundo resaltaron los envíos del sector minería no metálica (179.2%), pesquero (58.0%), minería no metálica (57.6%) y químico (50.8%).

En el primer bimestre de 2011, las exportaciones peruanas se dirigieron a 143 mercados. China se mantiene como el primer destino (15.1% participación), seguido por Estados Unidos (14.5%), Canadá (9.2%), Suiza (8.6%) y Japón (7.4%). Se debe destacar la presencia de Chile, como único país sudamericano en los Top 10 destinos de exportación.

Igualmente, destacan los crecimientos hacia Túnez (US\$ 1 millón / 2,729% crecimiento) explicado por los mayores envíos de cinc sin alear, así como Filipinas (US\$ 29 millones / 2,285% crecimiento) como resultado de los mayores envíos de uvas frescas y minerales de cobre. Otros mercados que registraron variaciones positivas interesantes fueron Suecia (US\$ 79 millones / 1,733.6% crecimiento), Singapur (US\$ 4 millones / 750.1% crecimiento) e India (US\$ 75 millones / 218.8% crecimiento).

En el periodo enero -febrero de 2011, se registraron exportaciones por encima de los US\$ 1,000 en 2,354 partidas, 94 más en comparación al mismo periodo del año anterior. En tanto que las unidades empresariales cuyas exportaciones están por encima de los US\$ 1,000 dólares totalizan 3,323 durante el primer bimestre, 250 más en comparación al mismo periodo del año anterior.

Exportaciones No Tradicionales

Los envíos de productos no tradicionales sumaron US\$ 726 millones en febrero 2011, con lo cual acumula US\$ 1,420 millones en el primer bimestre. Los crecimientos de los sectores minería no metálica (179.2%) y sidero metalúrgico (57.6%) fueron los más altos en el rubro; en tanto que el sector agropecuario fue el que registró la mayor participación (30.2%).

En el periodo enero – febrero 2011, Estados Unidos se ubica como principal destino de los envíos peruanos con una participación de 25% y un crecimiento de 28.2%. Entre los diez principales mercados, China es el único mercado asiático que figura en esta lista, con una participación de 3%. En tanto que los países latinoamericanos tienen una cuota de 33% distribuida entre Colombia, Chile, Venezuela, Ecuador, Bolivia y Brasil.

Se debe destacar a los siguientes mercados por sus altos crecimientos: India (US\$ 8 millones / 375.3% crecimiento) explicado por las mayores exportaciones del sector minería no metálica, principalmente del producto fosfatos de calcio. Igualmente, resaltaron Austria (US\$ 1 millón / 367.1%) por los mayores envíos registrados en el sector químico; en tanto que en Suiza (US\$ 2 millones / 279.9%), el crecimiento estuvo asociado a las mayores exportaciones en el sector textil y agrario.

En el rubro no tradicional, las unidades empresariales que registraron montos de exportación por encima de los US\$ 1,000 sumaron 2,959 durante el primer bimestre del año 2011, lo que implicó 88 más en comparación al año anterior. El 91% de estas fueron micro y pequeñas empresas, que en conjunto registraron exportaciones por US\$ 345 millones.

Las exportaciones del **sector textil y confecciones** siguen su proceso de recuperación el cual se inició en agosto de 2010. El monto exportado en este importante rubro totalizó US\$ 252 millones en el primer bimestre de 2011. Esta cifra representó un crecimiento de 20.1%, el cual se sostiene en una mayor demanda de Estados Unidos (9.2%), Venezuela (23.7%), Argentina (156.5%), Ecuador (73.6%) e Italia (71.6%).

Durante enero – febrero 2011, las exportaciones por encima de US\$ 1,000 dólares se dirigieron a 75 mercados, cinco más en comparación al mismo periodo del año anterior. Entre los que destacaron por su crecimiento figuran Suiza (US\$ 1 millón / 433.5%) dado los mayores envíos de camisas de punto de algodón para mujeres y niñas; así como Argentina (US\$ 7 millones / 156.5% crecimiento) y Bélgica (US\$ 2 millones / 147.3% crecimiento).

