

**EXPORTACIONES TOTALES AL MES DE JUNIO  
ALCANZAN LOS US\$ 11,102 MILLONES**  
(Cifras actualizadas al 21 de Julio de 2009<sup>1</sup>)

- **Cambio de tendencia, exportaciones peruanas muestran recuperación en primeros meses del año**

En junio último, las exportaciones peruanas, muestran una recuperación en los primeros meses del presente año, con perspectivas de lograr tasas positivas en el último bimestre de 2009. Esto se explica por el incremento de las cotizaciones internacionales del café y el oro, la sostenida recuperación de los sectores no tradicionales como el agropecuario y textil-confecciones, así como, por la mayor demanda de algunos mercados asiáticos y centroamericanos. En el acumulado, los embarques sumaron US\$ 11,102 millones con una variación negativa de 31.4%, mientras que en junio el valor fue US\$ 2,046 millones y 27.2% de descenso.

En el primer semestre del año, el bloque asiático (US\$ 2,883 millones) fue el destino regional más importante para el Perú, aunque disminuyó 26.0%. En segundo lugar se encuentra América del Norte (US\$ 2,813 millones / - 36.5%) y en tercer lugar la Unión Europea (US\$ 1,522 millones / -45.1%). Sin embargo, a nivel de mercados Suiza, con su demanda de oro, es el más importante dado su crecimiento de 15.1%, seguido por China (-1.9%), y Estados Unidos que redujo su demanda 43.8%.

En lo que va del año exportaron 4,954<sup>2</sup> empresas, de las cuales 118 superaron los US\$ 10 millones y 2,993 exportaron menos de US\$ 100 mil en el semestre. A nivel de mercados, los 3,688 productos se dirigieron a 163 destinos de exportación, y 43 de éstos superaron los US\$ 10 millones en compras.

#### **Exportaciones no tradicionales**

Las exportaciones no tradicionales descendieron 22.9% en el primer semestre del año con un valor de US\$ 2,821 millones donde el 53.2% se concentraron entre los sectores agropecuarios (28.0%) y textil-confecciones (25.2%). Este tipo de productos se dirigieron a 161 mercados en el avance del año. Los principales 10 mercados concentraron el 75.1% de las exportaciones no tradicionales siendo encabezados por Estados Unidos (24.1%), Venezuela (10.2%) y Colombia (9.4%).

En este rubro se reconocieron crecimientos importantes en mercados como Costa Rica que incrementó 67.3% debido a una mayor demanda de confecciones como los polos de algodón y los tank top del mismo material. Asimismo, en Noruega (50.3% de incremento) destacó el aumento en el hilado de lana peinada y trucha congelada. Los filamentos acrílicos y modacrílicos y frijol castilla justificaron el crecimiento en la India (102.8%), mientras que la uva fresca y la huevera de pescado hicieron lo propio en Vietnam (19.2%). Otros mercados fueron Irán (aumentó 26 veces) debido al ácido ortobórico; frijoles y caballa congelada en Cabo Verde (306%) y la conserva de caballa en Zaire (188%).

El valor embarcado en el **sector textil confecciones** descendió 28.2% en el semestre debido a que se mantiene la menor demanda de 6 de los 10 principales mercados. Estados Unidos (-30%) y Venezuela (-42%) fueron los principales mercados del sector y tuvieron descensos en su demanda mientras que Colombia (2.3%), Ecuador (8.0%), Costa Rica (12 veces) y Bolivia (12.7%) incrementaron. La sorpresa fue definitivamente Costa Rica que ha logrado ingresar en el *Top Ten* del sector, desplazando a Argentina, con polos (US\$ 9.8 millones) y tank top de algodón (US\$ 2.4 millones).

*Estados Unidos* fue el principal destino del sector con una participación de 41%. Aunque los principales productos (polos, camisas y blusas de algodón) disminuyeron en el semestre, se ha registrado recuperación en junio para los productos tank top de algodón (28.2%) y las confecciones para bebé que prácticamente igualaron lo exportado en el mismo mes de 2008. Los polos de fibra sintética, y los pantalones para damas de algodón, aceleraron su aumento

<sup>1</sup> Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

<sup>2</sup> Valor superior a US\$ 1,000.00.

en 89% y 109% en junio, respectivamente, llevando los crecimientos acumulados del semestre a 30% y 14% para cada caso.

