

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

---

**información**

2011

**Informe Mensual  
de Exportaciones  
Enero – Julio 2011**



*prom.*  
perú

## Informe Mensual de Exportaciones Enero – Julio 2011

### I. Exportaciones Totales

Las exportaciones peruanas sumaron US\$ 4,139 millones en julio de 2011, monto que permite acumular US\$ 25,494 millones durante los primeros siete meses del año. Esta última cifra duplica lo exportado en el mismo periodo de 2006. Adicionalmente, las cifras representan récords históricos así como crecimientos de 36.4% y 33.1% respectivamente.

En este mismo periodo se registraron variaciones positivas en los volúmenes exportados, sobre todo en los envíos de productos no tradicionales. Estos evidenciaron una variación positiva de 53.6% en tanto que la de los productos tradicionales fue de 27.6%

#### 1.1 Resultados General del Periodo

En el periodo enero – julio 2011, las exportaciones tradicionales y no tradicionales registraron variaciones positivas de 32.5% y 34.9% respectivamente. Los principales productos del rubro tradicional como cobre y oro registraron crecimientos importantes de 32.3% y 21.2% respectivamente. Cabe indicar que el precio del oro ha superado los US\$ 1,800 dólares la onza y las perspectivas son que los precios se mantengan altos. En tanto que en el sector no tradicional, los rubros más dinámicos fueron minería no metálica (126.4%), pesquero (61.5%) y químico (41.5%).

Las exportaciones peruanas se dirigieron a 173 mercados, siete más en comparación al mismo periodo del año anterior. China se mantiene como principal destino de los envíos peruanos (15% participación / 33.1% crecimiento), seguido por Estados Unidos (12% participación / caída 8.1%), Suiza (12% participación / 47.9% crecimiento) y Canadá (9% participación / 29.9% crecimiento).

Durante los primeros siete meses de 2011, los envíos peruanos dirigidos a algunos países africanos han registrado importantes variaciones positivas. Entre estos destacaron Nigeria (US\$ 21 millones / 24,442.4% crecimiento) y Camerún (US\$ 4 millones / 19,816.4% crecimiento) debido a los mayores envíos de jurel congelado. En el mercado asiático destacó Filipinas (US\$ 108 millones / 395.7% crecimiento); en tanto que en el mercado europeo destacaron Grecia (US\$ 25 millones / 1,012.4% crecimiento) y Polonia (US\$ 25 millones / 332.6% crecimiento).

En el periodo enero – julio 2011 se registraron exportaciones por encima de los US\$ 1,000 dólares en 3,348 partidas, 65 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 5,917, es decir, 350 más en comparación al mismo periodo año anterior

### II. Exportaciones No Tradicionales

#### 2.1 Resultados Generales del Periodo

Los productos no tradicionales obtuvieron ventas por US\$ 5,505 millones en los primeros siete meses del año lo que reflejó una variación positiva de 34.9%. Los sectores correspondientes a minería no metálica (126.4%), pesquero (61.4%) y químico (41.5%) fueron los más dinámicos. En tanto que el sector agroindustrial (US\$ 1,450 millones / 32.9% de crecimiento) fue el sector más importante entre los productos con mayor valor agregado, seguido por textil - confecciones (US\$ 1,043 millones / 25.0%), químico (US\$ 945 millones / 41.5%) y pesquero (US\$ 624 millones / 61.5%).

Estados Unidos fue el mercado más importante para los productos no tradicionales. Este mercado demandó el 22% del valor negociado y registró una variación positiva de 25% en el periodo de análisis. Colombia, Ecuador, Venezuela y Chile han logrado concentrar una participación conjunta de aproximadamente 28%. Los mercados más dinámicos, con demandas superiores al millón de dólares, fueron Bélgica (108%), Argentina (78%), Brasil (65%), México (63%) y Japón (60%). Cabe indicar que Bélgica creció rápidamente por la

demanda de zinc sin alear, cacao y las lacas colorantes, mientras que Colombia hizo lo propio con alambre de cobre, placas y baldosas de cerámica, preformas y cebolla.

En el rubro no tradicional, las unidades empresariales fueron 5,924 en el periodo enero-julio, es decir, 282 empresas más con respecto al año anterior. El 60% de estas fueron micro exportadoras, que en conjunto embarcaron US\$ 85 millones. En este mismo periodo registraron movimiento 3,087 productos (HS6) que se dirigieron a 169 mercados.

## 2.2 Sector Industria de la Vestimenta

Durante el periodo enero – julio, las exportaciones del sector Textil y Confecciones totalizaron US\$ 1,043 millones lo que significó un aumento de 25.0% respecto al mismo periodo del año anterior. En este periodo, 545 productos (HS6) del sector fueron enviados a 103 mercados por 1,863 empresas. El 68% de las empresas exportó menos de US\$ 100 mil en este periodo y 7% representó a las empresas que exportan más de un millón de dólares.

Los principales productos de la oferta peruana fueron t-shirts de algodón, polo shirt para damas y caballeros y suéter del mismo material. Los t-shirts de algodón registraron un incremento en sus exportaciones de 23%. Este fue el principal producto exportado y para el cual Estados Unidos concentra el 65% de participación como destino. Luego se encuentran Venezuela (11%), Italia (4%), Brasil (3%) y Colombia (3%). Entre los principales productos, destaca la presencia de productos sintéticos como los t-shirts (52.6% de crecimiento) que se envían a Estados Unidos, los polo shirt sintéticos para caballeros (32.2%) y las camisas de tejido plano (60.0%) que también se embarcan al mercado norteamericano. Los cinco principales productos del sector concentran el 52% del rubro.

El mercado estadounidense concentró el 43% de las exportaciones del sector e incrementó su demanda 13.7% entre enero y julio. Venezuela (43.6%) se encuentra en un aparente proceso de recuperación luego de dos años de retrocesos; mientras que Colombia mantiene su crecimiento (32.7%). Los mercados más dinámicos fueron Argentina (124.4%) con los polo shirt y t-shirts de algodón, Brasil (79.6%) con los mismos productos que Argentina, Ecuador (70.1%) debido al crecimiento de cables acrílicos y modacrílicos y tejidos de punto teñidos e Italia (61.8%) por pelo fino de llama o alpaca y t-shirts de algodón. Los cinco principales mercados concentran el 71%.

