

## A. SECTOR MADERAS Y PAPELES

Los productos del sector maderas y papeles se vendieron en los mercados externos por US\$ 24.3 millones en febrero del 2008 acumulando en el primer bimestre US\$ 63.5 millones lo que significó un incremento de -5.7% y 25.1% respectivamente.

De los 65 mercados de destino a los que se dirigió el sector, uno más que los registrados en el mismo período del año anterior, los de mayor importancia fueron México (24.0 % de participación), Estados Unidos (16.1%), China (14.2%), Colombia (9.4%) y Venezuela (7.7%).

Las ventas hacia México, China y Venezuela fueron superiores a las registradas en el 2007, creciendo en el primer bimestre del año en 57.7%, 50.7% y 95.0% respectivamente; a diferencia de Estados Unidos y Colombia que disminuyeron en 7.2% y 2.8% respectivamente.

### Exportaciones del Sector Maderas y Papeles No Tradicional (US\$ Millones FOB)

| Producto                                       | Febrero     |             |             | Enero - Febrero |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|
|  | 2007        | 2008        | Var. %      | 2007            | 2008        | Var. %      |
| Maderas aserradas de las maderas tropicales    | 3.5         | 2.8         | -18.4       | 6.9             | 8.5         | 22.2        |
| Tablillas y frisos para parque, para ensamblar | 3.1         | 2.9         | -8.9        | 5.5             | 8.2         | 47.3        |
| Impresos publicitarios, catálogos              | 2.9         | 3.3         | 14.0        | 6.0             | 6.8         | 12.0        |
| Maderas aserradas o desbastada                 | 1.6         | 2.7         | 70.3        | 3.2             | 6.1         | 93.8        |
| Madera aserrada de virola, mahogany, imbuia    | 2.9         | 1.2         | -57.4       | 5.0             | 5.2         | 3.6         |
| <b>SUBTOTAL</b>                                | <b>14.0</b> | <b>13.0</b> | <b>-7.5</b> | <b>26.7</b>     | <b>34.7</b> | <b>30.1</b> |
| Otros  | 11.7        | 11.3        | -3.5        | 24.0            | 28.7        | 19.6        |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>25.8</b> | <b>24.3</b> | <b>-5.7</b> | <b>50.7</b>     | <b>63.5</b> | <b>25.1</b> |

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Las **maderas aserradas de las maderas tropicales** (partida 4407.29.00.00 – 13.5% de participación sectorial en enero – febrero 2008) fue el principal producto de exportación del sector con US\$ 8.5 millones de ventas y un incremento de 22.2% en el periodo de la referencia; recuperándose de la caída registrada en el mes de febrero de 18.4%. Durante el primer bimestre del año este producto se dirigió a diez mercados, igual número que en el 2006, destacando México que concentró el 61.7% de la demanda y 55.4% de incremento, Estados Unidos con 28.8% de participación y -15.6% de crecimiento.

Las principales empresas que han hecho posible el crecimiento de este producto a México fueron: Maderera Bozovich SAC (43.8% de crecimiento), Comercial JR Molina (252.1 %), Consorcio Maderero SAC (1,099.4%), Inversiones WCA EIRL (US\$ 553.6 miles) y Maderera Vulcano SAC (22.5%). Para el caso de EE.UU. las principales empresas que explican este comportamiento negativo son Maderera Vulcano SAC, que disminuyó en 75.6% y South American Hardwoods SAC.

Otros mercados que destacan para este producto son República Dominicana (Barrios Galvan Ramiro Edwin – US\$ 133 miles), España (Barrios Galvan Ramiro Edwin -143.3%) y Puerto Rico (Maderera Bozovich SAC, -40.2%), con participaciones y crecimientos de 2.6% y 64.3%, 2.2% y 143.3%, 1.6 y -29.0% respectivamente.

- Las **tablillas y frisos para parque, para ensamblar** (partida 4409.20.10.00 – 12.9% de participación sectorial en enero – febrero 2008) fue el segundo producto de exportación del sector con US\$ 8.2 millones de ventas en el periodo de la referencia, 47.3% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 12 mercados, dos menos que en el 2007, destacando los mercados de China (83.4% de participación), Estados Unidos (6.0%), Hong Kong (5.8%), Italia (1.9%) y Croacia (0.7%).

