

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2010

Informes especializados
**Perú muestra uno de los mejores
resultados de la Región**



prom.
perú

Perú muestra uno de los mejores resultados de la Región

Desde octubre del año pasado se observa una rápida recuperación de las exportaciones peruanas.

Uno de los principales canales de transmisión de la crisis internacional en el mundo fue el comercio internacional, lo cual provocó un nivel de deterioro del valor de las exportaciones en América Latina y El Caribe que no se registraba desde los años treinta¹. En este contexto, las exportaciones peruanas han mostrado una mayor capacidad de respuesta con respecto a los demás países de la región, fruto de la implementación de estrategias enfocadas a incrementar la competitividad exportadora en términos de productos y nichos de mercado, acompañadas de un eficiente soporte técnico por parte del Estado.

Así tenemos que en 2009, las exportaciones peruanas registraron una disminución de 14.1% contra un -23.4% que mostró América Latina y El Caribe en su conjunto. Este mejor comportamiento se debe a la rápida recuperación que se observa desde octubre pasado, ante el mayor dinamismo de los productos tradicionales en los mercados asiáticos y europeos, principalmente.

Con respecto a los mercados de destino, Perú exportó bienes a 179 países, cinco más que los registrados en 2008, destacando el incremento en la participación de los bloques europeo (30.8%) y asiáticos (26.1%). Los principales destino de las exportaciones peruanas en 2009 fueron: Estados Unidos (17.0%), China (15.3%), Suiza (14.9%), Canadá (8.7%) y Japón (5.1%). Los mercados que más crecieron fueron: Namibia (268% - Cobre), Honduras (155% - petróleo industrial N° 6), Australia (43% - Zinc) y Corea del Sur (36% -Cobre).

El número de empresas exportadoras alcanzó la cifra de de 7,339, es decir 157 más que las observadas en 2008.

Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales sumaron US\$ 6,169 millones y disminuyó 18.5% el valor negociado con respecto al 2008. Sin embargo, en diciembre el valor embarcado aumentó 8.4% alcanzando los US\$ 552 millones. Los principales mercados, de un total de 173, fueron Estados Unidos (25.4% de participación), Venezuela (9.5%), Colombia (9.0%), Ecuador (6.1%), Chile (5.3%) y España (5.3%). El sector más importante fue el agropecuario y disminuyó 4.7% en el 2009, aunque en diciembre presentó un aumento de 8.4%. Igual situación pasó en el

¹ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), "El comercio internacional en América Latina y el Caribe en 2009"

sector pesquero y sidero-metalúrgico. El sector metal mecánico tiene una variación positiva en el acumulado anual de 9.0%.

El sector textil confecciones disminuyó 26.3% en el 2009. El valor negociado superó los US\$ 1,492 millones y se concentró en las confecciones de algodón con una participación de 66.2% del total y US\$ 988 millones de ventas. Aunque Estados Unidos y Venezuela, los principales destinos, presentaron descensos en la demanda de las prendas de algodón se registró crecimiento relevante en Colombia (22.4%), Italia (14.6%), Alemania (8.6%), Costa Rica (16 veces/US\$ 20 millones), Argentina (21.8%) y Brasil (59.7%). Los productos textiles (capítulos 50-60 del arancel) sumaron US\$ 322 millones y descendieron 13.9%, mientras que los textiles para el hogar (capítulo 63 del arancel) totalizaron US\$ 19 millones con una contracción de 25.9%.

La cantidad de empresas del sector fue 2,072² lo que representa una cantidad mayor en 184 unidades empresariales respecto al 2008. La mayor parte de ellas (60.3%) exporta menos de US\$ 100 mil y el 29.6% entre US\$ 100 mil y US\$ 1 millón. Las empresas que exportaron en el 2009 y no en el 2008 fueron 803 reúnen un valor negociado de US\$ 161 millones y se concentraron en las confecciones de algodón (77.0%). Adicionalmente, se debe indicar que los productos de estas empresas se embarcan hacia Venezuela (58.8% del total), Costa Rica (11.7%), Colombia (8.9%), Estados Unidos (5.7%) y Ecuador (3.2%). Los productos involucrados fueron polos de algodón (38.2%), blusas (9.5%), tank top (8.9%) y camisas (3.4%) del mismo material y de punto.