Según la ubicación geográfica (UBIGEO) declarado por las empresas ante la SUNAT, el 92% del valor exportado en las confecciones corresponde a Lima y reflejó un crecimiento de 30.6%. Ica y Arequipa se ubican en segunda y tercera posición respectivamente, con resultados heterogéneos. Mientras que Ica registró un descenso de 49% por menores valores embarcados a Estados Unidos en los principales productos de la oferta peruana, Arequipa evidenció un incremento de 21.3% por el incremento de los suéter de pelo fino a Italia y Alemania. Se debe mencionar el crecimiento destacado de Callao (48.0%) y Tacna (19.4%). Las exportaciones del Callao aumentaron debido a las ventas de t-shirts de algodón a Venezuela y prendas para bebe en Argentina y en Tacna se trató de suéteres de fibras sintéticas a Chile.

## 2.3 Sector Agro y Agroindustria

Las exportaciones agrarias no tradicionales en julio de 2011 fueron de US\$ 232 millones, con lo que se acumula US\$ 1,450 millones en los primeros siete meses del año. Estos montos equivalen a variaciones positivas de 26.3% y 32.9%, respectivamente. Las exportaciones medidas en volumen crecieron 22.6% y totalizaron en 990 TM a julio 2011.

En los primeros siete meses de 2011 los mercados de EEUU (US\$ 361 millones / 25.2% de crecimiento), Países Bajos (US\$ 224 millones / 39.4%), España (US\$ 147 millones / 36.3%), Ecuador (US\$ 81 millones / 28.4%) y Reino Unido (US\$ 56 millones / 28.9%) fueron los principales destinos y concentraron el 60% del total enviado por este subsector. Contrariamente, un mercado que registra una fuerte desaceleración es Brasil (US\$ 21 millones / 2.7%), el cual participó del 1% del total enviado, pues los envíos de los principales productos, tales como aceitunas preparadas (US\$ 9 millones / -16.8%), orégano (US\$ 2 millones / -13.7%) y tara en polvo (US\$ 1 millones / -37.1%) descendieron.

Los países de mayor crecimiento y con compras acumuladas por encima del US\$ 1 millón son: Indonesia (US\$ 7 millones / 274.2%) plaza que básicamente compra uvas (US\$ 7 millones / 276.9%), Benín (US\$ 1 millón / 259.3%) que adquirió únicamente leche evaporada (US\$ 1 millón / 259.3%), Líbano (US\$ 2 millones / 201.3%) donde destaca la compra de pallares (US\$ 0.6 millones / 213.1%), Corea del Sur (US\$ 2 millones / 192.4%) siendo la cochinilla (US\$ 0.4 millones / 3,545.7%) y las recientes compras en este año de los demás bananos frescos (US\$ 0.3 millones) los que explican este notable dinamismo, y Suiza (US\$ 5 millones / 127.6%) por las compras de cacao en grano crudo (US\$ 3 millones) producto que no importó el año anterior.

Como dato adicional, Estados Unidos registró una recuperación de la caída mostrada el mes anterior (-1%) al registrar una variación positiva de 24.4%, debido al incremento de las compras de casi todos los productos, siendo los más destacados las alcachofas (US\$ 4 millones / 225.8%) y páprika triturada (US\$ 2 millones / 117.6%). La páprika entera (US\$ 2 millones / 23.6%), también se recuperó satisfactoriamente tras la contracción mostrada en junio.

Cabe indicar que se registraron 140 mercados como destino de las exportaciones del sector, 9 más en comparación al mismo periodo del año anterior. Dentro los mercados nuevos destacan Túnez, Gabón y San Cristóbal con leche evaporada; Sri Lanka con tabaco negro; y Croacia con demás frijoles. Estos países acumulan compras por un valor de US\$ 1.1 millones.

En los primeros siete meses de 2011 los productos que lideran los envíos del sector tradicional fueron: espárragos frescos (US\$ 132 millones / 6.8%), mangos frescos (US\$ 112 millones / 74.2%), paltas frescas (US\$ 99 millones / 40.7%), uvas frescas (US\$ 95 millones / 53.5%) y espárragos en conservas (US\$ 76 millones / 41.5%). En lo que va del año, se registraron 505 partidas enviadas, 15 más que similar lapso del año anterior.

Los productos con mayor dinamismo y con ventas que superan los US\$ 5 millones son frijol común excepto para siembra (US\$ 7 millones / 566.8%), frutos de cascara frescos (US\$ 5 millones / 282.4%), pastas alimenticias sin cocer (US\$ 29 millones / 135.3%), páprika en trozos y rodajas (US\$ 8 millones / 89.5%) y mangos en conserva (US\$ 8 millones / 83.3%). Los principales mercados para estos cinco productos son: Colombia (US\$ 7 millones), Hong Kong (US\$ 5 millones), Chile (US\$ 18 millones), España (US\$ 7 millones) y Países Bajos (US\$ 3 millones), respectivamente.

Los productos nuevos más significativos son: cacao en grano tostado (US\$ 0.6 millones) a Estados Unidos, cúrcuma (US\$ 0.3 millones) y nueces del Brasil (US\$ 0.3 millones) a Países Bajos, castañas frescas (US\$ 0.1 millones) a España, pastas alimenticias sin rellenar que contengan huevo (US\$ 0.2 millones) a Ecuador y sandías (US\$ 0.2 millones) a Reino Unido.

En el periodo de análisis se registraron 1,282 empresas exportadoras, 51 más si se compara con enero - julio de 2010. El número de empresas llamadas "grandes" (exportan más de US\$ 10 millones) pasó de 17 a 22; las catalogadas como "medianas" (exportan entre US\$ 1 y 10 millones) se incrementaron de 196 a 228. Por su parte, las que exportan entre US\$ 100 mil y 1 millón ("pequeñas") también aumentaron, de 369 a 393. Contrariamente las empresas "micro" (exportan menos de US\$ 100 mil) descendieron de 649 a 639.

A nivel de departamentos, Lima continua liderando las exportaciones con el 28% del total (US\$ 403 millones / 24.3% de crecimiento), seguido de Ica que aportó el 21% al total (US\$ 298 millones / 44.2%). La Libertad (US\$ 234 millones / 29.5%), Piura (US\$ 173 millones / 44.7%) y Lambayeque (US\$ 95 millones / 38.0%), las cuales aportaron conjuntamente el 35% del valor. En tanto que los más dinámicos fueron Amazonas (US\$ 0.7 millones / 79,031%), Pasco (US\$ 0.4 millones / 8,400.3%) y Huancavelica (US\$ 0.3 millones / 4,822.8%), aunque con montos de exportación mínimos.