De los 10 principales productos del sector, se observó incrementos acumulados en cuatro, los tank top (26.6%), los tejidos de algodón teñidos de algodón (54.7%), los tejidos con elastómeros (86.8%) y los polos de fibras artificiales (17.5%). Adicionalmente, en junio se registró pequeñas recuperaciones del valor exportado en polos (0.5%), prendas para bebés (2.8%) y pantalones de algodón para damas (5.5%). Los mercados que están vinculados a estos crecimientos fueron Costa Rica para los polos; México, Colombia, Chile, Francia y Venezuela, para los pantalones de damas.

Las exportaciones del sector **agropecuario** sumaron US\$ 138.5 millones en junio de 2009, lo que representó una variación negativa de 7.3% respecto al mismo mes del año anterior. En el periodo acumulado enero - junio los envíos hacia el exterior sumaron US\$ 791.0 millones, lo que significó una caída de 8.7%, respecto al año anterior. Esto debido a los menores volúmenes exportados (-2.5%), y a la disminución en la demanda registrada en los mercados internacionales.

Durante el primer semestre de 2009, los envíos de espárrago en sus tres presentaciones sumaron US\$ 156.0 millones, lo que representó una variación negativa de 16.9% respecto al mismo periodo del año anterior. No obstante, durante junio se mostró una recuperación de los envíos de espárragos frescos y en conserva, por la mayor demanda de los primeros en Estados Unidos (US\$ 7.7 millones / 10.0%) y Países Bajos (US\$ 2.5 millones / 11.8%); mientras que los envíos de espárrago en conserva hacia España, sumaron US\$ 8.9 millones (125.5%).

Resaltan también los crecimientos de espárragos frescos hacia Australia (US\$ 2.2 millones / 48.2% crecimiento), Japón (US\$ 0.8 millones / 90.2% 82.4% crecimiento) e Italia (US\$ 0.6 millones / 87.2% crecimiento).

Durante el primer semestre, resaltan los mayores envíos de tangelo (US\$ 2.5 millones / 315.9%), arroz semiblanqueado (US\$ 24.4 millones / 1,187.5%), aguas y bebidas no alcohólicas, azucaradas y no gaseadas (US\$ 2.3 millones / 191.6%), quinua (US\$ 2.4 millones / 180.7%), cacao en polvo (US\$ 1.7 millones / 177.2%), frijoles preparados (US\$ 2.4 millones / 104.1%), jugo de limón (US\$ 2.5 millones / 105.9%), jugo de maracuyá (US\$ 7.8 millones / 95.8%) y demás frutas frescas (US\$ 3.9 millones / 83.2%) explicado por las mayores exportaciones de granada.

Asimismo, destacaron los mayores envíos de pasta de cacao desgrasada, los cuales sumaron US\$ 3.1 millones durante el primer semestre de este año, monto superior al registrado en el mismo periodo del año anterior (US\$ 4,673). Esto debido al incremento en las mayores ventas a España (US\$ 1.3 millones) y Estados Unidos (0.9 millones). Del mismo modo destacan el aumento de las exportaciones de gandules (US\$ 0.5 millones / 590.3% crecimiento).

Las exportaciones agrarias no tradicionales se dirigieron principalmente a Estados Unidos, acumulando US\$ 208.2 millones durante el primer semestre de 2009, lo que significó una caída de 4% respecto al mismo periodo del año anterior. No obstante, durante junio, los envíos de estos productos sumaron US\$ 36.1 millones, lo que representó una variación positiva de 0.8%. Le sigue en orden Países Bajos (US\$ 120.7 millones / 9.4%), España (US\$ 93.8 millones / -16.3%), Colombia (US\$ 50.6 millones / 80.7%) y Ecuador (US\$ 38.4 millones / 5.8%), los cuales mantuvieron las tendencias de los meses anteriores.