El desempeño de Estados Unidos se explica por los crecimientos en los principales productos de la oferta exportable peruana como los t-shirts de algodón (13.3%), polo shirt para caballero (11.7%) y polo shirt para damas (14.6%). Se tiene la expectativa que la recuperación sea sostenida y que las complicaciones de la crisis internacional hayan sido superadas. Por otro lado, Venezuela demanda insumos como los hilados de fibra peinada de algodón (996.8%) aunque también ha incrementado los requerimientos de polo shirt (94.6%) y conjuntos de algodón (194.5%) para dama. El mercado argentino se encuentra muy dinámico y están progresando los requerimientos de polo shirt para caballero (139.7%), t.shirts (84.6%) y prendas para bebé (456.6%).

Los principales productos del sector siguen siendo los t-shirts de algodón (17.3% de crecimiento) así como los polos shirt para caballero (9.0%) y para damas (25.7%). Estados Unidos y Venezuela son los principales destinos de los t-shirts y los polos shirts para damas en tanto que Alemania es el segundo destino para los polos shirt para caballero. Asimismo, se registran importantes crecimientos de los requerimientos desde Italia (138%), Argentina (84.6%) y Alemania (74.4%) de t shirts; y en Suiza de los polo shirt de dama.

En el periodo analizado se contabilizaron 850 unidades empresariales, cifra que implica un descenso de 10 unidades respecto al mismo periodo del año anterior. Cabe indicar que un 90% de las empresas exportadoras son micro y pequeñas empresas.

Las exportaciones **agrarias no tradicionales** en febrero de 2011 fueron de US\$ 200 millones, con lo que se acumula US\$ 429 millones en el primer bimestre del año, lo que representa una expansión de 30.3% y 29.7%, respectivamente. La cifra acumulada marca un nuevo record histórico, inclusive el monto es mayor a lo registrado en el 2008, período previo a la crisis económica internacional.

Igualmente resalta el mayor crecimiento y participación de las uvas y mangos frescos en las exportaciones de este rubro.

Durante enero – febrero 2011, los envíos de este rubro se enviaron a 108 mercados, dos más si se compara con el mismo periodo del año anterior. Se debe destacar los crecimientos a la gran mayoría de destinos, los cuales superan el 20%. El principal destino es Estados Unidos (US\$ 121 millones / crecimiento 25.5%), seguido por Países Bajos (US\$ 37 millones / 25.0% crecimiento) y España (US\$ 37 millones / 27.1% crecimiento).

Entre los mercados con mayor dinamismo resaltan los mercados asiáticos. Entre ellos figuran China (US\$ 12.7 millones / 77.7% de crecimiento), Indonesia (US\$ 6.3 / 247.4%), Tailandia (US\$ 2.3 millones / 96.7%), India (US\$ 1.4 millones / 180.7%) y Filipinas (US\$ 0.6 millones / 192%). La variación positiva en cada uno de estos mercados se debió básicamente al incremento de los envíos de uvas frescas, los cuales oscilan entre 100 y 200%.

En el primer bimestre de 2011 las exportaciones agrícolas no tradicionales a México (US\$ 3 millones / 20.7% de crecimiento) solo representaron el 0.7% del total. Actualmente existe una alta concentración de productos: 59% del total enviado es de p  prika entera (US\$ 1.8 millones / 0.6%), seguido de ajo (US\$ 0.3 millones / 212%) y tara en polvo (US\$ 0.2 millones / 46%). Se espera que la reciente firma del TLC Perú - México y su próxima puesta en vigencia acelere la diversificación de productos exportados a dicho mercado.