- Los **impresos publicitarios, catálogos** (partida 4911.10.00.00 – 10.7% de participación sectorial en enero – febrero 2008) fue el tercer producto de exportación del sector con US\$ 6.8 millones de ventas en el período de la referencia, 11.9% más que similar período de 2007. Este producto se dirigió a 35 mercados, cuatro más que en el 2007, destacando el mercado de Venezuela (34.4% de participación), Colombia (31.8%), Ecuador (14.8%), Bolivia (8.4%) y Chile (6.1%).

## B. SECTOR VARIOS

Los productos del sector varios se vendieron en los mercados externos por US\$ 26.2 millones lo que significó un incremento con respecto a enero – febrero de 2007 de 30.3%. De los 64 mercados de destino a los que se dirigió el sector, durante el primer bimestre del año, uno mas que los registrados en el mismo período del año anterior, los de mayor importancia fueron Estados Unidos (51.3 % de participación), Venezuela (10.4%), Ecuador (9.2%), Colombia (7.3%) y Bolivia (5.2%).

Las ventas hacia Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Colombia y Bolivia crecieron en 21.8%, 80.2%, 57.2%, 22.0% y 35.7%, respectivamente.

### Exportaciones del Sector Varios No Tradicional (US\$ Millones FOB)

| Producto                                       | Febrero    |             |             | Enero - Febrero |             |             |
|--|------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|
|  | 2007       | 2008        | Var. %      | 2007            | 2008        | Var. %      |
| Art. de joyería de los demás metales preciosos | 4.4        | 5.8         | 31.1        | 9.1             | 11.0        | 20.6        |
| Bisuterías de metales comunes                  | 0.3        | 1.1         | 212.5       | 1.3             | 2.0         | 58.0        |
| Bolígrafos                                     | 0.3        | 0.5         | 63.4        | 0.9             | 1.4         | 53.5        |
| Cierres de cremallera                          | 0.3        | 0.6         | 114.9       | 0.7             | 1.3         | 94.3        |
| Calzado con suela de caucho / plástico.        | 0.2        | 0.6         | 241.3       | 0.4             | 1.0         | 134.5       |
| <b>SUBTOTAL</b>                                | <b>5.5</b> | <b>8.6</b>  | <b>55.2</b> | <b>12.4</b>     | <b>16.8</b> | <b>34.7</b> |
| Otros  | 4.1        | 4.4         | 6.4         | 7.7             | 9.2         | 19.5        |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>9.7</b> | <b>13.0</b> | <b>34.4</b> | <b>20.2</b>     | <b>26.0</b> | <b>28.9</b> |

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Los **artículos de joyería de los demás metales comunes** (partida 7113.19.00.00 – 42.2% de participación sectorial en enero – febrero 2008) fue el principal producto de exportación del sector con US\$ 11.0 millones de ventas en el período de la referencia, 20.6% mas que similar periodo de 2007. Cabe destacar que durante el mes de febrero las exportaciones de este producto aumentaron en 31.1% (US\$ 5.8 millones) Este producto se dirigió a 4 mercados, igual número que los registrados en el 2007, destacando los mercados de Estados Unidos (98.8% de participación). Otros mercados son: Italia 0.5%, Bolivia 0.3%.
- Las **bisuterías de metales comunes** (partida 7117.19.00.00 – 7.7% de participación sectorial en enero – febrero 2007) fue el segundo producto de exportación del sector con US\$ 2.0 millones de ventas en el período, 58.0% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 33 mercados, cuatro mas que en el 2007, destacando los mercados de Ecuador (50.4% de participación), Bolivia (15.7%), Venezuela (13.5%), Colombia (6.9%) y Chile (6.5%).
- Los **cierres de cremallera** (partida 9607.11.00.00 – 5.5 % de participación sectorial en enero – febrero 2008) fue el tercer producto de exportación del sector con US\$ 1.4 millones de ventas en el período de la referencia, 119.0% mas que similar periodo de 2007; siguiendo la tendencia registrada en el mes de febrero que creció en 114.9%. Este producto se dirigió a cuatro mercados, igual número que en el 2007, destacando los mercados de Colombia (42.6% de participación), Venezuela (41.1%) y Argentina (9.7%). Cabe destacar en el período de referencia, las ventas a Colombia crecieron en 162.0%, mientras que a Venezuela en 170.4%.