Durante el periodo enero – junio 2009, las exportaciones agrarias no tradicionales se dirigieron a 125 destinos, destacando los crecimientos registrados por los mercados latinoamericanos. Si bien la participación de éstos son muy pequeñas, se deben destacar los crecimientos de los envíos hacia Chile (US\$ 18.2 millones / 4.8%) por las mayores demandas de pastas alimenticias; Trinidad y Tobago (US\$ 6.0 millones / 33.9%) debido a las ventas de leche evaporada; y Puerto Rico (US\$ 3.9 millones / 11.2% crecimiento) dado los mayores pedidos de pimienta morrón en conserva.

De otro lado, destacan el incremento de las exportaciones hacia Canadá (US\$ 14.3 millones / 15.3%) por los envíos de mandarina y palta; Hong Kong (US\$ 11.8 millones / 7.9%) por el incremento de las exportaciones de uvas y pecanas; y Australia (US\$ 5.3 millones / 13.6%) como resultado de los mayores ventas de espárrago fresco y preparado. Entre los países cuyas compras son menores al millón de dólares, resalta Israel, mercado al que se exportó US\$ 0.8 millones (15.1% crecimiento), por las demandas de frijol castilla, tangüelo y palta, producto que registra las primeras solicitudes en este destino.

En el primer semestre de 2009, el sector **químico** totalizó US\$ 394.0 millones de ventas al exterior, 18.6% menos que en similares meses de 2008; y representó 3.5% del total de las exportaciones peruanas. Los envíos del sector se dirigieron a 104 países destacando Colombia (19.3% de participación), Ecuador (12.8%), Bolivia (12.4%) y Chile (12.3%).

Colombia aumentó sus compras desde Perú en 9.7% en el periodo de análisis, lo cual obedeció fundamentalmente a las mayores adquisiciones de soda caústica, neumáticos radiales, para automóviles y películas de polipropileno, entre otros productos. Otros mercados en los cuales se incrementaron de manera importante nuestras ventas fueron China (48.9%) y Rep. Dominicana (29.3%). Estas variaciones positivas se explicaron principalmente por los requerimientos de ácido ortobórico y pet en escamas en el primer país, además de productos de plásticos, como cajas, material de empaque y tapas en el destino centroamericano.

Los productos que más contribuyeron a las exportaciones del sector en los meses de análisis fueron películas y láminas de polipropileno (US\$ 24.6 millones), preformas de PET (US\$ 20.7 millones), fosfato dicálcico (US\$ 19.8 millones), ácido sulfúrico (US\$ 18.3 millones) y soda caústica (US\$ 15.2 millones). Mientras que los que tuvieron aumentos significativos en sus envíos al exterior fueron alcohol etílico de melaza (125.5%), especialmente a Países Bajos y Ecuador; lacas colorantes, donde destaca el carmín de cochinilla, (26.5%) a México, Brasil y Alemania; explosivos de nitrato de potasio (144.1%) a Panamá y Bolivia; y demás fosfatos de calcio (> 1,000%) a Venezuela.

En el año 2008, el Perú (3.9% del total importado) fue el séptimo proveedor de Países Bajos de alcohol etílico, mientras que los más importantes fueron Francia (28.0%), Brasil (24.3%) y Alemania (6.7%). El mercado mexicano de lacas colorantes: carmín de cochinilla, el año pasado, se abasteció principalmente de Estados Unidos (86.8% de las importaciones), India (6.2%), Colombia (2.9%), y nuestro país representó 0.7% de estas compras. Estados Unidos (53.0% de las importaciones), China (23.5%) y Colombia (18.1%) fueron los principales proveedores de Venezuela de demás fosfato de calcio el último año, y nuestro país se ubicó en quinto lugar (1.5%).

Las exportaciones del sector químico involucraron a 1,188 empresas de enero a junio de 2009, de las cuales nueve vendieron valores superiores a US\$ 10.0 millones, 59 entre US\$ 10.0 millones y US\$ 1.0 millón, 140 entre US\$ 1.0 millón y US\$ 0.1 millones y 980 menos de US\$ 0.1 millones.