Con respecto a los materiales utilizados, el algodón está presente en el 74.3% del valor exportado. El uso de esta preciada fibra se concentró en las prendas de vestir aunque descendió 30%. Asimismo, las exportaciones de tejidos sumaron US\$ 92 millones y retrocedieron 1.1%, mientras que los hilados totalizaron US\$ 25 millones y se contrajeron 41.8%. Con respecto a la alpaca, las ventas alcanzaron US\$ 93 millones en el 2009 y se distribuyó en los hilados (US\$ 28 millones), y las fibras y prendas de vestir con US\$ 27 millones cada uno. En la demanda de confecciones de alpaca o pelo fino destacan Estados Unidos y Alemania, que concentran US\$ 11 millones y descendieron 31.9% y 2.3%, respectivamente. Sin embargo, Japón incrementó su demanda 13.4%.

A nivel de mercados, Estados Unidos se mantiene como el principal destino del sector. El valor demandado por la principal economía del mundo alcanzó US\$ 604 millones en el 2009 con un descenso de 25.4%. La demanda estadounidense se concentró en las confecciones (US\$ 582 millones) y en productos como polos, camisas y blusas de algodón. Luego se encuentra Venezuela que presenta la caída más importante en el sector en términos de valor. Las ventas a este mercado pasaron de US\$ 652 millones en el 2008 a US\$ 357 millones en el último año.

² Valor superior a US\$ 10 mil.

La caída se debe a que ha perdido atractivo debido a los problemas con el cambio de divisas y el re-direccionamiento de su demanda hacia sus socios en la región. Se debe destacar el crecimiento de mercados como Colombia 0.3% en el sector y 14.2% en las prendas de vestir, al igual que Alemania (6.2% / 6.8%), Bolivia (19.5% / 307.8%) y Costa Rica (865.7% / 12 veces). Lo mismo sucede con Argentina (10.3% / 23.7%), Canadá (20.2% / 20.9%) y República Dominicana (29.0% / 24.8%).

Los diez principales productos del sector concentraron el 64.0% del valor exportado. Los polos, camisas y blusas de algodón tuvieron descensos de 16.7%, 32.7% y 42.2%, respectivamente, debido a las menores demandas desde Estados Unidos y Venezuela que fueron los principales destinos. Se han identificado buenos desempeños en las exportaciones de polos de algodón a Colombia (32.6%), Italia (8.5%), Alemania (81.2%), Brasil (35.1%), Argentina (3.9%) y Canadá (8.1%). Para las camisas del mismo material sucede lo mismo. Hubo crecimientos en Italia (41.1%), Alemania (15.2%), Brasil (73.7%), Argentina (9.9%) y Reino Unido (13.9%). De otro lado, también se cuenta con incrementos en productos como tank top de fibras sintéticas (22.1%) destinados a Venezuela (26.6%) y Estados Unidos (18.5%) y vestidos de algodón que se embarcan hacia Venezuela (60.2%), Colombia (166.5%) y República Dominicana (108.8%). El mercado venezolano también ha incrementado la demanda en vestidos de fibras sintéticas y bragas del mismo material, logrando que en términos totales también incrementen.

El sector **químico** totalizó US\$ 836.5 millones de ventas al exterior el año 2009, 19.6% menos que el año anterior; y representó 3.1% del total de las exportaciones peruanas, y 13.6% de las no tradicionales.

El año 2009, los productos químicos peruanos fueron enviados a 118 países, destacando Colombia (17.1% de participación), Ecuador (13.1%), Bolivia (12.9%), Chile (12.2%) y Venezuela (6.7%). Por otro lado, los productos que más contribuyeron con estas ventas fueron películas y láminas de polipropileno (US\$ 61.0 millones), preformas de PET (US\$ 42.2 millones), ácido sulfúrico (US\$ 39.8 millones), fosfato dicalcico (US\$ 33.5 millones) y alcohol etílico de melaza (US\$ 32.5 millones).

Las exportaciones de este sector involucraron a 1,826 empresas el último año. Destacó el desenvolvimiento de las empresas medianas y micro, al aumentar en 8.2% y 7.5%, respectivamente, el valor de sus ventas externas; mientras que el valor exportado por la pequeña empresa fue muy similar al registrado el año 2008.

El 2009, las ventas de productos químicos a países de Asia se incrementaron 17.9%, especialmente por los envíos de ácido ortobórico a China, Iran y Corea de Sur. Por otros lado, países de América Central y el Caribe, como Honduras (22.6% de variación) y Haití (115.7%) aumentaron sus compras de productos químicos peruanos, especialmente de películas de

polipropileno en Honduras, y de empaques flexibles de polipropileno y neumáticos de caucho para autobuses en Haití.