La exportaciones de Amazonas se concentran en cacao en grano (US\$ 0.7 millones), Pasco en demás preparaciones alimenticias (US\$ 0.2 millones) y conservas de frutas de cascara (US\$ 0.1 millones), mientras que Huancavelica en mandarinas frescas (US\$ 0.1 millones) y tara en polvo (US\$ 0.1 millones). Todos estos productos no se exportaron el año anterior lo cual significa que desde 2011 estos departamentos han iniciado un mayor contacto con el mercado

mundial, debido a que empresas exportadoras de otras regiones, la mayoría con sede en Lima, se han descentralizado y establecieron unidades productivas en las regiones mencionadas. Amazonas envía casi toda su oferta a Estados Unidos, Pasco a Estados Unidos y Canadá. Por su parte, Reino Unido y Estados Unidos son las plazas preferidas para Huancavelica.

#### 2.4 Sector Pesca y Acuicultura

Entre enero y julio de 2011, las exportaciones pesqueras no tradicionales aumentaron 61.5% respecto a similar periodo del año pasado, al sumar US\$ 624 millones; con lo cual este sector representó el 2.4% de las exportaciones totales y 11.3% de las no tradicionales.

China se convirtió en el principal mercado de los productos pesqueros con valor agregado de origen peruano en los siete primeros meses de 2011, al totalizar las ventas a ese país US\$ 106 millones (17.0% del total) y aumentar 82.1% por los mayores envíos de pota preparada y pota congelada.

Con este resultado, España (15.5% de participación) y Estados Unidos (14.4%) fueron desplazados al segundo y tercer lugar, respectivamente, en el ranking de los 101 mercados de destino de las exportaciones del sector. Otros mercados importantes para estos productos, entre enero y julio de 2011, fueron Corea del Sur (7.1% del total) y Francia (5.9%).

Por otro lado, se registró aumentos significativos de las ventas del sector a varias regiones del mundo: Asia (84.3% de incremento), África (2,094%) y América Latina (98.4%). En Asia destacaron por el aumento de las exportaciones, además de China, países como Corea del Sur (103.8% de variación), Japón (129.0%) y Tailandia (146.1%), principalmente por las ventas a estos tres mercados de pota congelada, además por los envíos de pota preparada a Japón y Corea del Sur, y de ovas de pez volador a Japón.

Chile (474.1%), Venezuela (138.9%), Brasil (117.7%) y México (465.1%) fueron los países de América Latina que registraron importantes incrementos de las adquisiciones de productos peruanos de este sector. En el caso de Chile, lo explica los mayores embarques de conservas de jurel, harina de pota y filete de perico congelado; mientras que en Venezuela lo hacen las ventas de pota y calamar congelado, atún entero congelado y merluza congelada, en Brasil las conservas de jurel y caballa congelada, y en México la pota congelada.

En el mismo periodo se envió US\$ 42 millones de productos pesqueros no tradicionales a países africanos, es decir 7.1% del total exportado; lo cual contrasta con la casi nula participación que tuvo este continente en las ventas externas del sector en similares meses del año 2010. Estos envíos se efectuaron principalmente a Nigeria (US\$ 20 millones), Ghana (US\$ 13 millones), Camerún (US\$ 4 millones) y Congo (US\$ 2 millones), y fueron fundamentalmente de jurel, tanto entero congelado como en conserva.

Las exportaciones del sector pesca no tradicional, en los siete primeros meses de 2011 fueron lideradas por pota congelada (US\$ 163 millones de ventas), pota procesada (US\$ 136 millones), conchas de abanico congeladas (US\$ 61 millones), demás pescado congelado: jurel, perico (US\$ 40 millones) y colas de langostino congeladas con caparazón (US\$ 37 millones). Asimismo, los envíos al exterior de estos productos tuvieron aumentos significativos de 45.8%, 133.9%, 52.2%, 311.0% y 34.6%, respectivamente.

Los productos acuícolas como conchas de abanico congeladas y langostinos congelados (colas y enteros) aumentaron significativamente los envíos al exterior, entre enero y julio del presente año, especialmente a Estados Unidos y países europeos; y por ejemplo destacó la consolidación de ventas de conchas de abanico congeladas a Bélgica (US\$ 1.7 millones adicionales), Italia (US\$ 1.6 millones), Canadá (US\$ 1.5 millones) y Australia (US\$ 1.1 millones).

Otros productos con incrementos importantes en las exportaciones fueron filetes de anchoas saladas a España (US\$ 4.8 millones adicionales), aletas de tiburón a Hong Kong (US\$ 4.3 millones) y caballa entera congelada a Brasil (US\$ 1.4 millones) y Egipto (US\$ 0.8 millones).

El 81.0% de las ventas externas del sector pesquero no tradicional las efectuaron las regiones del interior del país en los primeros siete meses de 2011. De esta manera los departamentos del interior que más contribuyeron con estas exportaciones fueron Piura (representó 54.2% del total exportado por el Perú), Tumbes (11.3%) y Ancash (6.7%).

Por otro lado, destacó el aumento de las exportaciones pesqueras con valor agregado de Tacna (112.9% de variación), Ancash (59.0%), Piura (52.1%) y Tumbes (32.1%) entre enero y julio de 2011. Mientras que Huancavelica se consolidó como nuevo departamento exportador de truchas congeladas y registró US\$ 1.1 millones de ventas al exterior de este producto en el periodo de análisis.

Piura registró exportaciones pesqueras no tradicionales por US\$ 338 millones, fundamentalmente de pota preparada, pota congelada, cochás de abanico congeladas y perico congelado. Mientras que las ventas externas de Tumbes ascendieron a US\$ 70 millones en los siete primeros meses del año, y se concentraron en productos acuícolas como langostinos congelados (colas y enteros) y conchas de abanico congeladas, además de pota congelada.