Durante el periodo de enero a junio del 2009, las exportaciones **pesqueras** no tradicionales alcanzaron US\$ 276.5 millones, 15.6% por debajo del valor obtenido en similar periodo del año previo. Este sector representó 9.8% del total de las ventas peruanas y 2.5% de las no tradicionales.

Los cinco principales productos del sector representaron el 56.0% del total. Entre ellos destacaron la pota congelada (US\$ 54.8 millones) y preparada (US\$ 33.1 millones), seguido por las colas de langostinos (US\$ 24.1 millones), el perico en filetes congelado (US\$ 21.5 millones), así como, por las conchas de abanico congeladas (US\$ 21.1 millones).

Cabe destacar, el crecimiento de las demandas de las conchas de abanico congeladas en 20.3% desde Francia (2.1%), Estados Unidos (43.2%), Italia (8.0%) y Países Bajos (26.5%); así como las preparaciones y conservas de anchoas en 16.4% desde Colombia (160.8%) principal mercado de destino representando el 26.0% del total exportado y República Dominicana con un crecimiento de 103.8% cuya participación fue de 23.8%.

En cuanto a mercados, se realizaron envíos a 89 destinos destacando Estados Unidos como el principal con una participación de 20.9%, le siguen España (13.2%), China (9.3%), Francia (6.6%) y Corea del Sur (6.0%), que en conjunto representaron el 56.0%. De estos EEUU y Francia evidencian ligeros crecimientos en su demanda de 2.2% y 28.5%, respectivamente. El comportamiento de mayor dinamismo en estos mercados se debe a la menor demanda de colas de langostinos con caparazón y perico congelado de Estados Unidos; y en el caso de Francia por las mayores compras de conchas de abanico y langostinos entero congelado.

Las exportaciones del sector **sidero metalúrgico**, en los seis primeros meses del año, sumaron US\$ 202.0 millones, lo que significó una disminución de 57.0% con relación a igual periodo del 2008, y representaron 1.8% de las ventas externas del Perú. Esta variación negativa se explica por los menores precios internacionales de las materias primas<sup>3</sup> y la reducción de la demanda en industrias claves para el sector como el de construcción, entre otros.

Los envíos de productos sidero metalúrgicos al exterior se dirigieron a 79 destinos de enero a junio de 2009, y los más importantes fueron Colombia (29.4% de participación), Estados Unidos (15.6%), Bolivia (13.9%) y Chile (8.5%). Las ventas a los cuatro principales mercados del sector disminuyeron: Colombia (-52.0%), Estados Unidos (-56.7%), Bolivia (-34.8%) y Chile (-50.9%); principalmente, por los menores envíos de alambrón de cobre refinado a Colombia, de barras de cobre y de plata en bruto aleada a Estados Unidos, de barras de acero para la construcción a Bolivia, además de barras de acero laminadas, extruídas en caliente a Chile.

En mercados como Ecuador, Rep. Dominicana y Panamá aumentaron las ventas de productos sidero metalúrgicos peruanos en 18.3%, 48.4% y 60.1%, respectivamente. Estas variaciones positivas obedecieron, principalmente, a los envíos de alambrón de cobre y láminas barnizadas de acero sin alear a Ecuador, alambrón de cobre y láminas de aluminio impresas a Rep. Dominicana, además de planchas laminadas de acero aleado a Panamá

Alambrón de cobre refinado (US\$ 59.0 millones), cinc sin alear contenido < 99%, (US\$ 20.9 millones), barras de acero para construcción (US\$ 17.4 millones), barras de cobre (US\$ 10.1 millones), demás barras de acero aleado (US\$ 8.0 millones) fueron los principales productos exportados por el sector. Los que registraron mayores incrementos en sus ventas al exterior fueron demás barras de acero aleado (> 1,000% de variación) y bobinas de hojalata (>1,000%) principalmente a Chile, planchas laminadas de acero aleado (> 1,000%) a Panamá, laminados y envolturas flexibles de aluminio impreso (46.5%) a Rep. Dominicana y Colombia, además de láminas barnizadas de hojalata que no tuvo exportaciones en el 2008 y en el periodo de análisis totalizó US\$ 1.1 millones de ventas a Ecuador.