Las exportaciones de uvas lideraron los envíos durante el primer bimestre de 2011. Estas sumaron US\$ 85 millones y registraron una variación positiva de 42.8%. Como mercados de destino destacaron Hong Kong (US\$ 18 millones / 14.3% de crecimiento), Estados Unidos (US\$ 15 millones / 26.5%), Países Bajos (US\$ 10 millones / 50.7%) y China (US\$ 9 millones / 133.7%). En el mismo periodo se observaron importantes incrementos hacia Indonesia (US\$ 6 millones / 247.4%) y Canadá (US\$ 0.9 millones / 288.3%).

El desempeño positivo que registran los envíos de mangos frescos (59.8%), los cuales totalizaron los US\$ 79.8 millones, se explica por el comportamiento de los dos principales mercados cuya participación es de 78.7% del total: Estados Unidos (US\$ 34.4 millones / 65.7%) y Países Bajos (US\$ 28.4 millones / 50.8%). Japón se perfila como un dinámico comprador de mangos frescos al importar US\$ 1.5 millones. No obstante, es pronto señalar como se comportarán las exportaciones durante el final de temporada 2011 e inicios de 2012.

Las exportaciones de espárragos frescos, conservados y congelados acumularon ventas al exterior por US\$ 58.7 millones, lo que significó un incremento de 8.1%. Mientras los espárragos frescos (US\$ 31.7 millones / 3.7%) se enviaron a Estados Unidos (US\$ 15.1 millones / 5.6%) y Países Bajos (US\$ 6.6 millones / -10.3%), los conservados (US\$ 22.5 millones / 17.4%) lo hicieron a Francia (US\$ 7.5 millones / 81.6%) y España (US\$ 5.8 millones / 22.5%). En tanto que los espárragos congelados (US\$ 4.5 millones / -2.0%) fueron vendidos a Estados Unidos (US\$ 2.3 millones / 14.9%) principalmente.

Un producto que destaca por su sólido crecimiento, y que al cierre de 2011 podría estar entre los de mayor exportación es el pimiento piquillo. A febrero del presente año, este producto se ubicó en el quinto lugar del ranking de productos agrícolas no tradicionales (US\$ 11 millones / 96.2%), y tuvo como principal destino a España (US\$ 9.7 millones / 92.5%), mercado al que se exportó 82.2% del total.

Otros productos que registraron variaciones positivas interesantes fueron las demás pastas alimenticias sin cocer (US\$ 7.7 millones / 250.6%), fr  jol (US\$ 1.5 millones / 1,048.4%), fresas congeladas (US\$ 1.4 millones / 168.5%) y la cúrcuma (US\$ 0.9 millones / 240.6%).

Entre enero y febrero de 2011 el número de empresas exportadoras fue de 819, cifra que supera en 51 a la registrada en 2010. Estados Unidos es el mercado que congrega la mayor cantidad de empresas exportadoras y partidas (361 empresas / 179 partidas), seguido de Países Bajos (188 / 56), España (159 / 75) y Chile (109 / 104).

En el primer bimestre de 2011, las exportaciones **pesqueras no tradicionales** sumaron US\$ 137 millones, 58.0% más de lo registrado en similares meses del año pasado; además este sector representó el 2.2% de las exportaciones totales y 9.6% de las no tradicionales en el periodo de análisis.

Estas ventas se dirigieron a 65 países en los dos primeros meses del año; y entre ellos los más importantes fueron Estados Unidos (25.5% de participación), España (15.8%), China (8.8%) y Francia (8.2%). Estos cuatro mercados aumentaron significativamente sus compras, así el primero las incrementó en US\$ 7 millones, principalmente, por los pedidos de conchas de abanico congeladas, colas de langostinos con caparazón congeladas y porciones de perico congelados.

Las exportaciones de productos pesqueros con valor agregado a España, China y Francia en el periodo de análisis crecieron US\$ 8 millones, US\$ 7 millones y US\$ 5 millones, respectivamente. En el caso de España los mayores envíos obedecieron a pota congelada y

filetes de anchovetas (*engraulis ringens*) saladas, mientras que en China lo explicaron las ventas de pota tanto procesada como congelada; y en Francia las conchas de abanico congeladas.