Durante los primeros siete meses del año, Ancash envió al exterior productos del sector pesca no tradicional por US\$ 42 millones, principalmente de conchas de abanico congeladas, conservas de jurel, tanto entero como grated, jurel entero congelado y pota congelada. El aumento significativo que tuvieron las exportaciones de Tacna, entre enero y julio de 2011, obedeció fundamentalmente a las mayores ventas de pota congelada, ovas de pez volador congeladas y aletas de tiburón secas; productos que también fueron los que más contribuyeron a las exportaciones de este departamento (US\$ 20 millones)

388 empresas realizaron exportaciones de productos pesqueros no tradicionales entre enero y julio de 2011, es decir 17 unidades de producción más que en igual periodo del año pasado. De estas empresas, 18 vendieron más de US\$ 10 millones, 81 entre US\$ 10 millones y US\$ 1 millón, 159 entre US\$ 1 millón y US\$ 0.1 millones, y 130 menos de US\$ 0.1 millones.

## 2.5 Sector Sidero Metalúrgico

Las exportaciones del sector sidero metalúrgico cerraron a julio de este año con resultados positivos de US\$ 622 millones (189,676 toneladas), lo que representó un incremento de 34% respecto al mismo periodo del año anterior. El alambre de cobre refinado (US\$ 189 millones / 33% crecimiento) es el producto que lidera al sector, seguido por el cinc sin alear (US\$ 120 millones / 126.5 % crecimiento), las barras y perfiles de cobre refinado (US\$ 34 millones / 44.2% crecimiento) y las barras de hierro o acero sin alear con muescas, cordones, surcos o relieves (US\$ 26 millones / 26.5% crecimiento).

Entre los productos con mayor dinamismo y cuyas exportaciones superaron los 5 millones de US\$ destacaron las exportaciones de los cables, trenzas y artículos similares de cobre, sin aislar para electricidad (2,392.2% por las mayores ventas a Venezuela y Ecuador); así como, el plomo en bruto con antimonio como el otro elemento predominante en peso, que registró un crecimiento de 54.5% explicado por las mayores ventas hacia Ecuador, Brasil y Cuba. Las hojas y tiras delgadas de aluminio, con soporte, de esp.  $\leq 0,2$  mm presentaron un crecimiento de 74.3% por las exportaciones hacia Venezuela y Costa Rica. Del mismo modo, los demás alambres de cobre a base de aleaciones de cobre explicado por los envíos a Estados Unidos y Taiwán, con un 124.6% de crecimiento. Los desperdicios y desechos de acero inoxidable con una tasa de crecimiento de 17% por las ventas hacia los Países Bajos.

Los envíos de productos de este rubro tienen presencia en 84 mercados, 1 mercado más respecto al mismo periodo de 2010. Sin embargo, las exportaciones se concentraron en tres, los cuales representaron el 51%. A nivel de continentes, el 21% de los mercados de destino se ubican en Asia, seguido por Europa (20%), África (19%) y América del Sur (13%).

El principal mercado de destino es Colombia (US\$ 149 millones / 24% participación), seguido por Estados Unidos (US\$ 118 millones / 19% participación), mercado que demandó cinc sin alear, con un contenido de cinc inferior al 99,99% en peso (81% crecimiento), así como las barras y perfiles de cobre refinado (47% crecimiento). En tercer lugar figura Bolivia (8%)

seguido por Venezuela (8%) y Bélgica (7%) con tasas de crecimiento de 7%, 264% y 460%, respectivamente.

El número de empresas exportadoras ascendió a 413, lo que representó 9 empresas menos en relación al mismo periodo del año anterior. De este grupo el 81% son microempresas, 12% pequeñas, 4% medianas y 3% grandes empresas. Cabe mencionar que el 90% de las exportaciones fueron realizadas por diez grandes empresas (US\$ 558 millones / 37 % crecimiento).

A nivel de regiones, los envíos se realizaron principalmente por Lima y Callao con un 76% de participación, seguidos por Arequipa (5%) y Ancash (2%) respectivamente. Las regiones que han tenido una tasa de crecimiento en aumento son La Libertad (774 % crec.) y Tacna (259 % crec.), por los envíos a Venezuela y Ecuador de las hojas y tiras delgadas de aluminio, con soporte de esp.  $\leq$  0,2 mm enviados por US\$ 0.16 millones; y los carriles (rieles) para vías férreas respectivamente. Huancavelica, recién exportó durante el mes de julio de 2011 un total de US\$ 0.03 millones a Estados Unidos por los envíos de los demás alambres, varillas de polvo de metal común aglomerado, y el alambre relleno para soldadura de arco de metal común

## 2.6 Sector Químico

Las exportaciones de productos del sector químico sumaron US\$ 945 millones durante el periodo enero – julio 2011, cifra que equivale a 923,157 TM, y representó una variación positiva de 41.5% respecto a similar periodo del año previo; situación que continúa colocando al sector como dinamizador de las exportaciones no tradicionales al evidenciar crecimientos constantes desde el 2009. Este comportamiento se sustenta por la mayor demanda de productos como lacas colorantes, película de polipropileno, carmín de cochinilla, óxido de cinc, ácido sulfúrico y preformas pet, entre los más importantes.

La totalidad de productos de este sector se dirigieron a 120 mercados y se canalizaron principalmente a Colombia, país que participa con el 12.5% del total exportado en el sector. Los cinco principales mercados de destino que representan el 54.2% de las ventas está conformado por Colombia (US\$ 118 millones – 23.8% crecimiento), Venezuela (US\$ 117 millones – 207.3% crecimiento), Chile (US\$ 112 millones – 63.4% crecimiento), Ecuador (US\$ 91 millones – 22.2% de crecimiento) y Bolivia (US\$ 74 millones – 1.1% de crecimiento).

Entre los principales productos se mencionan a las lacas colorantes (US\$ 96 millones) producto cuyo crecimiento sigue en ascenso a una tasa de 38.3%; le siguen láminas de polipropileno (US\$ 68 millones – 117.3% crecimiento); carmín de cochinilla (US\$ 58 millones – 91.9% crecimiento); el óxido de cinc (US\$ 50 millones – 60.7% crecimiento) y ácido sulfúrico (US\$ 45 millones – 143.2% crecimiento).

