



Nota de Prensa

Exportaciones agropecuarias y mineras no metálicas acumularon crecimientos de 3,4% y 4,7% en el 2015

- Las ventas de arándanos rojos a Estados Unidos y mangos a los Países Bajos impulsaron las agroexportaciones.
- En el sector minero no metálico, destacaron las exportaciones de fosfatos de calcio a Estados Unidos y Argentina.
- Sin embargo, la caída de los precios internacionales, la menor disponibilidad de recursos pesqueros y otras condiciones externas desfavorables impactaron negativamente en otros sectores de exportación no tradicional.
- Intenso Programa de Promoción de Exportaciones en el 2015 permitió que 2 300 empresas exportadoras logren transacciones comerciales por US\$ 1870 millones.

Lima, 05 de febrero de 2016.- La ministra de Comercio Exterior y Turismo y presidenta del Consejo Directivo de Promperú, Magali Silva Velarde-Álvarez, informó que en el 2015 el valor total de las exportaciones ascendió a US\$ 33 246 millones. En relación a similar periodo del 2014, las exportaciones disminuyeron en US\$ 5 396 millones (-14%), de los cuales el 83% obedeció a las menores exportaciones del sector tradicional (-US\$ 4 490 millones). En ese mismo período, el valor de las exportaciones no tradicionales descendió 7,7%, registrando un flujo negativo de US\$ 906 millones.

Cuadro 1 – Exportaciones Totales – Enero-Diciembre 2015/2014
(US\$ Millones FOB)

Sector	2014	2015	Flujo	Var. % 15/14
Total	38 641	33 246	-5 396	-14,0%
Tradicional	26 915	22 426	-4 490	-16,7%
Minero	19 597	17 920	-1 678	-8,6%
Cobre	8 865	8 125	-740	-8,3%
Oro	5 767	5 677	-90	-1,6%
Plomo	1 535	1 535	0	0,0%
Zinc	1 504	1 507	3	0,2%
Hierro	647	350	-297	-45,9%
Estaño	541	342	-199	-36,9%
Metales menores	407	246	-161	-39,5%
Plata refinada	331	138	-193	-58,4%
Petróleo y gas natural	4 721	2 377	-2 344	-49,7%
Pesquero	1 733	1 438	-295	-17,0%
Agrícola	863	691	-172	-19,9%
No Tradicional	11 726	10 820	-906	-7,7%
Agropecuario	4 202	4 345	143	3,4%
Químico	1 520	1 390	-130	-8,5%
Textil	1 806	1 324	-483	-26,7%
Sidero-metalúrgico	1 060	993	-68	-6,4%
Pesquero	1 189	949	-240	-20,2%
Minería no metálica	665	696	31	4,7%
Metal mecánico	598	533	-65	-10,8%
Otros*	685	590	-95	-13,9%

*Maderas y papeles, pieles-cueros, artesanías, varios. Fuente: SUNAT



Durante el 2015 el desenvolvimiento de las exportaciones tanto tradicionales como no tradicionales estuvo afectado principalmente por la caída de los precios internacionales. En el caso de las exportaciones no tradicionales, estas enfrentaron adicionalmente el efecto de una caída en los volúmenes por nuestros principales productos, como resultado del menor dinamismo del comercio internacional producto de la desaceleración económica.

Gráfico 1: Variaciones porcentuales en precio y volumen de exportación 2015/2014



Fuente: SUNAT

La reducción de las exportaciones no tradicionales obedece a la caída de 26,7% en las exportaciones textiles y de 20,2% en los envíos pesqueros, como resultado de la menor disponibilidad de pota congelada y un menor precio internacional, así como por el descenso de 8,5% en las exportaciones de productos químicos, como consecuencia del menor precio del ácido sulfúrico, y una menor demanda de Brasil en un contexto de desaceleración del sector construcción. Esto último afectó también a las exportaciones de productos del rubro metal-mecánico y sidero- metalúrgico.