A nivel productos, el alcohol etílico de melaza (127.1% de variación) aumentó sus ventas especialmente a Países Bajos y Ecuador, mientras que carmín de cochinilla (14.7%) lo hizo a Alemania y Brasil. Otros productos que incrementaron sus exportaciones fueron explosivos de nitrato de amonio (95.0% de variación) a Bolivia, y medicamentos para uso humano (42.4%) a Ecuador y Venezuela.

Las exportaciones **agrarias no tradicionales** en diciembre 2009 sumaron US\$ 223 millones, cifra que significó una variación positiva de 34.4% respecto al mismo mes del año anterior. Aunque durante los últimos meses de 2009 se ha registrado un comportamiento positivo de las mismas; en el acumulado enero – diciembre estas sumaron US\$ 1,822 millones, lo que representó una variación negativa de -4.7% respecto al año anterior. Sin embargo, los volúmenes exportados en 2009 registraron un crecimiento de 2%, sobre todo los dirigidos hacia los países de América del Sur y América Central. Esto como resultado del mayor conocimiento de la calidad y diversidad de la oferta exportable peruana.

Durante 2009, las exportaciones de espárragos en sus tres presentaciones sumaron US\$ 389 millones, lo que representó una variación negativa de 13.2% respecto al año anterior. No obstante, los espárragos frescos destacaron por los mayores envíos (US\$ 251 millones / 10% crecimiento) hacia a sus principales mercados de destino: Estados Unidos (US\$ 157 millones / 9.7% crecimiento) y Países Bajos (US\$ 40.0 millones / 14.4% crecimiento); así como por su mayor presencia en Japón (US\$ 3 millones / 130.2% crecimiento); Australia (US\$ 3 millones / 43.7% crecimiento) e Italia (US\$ 2.0 millones / 55.0% crecimiento).

Las nuevas tendencias de consumo en los mercados internacionales influyeron en las exportaciones peruanas. Así, el mayor interés del consumidor por adquirir productos saludables permitió incrementar las exportaciones de frutas y productos orgánicos. Así, se registra un crecimiento de las exportaciones de productos frescos (US\$ 693 millones / 12.4% crecimiento) y de los jugos de frutas y vegetales (US\$ 28 millones / 78.6% crecimiento). En este marco, destacan los envíos de uvas (US\$ 134 millones / 61.0% crecimiento); mangos (US\$ 71 millones / 11.2% crecimiento); banano orgánico (US\$ 51 millones / 12.5% crecimiento), granadas (US\$ 4 millones / 94.0% crecimiento) y quinua (US\$ 7 millones / 43.5% crecimiento).

De otro lado, la coyuntura económica adversa y la contracción del poder adquisitivo en varios países generó un mayor consumo de menestras. Así, crecieron las exportaciones de frijoles preparados (US\$ 13 millones / 34.2% crecimiento), frijol congelado (US\$ 2 millones / 12.2% crecimiento); y arveja (US\$ 15 millones / 5.2% crecimiento). En tanto que las exportaciones de varios productos étnicos no se vieron afectadas, al estar dirigidas a un consumidor que los

considera parte de su dieta habitual. Así, destacan los envíos de salsas preparadas - como pasta de ají, cayena, salsa de rocoto y huacatay (US\$ 6 millones / 50.4% crecimiento); así como también los envíos de camote fresco (US\$ 129 mil dólares / 138.1% crecimiento) y olluco fresco (US\$ 33 mil dólares / 102.8% crecimiento).

En 2009, las exportaciones agrarias no tradicionales se dirigieron a 142 mercados, doce más en comparación al año anterior. Por primera vez se ha exportado a la isla Mayotté (páprika - US\$ 45,278 dólares), al emirato de Qatar (uvas – US\$ 28,152 dólares) y a la isla de Anguilla (leche evaporada – US\$ 24,133 dólares). Las exportaciones crecieron hacia Asia (10.6%), América Central (11.5%) y Oceanía (10.6%). En tanto que a nivel de países, Estados Unidos sigue ubicándose como el principal mercado de destino (US\$ 582 millones / -0.7% caída), a pesar de haber sido severamente afectado por la crisis financiera internacional. Cabe indicar que en los últimos meses de 2009, se evidencia una recuperación de los envíos hacia el mercado norteamericano, lo que mejora las perspectivas para el próximo año.