Sobresale el crecimiento de compuestos de plata a tasa mayor de 4,039.6% y valor de US\$29 millones; cabe señalar que este producto se exporta exclusivamente a Venezuela. Otro producto que mostró un crecimiento importante de 110.2% es el sulfato de cobre, reconocido por sus numerosas aplicaciones en la fabricación de concentrados alimenticios para animales, abonos, pesticidas, pigmentos, entre otras; el cual a pesar de su reducida participación de 1.4%, se señala que la demanda por parte del mercado europeo ha crecido notoriamente: Países Bajos (1,037.1%), Reino Unido (1,117.2%), Suiza (5,123.5%), Alemania (292.3%), entre otros; de igual modo por parte de los mercados latinos entre los cuales se señalan Argentina (197.8%), Colombia (210.4%), Bolivia (38.2%) y Guatemala (91.1%).

En el sector químico 1,476 empresas realizaron envíos al exterior, 1,187 son microempresas y representan el 80% de participación en las exportaciones del sector. El 12% lo realizan 181 empresas pequeñas (US\$ 63 millones / 19.2%), similar comportamiento tuvieron las medianas empresas cuya presencia en las exportaciones fue de US\$ 262 millones.

A nivel regional, Lima concentra el 73.5% de las exportaciones del sector, valor que equivale a US\$ 668 millones. Los cinco primeros departamentos representan el 98.2% de las ventas al exterior del sector químicos; destacan la región de Lima (US\$ 694 millones / 53.7% de crecimiento), Callao (US\$ 162 millones / 23.6% de crecimiento), Arequipa (US\$ 33 millones / -

2.0% de crecimiento), Moquegua (US\$ 23 millones / 50.5% de crecimiento) y La Libertad (US\$ 16 millones / -0.8% de crecimiento). Destaca el crecimiento de las ventas de Tacna a tasa de 211% debido a la mayor demanda de dinamitas y manufacturas de plásticos.

Los productos de la región de Lima que lideran la tendencia creciente de las ventas al exterior corresponde a las lacas colorantes, producto que evidenció un crecimiento de 37.2%; película de polipropileno por US\$ 68 millones (117% de crecimiento); carmín de cochinilla el cual creció a tasa de 97% y preformas (18.6% de crecimiento). Merece destacar las ventas de compuestos de plata por un valor de US\$ 28 mil, el cual creció a tasa de 3,969%. Sobresale las ventas de dinamita desde la región de Tacna por un valor de US\$ 550 mil.

## 2.7 Sector Metal Mecánico

Las exportaciones correspondientes al sector metal mecánico durante los siete primeros meses de 2011 sumaron US\$ 254 millones / 41,663.1 toneladas, lo que significó una variación positiva de 10.2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Los principales productos exportados en el sector son las bolas y artículos similares para molinos de fundición de hierro o acero (US\$ 12 millones / 7% crecimiento), los cuales se dirigen principalmente a Chile; los conductores eléctricos de cobre para tensión > 80 V (US\$ 11 millones) enviados a Ecuador y Venezuela; las partes de máquinas y aparatos de la partida No 84.74 (US\$ 11 millones / 30% crecimiento) exportados principalmente a Estados Unidos, México y Bolivia; Aparatos de rayos x para otros usos (US\$ 8 millones / 11,839.8% crecimiento) dirigido principalmente a Chile; Igualmente, los Helicópteros de peso en vacío superior a 2.000 kg (US\$ 5 millones) exportadas a Colombia y Ucrania respectivamente.

Por su dinamismo destacaron los envíos los aparatos de rayos x para otros usos (crecimiento de 11,839.8 %) los cuales se exportaron principalmente a Chile. Igualmente, las demás partes para máquinas para cosechar, trillar, desgranar, limpieza (crecimiento de 5,637.1 %), enviado principalmente a Venezuela; así como las partes de las demás turbinas a gas (crecimiento de 2,239.6 %) que ingresaron en lo que va del año a Alemania como nuevo mercado.

Si bien los envíos de los productos del sector se destinaron a 103 mercados, los cinco principales concentran el 68% del total. Chile es el principal destino con una participación de 19%, seguido por Estados Unidos (16%); Ecuador (14%), Colombia (10%) y Venezuela (9%). Las mayores ventas al mercado chileno (US\$ 47 millones / 66% crecimiento) se explican por las exportaciones de bolas y artículos similares para molinos de fundición de hierro o acero (US\$ 11.4 millones). En cuanto a los mercados con mayor dinamismo se destacan Singapur (crecimiento 15,250.9 %) por los envíos de Las demás máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas y los demás útiles intercambiables para herramientas de mano, incluso mecánicas o para maquinas herramientas; Ucrania con un crecimiento de 6,678.1 % por las compras de Helicópteros de peso en vacío superior a 2.000 kg.

En este rubro se registraron 1,488 empresas exportadoras de las cuales 1,246 son microempresas, estas tienen el 6.2% de participación en las exportaciones. En tanto que las 52 empresas medianas participan con el 50% de las exportaciones totales (US\$ 127 millones / 11.4% crecimiento). Cabe mencionar que las pequeñas empresas exportaron US\$ 55 millones, lo que representó una variación positiva de 17%.

En cuanto a las regiones del Perú, los envíos se realizaron principalmente por Lima y Callao con un 92% de participación, seguidos por Tacna (4%), Arequipa (2%) y Ancash (1%) respectivamente. Las regiones que han tenido una tasa de crecimiento en aumento son Huancavelica (79,787.1 % crec.) por los envíos a Estados Unidos de electrodos recubiertos para soldadura de arco de metal común y las demás válvulas de compuerta por US\$ 0.09 y US\$ 0.06 millones respectivamente; y Madre de Dios (24,325.9 % crec.) por las mayores ventas a Brasil de dragas por US\$ 0.11 millones.

## 2.8 Sector Minero No Metálico

Durante el periodo de enero a julio del 2011, las ventas al exterior del sector minero no metálico ascendieron a US\$ 246 millones, es decir 126.4% por encima del valor obtenido en



similar periodo del 2010; demostrando una continuidad en la senda de crecimiento en el tiempo. Este comportamiento se explica principalmente por la continua demanda de los mercados de Estados Unidos, Colombia, Chile, Brasil e India, los que en conjunto representan el 67.0% del total exportado en el sector; así como de las compras efectuadas por México, cuya tasa de crecimiento supera los 1,600%, y Nueva Zelanda a una tasa de crecimiento de 1,525.5%. Es de indicar que en términos de volumen, las exportaciones del periodo totalizaron la cifra de 1'999,017 TM, medida que tuvo un crecimiento de 193.4% respecto a similar periodo del año previo.