En cuanto al sector textil, las exportaciones se redujeron en US\$ 483 millones, principalmente por la menor demanda de Venezuela (-US\$ 233 millones) y Estados Unidos (-US\$ 60 millones), que en conjunto explicaron el 61% de la caída en las exportaciones de este rubro.

Respecto al rubro pesquero no tradicional, los envíos retrocedieron US\$ 240 millones significando una contracción de 20,2% interanual. Los menores precios promedio de exportación de la pota congelada, que en el 2015 disminuyeron en 24,6%, y el menor volumen exportado (para congelado y conservas que ha caído 5,7% y 8,7%, respectivamente), explicaron este resultado. De otro lado, se redujo la demanda de sus principales mercados de destino: España (-US\$ 27 millones), Tailandia (-US\$ 18 millones) y Corea del Sur (-US\$ 14 millones).

Por otro lado, el valor de las exportaciones de productos químicos descendió 8,5% lo que significó una reducción de US\$ 130 millones, debido a los menores envíos de placas de propileno a Brasil y Colombia; y preformas a Colombia y Chile. Así, las menores compras de placas de propileno por Brasil refleja la menor demanda de ese país, cuyas importaciones cayeron en 58%.

Otros rubros que acumularon disminuciones son el metal-mecánico en 10,8% (principalmente por menores exportaciones de remolcadores y barcos a Colombia y Chile, y máquinas de sondeo o perforación a Ecuador y Estados Unidos), y el sidero-metalúrgico en 6,4% (debido a las menores exportaciones de alambre de cobre refinado a Brasil, Ecuador y Venezuela).

Por el contrario, las exportaciones agropecuarias no tradicionales crecieron en 3,4% (US\$ 143 millones). Entre los productos más dinámicos del sector agropecuario no tradicional se encuentran los

**PERÚ****Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo****Secretaría
General****Oficina de
Comunicaciones y
Protocolo**

arándanos rojos que elevaron sus exportaciones de US\$ 30 a US\$ 96 millones y acumularon un incremento de US\$ 66 millones en el 2015 respecto a similar periodo del 2014, siendo los mercados de destino que concentraron los mayores incrementos: Estados Unidos (US\$ 40 millones), Países Bajos (US\$ 20 millones) y Reino Unido (US\$ 9 millones). Mientras tanto, los envíos de mangos aumentaron de US\$ 139 a US\$ 194 millones y acumularon un flujo adicional de US\$ 55 millones, siendo Países Bajos el mercado de destino que concentró el mayor incremento (US\$ 27 millones).

Asimismo, se incrementó el valor exportado de los productos del rubro minería no metálica en 4,7% (US\$ 31 millones). Entre los productos más dinámicos se encuentran los fosfatos de calcio natural que se elevaron en US\$ 32 millones en el 2015 en relación a similar periodo del 2014, siendo los mercados de destino que concentraron los mayores incrementos Estados Unidos (US\$ 29 millones) y Argentina (US\$ 9 millones). En el caso de los fosfatos, la menor producción interna en los EE.UU. y las menores compras desde Marruecos posibilitaron una mayor demanda por importaciones desde nuestro país. De otro lado, los despachos de placas de cerámica registraron un flujo adicional de US\$ 15 millones, destacando Chile como el principal mercado de destino, que explicó el mayor aumento (US\$ 13 millones) dada la recuperación que viene registrado el sector construcción chileno motivando una mayor demanda por productos de acabado como las placas de cerámica.