Otros destinos que incrementaron las compras fueron Corea del Sur, Japón, Hong Kong y Tailandia en Asia, además de Venezuela, Brasil y Chile en América del Sur. Pota procesada fue el producto que más contribuyó al aumento de ventas en Corea del Sur; ovas de pez volador y pota procesada lo fue en Japón, mientras que pota congelada en Tailandia.

En el caso de Venezuela, el incremento de las exportaciones obedeció a los envíos de pota congelada, en Brasil a las compras de conservas de jurel desmenuzado, y en Chile a las conservas de jurel entero, conchas de abanico congeladas y conservas de anchovetas (*engraulis ringens*).

Las ventas externas del sector en el primer bimestre del año, fueron lideradas por pota congelada (US\$ 30 millones de exportaciones), conchas de abanico congeladas (US\$ 24 millones), pota procesada (US\$ 19 millones), filete de pescado: perico, anguila (US\$ 12 millones) y colas de langostino con caparazón congelados (US\$ 11 millones). Estos productos, con excepción de filete de pescado, tuvieron los mayores incrementos en el sector, al haber registrado exportaciones adicionales por US\$ 12 millones, US\$ 13 millones, US\$ 15 millones y US\$ 4 millones, respectivamente.

Por otro lado, porciones de perico congelado (US\$ 2 millones adicionales), ovas de pez volador (US\$ 2 millones) y conservas de jurel desmenuzado (US\$ 2 millones) también aumentaron sus exportaciones en valores importantes en los dos primeros meses de 2010.

261 empresas efectuaron las exportaciones del sector pesquero no tradicional en el primer bimestre del presente año; entre las cuales 34 fueron medianas empresas exportadoras, 122 pequeñas y 105 micro empresas.

El sector **sidero metalúrgico**, las ventas al exterior ascendieron a US\$ 161 millones y se incrementaron en 57.6% con relación a enero - febrero de 2010. El alambre de cobre refinado (US\$ 49 millones / 62.6% crecimiento) es el producto que lidera el crecimiento del sector, seguido por el cinc sin alear (US\$ 35 millones / 383.8 % crecimiento), barras de acero (US\$ 10 millones / 129.9% crecimiento) y las barras y perfiles de cobre refinado (US\$ 8.6 millones / 26.5% crecimiento).

Entre los productos que más crecieron, con un valor exportado por encima de los US\$ 100 mil, destacan las exportaciones de las "Partes de las demás turbinas a gas" (crecimiento de 36,530.0% por las ventas a Alemania), las "Máquinas y aparatos para la preparación de frutos u hortalizas" (crecimiento de 12,131.1% motivado por los envíos a Venezuela) y las Partes de motores de aviación (crecimiento de 8,889.41% por las mayores ventas a Estados Unidos).

Los envíos de productos de este rubro tienen presencia en 61 mercados, 7 mercados más que el mismo periodo de 2010. Sin embargo, sus exportaciones se concentran en cinco, los cuales representan el 66%. El principal mercado de destino es Colombia (US\$40.3 millones / 25% participación), seguido por Estados Unidos (US\$26 millones / 17% participación), mercado que demandó cinc sin alear (240% crecimiento), así como alambres de cobre a base de aleaciones (22% crecimiento). En tercer lugar figura Bolivia (11%) seguido por Bélgica (8%) y Brasil (5%). Estos últimos registraron tasas de crecimiento de 60%, 1494% y 109%, respectivamente, lo cual también estuvo relacionado a los mayores precios de los insumos. En febrero, Bélgica se ha presentado como un nuevo mercado de destino, exportando a dicho país, cinc sin alear por US\$ 10 millones.