Cabe señalar que se efectuaron envíos a ochenta y cuatro (84) países, principalmente al continente sudamericano. Los envíos a esta parte del mundo representaron el 45% del total de las ventas (US\$ 111 millones) y mostraron un crecimiento de 87.1% con respecto al valor obtenido durante similar periodo del 2010. Los cinco principales mercados de destino de las exportaciones peruanas de este sector evidenciaron una participación de 67%, entre ellos destacaron Estados Unidos con el 30%, Colombia 11%, Chile 10%, Brasil 9% e India 7%. Adicionalmente, estos dos últimos mercados destacaron por su dinamismo, al registrar crecimientos de 94,967.3% y 14,141.5% respectivamente. En ambos casos este comportamiento se explicó por una demanda continua de fosfatos de calcio naturales.

El principal producto de exportación y que lidera el sector al tener una participación de 44% y tasa de crecimiento de más de 63,130.2% es el fosfato de calcio. Le siguen placas y baldosas de cerámica (16%), mármol y travertinos (5%), bombonas (4%) y vidrios de seguridad (4%).

Cabe señalar que el dinamismo que registran las exportaciones de fosfato de calcio favorecen principalmente a la región Piura; en la cual se ubican las principales plantas de producción. Los mercados que demandan este producto y continúan posicionándose son: Estados Unidos, Brasil, India, México, Nueva Zelanda, Argentina y Japón; como mercados tradicionales: Chile y Ecuador; y finalmente, mercados en proceso de introducción: Colombia y Alemania. Por otra parte, la demanda mundial continúa en crecimiento, las importaciones durante el 2010 han superado el valor de US\$1,750 millones, donde India es el principal país importador con compras que ascienden a US\$ 406 millones. Esta situación que se presenta como una oportunidad dado que la participación peruana es solo de 3%, y además de no presentar competencia de países latinos. En términos de exportaciones mundiales, el Perú se ubica en la novena ubicación, luego de países como Marruecos, Jordania, China, República Árabe Siria, Egipto, Israel, Argelia y Túnez. Otros mercados compradores importantes a nivel mundial son Nueva Zelanda, Corea, Bélgica y Polonia, entre otros.

Es importante destacar la demanda de mármol y travertinos por parte de los mercados latinos, entre los cuales destaca Ecuador, Venezuela, Chile, Costa Rica y Guatemala. Resaltar el crecimiento de mercados como Guatemala en más de 80,841.8% y Ecuador 117.6%; mercados en los cuales la empresa Minera Daisi SAC tiene el liderazgo.

En el sector tuvieron presencia 628 empresas exportadoras, de las cuales 553 son microempresas y representan el 88% de participación en las exportaciones del sector. El 8% lo realizan 51 empresas pequeñas (US\$ 14.4 millones / 11.5%) y el 4% medianas empresas que incrementaron su presencia en las exportaciones (US\$ 88 millones / 40.1% crecimiento).

A nivel regional, el departamento que lidera los envíos es Piura, cuyos montos de exportación ascienden a US\$ 113 millones, y cuyo crecimiento es de 2,851.2% con una participación de 46.1%. Este comportamiento que se explica por las ventas de fosfatos de calcio a granel, sin moler y naturales, las cuales han registrado una variación positiva de 46'994,286%. Estos envíos son liderados por la empresa Corporación Miski, cuyas plantas de producción se ubican en esta zona. Las cinco regiones más importantes en términos de participación, que concentran el 96.6% de los envíos, corresponden a Piura (46.1%), Lima (39.4%), Callao (4.5%), La Libertad (3.8%) y Arequipa (2.7%). Cabe citar que a pesar de la reducida participación de Cusco y Moquegua, estas regiones registraron crecimientos importantes de 411.4% y 633.0% respectivamente.

Los productos de la región que lideran la tendencia creciente de las ventas al exterior son fosfatos de calcio naturales en Piura, producto que representa el 95.4% de participación en la región, seguido de andalucita, yeso natural con reducida participación. Los productos que destacan en la región de Lima corresponde a placas y baldosas (41.5% de participación), bombonas (10.3%), vidrios de seguridad (9.7%), mármol y travertinos (9.4%) y fregaderos (7.1%), entre los más importantes. Algunos de los productos que evidencian un crecimiento favorable son cemento portland (136,398.7% de crecimiento), ladrillo (616.4%) y losetas o tejas con un crecimiento de 394.6%.

## 2.9 Sector Varios

Los envíos al exterior del sector varios (incluye productos de joyería) totalizaron US\$ 15 millones en julio, con lo cual se logró acumular US\$ 99 millones durante los primeros siete meses del año. Estas cifras representaron crecimientos de 25.6% y 18.0% respectivamente. En términos de volumen se registraron envíos 8,569 TM, cifra que representó una variación negativa de 13.3% y 6.3% con respecto al mismo período del año anterior.

En el periodo de análisis, los cinco principales productos exportados concentraron el 45.9% del total enviado por el sector. Las ventas al exterior de artículos de joyería de los demás metales preciosos (US\$ 17 millones) representaron el 17.4% del total exportado y mostraron una ligera caída de 3.1%, con respecto al mismo período de 2010. Le siguen en orden de importancia las demás bisuterías de metales comunes (US\$ 13 millones y una participación de 13.2%), artículos de joyería de plata (US\$ 5.2 millones y 5.3% de participación), partes para cartuchos para armas (US\$ 5.1 millones y una participación de 5.2%) y rotuladores y marcadores (US\$ 5 millones y 4.9% de participación).

Entre los productos más dinámicos y con montos exportados que superan los US\$ 500 mil, figuran las demás manufacturas de metal precioso (US\$ 3.8 millones) principalmente destinado al mercado de Panamá. Igualmente los demás aparatos e instrumentos de medida o control de nivel de líquidos (US\$ 604 mil y crecimiento de 1,030%) debido a las ventas hacia Estados Unidos, los calzados con puntera metálica de protección (US\$ 1.4 millones y crecimiento de 96.3%) dirigido a Chile principalmente, demás calzado que cubren el tobillo (botas) (US\$ 1 millón y 94.9% de crecimiento) explicado por los envíos a Uganda y partes de cartuchos para armas (US\$ 5.0 millones y 92.1% de crecimiento) dirigido a Estados Unidos principalmente.