En 2009 destacan las mayores exportaciones hacia países latinoamericanos como Colombia (US\$ 88 millones / 16.1% crecimiento) por los envíos de preparaciones alimenticias y arroz; Puerto Rico (US\$ 11 millones / 19.6% crecimiento) explicado por el incremento de los envíos de jugo de maracuyá y pimiento morrón. Igualmente desatacan Panamá (US\$ 10 millones / 16.4% crecimiento); y Costa Rica (US\$ 6 millones / 56% crecimiento). En Asia destaca el incremento de las exportaciones hacia Hong Kong (US\$ 22 millones / 35.4% crecimiento) debido a las mayores exportaciones de uvas y pecanas; mientras que en Europa destaca Rusia (US\$ 13 millones / 72.9% crecimiento) debido a los mayores envíos de uvas frescas.

Las exportaciones agrarias tradicionales sumaron US\$ 636 millones durante 2009, lo que implicó una variación negativa de 7.3% respecto al año anterior. No obstante, en diciembre 2009 los envíos sumaron US\$ 69 millones, cifra que representó un crecimiento de 19%. El café tiene la mayor participación en este rubro, destacando los incrementos de las exportaciones hacia Colombia (US\$ 39 millones / 677.8% crecimiento), país que vio mermada su producción durante 2009. Igualmente, destacan mercados europeos como Francia (US\$ 10 millones / 84.8% crecimiento), Polonia (US\$ 5 millones / 28.0% crecimiento) y Grecia (US\$ 6 millones / 357.3% crecimiento).

En el rubro tradicional también resaltaron las exportaciones de azúcar, las cuales totalizaron US\$ 37.1 millones, lo que representó un incremento de 49.9% respecto al año anterior. Este se explica por los mayores envíos de azúcar hacia Estados Unidos (US\$ 17 millones / 97% crecimiento) e Indonesia, nuevo mercado para este producto (US\$ 15 millones dólares).

El año 2009, las exportaciones **pesqueras no tradicionales** alcanzaron US\$ 525.6 millones, 16.1% menos que el valor obtenido el año anterior; y representaron 2.0% del total de las exportaciones peruanas y 8.5% de las no tradicionales.

Los envíos al exterior del sector pesquero no tradicional se dirigieron a 99 países en el último año; y los más importantes fueron Estados Unidos (19.9% de participación), España (14.3%), China (9.0%), Francia (7.8%) y Corea del Sur (5.2%).

Estados Unidos (15.8% de incremento) y Francia (5.7%) aumentaron sus compras desde el Perú el año pasado, lo cual obedeció principalmente a las adquisiciones de productos de la acuicultura: conchas de abanico congeladas en ambos mercados, y langostinos enteros congelados en Francia.

Otros mercados con variaciones positivas en sus compras de productos peruanos, el año 2009, fueron Alemania (22.5% de aumento) y Colombia (28.9%). Los envíos de filete de merluza congelada (en bloques sin piel, sin espinas) explicaron, en gran medida, los resultados positivos en Alemania; mientras que en Colombia lo hicieron las conservas de anchoveta entera o trozos, y en graded, además de la conservas de filete de caballa en aceite.

Los principales productos exportados por el sector fueron pota y calamar congelado (US\$ 103.1 millones), conchas de abanico congeladas (US\$ 60.7 millones), pota preparada (US\$ 54.4 millones) y colas de langostinos con caparazón (US\$ 39.7 millones).

Las conchas de abanico congeladas tuvieron, el último año, un aumento de 41.5% en sus ventas externas, especialmente a Estados Unidos (US\$ 11.4 millones adicionales), Países Bajos (US\$ 2.7 millones) y Francia (US\$ 1.4 millones).

444 empresas reportaron exportaciones de productos pesqueros no tradicionales el año 2009. De estas empresas 10 exportaron más de US\$ 10.0 millones, 96 entre US\$ 1.0 millón y US\$ 10.0 millones, 147 entre US\$ 0.1 millones y US\$ 1.0 millón, y 191 menos de US\$ 0.1 millones.

En el mes de diciembre, se inició la recuperación de las ventas externas de los productos pesqueros no tradicionales, al incrementarse 10.3% respecto a diciembre de 2008, lo cual se dio principalmente por las mayores exportaciones de conchas de abanico congeladas y perico congelado.