El número de empresas exportadoras ascendió a 192, lo que representó 8 empresas más en relación al mismo periodo del año anterior. De este grupo el 79% son microempresas, 15% pequeñas, 3% medianas y 3% grandes empresas. Cabe mencionar que el 84% de las exportaciones la realizaron únicamente las 6 grandes empresas (US\$ 134.46 millones / 57 % crecimiento).

Las exportaciones correspondientes al **sector metal mecánico** durante los dos primeros meses de 2011 sumaron US\$ 64 millones, lo que significó una variación positiva de 19.8% respecto al mismo periodo del año anterior.

Destacan como los principales productos del sector los aparatos de rayos X (US\$ 8 millones) exportado principalmente a Chile; bolas y artículos similares para molinos de fundición (US\$ 3 millones / 19.6% crecimiento) enviado a Chile en un 98 %; grupos electrógenos (US\$ 2.3 millones / 8.5% crecimiento) exportados a Colombia, Ecuador y Panamá; Las demás máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas (US\$ 2 millones / 362.9% crecimiento) exportadas a Singapur, Bolivia, Panamá principalmente.

Durante enero – febrero 2011, destacaron los crecimientos de los siguientes productos: Cables, trenzas y artículos similares, de cobre, sin aislar para electricidad (crecimiento de 1,295,662% por las mayores ventas a Venezuela y Ecuador), Barras y perfiles de aleaciones de cobre a base de cobre-cinc (crecimiento de 1,795.4% motivado por los envíos a Brasil y Ecuador) y Chapas y tiras de cobre refinado, enrolladas, de espesor superiores 0,15 mm (crecimiento de 490.5% por las mayores ventas a Estados Unidos y Puerto Rico). Cabe indicar que los envíos de estos productos superaron los US\$ 100 mil.

Las exportaciones se dirigieron a 69 mercados, cinco de los cuales representaron el 71% del total. Chile es el principal destino con una participación de 26%, seguido de Ecuador (13%), Estados Unidos (12%), y Colombia (11%). Las mayores ventas al mercado chileno (US\$ 16 millones / 190% crecimiento) se explican por las ventas de bolas y artículos similares para molinos de fundición de hierro o acero por US\$ 2.5 millones. En tanto que las exportaciones hacia Bolivia crecieron 87%, explicado principalmente por las compras de los demás válvulas de alivio o seguridad.

Se registraron 608 empresas exportadoras, de las cuales 526 son microempresas y tienen el 11.5% de participación en las exportaciones. El 51% de las exportaciones de este sector se realizan únicamente por 13 empresas grandes (US\$ 24 millones / -3.3%), por el contrario las medianas empresas incrementaron su presencia en las exportaciones (US\$ 38 millones / 9.3% crecimiento).

Durante el periodo comprendido entre enero y febrero del 2011, las ventas al exterior del sector **minero no metálico** ascendieron a US\$ 69 millones, es decir 179% por encima del valor obtenido en 2010. Este comportamiento se explica principalmente por la mayor demanda de los mercados de Estados Unidos, Chile y Brasil, los que en conjunto representan más del 50% de las ventas efectuadas del sector.

Cabe señalar que se efectuaron envíos a 59 países, principalmente al continente sudamericano que representa el 35% de las ventas, los cuales ascendieron a US\$ 32 millones y mostraron un crecimiento de 147% con respecto al valor obtenido durante similar periodo de 2010. Los cinco principales mercados de destino de las exportaciones peruanas de este sector evidenciaron una participación importante de 75%; entre ellos destacan Estados Unidos con el 37%, Chile 13%, Colombia 9%, India 8% y Brasil 8%. Brasil tuvo el mayor crecimiento al obtener una tasa de 7,652% explicado por las compras permanentes de fosfatos de calcio.

Los cinco productos con mayor participación en el sector representaron el 75%, entre ellos se mencionan los fosfatos de calcio como principal producto de exportación (44% participación), baldosas de cerámica (18%), sal desnaturalizada (5%), antracita (4%) y mármol (4%).

