

A. SECTOR MADERAS Y PAPELES

Los productos del sector maderas y papeles se vendieron en los mercados externos por US\$ 35.7 millones durante el mes de noviembre de 2008 acumulando en los primeros once meses US\$ 386.8 millones lo que significó un incremento de 56.1% y 19.5% respectivamente.

De los 111 mercados de destino a los que se dirigió el sector durante enero – noviembre de 2008, seis más que los registrados en el mismo período del año anterior, los de mayor importancia fueron México (19.4% % de participación), China (15.0%), Estados Unidos (12.5%), Ecuador (10.2%) y Venezuela (8.9%). En conjunto estos cinco países concentraron el 66.3% del total de exportaciones del sector.

Las ventas hacia los mercados de México, China, Ecuador y Venezuela, fueron superiores a las registradas en el mismo periodo del 2007, creciendo durante los primeros once meses del año en 21.7%, 56.1%, 67.1% y 37.4% respectivamente; a diferencia de Estados Unidos que disminuyó en 34.1%.

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

Producto	Noviembre			Enero - Noviembre		
	2007	2008	Var. %	2007	2008	Var. %
Tablillas y frisos para parques, sin ensamblar	2.7	3.4	27.2	37.3	55.5	48.6
Compresas y tampones higiénicos, pañales	1.7	5.3	205.5	26.4	39.3	48.5
Impresos publicitarios, catálogos comerciales	1.2	3.0	151.6	31.0	36.8	18.9
Madera aserrada de virola, etc.	2.1	1.1	-48.9	27.4	35.6	30.0
Libros, folletos e impresos similares	2.1	2.4	15.4	27.8	28.2	1.5
SUBTOTAL	9.8	15.3	55.4	149.9	195.3	30.3
Otros	13.0	20.4	56.6	173.9	191.5	10.1
TOTAL	22.8	35.7	56.1	323.7	386.8	19.5

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Las **tablillas y frisos para parques, sin ensamblar** (partida 4409.20.10.00 – 14.3% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el principal producto de exportación del sector con US\$ 55.5 millones de ventas y un incremento de 48.6% durante el período de la referencia. Durante los primeros once meses del año este producto se dirigió a 28 mercados, dos más que en el 2007, destacando China que concentró el 84.0% de la demanda y 57.9% de incremento, Estados Unidos con 6.7% de participación y un crecimiento de 172.0%.
- Las **compresas y tampones higiénicos, pañales, etc** (partida 4818.40.00.00 – 10.2% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el segundo producto de exportación del sector con US\$ 39.3 millones de ventas en el período de la referencia, 48.5% más que similar período de 2007. Este producto se dirigió a 12 mercados, uno menos que en el 2007, destacando el mercado de Bolivia que concentró el 41.7% de la demanda y 61.8% de incremento, Ecuador con 34.9% de participación y 28.3% de crecimiento.
- Los **impresos publicitarios, catálogos comerciales** (partida 4911.10.00.00 – 9.5% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el tercer producto de exportación del sector con US\$ 36.8 millones de ventas en el período de la referencia, 18.9% más que similar período de 2007. Este producto se dirigió a 60 mercados, igual número que en el 2007, destacando el mercado de Venezuela que concentró el 33.6% de la demanda y 35.2% de incremento, Colombia con 32.1% de participación y creció en 4.5%, Ecuador representó el 15.5% de la demanda y 65.9% de incremento durante el período de estudio

- La **madera aserrada de virola, etc.** (partida 4407.24.00.00 – 9.2% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el cuarto producto de exportación del sector con US\$ 35.6 millones de ventas en el período de la referencia, 30.0% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 10 mercados, uno mas que en el 2007, destacando el mercado de México que concentró el 69.2% de la demanda y 50.2 % de incremento, Estados Unidos con 23.0% de participación y decreció en 14.9%.
- Los **libros, folletos e impresos similares** (partida 4901.99.00.00 – 7.3% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el quinto producto de exportación del sector con US\$ 28.2 millones de ventas en el período de la referencia, 1.5% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 43 mercados, tres menos que en el 2007, destacando el mercado de Chile que concentró el 16.0% de la demanda y 7.6 % de incremento, Venezuela con 13.5% de participación y decreció en 32.4%, Argentina representó el 11.6% de la demanda durante el período de estudio y 738.2% de incremento, República Dominicana con 8.0% de participación y 32.1% de crecimiento y Estados Unidos con 7.2% de participación y una caída de 26.8%.