En cuanto a la evolución de nuestras exportaciones no tradicionales por mercado de destino, se presentaron caídas en mercados como Venezuela (-66,5%), Colombia (-20%), Ecuador (-20%) y China (-27%). La caída del valor exportado a Venezuela se explica principalmente por las menores exportaciones de tejidos de punto (-US\$ 44 millones) y polos de algodón (-US\$ 18 millones). Respecto a Colombia, la disminución de los envíos no tradicionales está asociada a las menores ventas de alambre de cobre refinado (-US\$ 22 millones) y aceite de palma (-US\$ 22 millones). Mientras que la disminución de los envíos no tradicionales a Ecuador se explica por la caída de exportaciones de alambre de cobre refinado en US\$ 19 millones y máquinas de sondeos o perforación en US\$ 14 millones. Finalmente, la disminución de exportaciones no tradicionales a China obedeció a la caída de las exportaciones de pota en US\$ 68 millones y madera aserrada en US\$ 17 millones.

**Cuadro 2 - Principales Mercados de destino que registraron caídas
Exportaciones No Tradicionales – Enero-Diciembre 2015/2014
(US\$ Millones FOB)**

N°	País	2014	2015	Flujo	Var. % 15/14
Total general		11 726	10 820	-906,0	-7,7%
1	Venezuela	490,7	164,6	-326,1	-66,5%
2	Colombia	802,5	642,2	-160,3	-20,0%
3	Ecuador	750,6	598,9	-151,6	-20,2%
4	China	472,8	343,5	-129,3	-27,3%
5	Brasil	489,6	375,4	-114,2	-23,3%
6	España	473,5	435,6	-37,9	-8,0%
7	Panamá	133,6	100,3	-33,4	-25,0%
8	Bolivia	571,4	547,3	-24,1	-4,2%
9	Alemania	242,9	219,5	-23,4	-9,6%
10	Hong Kong	149,3	127,3	-22,1	-14,8%
11	Tailandia	77,5	55,9	-21,6	-27,9%
12	Rusia	68,1	50,2	-18,0	-26,4%
13	Japón	131,0	113,9	-17,1	-13,0%
14	Italia	200,1	183,2	-16,9	-8,5%
15	Taipei Chino	70,4	53,8	-16,6	-23,6%
16	Haití	72,3	56,5	-15,8	-21,8%
17	Bélgica	195,7	182,4	-13,3	-6,8%
18	Australia	63,8	52,0	-11,8	-18,5%
19	Indonesia	34,8	23,5	-11,2	-32,3%
20	Francia	201,0	189,8	-11,2	-5,6%

Nota: Ordenado de acuerdo al flujo negativo entre enero-diciembre 2015 y enero-diciembre 2014.

Fuente: SUNAT



www.mincetur.gob.pe

Ca. Uno Oeste 50, Urb. Córpac
San Isidro, Lima 27, Perú
T: (511) 5136100

**PERÚ****Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo****Secretaría
General****Oficina de
Comunicaciones y
Protocolo**

Respecto a los principales mercados de destino, mostraron una mayor demanda de nuestras exportaciones no tradicionales: Estados Unidos, producto de los mayores envíos de palta (US\$ 58 millones) y uvas frescas (US\$ 73 millones); Países Bajos, debido a las mayores compras de productos como cacao en grano (US\$ 40 millones), mangos (US\$ 27 millones); y Reino Unido, por los flujos adicionales de productos como paltas (US\$ 13 millones), arándanos rojos (US\$ 9 millones) y mangos (US\$ 8 millones).

**Cuadro 3 - Principales Mercados de destino que registraron aumentos
Exportaciones No Tradicionales – Enero-Diciembre 2015/2014
(US\$ Millones FOB)**