Cabe señalar que el fosfato de calcio continúa registrando incrementos notables a una tasa del orden de 35,546% debido a la mayor demanda de mercados considerados nuevos como Argentina; mercados posicionados recientemente como Estados Unidos, Brasil, India y Nueva Zelanda; y, mercados tradicionales como Ecuador y Chile. Según señalan empresas del sector, este insumo es utilizado en los más variados sectores de la industria alimenticia, tales como el procesamiento de productos cárnicos, lácteos y de panificación. La empresa Cía Minera Miski,

cuya planta de producción se ubica en Piura, tiene el posicionamiento en las ventas al mercado brasileño.

Otro producto que destaca corresponde al sulfato de bario o baritina, el cual registra una mayor demanda de los mercados de Colombia, Ecuador, Chile y Venezuela que explican su crecimiento de 103%.

En el sector tuvieron presencia 198 empresas exportadoras, de las cuales 164 son microempresas y representan el 83% de participación en las exportaciones del sector. El 11% lo realizan 22 empresas pequeñas (US\$ 6.4 millones / -9%), por el contrario las medianas empresas incrementaron su presencia en las exportaciones (US\$ 29 millones / 86% crecimiento).

Las exportaciones de productos del **sector químico** sumaron US\$ 224.1 millones al mes de febrero del 2011 y representó una variación positiva de 50.8% respecto a similar periodo del año previo. Cabe señalar que este sector se ha convertido en el dinamizador de las exportaciones no tradicionales al evidenciar crecimientos constantes desde 2009, comportamiento que se sustenta por la mayor demanda de productos como lacas colorantes, óxido de cinc y carmín de cochinilla.

La totalidad de productos de este sector se dirigieron a 90 mercados y se canalizaron principalmente a Colombia, país que participa con el 11% del total exportado en el sector. Los cinco principales mercados de destino que representan el 50% de la ventas está conformado por Colombia (US\$ 25 millones / 24.5% crecimiento); Chile (US\$ 24 millones / 39.3% crecimiento); Venezuela (US\$ 22 millones / 167.1% crecimiento), Ecuador (US\$ 22 millones / 17.1% de crecimiento) y Bolivia (US\$ 19 millones / 11% crecimiento).

Entre los principales productos exportados se mencionan a las lacas colorantes (US\$ 29 millones) producto cuyo crecimiento sigue en ascenso a una tasa de 241%; le siguen el carmín de cochinilla (US\$ 15 millones - 284% crecimiento), el óxido de cinc (US\$ 14 millones - 96% crecimiento), películas de polipropileno (US\$ 14 millones - 117% crecimiento) y ácido sulfúrico (US\$ 8 millones - 27% crecimiento).

Igualmente destaca el hidróxido de sodio conocido como soda cáustica o lejía al presentar un crecimiento de 150%, y cuyo comportamiento se sustenta en la continua demanda del mercado internacional; principalmente de Brasil -mercado con el cual se tiene un canal de distribución directo-, seguido por Chile, Colombia y Ecuador. Cabe señalar que Brasil es uno de los principales países importadores a nivel mundial. Sus compras ascendieron aproximadamente a US\$ 277 millones durante el 2010 y nuestras ventas, efectuadas básicamente por la empresa Quimpac S.A., representaron cerca del 2% de su valor importado. Es importante precisar que los envíos de soda cáustica son utilizados como insumo en la producción de detergentes, pulpa de papel y jabones. Un segundo producto que presenta un comportamiento estable corresponde al óxido de cinc, utilizado en la industria de la belleza y el tratamiento de la piel (US\$ 14 millones - 96% de crecimiento).

En el sector químico 640 empresas realizaron envíos al exterior, 490 son microempresas y representan el 77% de participación en las exportaciones del sector. El 16% lo realizan 103 empresas pequeñas (US\$ 37 millones / 17%), similar comportamiento tuvieron las medianas empresas cuya presencia en las exportaciones fue de US\$ 142 millones / 29% crecimiento.