Colombia se abasteció, el año pasado, de laminados y envolturas flexibles de aluminio impresos desde Chile (24.4% de participación), Estados Unidos (17.6%) y Francia (16.1%) y nuestro país representó 6.7% de estas compras. En Ecuador, el Perú ocupó, en el 2008, el tercer lugar en las importaciones de láminas barnizadas de hojalata (20.0% del total), después de Alemania (46.0%) y Brasil (29.3%).

328 empresas reportaron exportaciones de productos sidero-metalúrgicos entre enero y junio de 2009. De éstas, seis exportaron más de US\$ 10.0 millones, nueve entre US\$ 1.0 millón y US\$ 10.0 millones, 36 entre US\$ 0.1 millones y US\$ 1.0 millón y 277 menos de US\$ 0.1 millones.

Las ventas del sector **metal mecánico**, en el primer semestre, ascendieron a US\$ 168.7 millones evidenciando un crecimiento de 20.0%, con lo cual continúa ubicándose como el rubro no tradicional más dinámico. Destacó como principal producto las demás máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas (US\$ 9.7 millones), seguido por juego de matrices (US\$ 9.0 millones), partes y piezas de maquinaria (US\$ 7.9 millones), máquinas (US\$ 6.9 millones) y bombas de acero (US\$ 6.0 millones), entre otros.

Se han registrado incrementos en la demanda de máquinas de sondeo en 659.2% desde Brasil, Bolivia y Estados Unidos. Otro producto que merece destacar corresponde a los juegos

<sup>3</sup> Precio internacional del cobre junio 2008= 374.69 US\$/Lb, junio 2009= 227.06 US\$/Lb  
Precio internacional del cinc: junio 2008= 85.93 US\$/Lb, junio 2009 = 70.58 US\$/Lb

de matrices pedidos por los mercados venezolano y norteamericano, éste último con un crecimiento de 470.3%.

Se realizaron envíos a 92 mercados, cinco de los cuales representaron el 63.6% del total, el principal continuó siendo Venezuela con una participación de 19.0%, seguido de Estados Unidos (14.1%), Chile (14.0%), Ecuador (9.5%) y Colombia (6.9%). Los destinos más dinámicos durante el periodo citado fueron Venezuela (13.7% de crecimiento) por la mayor demanda de moldes y matrices, Chile (28.7%) por las compras de bolas y artículos para molinos de fundición y Ecuador (8.99%) ante el incremento de conductores eléctricos de cobre. Destacó la presencia del Brasil, el cual a pesar de su reducida (3.8%) creció en 144.8%.

Las exportaciones de **maderas y papeles** no tradicionales sumaron en el mes de junio US\$ 23.6 millones, mientras que en el primer semestre del año US\$ 147.0 millones, lo que representó un retroceso de 27.7% y 26.9%, respectivamente. En el acumulado los principales productos concentraron el 51.4% del total exportado por el sector, destacaron los envíos de tablillas y frisos para parques sin ensamblar que alcanzaron un valor de US\$ 24.9 millones, le siguieron los impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares (US\$ 18.0 millones), pañales para bebés (US\$ 12.0 millones), demás madera aserrada o desbastada longitudinalmente (US\$ 11.3 millones) y demás libros, folletos e impresos similares (US\$ 9.2 millones). Cabe destacar, el crecimiento que han tenido algunos de los principales productos como los pañales para bebés (8.3%).

Los productos potenciales que presentaron el mayor crecimiento en el sector maderas fueron la madera densificada en bloques con un crecimiento de 460.1%, cuyo principal destino fue Australia. En este mercado competimos principalmente con Alemania, China e Italia. Otro producto potencial, son los demás tableros para revestimiento de suelo que crecieron en 18.6%, dirigidos principalmente a Estados Unidos.