De un total de 90 mercados al que se destinaron las exportaciones, cuatro menos que igual período del año anterior, los cinco principales concentran el 66.5% del total. Estados Unidos lidera con una participación de 31.6%, seguido por Colombia (10.3%), Ecuador (9.2%), Bolivia (8.6%) y Panamá (7.0%).

Entre los mercados más dinámicos y a los que se envían exportaciones por montos superiores a los US\$ 500 mil dólares destacaron Países Bajos (594.6% de crecimiento) explicado principalmente por las exportaciones de las demás bisuterías, Suiza (566.9% de crecimiento) explicado principalmente por los envíos de demás paladio excluido en bruto y artículos de joyería de los demás metales preciosos incluso chapados, Panamá (307.3% de crecimiento) debido a los envíos de manufacturas de metal precioso (cátodos de plata) y artículos de joyería de metales preciosos, Australia (139.0% de crecimiento) explicado por las mayores exportaciones de bolígrafos y partes de cartuchos para armas y Argentina (58.6.0% de crecimiento) explicado por los envíos de cierres de cremallera y rotuladores y marcadores.

En los primeros siete meses del año de 2011 se registraron 1,372 empresas exportadoras, 45 más que las registradas en el mismo periodo de 2010. De este grupo el 92.1% son microempresas, 6.7% pequeñas, 1.1% medianas y 0.1% grandes empresas. Cabe mencionar que el 26.9% del valor exportado fue realizado por pequeñas empresas (92 empresas) y el 47.5% por medianas empresas (15 empresas).

A nivel de regiones, Lima lidera las exportaciones con el 87% del total (US\$ 85.6 millones / 15.5% de crecimiento), seguido de Callao que aportó el 7.8% al total (US\$ 7.7 millones / 24.2%). La Región La Libertad (US\$ 2.7 millones / 58.0%), Arequipa (US\$ 1.2 millones / 87.2%) y Tacna (US\$ 379 mil / 62.7%) aportaron conjuntamente el 4.3% del valor.

Los departamentos con mayor dinamismo exportador fueron: Piura (US\$ 345.2 mil / 268.2% de crecimiento) donde destacaron las ventas de partes y accesorios de instrumentos de medida y control, Arequipa (US\$ 1.2 millones / 87.2%) debido al notable aumento de las ventas de lápices, Tacna (US\$ 379.0 mil / 62.7%) debido a los mayores envíos de calzado con suela de caucho y calzado con parte superior de materia textil y La Libertad (US\$ 2.7 millones / 58.0%) por efecto de los envíos de calzado impermeable.

Cabe destacar que siendo Estados Unidos el principal destino de las exportaciones de productos del sector, estas proceden principalmente de Lima. En tanto que los envíos registrados en la zona geográfica de Callao se dirigen a Colombia que recibe el 35.3% de la oferta departamental, Argentina el 14.4% y Brasil el 12.1%. Los envíos de Arequipa se destinan a Ecuador (22.0%), México (21.5%) y Colombia (20.7%); en tanto que los de La Libertad y Tacna se dirigen a Chile, con participaciones de 87.9% y 63.9% respectivamente.

#### 2.10 Sector Maderas y Papeles

Los envíos al exterior del sector maderas y papeles totalizaron US\$ 34 millones en julio, con lo cual acumuló US\$ 206 millones en los primeros siete meses del año. Estas cifras representaron crecimientos de 5.8% y 2.3% respectivamente. En términos de volumen se registraron envíos 152,132 TM durante los primeros siete meses del año, lo que significó variaciones negativas de 14.0% y 7.3% respecto al mismo período del año anterior.

Los cinco principales productos exportados durante los primeros siete meses del 2011 concentraron el 49.1% del total enviado por el sector y tuvieron un crecimiento de 27.4% con respecto a enero – julio 2010.

Las ventas al exterior de tablillas y frisos para parqués sin ensamblar (US\$ 32 millones) representaron el 15.3% del total exportado y mostraron una caída de 26.5%, con respecto al mismo período de 2010. Le siguen en orden de importancia los impresos publicitarios (US\$ 25 millones y una participación de 12.2%), pañales para bebés (US\$ 17 millones y una participación de 8.3%), demás maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente (US\$ 15 millones y 7.3% de participación) y los demás libros o folletos publicitarios (US\$ 12 millones y 5.9% de participación).

Entre los productos más dinámicos y con montos exportados que superan los US\$ 500 mil, figuran el papel y cartón corrugados para discos (US\$ 543 mil y crecimiento de 11,928.1%), cual se explica por la mayor demanda de Ecuador y Chile. Igualmente, madera moldurada (US\$ 1.4 millones y crecimiento de 3,528.9%) debido a las mayores ventas hacia China, Bélgica y Francia, papel y cartón de pasta mecánica (US\$ 899 mil y crecimiento de 1,288.3%) dirigido a Bolivia, Chile y Taiwán, principalmente, artículos moldeados de pasta de papel (US\$ 708 mil y 1,137.6% de crecimiento) explicado por las mayores ventas a Chile y madera densificada en bloques, tablas ( US\$ 933 mil y 647.9% de crecimiento) dirigido a Estados Unidos y México principalmente.

De un total de 90 mercados al que se destinaron las exportaciones en el período enero – julio 2011, siete más que igual período del año anterior los cinco principales concentran el 60.9% del total. China lidera con una participación de 14.9%, seguido por Chile (12.4%), México (12.0%), Ecuador (10.9%) y Venezuela (10.8%).

Entre los mercados más dinámicos y a los que se envían exportaciones por montos superiores a los US\$ 500 mil dólares destacaron Francia (238.8% de crecimiento) explicado por las mayores exportaciones de demás maderas distintas de las coníferas y tablillas y frisos para parqué, Panamá (232.6% de crecimiento) explicado principalmente por los mayores envíos de los demás libros o folletos impresos, muebles de madera para dormitorios y demás sacos o bolsas, España (195.6% de crecimiento) explicado principalmente por los mayores envíos de maderas aserradas o desbastada longitudinalmente y tablillas y frisos para parqué, Alemania (194.9% de crecimiento) explicado por los envíos de las demás maderas distintas de las coníferas y madera moldurada y Cuba (151.8% de crecimiento) debido a los mayores envíos de los demás libros y folletos impresos,

En los primeros siete meses del año de 2011 se registraron 1074 empresas exportadoras, 48 más que las registradas en el mismo periodo de 2010. De este grupo el 86.8% son microempresas, 10.1% pequeñas, 2.8% medianas y 0.3% grandes empresas. Cabe mencionar que el 42.8% del valor exportado fue realizado por medianas empresas (30 empresas) y el 18.9% por pequeñas empresas (109 empresas).