Los envíos al exterior del sector **maderas y papeles** totalizaron US\$ 24.9 millones en febrero de 2011 lo que represento una ligera caída de 10.8% y en el acumulado US\$ 52.3 millones, 3.9% de crecimiento con respecto a igual período del año anterior. Este sector representó el 3.7% de las exportaciones no tradicionales.

Durante los primeros dos meses del año, los principales cinco productos concentraron el 50.8% del total exportado por el sector. Destacaron los envíos de tablillas y frisos para parqués sin ensamblar, los cuales sumaron US\$ 7 millones, le siguieron los impresos publicitarios, catálogos comerciales con un valor exportado de US\$ 7 millones (crecimiento 5.7%). Los

envíos de las demás libros, folletos e impresos suman US\$ 5 millones y registraron un crecimiento de 97.4%.

Por otro lado, se registran mayores pedidos de muebles de madera utilizados en oficina (US\$ 1 millón / crecimiento 9,802%) y demás envases de papel incluidos fundas para discos (US\$ 110.5 mil / crecimiento 7,825%) dirigidos principalmente al mercado de Panamá.

Durante los primeros dos meses del año, las exportaciones del sector se dirigieron a 54 mercados de destino. Los cinco principales concentraron el 59.7% del total exportado: México (14.1%), China (13.6%), Venezuela (12.4%), Chile (9.8%) y Bolivia (9.7%). Entre los mercados que registraron mayor crecimiento, con ventas superiores a US\$ 500 mil, se encuentran Panamá (1,221.9%) debido a las exportaciones de muebles de madera para oficina, Cuba (140.7%) y Puerto Rico (175%) debido a las exportaciones de los demás libros, folletos, impresos.

El número de empresas exportadoras durante los dos primeros meses del año fue de 497, de las cuales 71 exportaron por un valor superior a US\$ 100 mil.

Los envíos al exterior del sector **varios (incluye productos de joyería)** totalizaron US\$ 15 millones en febrero y en el acumulado del presente año US\$ 27 millones, lo que representó un crecimiento de 18.1 % y 26.3%, respectivamente con respecto a igual período del año anterior. Este sector representó el 1.9% de los envíos al exterior de productos con valor agregado.

Los cinco principales productos exportados durante los primeros dos meses de 2011 concentraron el 53.0% del total enviado por el sector. Las colocaciones de artículos de joyería de los demás metales preciosos (US\$ 6 millones) mostraron un ascenso (47.7%) con respecto al mismo periodo de 2010. Le siguen en orden las demás manufacturas de metal precioso – chapado, las cuales registraron un valor de exportación de US\$ 3 millones.

Entre los productos que más crecieron, con un valor exportado por encima de los US\$ 100 mil, destacan las exportaciones de los demás instrumentos eléctricos para medida (crecimiento de 24,846.2% por las mayores ventas a Estados Unidos), los demás artículos de juego (crecimiento de 3,643.5% motivado por los envíos a México) y los demás pinceles y brochas para pintura artística (crecimiento de 2,159.7% por las mayores ventas a Colombia y Chile principalmente).

De un total de 63 mercados al que se dirigieron las exportaciones, los cinco principales concentran el 71.8% del total. Estados Unidos es el principal (29.2%), seguido por Panamá (16.0%), Bolivia (9.7%), Ecuador (9.6%) y Colombia (7.3%).

Entre los mercados a los que se envían exportaciones por montos superiores a los US\$ 500 mil dólares destacaron Panamá (1,869.7% crecimiento) explicado principalmente por los mayores envíos de demás manufacturas de metales preciosos plaque, Argentina (59.7%) debido a los envíos de cierre de cremallera y Bolivia (31.5%) por el crecimiento de las exportaciones de rotuladores y marcadores.

El número de empresas exportadoras durante los dos primeros meses del año fue de 624, de las cuales 41 vendieron al exterior por un valor superior a US\$ 100 mil.