N°	País	2014	2015	Flujo	Var. % 15/14
Total general		11 726	10 820	-906,0	-7,7%
1	Estados Unidos	2 880	2 985	104,9	3,6%
2	Países Bajos	656,2	713,0	56,9	8,7%
3	Reino Unido	255,4	289,8	34,4	13,5%
4	México	229,4	263,6	34,1	14,9%
5	Canadá	177,7	203,5	25,8	14,5%
6	Camerún	0,4	24,7	24,2	5435,7%
7	Sudáfrica	26,5	36,6	10,1	38,1%
8	Puerto Rico	44,7	54,6	9,9	22,2%
9	Vietnam	17,0	25,4	8,4	49,5%
10	Costa Rica	44,2	51,9	7,6	17,3%
11	Chile	675,4	682,3	6,9	1,0%
12	Dinamarca	26,0	31,7	5,7	22,0%
13	Arabia Saudita	10,7	15,3	4,6	43,5%
14	Zimbabue	-	3,9	3,9	-
15	El Salvador	27,7	31,5	3,9	14,0%
16	Camboya	0,0	3,6	3,6	-
17	Corea del Sur	129,4	132,8	3,4	2,6%
18	Estonia	7,9	11,3	3,3	42,1%
19	Emiratos Árabes	7,7	10,0	2,3	30,0%
20	Nicaragua	19,7	21,9	2,2	11,0%

Nota: Ordenado de acuerdo al flujo positivo entre enero-diciembre 2015 y enero-diciembre 2014.
Fuente: SUNAT

ACCIONES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Durante el 2015, como resultado del trabajo conjunto entre Mincetur y el sector privado, 2 300 empresas, 92% de estas pequeñas y medianas, reportaron transacciones comerciales por US\$ 1 870 millones, un 42% más que el año anterior, producto de las 33 mil citas de negocios agendadas (17% más que en el 2014), mediante las diferentes herramientas de promoción como ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales, entre otros. Ello, refleja el interés de las empresas peruanas en consolidar su participación en el mercado internacional, cumpliendo con los requisitos que exige el comercio exterior como certificaciones de calidad, adecuación de productos y comercio justo.

Es importante destacar el crecimiento en la participación de exportadores peruanos y compradores internacionales en los eventos más emblemáticos que Mincetur, a través de Promperú organiza y apoya, como Perú Moda, la Rueda de Negocios Industria Perú, Perú Service Summit y Expoalimentaria, que contaron con más de 4700 visitantes internacionales.

Estas actividades especializadas propician un acercamiento de los exportadores al mercado internacional en diversos sectores como confecciones textiles, el industrial, el de servicios, el agroexportador y el pesquero. Cabe señalar que en el 2015 se incorporaron nuevos eventos y mercados de atención.

Asimismo, producto del trabajo coordinado entre Promperú y las 36 Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) se generaron 40 mil contactos comerciales en más de 400 actividades de promoción



www.mincetur.gob.pe

Ca. Uno Oeste 50, Urb. Córpac
San Isidro, Lima 27, Perú
T: (511) 5136100



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Secretaría
General

Oficina de
Comunicaciones y
Protocolo

comercial en el exterior, las cuales incluyeron asistencias directas a las empresas en el mercado de destino, prospección y acceso a mercados, contactos uno a uno con potenciales compradores, entre otras acciones.

Cabe mencionar que las OCEX y Promperú, lograron una ejecución del 100% de los presupuestos asignados para sus respectivas actividades de promoción comercial lo que ha permitido que los exportadores peruanos puedan mantener posiciones en sus mercados actuales y penetrar en otros nuevos, aprovechando la dinámica actual que presenta la economía mundial.

“En el 2015, la promoción de exportaciones del Perú ha sido intensa y muy agresiva con la finalidad de aprovechar oportunidades de negocios en un entorno de alta volatilidad de los mercados. Este arduo trabajo de la mano con el sector privado e instituciones públicas peruanas, ha sido reconocido por los exportadores peruanos y también por los empresarios del mundo, en particular, los de la Alianza del Pacífico, quienes han resaltado la efectividad y calidad del mismo. “En el sector comercio exterior seguiremos innovando y generando valor para los exportadores, en particular, las pymes”, puntualizo la ministra Silva.

**OFICINA DE COMUNICACIONES Y PROTOCOLO
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**



www.mincetur.gob.pe

Ca. Uno Oeste 50, Urb. Córpac
San Isidro, Lima 27, Perú
T: (511) 5136100