

A. PRODUCTOS SUB SECTOR PAPELES

El Sub Sector de Papeles representa el 39.8% del total de las ventas del sector maderas y papeles y sus envíos al exterior se vieron afectados en 9.5%. Los principales mercados de destino de este sector que representan el 71.8% del mercado, corresponden al bloque latinoamericano: Ecuador (21.8%), Venezuela (19.3%), Bolivia (13.4%), Colombia (9.2%) y Chile (8.1%).

Los principales productos de exportación de este subsector son:

Impresos publicitarios. Es el principal producto en el ranking del Sub Sector Papeles con un valor de exportación de US\$ 2.3 millones y una participación de 20.5%. Los países latinoamericanos son los principales mercados de destino, destacan Venezuela (28.1%), Colombia (26.5%), Ecuador (15.5%), Bolivia (10.0%) y Chile (9.9%); los que en conjunto representan el 89.9%.

Libros. Es el segundo producto en el ranking de este sub-sector y representa el 19.8% del valor exportado. Las exportaciones de libros y folletos alcanzaron la cifra de US\$ 2.3 millones, 13.2% por debajo del valor obtenido en el año anterior. Los principales mercados de destino están representados por El Salvador (36.6%), República Dominicana (16.2%), Venezuela (13.5%), Costa Rica (9.0%), Chile (6.7%) y Estados Unidos (5.4%). Los seis mercados representan el 87.5% del mercado. Le siguen los mercados de España, Panamá y México.

Exportaciones del Sub Sector Papeles

(US\$ Millones FOB)

Producto	Agosto				Enero - Agosto		
	2006	2007	Var. %	Part. %	2006	2007	Var. %
Impresos Publicitarios	2.6	2.3	-9.8	20.5	18.0	23.1	27.8
Libros	2.6	2.3	-13.2	19.8	11.0	15.7	42.9
Pañales para bebés	2.8	1.5	-46.7	12.8	14.4	14.1	-2.1
Compresas y tampones higiénicos	0.5	1.1	118.0	10.0	5.3	6.1	15.1
Impresos cartográficos	0.5	0.8	73.3	7.4	4.3	4.9	14.0
SUBTOTAL	9.0	8.1	-10.1	70.6	53.1	63.9	20.4
Otros	3.7	3.4	-8.1	29.4	22.4	27.5	22.8
TOTAL	12.6	11.4	-9.5	100.0	75.4	91.4	21.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU - Exportaciones

Pañales. Es el tercer producto de exportación del Sub Sector. Sus exportaciones alcanzaron el valor de US\$ 1.5 millones y evidenciaron una reducción en sus ventas de 46.7% para el periodo indicado. Los principales mercados de destino lo constituyen Ecuador (63.2%) y Bolivia (35.7%); los que en conjunto representaron el 98.9%. Destaca el crecimiento de las ventas a Ecuador con una tasa de crecimiento de 50.9%.