Productos de mayor crecimiento, valores exportados superior a 1 millón de dólares

1.- Las calcomanías para transferencia sobre tejidos (partida 4908.90.10.00 – 0.9% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue uno de los productos de mayor crecimiento, con US\$ 3.5 millones, 8,499.2% mas que similar período que el año anterior. El producto se exportó a 4 mercados, el principal mercado es Venezuela (99.9% de participación)

2.- Papeles utilizados para papel higiénico, toallitas para desmaquillar, toallas y similares (partida 4803.00.90.00 – 2.5% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el segundo mas importante en crecimiento, con US\$ 9.8 millones, 1,622.6% mas que similar período que el año anterior. El producto se exportó a diez países, los principales mercados son Ecuador (73.7% de participación) y Venezuela (12.4%).

Empresas

El número de empresas exportadoras durante el período enero – noviembre 2008 fue de 833 (valores exportados superiores a US\$ 1,000). Las cinco principales empresas fueron Kimberly-Clark Perú S.R.L. (13.9% de participación sectorial en el período), Metrocolor S.A. (8.1%), Maderera Bozovich SAC (6.8%), Quebecor World Perú S.A. (6.8%) y Papelera Nacional (3.9%).

Nota: partidas arancelarias consideradas son correlacionadas y corresponden al 2002.

B. SECTOR VARIOS

Los productos del sector varios se vendieron en los mercados externos por US\$ 12.2 millones durante el mes de noviembre de 2008 acumulando en los primeros once meses US\$ 158.9 millones lo que significó un incremento de -31.8% y 0.1% respectivamente.

De los 94 mercados de destino a los que se dirigió el sector durante los primeros once meses de 2008, cuatro menos que los registrados en el mismo período del año anterior, los de mayor importancia fueron Estados Unidos (43.5% de participación), Colombia (10.8%), Venezuela (8.8%), Ecuador (8.7%) y Bolivia (6.5%).

Las ventas hacia Colombia, Ecuador y Bolivia fueron superiores a las registradas en el mismo periodo del 2007, creciendo durante los primeros once meses del año en 47.5%, 26.4% y 54.5% respectivamente; a diferencia de Estados Unidos que disminuyó en 19.6% y Venezuela en 17.2%.