Las ventas del sector **sidero metalúrgico** durante el periodo de enero a diciembre del presente año ascendieron a US\$ 496 millones como resultado de una caída de 39.8%. Destaca como principal producto del sector alambre de cobre refinado (US\$ 147 millones), seguido por cinc sin alear (US\$ 51 millones), barras de acero (US\$ 48 millones), barras y perfiles de cobre refinado (US\$ 22 millones) y laminados planos de cinc (US\$ 16 millones), entre otros.

Se realizaron envíos a 94 mercados, cinco de los cuales representan el 68.7%. Como principal mercado figura Colombia con una participación de 29.4%, le sigue Bolivia (16.0%), Estados Unidos (13.3%), Chile (6.0%) y Francia (4.0%).

Los mercados de Ecuador y República Dominicana continuaron mostrando crecimientos favorables de 32.9% y 499.7% respectivamente. En el caso de Ecuador por la mayor demanda de alambre de cobre refinado en 286.1% y láminas barnizadas en 3,385%; mientras que en el caso de República Dominicana por las mayores compras de planchas de acero, alambre de cobre refinado y plástico laminado.

Las ventas del sector **metal mecánico** ascendieron a US\$ 357 millones evidenciando un crecimiento de 9.0%, con lo cual cierra el año 2009 como rubro no tradicional más dinámico. Destaca como principal producto del sector los conductores eléctricos de cobre (US\$ 22 millones), partes de máquinas (US\$ 17 millones) seguido por bolas de acero (US\$ 15 millones), motores diesel (US\$ 11 millones) y las demás máquinas de sondeo o perforación autopulsadas (US\$ 11 millones), entre otros.

Se realizaron envíos a 106 mercados, cinco de los cuales representan el 66.5%. Como principal mercado figura Venezuela con una participación de 17.6%, le sigue Chile (16.5%), Estados Unidos (14.1%), Ecuador (10.2%) y Colombia (8.0%). Los mercados más dinámicos durante el periodo citado fueron Chile (46.4% de crecimiento) por un incremento en la demanda de bolas de acero así como de partes de máquinas para arrancar pilotes; y Colombia (21.2%) debido a la compra de partes y piezas de máquinas.

En relación al sector **minero no metálico**, las exportaciones durante los doce meses del 2009 fueron de US\$ 148 millones, 15.9% por debajo del valor obtenido en el 2008. Los cinco principales productos del sector representaron el 58.0% con una reducción acumulada de 12.7%; está compuesto por pisos cerámicos, mármoles y travertinos, vidrios de seguridad, frascos e inodoro y tanques. Se ha registrado un incremento de 18.7% en la demanda de vidrios de seguridad procedentes principalmente de Estados Unidos (9.4%), Emiratos Árabes Unidos (161.5%), Guatemala en 14,292.6%, Bolivia 25.7% y Japón 146.7%; y en los frascos de 32.3% principalmente desde los mercados de Colombia (32.0%), Ecuador (32.2%) y Bolivia (108.3%)

Durante este periodo del 2009 los productos de este sector se enviaron a 94 mercados de destinos. Como principal mercado se encuentra Estados Unidos con una participación de 28.0%, le sigue Chile 17.5%, Colombia 15.1%, Ecuador 8.5% y Venezuela 6.9%. Chile, Colombia y Puerto Rico continúan siendo los mercados que mostraron crecimientos positivos durante este periodo. Chile (21.0%) explicado por las mayores compras de pisos cerámicos,

inodoros y antracita (carbón); Colombia (2.0%) ante la mayor demanda de pisos cerámicos, frascos y cementos portland; y Puerto Rico (10.0%) por la compra de bombonas (envases de vidrio).

Los envíos al exterior del sector **maderas** alcanzaron US\$ 18.6 millones y U\$ 157.4 millones en el mes de diciembre 2009 (18.5% que el período anterior) y en el acumulado enero – diciembre (-29.7% que en período anterior), respectivamente.

Entre los principales cinco productos, en el período acumulado, que concentraron el 77.0% del total exportado por el sector, destacaron los envíos de tablillas y frisos para parqués sin ensamblar que alcanzaron un valor de US\$ 60.9 millones. Le siguieron las demás maderas aserrada o desbastada con un valor exportado US\$ 29.5 millones, madera aserrada o desbastada de virola, imbuia y balsa - US\$ 14.4 millones, madera aserrada o desbastada de las demás maderas tropicales - US\$ 9.4 millones y demás madera contrachapada que tengan una hoja externa -US\$ 7.0 millones.