SECTOR TRADICIONAL

En febrero de 2011, las exportaciones del rubro tradicional sumaron US\$ 2,521 millones lo que le permite acumular US\$ 4,716 millones en el primer bimestre del presente año. Ambas cifras representan variaciones positivas de 19.2% y 16.2%, respectivamente. El buen desenvolvimiento de las exportaciones de cobre (US\$ 1,660 millones / 32.9% crecimiento), hierro (US\$ 171 millones / 272.6% crecimiento) y café (US\$ 57.5 millones / 57.2% crecimiento); así como la mejora de los precios internacionales de varios commodities impactaron positivamente en este crecimiento.

Las exportaciones de **minerales** registraron un incremento 18.9% en el primer bimestre de 2011, con un valor negociado de US\$ 3,721 millones. Los productos de este sector concentraron el 60% de las exportaciones totales y son representados principalmente por cobre (US\$ 1,660 millones / 32.9%) y oro (US\$ 1,243 millones / 2.3%). El cobre se dirige a Japón (23.7%), China (20.2%) e Italia (10.7%), mientras que el oro se envía a Suiza (41.7%), Canadá (33.1%) y Estados Unidos (20.1%). La coyuntura internacional registrada en estos primeros meses del año ha permitido que los precios internacionales de los principales commodities se mantengan elevados.

El **sector petróleo y gas natural** totalizó exportaciones por un valor de US\$ 716 millones y tuvo un crecimiento de 40% respecto al primer bimestre del año anterior. Las principales exportaciones son derivados de petróleo, los cuales tienen una participación de 66% en el sub sector. Estados Unidos, Canadá y China fueron los principales destinos de los derivados; Corea del Sur del gas natural y Chile del crudo de petróleo.

Las exportaciones **agrícolas tradicionales** sumaron US\$ 27 millones en febrero de 2011, con lo que se acumula un valor de US\$ 76 millones durante el periodo enero – febrero 2011. Estas implican variaciones de -21.5% y 37.4%, respectivamente. Las ventas de café, durante el periodo de análisis, representaron el 75.6% de los envíos del sector (US\$ 57.5 millones / 57.2% crecimiento) y se dirigieron a 25 destinos, principalmente hacia Colombia (US\$ 12.1 millones / 39.6%), Estados Unidos (US\$ 10.1 millones / 32.9%) y Alemania (US\$ 8.5 millones / 99.1%). Los precios más altos se registraron en las economías de Suecia, España, Irlanda, Reino Unido, Italia, Canadá, Japón y Chile donde oscilaron entre US\$ 5,000 y US\$ 6000 por TM. Por su dinamismo, destacan los envíos a Suiza (US\$ 2.5 millones / 3,540.9%) y México (US\$ 2.3 millones / 621.6%).

De acuerdo a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la producción de café aún no se recupera de las desfavorables condiciones climatológicas de 2009 y de la reciente renovación de cultivos, por lo que en la actualidad está produciendo café por debajo de los volúmenes que requiere el mercado interno. Esta coyuntura explica la mayor demanda de café peruano por parte de Colombia.

Los envíos al exterior de productos **pesqueros tradicionales** sumaron US\$ 203 millones en los dos primeros meses del año 2011, 44.0% menos que lo registrado en el mismo periodo del año 2010. Además este sector representó 3.3% de las exportaciones peruanas.

En este mismo periodo, las exportaciones de harina de pescado totalizaron US\$ 175 millones (caída 45.1%); y tuvo como mercados más importantes a China (49.0% de participación), Alemania (13.5%), Japón (9.0%) y Chile (7.7%). Esto se explica por una reducción en los volúmenes exportados a consecuencia del limitado stock con el que contaban las empresas durante la aplicación de la veda a la anchoveta.

Entre enero y febrero de 2011, las ventas externas de aceite de pescado fueron US\$ 28 millones, 35.3% menos que en similares meses del año pasado. Los principales mercados para este producto fueron Chile (32.4% del total) y Canadá (29.6%).