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

Producto	Noviembre			Enero - Noviembre		
	2007	2008	Var. %	2007	2008	Var. %
Artículos de joyería de los demás metales preciosos	9.7	2.9	-70.1	72.6	54.8	-24.5
Bisuterías de metales comunes	1.4	1.1	-20.5	12.5	14.4	15.8
Rotuladores y marcadores	0.4	0.4	-5.5	6.1	8.0	30.9
Cierres de cremallera	0.7	0.7	-0.5	6.0	7.4	22.7
Bolígrafos	0.5	0.2	-50.6	6.2	6.0	-3.3
SUBTOTAL	12.6	5.3	-58.1	103.4	90.6	-12.4
Otros	5.3	7.0	30.2	55.3	68.3	23.4
TOTAL	18.0	12.2	-31.8	158.7	158.9	0.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Las **artículos de joyería de los demás metales preciosos** (partida 7113.19.00.00 – 34.5% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el principal producto de exportación del sector con US\$ 54.8 millones de ventas y una caída de 24.5 durante el período de la referencia. Durante los primeros once meses del año este producto se dirigió a 11 mercados, uno mas que en el 2007, destacando Estados Unidos que concentró el 96.6% de la demanda y 26.3% de caída, Bolivia con 1.4% de participación y 97.4% de crecimiento.
- Los **bisuterías de metales comunes** (partida 7117.19.00.00 – 9.1% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el segundo producto de exportación del sector con US\$ 14.4 millones de ventas en el período de la referencia, 15.8% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 53 mercados, cinco mas que en el 2007, destacando el mercado de Ecuador que concentró el 35.9% de la demanda y 6.8% de incremento, Bolivia con 23.3% de participación y 67.0% de crecimiento, Colombia representó el 19.5% de la demanda durante el período de estudio y creció en 116.9, Chile concentró el 9.4% y 46.2% de crecimiento y Venezuela con 4.8% de participación y 56.0% de caída.
- Los **rotuladores y marcadores** (partida 9608.20.00.90 – 5.0% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el tercer producto de exportación del sector con US\$ 8.0 millones de ventas en el período de la referencia, 30.9% mas que similar periodo de 2007. Este producto se dirigió a 36 mercados, dos mas que en el 2007, destacando el mercado de Venezuela que concentró el 28.2% de la demanda y 27.5 % de incremento, Bolivia con 12.8% de participación y creció en 359.3%, Alemania representó el 10.5% de la demanda y creció en 60.2%, Colombia concentró el 9.3% y creció en 9.4%.

- Los **cierres de cremallera** (partida 9607.11.00.00 – 4.6% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el cuarto producto de exportación del sector con US\$ 7.4 millones de ventas en el período de la referencia, 22.7% más que similar período de 2007. Este producto se dirigió a 9 mercados, dos más que en el 2007, destacando el mercado de Colombia que concentró el 30.4% de la demanda y 21.0% de incremento, Venezuela con 29.7% de participación y 24.6% de caída, Argentina representó el 13.3% de la demanda durante el período de estudio y creció en 60.7, Ecuador concentró el 12.2% y 81.9% de crecimiento y Chile con 9.1% de participación.
- Los **bolígrafos** (partida 9608.10.00.00 – 3.8% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue el quinto producto de exportación del sector con US\$ 6.0 millones de ventas en el período de la referencia, 3.3% menos que similar período de 2007. Este producto se dirigió a 50 mercados, igual número que en el 2007, destacando el mercado de Venezuela que concentró el 46.6% de la demanda y una caída 11.4, Bolivia con 10.8% de participación y 96.6% de crecimiento, Argentina representó el 6.0% de la demanda durante el período de estudio y creció en 120.5%, Colombia concentró el 5.5% y una caída de 4.1% y Ecuador con 5.2% de participación y 15.7% de caída..

Productos de mayor crecimiento, valores exportados superior a 1 millón de dólares

1.- Las construcciones pre fabricadas (partida 9406.00.00.00 – 1.3% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue uno de los productos de mayor crecimiento, con US\$ 2.1 millones, 274.6% más que similar período que el año anterior. El producto se exportó a ocho países; entre los principales países destino encontramos: Chile (55.9% de participación) y Colombia (33.0%).

2.- Demás calzados de parte superior de cuero natural (partida 6403.91.00.00 – 0.4% de participación sectorial en enero – noviembre 2008) fue uno de los productos de mayor crecimiento, con US\$ 0.7 millones, 216.0% más que similar período que el año anterior. El producto se exportó a 10 países; entre los principales países destino encontramos: Estados Unidos (46.8 % de participación) y España (20.2%).

Empresas

El número de empresas exportadoras durante el período enero – noviembre 2008 fue de 1189 (valores exportados superiores a US\$ 1,000). Las cinco principales empresas fueron Arin S.A. (20.6% de participación sectorial en el período), Deoro S.A. (11.7%), A.W.Faber Castell Peruana S.A. (7.6%), Corporación Rey S.A. (5.1%) y Unique (4.7%).