A nivel de regiones, Lima lidera las exportaciones con el 75.6% del total (US\$ 156 millones / 15.2% de crecimiento), seguido de Ucayali que aportó el 8.9% al total (US\$ 18.3 millones / -34.7%). La Región Loreto (US\$ 10.3 millones / -35.2%), Ica (US\$ 6.9 millones / -7.1%) y La Libertad (US\$ 4.4 millones / 7.6%) aportaron conjuntamente el 19.4% del valor. Los departamentos con mayor dinamismo exportador y valor exportado superior a US\$ 500 mil, fueron: Tacna (US\$ 1.3 millones / 160.5% de crecimiento) donde destacaron las ventas de papel higiénico en bobinas y demás papel utilizado para papel higiénico y otros similares, Junín (US\$ 629.6 mil / 47.0%) debido al notable aumento de las ventas de las maderas aserradas o desbastada longitudinalmente y Ancash (US\$ 1.6 millones / 42.7%) por efecto de los envíos de los demás muebles de madera y muebles de madera utilizados en dormitorios.

Cabe destacar que siendo China el principal destino de las exportaciones de maderas y papeles, éstas se deben en gran medida al desempeño de Lima. Ucayali distribuye sus envíos hacia China (75.3% participación de la oferta departamental) y México el 6.5%. En tanto que Ancash los destina a Italia (98%); Loreto hacia México (68.5%) y Estados Unidos (17.4%); mientras que La Libertad los envía a Ecuador (50.7%) y Colombia (46.2%) e Ica realiza sus envíos hacia Chile (57.8%) y Venezuela (40.9%).

### III. Exportaciones Tradicionales

#### 3.1 Resultados Generales del Periodo

Durante el periodo enero – julio 2011, las exportaciones tradicionales siguieron en crecimiento debido a la dinámica de los precios de los principales commodities. El valor negociado en el rubro fue US\$ 19,989 millones lo que representó una variación positiva de 32.5% respecto al mismo periodo del año anterior. El cobre (US\$ 6,249 millones / 32.3% crecimiento) fue el *commodity* más importante seguido por oro (US\$ 5,325 millones / 21.2% crecimiento) y derivados de petróleo (US\$ 1,870 millones / 33.1% crecimiento).

#### 3.2 Sector Minero

Las exportaciones de productos mineros incrementaron 27.8% con embarques que acumulan US\$ 15,042 millones. Los principales productos tradicionales mantienen sus precios en alza con respecto al año previo; aunque con menores cotizaciones en algunos de ellos en comparación con el mes anterior como en el caso de harina de pescado y café. China fue el principal destino para el cobre junto con Japón, Alemania e Italia, los cuales concentraron el 56% del valor total exportado. Con respecto al oro, los destinos principales fueron Suiza (54% de participación), Canadá (32%) y Estados Unidos (10%). Minerales como hierro, plata y plomo tuvieron importantes crecimientos. El hierro se dirige principalmente a China (96%), el plomo se destina principalmente a China y Canadá, en tanto que la plata hacia Estados Unidos y Brasil, preferentemente.

#### 3.3 Sector Petróleo y Gas

El sector petróleo y gas natural acumuló exportaciones por US\$ 2,952 millones lo que significó un crecimiento de 70.4% debido a las ventas internacionales de gas natural y los derivados de petróleo. Los envíos de gas natural (US\$ 703 millones) se destinaron principalmente a Corea del Sur (32%), España (26%) y Japón (18%) y los derivados de petróleo se enviaron a Estados Unidos (31%), Canadá (12%) y Panamá (8%).

#### 3.4 Sector Agrícola

Las exportaciones agrícolas tradicionales alcanzaron los US\$ 190 millones en julio 2011 con lo cual acumularon US\$ 518 millones durante los primeros siete meses del año. Con estos resultados se obtuvieron variaciones positivas de 49.4% y 59.6%, respectivamente. Entre enero

y julio las exportaciones de café mantienen el liderazgo en las ventas del sector y aumentaron su participación a 92% del total de los envíos (US\$ 476 millones / 70.7% de crecimiento).

Las exportaciones de café se concentran principalmente en la presentación sin descafeinar y sin tostar (99.9%). Alemania es el principal destino (US\$ 161 millones / 45.7%) con una participación de 33% del total enviando, seguido por Estados Unidos (US\$ 93 millones / 53.5%), Bélgica (US\$ 76 millones / 259.2%), Colombia (US\$ 32 millones / 82.2%) e Italia (US\$ 17 millones / 34.5%). Los mercados de Suiza, Países Bajos, Ecuador, México, Chile y Bulgaria registran importaciones de café desde Perú a tasas que oscilan entre 220% y 730%.

Cabe indicar que el precio del café viene registrando valores históricamente altos, pero en el mes de análisis se observó un descenso de 2.9% respecto a junio, en línea con la tendencia a la baja de la cotización internacional. Según la Organización Internacional del Café (OIC), la depreciación del dólar estadounidense frente a las monedas de países exportadores, como Brasil, Colombia e Indonesia generó un leve descenso en el precio del commodity.

### 3.5 Sector Pesquero

Los envíos al exterior de productos pesqueros tradicionales sumaron US\$ 1,476 millones en los siete primeros meses del año 2011, 17.6% más que el registrado en el mismo periodo de 2010; y representaron 5.8% de las exportaciones peruanas. El mes de julio fue el tercer mes en el año que registró un aumento significativo de las exportaciones de harina y aceite de pescado, luego de un descenso pronunciado como consecuencia de la veda de la anchoveta y los menores stocks disponibles.

La harina de pescado, entre enero y julio de 2011, totalizó US\$ 1,250 millones de exportaciones (15.3% de variación); y tuvo como mercados más importantes a China (65.6% de participación), Alemania (6.8%) y Japón (6.1%).

En los siete primeros meses de 2011, los envíos de aceite de pescado a mercados internacionales fueron US\$ 226 millones, 31.8% más que en similares meses del año pasado. Los principales mercados para este producto fueron Dinamarca (21.5% del total), Bélgica (20.4%), Chile (16.3%), Canadá (8.4%) y China (8.3%).