Los productos viables que presentaron el mayor crecimiento en el sector papeles fueron las calcomanías para transferencia sobre tejidos (8,801%), motivado por los envíos al mercado venezolano; en este destino competimos con proveedores de Alemania y Colombia. Este producto va relacionado con las exportaciones del sector textil y confecciones. Las bandejas, fuentes y similares de papel o cartón crecieron en 197.9%, cuyos envíos fueron dirigidos a Bolivia, donde competimos principalmente con Brasil y México.

Otro producto potencial es testliner de fibras recicladas (195.4%) dirigidos principalmente a Chile.

El número de mercados durante el período enero – junio del 2009 alcanzó los 85 destinos. Los cinco principales concentraron el 65.3% del total exportado. China fue el destino más importante con 18.3%, seguido por Ecuador (15.8%), Venezuela (12.3%) y México (10%) y Estados Unidos (9.4%). Cabe resaltar el crecimiento alcanzado por Ecuador (37.4%) y Venezuela (10.8%).

Los mercados que más crecieron, por encima de los US\$ 100 mil de valor exportado, fueron Paraguay (693.7%) explicado por los mayores envíos al exterior de diccionarios y enciclopedias y libros, folletos e impresos; Japón (493.3%) debido a las ventas de tablillas y frisos y madera virola, imbuía y Nueva Zelanda (277.8%) por las demandas de durmientes de madera para ferrocarriles.

En relación al sector **minero no metálico**, las exportaciones durante el primer semestre del 2009 fueron de US\$ 64.9 millones, 21.8% por debajo del valor obtenido en similar periodo del 2008. Los cinco principales productos del sector representaron el 60.5%; siendo los principales productos: pisos cerámicos, mármoles y travertinos, frascos, vidrios de seguridad, lavabos y pedestales. Se ha registrado un incremento de 40.7% en la demanda de frascos procedentes principalmente de Chile (41.2%) y Colombia (18.7%), así como en los vidrios de seguridad en 6.6% desde los mercados de Ecuador (2.8%) y Chile (1.8%).

Los productos de este sector se enviaron a 82 mercados de destinos, siendo los más importantes Estados Unidos con una participación de 27.2%, le sigue Colombia 17.1%, Chile 14.9%, Venezuela 9.7% y Ecuador 8.1%. Los más dinámicos durante el acumulado fueron

Venezuela (24.3% de crecimiento) por las compras de accesorios de cerámica y vajillas para uso doméstico; Puerto Rico (85.1%) por la demanda de pisos cerámicos y botellas de vidrio; y República Dominicana (133.5%) por las compras de sal de mesa, baldosas y travertinos.

El total de exportaciones del sector **varios** no tradicionales alcanzó los US\$ 59.3 millones en el primer semestre. Estos valores significaron una disminución de 27.8% con respecto al mismo periodo del 2008. Entre los principales cinco productos, los cuales concentraron el 50.3% del total vendido por el sector, destacaron los artículos de joyería de los demás metales preciosos, los cuales sumaron un valor de US\$ 11.8 millones. Le siguen las demás bisuterías de metales comunes plateado, dorado o platinado con US\$ 7.5 millones, rotuladores y marcadores (US\$ 4.7 millones), bolígrafos (US\$ 3 millones) y demás calzado con suela de caucho o plástico excepto de deporte (US\$ 2.7 millones).

Los productos que más crecieron durante el primer semestre del 2009 con respecto al mismo periodo del año anterior, fueron las manufacturas de piedras preciosas y semi preciosas (197.2%) explicado por las exportaciones a Estados Unidos y México. En segundo lugar, se encuentra el calzado para deporte (175.9%) como resultado de la demanda de Colombia; cuyos principales proveedores son China, Vietnam y Panamá. En tercer lugar, destaca el crecimiento de los demás instrumentos de dibujo, trazado y calculo (103.2%) debido al desempeño de Venezuela. Adicionalmente, destacan los artículos de orfebrería de chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común, los cuales a pesar de tener una menor participación, tuvieron un crecimiento de 799.8% explicado por los envíos a Ecuador.