Los productos potenciales que presentaron el mayor crecimiento y con exportaciones superiores a US\$ 100 mil, en el sector maderas fueron las demás traviesas (durmientes) de madera para vías férreas con US\$ 1.8 millones y 5,792.3% de crecimiento, dirigido a Nueva Zelandia principalmente. Los principales proveedores del mercado neozelandés son Australia, Bélgica y China. En segundo lugar se encuentran los demás tableros de madera con US\$ 539.3 mil de ventas al exterior y un crecimiento de 2,639% dirigido a Colombia principalmente. Los principales proveedores del mercado colombiano son Ecuador, Venezuela y Chile. Otro producto potencial en el sector, es la madera densificada en bloques - US\$ 157.5 mil de valor exportado y 592.6% de crecimiento, dirigidos principalmente a Australia. Los principales proveedores del mercado australiano son Alemania, Italia y China. Los muebles de maderas usado en oficina con US\$ 656.7 mil de valor exportado y un crecimiento de 17.2% es otro producto potencial, dirigido principalmente a los mercados de Panamá y EE.UU., siendo los principales proveedores del mercado panameño a Corea, China y EE.UU.

El número de mercados durante el período enero – diciembre del 2009 fue de 78 destinos, 8 menos que el período anterior.

Los cinco principales destinos concentraron el 87.4% del total exportado por el sector. China es el principal mercado de destino con 45.0% con un valor exportado de US\$ 70.8 millones y un crecimiento de 12.8%. En segundo lugar se encuentra México (21.7%) y con envíos al exterior por un valor de US\$ 34.1 millones; Estados Unidos con 15.0% de participación y un valor exportado de US\$ 23.6 millones. Otros mercados son República Dominicana (3.1%) y Hong Kong (2.6%), este último creció en 6.7%.

Los mercados que más crecieron, por encima de los US\$ 100 mil de valor exportado, son Bolivia (266.8%) por los mayores envíos de demás tableros de madera, Japón (220.4%) debido a las exportaciones de tablillas y frisos para parquet sin ensamblar y madera aserrada de virola, imbuia y balsa y Aruba (178.5%) por los envíos de madera aserrada de las demás maderas tropicales.

El número de empresas exportadoras de este sector, durante el periodo de enero a diciembre 2009 fue de 512 de las cuales 137 exportaron por encima de los US\$ 100 mil. En el 2008 fueron 599 y 154 superaron los US\$ 100 mil de valor exportado.

Los envíos al exterior del sector **papeles** alcanzaron US\$ 16.9 millones y US\$ 177.1 millones en el mes de diciembre 2009 (-24.4% que el período anterior) y en el acumulado enero – diciembre (-13.1% que en período anterior), respectivamente.

Entre los principales cinco productos, que concentraron el 63.8% del total exportado por el sector, destacaron los envíos de impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares que alcanzaron un valor de US\$ 37.2 millones en el período enero – diciembre 2009. Le siguieron los pañales para bebés con un valor exportado US\$ 23.7 millones, demás libros, folletos e impresos similares con US\$ 21.5 millones, demás papel utilizado para papel higiénico y similares - US\$ 16.8 millones y papel higiénico -US\$ 13.9 millones durante el período enero – diciembre.

Los productos potenciales que presentaron el mayor crecimiento y con exportaciones superiores a US\$ 100 mil, en el sector papeles fueron el papel o cartón Kraft o corrugado – US\$ 555.5 mil de ventas al exterior dirigido a Ecuador. Los principales proveedores del mercado ecuatoriano son Estados Unidos, Panamá y Perú. Otro producto potencial en el sector, es el papel prensa en bobinas con US\$ 427.8 mil de valor exportado, dirigido principalmente a Venezuela, cuyos principales proveedores son Canadá, Estados Unidos y Chile. Los demás papeles y cartones en bobinas con US\$ 317.7 mil de valor exportado y un crecimiento de 27,992% es otro producto potencial, dirigido principalmente a Alemania, cuyos mayores proveedores son Finlandia, Países Bajos y Suiza.

El número de mercados durante el período enero – diciembre del 2009 fue de 84 destinos, nueve menos que el período anterior.