El número de mercados de destino durante el periodo enero-junio 2009 fue de 83. Los cinco principales concentraron el 71.7% del total exportado por el sector. Estados Unidos fue el mayor demandante con US\$ 18.3 millones (31% de participación). En segundo lugar figura Colombia (14% de participación) con un crecimiento de 20.4% con respecto al mismo periodo del 2008, por un valor de US\$ 8.3 millones. Le siguen Bolivia (10%) con un aumento de 15.1% con respecto a igual periodo del año anterior, Venezuela (9.7%) y Ecuador (7.1%). Resalta México, quien a pesar de tener una menor participación, 5.5%, tuvo un ascenso significativo de 90% alcanzando los US\$ 3.2 millones.

El número de empresas exportadoras de este sector, durante el primer semestre fue de 1,103.

### Exportaciones Tradicionales

Los productos del rubro tradicional totalizaron exportaciones por US\$ 8,281 millones, en el periodo de enero a junio de 2009, lo que significó un descenso de 33.9% en comparación al valor obtenido en el mismo periodo del 2008.

El producto con mayor valor exportado de este rubro fue el oro con una participación de 36.3% y fue uno de los pocos que tuvo un crecimiento de 7%, debido al aumento de su precio promedio en 2.3% al pasar de US\$ 928,2 en mayo a US\$ 949,6 por onza troy en junio de 2009. También, por el incremento del volumen vendido en el primer semestre de 372.6%, con respecto al mismo periodo del año anterior.

El principal mercado de destino fue Suiza con un crecimiento de 14.2% con respecto al mismo periodo del año pasado.

En el primer semestre, las exportaciones de petróleo y sus derivados alcanzaron un total de US\$ 727.8 millones, lo cual significó un descenso de 54.5%. Esta disminución se debió a menores ventas al exterior de derivados (US\$ 621.5 millones, -51.4%), principalmente al mercado estadounidense. Los envíos de estos productos hacia Estados Unidos fueron por un valor de US\$ 302.2 millones, lo cual se tradujo en un descenso de 67.8% respecto al mismo periodo de 2008.

Las exportaciones **agrícolas tradicionales** sumaron US\$ 46.9 millones en junio 2009 acumulando US\$ 150.2 millones en el primer semestre del año, lo que implicó una variación negativa de 10.3% y una positiva de 6.2%, respectivamente. Durante los primeros seis meses del año, se registró un incremento interesante en las ventas de azúcar, las cuales sumaron US\$ 15.7 millones, lo que representó una variación positiva de 267.6%. Este producto se

benefició del aumento de su precio internacional, dada la menor producción registrada en importantes países productores como la India.

La caída registrada en el mes de junio está relacionada con las menores exportaciones de café (-11.4%) hacia los principales mercados de destino Alemania (US\$ 19.1 millones / -11.5%), Estados Unidos (US\$ 6.5 millones / -42.7%) y Bélgica (US\$ 2.0 millones / -73.4%). Cabe indicar que en el periodo enero – junio 2009, los envíos de café totalizaron US\$ 127.9 millones, lo que representó una variación negativa de 0.8%.

Las ventas externas del sector **pesquero tradicional** alcanzaron los US\$ 886.8 millones, 1.1% por debajo de las exportaciones efectuadas entre enero y junio del 2008. La harina de pescado alcanzó los US\$ 753.9 millones, 0.7% por encima del obtenido en el periodo previo. Los envíos de aceite de pescado evidenciaron una tasa de decrecimiento de 10.3%. El 74.3% de las exportaciones del sector pesquero tradicional se explicaron por las demandas de China (52.7%), Alemania (7.5%), Japón (6.9%), Vietnam (3.6%) y Taiwán (3.5%).

En relación a la harina de pescado sus envíos se recuperaron ligeramente respecto al periodo anterior. Se realizaron ventas a China con un crecimiento de 6.7%, principal mercado de destino con el 59.6% de participación; le sigue Taiwán con un incremento de 33.9% y Reino Unido con 110.6%; sin embargo, las exportaciones a los mercados de Alemania, segundo en el ranking continúan en constante decrecimiento de 4.5%; Japón y Vietnam con una caída de 1.9% y 24.6%, respectivamente.