Los cinco principales destinos concentraron el 83.6% del total exportado por el sector. Ecuador es el principal mercado de destino con 25.3% de participación y un valor exportado de US\$ 44.8 millones, seguido por Venezuela (18.0%) y envíos al exterior por US\$ 31.9 millones. En tercer lugar se encuentra Colombia (16.3%) y un valor exportado de US\$ 28.9 millones. Otros mercados son Bolivia (13.6%) y Chile (10.4%).

Los mercados que más crecieron, por encima de los US\$ 100 mil de valor exportado, son Alemania (1,265.8% de crecimiento) explicado principalmente por los mayores envíos al exterior de los demás papeles y cartones utilizado para escribir, imprimir y similares en bobinas seguido de Paraguay (404.9%) debido a su demanda de diccionarios y enciclopedias y Uruguay (282.0%) por los envíos de los demás libros, folletos o impresos similares

El número de empresas exportadoras de este sector, durante el periodo de enero a diciembre fue de 976, de las cuales 65 exportaron por encima de los US\$ 100 mil. En el 2008 fueron 948 y 68 superaron los US\$ 100 mil de valor exportado.

El total de exportaciones del sector **varios no tradicionales (inc. joyería)** alcanzó los US\$ 138.6 millones en el periodo enero-diciembre del año 2009, mientras en diciembre los US\$ 12.0 millones. Estos valores significaron una disminución de 22.1% y 16.8% respectivamente con respecto al mismo periodo del 2008. Entre los principales cinco productos, los cuales concentraron el 51.8% del total exportado por el sector, destacaron los artículos de joyería de los demás metales preciosos, los cuales sumaron un valor de US\$ 34.6 millones. Le siguen las demás bisuterías de metales común con US\$ 15.4 millones, rotuladores y marcadores con US\$ 8.5 millones, artículos de joyería de plata, incluso revestida o chapada de otro metal precioso (plaque) con US\$ 7.6 millones y bolígrafos con US\$ 5.7 millones.

Los productos que más crecieron durante enero-diciembre de 2009 con respecto al mismo periodo del año anterior, fueron el calzado de deporte con US\$ 345.0 mil de valor exportado explicado por los envíos a Colombia. Los principales proveedores del mercado colombiano son China, Vietnam y Panamá. En segundo lugar, los botones de metal común con US\$ 493.7 mil de valor exportado, como resultado de la demanda de Venezuela. El mercado venezolano tiene como principales proveedores a Colombia, China y Brasil. En tercer lugar, las partes superiores de calzado y sus partes con US\$ 545.3 mil de valor exportado (1,393.2%) explicado por las exportaciones al mercado de Ecuador. Los principales proveedores del mercado ecuatoriano son Colombia, China y Taipei.

El número de mercados de destino durante el periodo enero-diciembre 2009, fue de 97, dos más que el período anterior

Los cinco principales mercados concentraron el 72.9% del total exportado por el sector. Estados Unidos fue el principal mercado de destino, los envíos a este mercado fueron de US\$ 52.7 millones (38.0% de participación). En segundo lugar se encuentra Colombia (11.3%), por un valor de US\$ 15.2 millones. Le siguen Bolivia (8.7%) con un crecimiento de 0.6% con respecto a igual periodo del año anterior y envíos al exterior por un valor de US\$ 12.1 millones. Otros mercados son Ecuador (8.5%) y Venezuela (6.7%). Resalta México, quien a pesar de

tener una menor participación, 4.4%, tuvo un crecimiento significativo de 51.2% alcanzando la cifra de US\$ 6.1 millones.

Los mercados que mas crecieron, por encima de los US\$ 100 mil de valor exportado, son Suiza (202.6% de crecimiento) explicado principalmente por los mayores envíos de artículos de joyería de los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados; seguido de Austria (161.5%) debido a las exportaciones de artículos de joyería de los demás metales preciosos incluso revestidos o chapados y artículos para juegos de sociedad de suerte, envite y azar. Otro mercado potencial es Trinidad y Tobago (90.2%) por los envíos de bolígrafos, rotuladores y marcadores, principalmente.

El número de empresas exportadoras de este sector, durante el periodo de enero a diciembre de 1,782, de las cuales 123 exportaron por encima de los US\$ 100 mil. En el 2008, se registraron 1,817 empresas, de las cuales 128 exportaron por encima de los US\$ 100 mil.

Exportaciones Tradicionales

Durante el mes de diciembre las exportaciones del sector minero alcanzaron un total de US\$ 1,779 millones, lo cual significo un incremento de 59.3%. Los productos que mas crecieron fueron el plomo (154.1% de crecimiento) y zinc (147.6%). Asimismo el cobre creció en 90.2% y se exportó en US\$ 677.3 millones (principal producto de exportación minero) y el oro tuvo un ascenso de 37.8% y un valor exportado de US\$ 671.8 millones.

En el período acumulado enero a diciembre, las exportaciones del sector minero alcanzaron un total de US\$ 16,102.3 millones, lo cual significó un descenso de 11.0%. El producto con mayor valor exportado del sector fue el oro con una participación de 42.1% y fue uno de los pocos productos que tuvo un crecimiento de 21.2%, debido al incremento de precio en 37.8% con respecto a diciembre de 2008. Adicionalmente, en diciembre, el precio promedio del oro aumentó en 0.1 por ciento al pasar de US\$ 1,128.73 en noviembre a US\$ 1,130.35 por onza troy. La subida en el precio del oro estuvo asociada a la depreciación del dólar, las mayores posiciones especulativas, el uso del oro como cobertura de riesgo frente a probables presiones inflacionarias. El principal mercado de destino fue Suiza, con un crecimiento de 15.8% con respecto al mismo periodo del año pasado.

Durante el mes de diciembre las exportaciones de petróleo y sus derivados alcanzaron un total de US\$ 274.9 millones, es decir crecieron en 156.5%. Las exportaciones de aceite crudo de petróleo se incrementaron en 637.3% motivadas por los mayores envíos a Estados Unidos y Chile mientras que los derivados en 122.3% explicadas principalmente por los envíos a Estados Unidos y China.

En el período acumulado enero a diciembre, las exportaciones de petróleo y sus derivados alcanzaron un total de US\$ 2.034.8 millones, lo cual significó un descenso de 28.8%. Esta disminución se debió, principalmente a menores ventas al exterior de derivados, los cuales se redujeron en US\$ 587.5 millones (US\$ 1,681.5 millones, caída de 25.9%), principalmente al mercado estadounidense. Las exportaciones de estos productos hacia Estados Unidos fueron por un valor de US\$ 554.1 millones, lo cual se traduce en un descenso de 50.9% respecto al mismo periodo de 2008.

Las exportaciones **agrarias tradicionales** sumaron US\$ 636 millones durante 2009, lo que implicó una variación negativa de 7.3% respecto al año anterior. No obstante, en diciembre 2009 los envíos sumaron US\$ 69 millones, cifra que representó un crecimiento de 19%. El café tiene la mayor participación en este rubro, destacando los incrementos de las exportaciones hacia Colombia (US\$ 39 millones / 677.8% crecimiento), país que vio mermada su producción durante 2009. Igualmente, destacan mercados europeos como Francia (US\$ 10 millones / 84.8% crecimiento), Polonia (US\$ 5 millones / 28.0% crecimiento) y Grecia (US\$ 6 millones / 357.3% crecimiento).

En el rubro tradicional también resaltaron las exportaciones de azúcar, las cuales totalizaron US\$ 37.1 millones, lo que representó un incremento de 49.9% respecto al año anterior. Este se explica por los mayores envíos de azúcar hacia Estados Unidos (US\$ 17 millones / 97% crecimiento) e Indonesia, nuevo mercado para este producto (US\$ 15 millones dólares).

Las ventas externas del sector **pesquero tradicional**, el 2009, alcanzaron US\$ 1,683.1 millones, 6.4% menos que los valores registrados el año anterior; y explicaron el 6.3% de las exportaciones nacionales y 8.2% de las tradicionales. En diciembre, totalizaron US\$ 182.9 millones, con lo cual experimentaron un incremento de 79.5%, respecto a igual mes del año 2008.

Las exportaciones de harina de pescado, el 2009, fueron US\$ 1,425.3 millones, y se dirigieron principalmente a China (47.5%), Alemania (18.6%) y Japón (7.9%). Estas ventas aumentaron 0.9%, fundamentalmente por los mayores embarques a Alemania.

El 2009, se exportó US\$ 257.8 millones de aceite de pescado, 33.0% menos que el 2008; y sus mercados más importantes fueron Dinamarca (18.9%), Bélgica (17.9%) y Canadá (13.1%).