

Exportaciones totales alcanzan los US\$ 5,189.2 millones en primer trimestre

(Cifras actualizadas al 23 de abril de 2009¹)

- ✓ **Ventas al exterior de productos no tradicionales comienzan a recuperarse**
- ✓ **Sectores agropecuario y metal mecánico muestran recuperación en marzo, registrando incrementos de 2.5% y 77.1% respectivamente**

El retroceso de la demanda en las principales plazas internacionales ha generado la contracción de las exportaciones mundiales y el Perú no ha sido la excepción a esta situación. Sin embargo, en los tres primeros meses del año, el ritmo de caída se está desacelerando, lo cual es una clara señal de la recuperación de las exportaciones. Lo destacable de esta situación es el liderazgo de las exportaciones de productos con mayor valor agregado en esta recuperación. Así tenemos que de registrar un retroceso de 25.4% en enero, en marzo último se observa un descenso de 15.5%.

Durante el primer trimestre del presente año, las exportaciones totales peruanas han registrado un descenso de 33.3%, con un valor negociado de US\$ 5,189.2 millones. Las mayores disminuciones se registraron en los productos tradicionales (37.1%) que fueron afectados por el precio de los *commodities* así como sucedió también con los sectores de mayor valor agregado que se contrajeron en conjunto 20.9%.

A nivel de volúmenes de exportación, en el primer trimestre se disminuyó 11.4% en el total, los productos tradicionales sufrieron un descenso de 12.9% y los productos con mayor valor agregado retrocedieron 5.4%. En marzo, los volúmenes también tuvieron variaciones negativas de 8.6% en el total, 7.6% en el tradicional y 12.9% en el no tradicional.

En los últimos 12 meses (abril 2008 – marzo 2009) se acumularon ventas por US\$ 28,704 millones, lo que representó un descenso de 4.7%, respecto a similar periodo previo. Sin embargo, las exportaciones no tradicionales se mantienen con una variación positiva de 6.6% en los 12 últimos meses con un valor de US\$ 7,192.6 millones.

En el periodo enero-marzo de 2009, el principal bloque económico fue el Área de Libre Comercio de Norteamérica (NAFTA) con un valor negociado de US\$ 1,382.2 millones y una reducción de 36.2%. La Unión Europea con US\$ 725.2 millones retrocedió 42.1% y Asia 37.0%. De otro lado, la Comunidad Andina es la que ha presentado un menor descenso (10.5%).

Durante el primer trimestre del 2009 exportaron 3,924 empresas de las cuales 68 superaron los US\$ 10 millones, 325 se encuentran entre US\$ 1 millón y US\$ 10 millones y 1,119 no superan los US\$ 40 mil.

Exportaciones no tradicionales

En el primer trimestre de 2009, las exportaciones de productos no tradicionales ascendieron a US\$ 1,418.6 millones, lo que implicó un descenso de 20.9% respecto al mismo periodo del año anterior. Los sectores con mayor participación en este segmento fueron agropecuario con 28.9% y el textil – confecciones con 24.6%; mientras que el sector metal mecánico fue el único que mostró una variación positiva en el rubro no tradicional con 33.0% de crecimiento.

Los productos no tradicionales se dirigieron hacia 145 mercados, destacando Estados Unidos (25.1% del total), Venezuela (10.7%) y Colombia (9.2%). Entre los principales mercados destacan los crecimientos de Países Bajos (US\$ 88.3 millones / 3.2% crecimiento) explicado por los mayores envíos de mangos frescos o refrigerados (US\$ 21.5 millones / 10.8% de crecimiento) y espárragos frescos o refrigerados (US\$ 13.7 millones / 7.9%). Asimismo, destaca Ecuador (US\$ 88.2 millones / 13.2% crecimiento), país al que se exportó papa congelada (US\$ 1.6 millones / 3894.0%).

¹ Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

Otros mercados que han resaltado, a pesar de tener una mínima participación como mercados de destino, son Dinamarca (US\$ 3.8 millones/ 3.4%) por las mayores exportaciones de productos químicos y Vietnam (US\$ 1.8 millones / 5.8%) debido al incremento en las ventas de uvas frescas. Asimismo, está Noruega (US\$ 1.7 millones / 59.3%) explicado por mayores exportaciones de textiles-confecciones; y Nicaragua (US\$ 1.4 millones / 24.1%).

Las exportaciones de **textiles y confecciones** cerraron el primer trimestre del año con un descenso de 26.4% y un valor negociado de US\$ 348.8 millones. Esta disminución se debió a la coyuntura internacional que está afectando a los principales destinos del sector como Estados Unidos y Venezuela que retrocedieron 29.0% y 34.1%, respectivamente. Sin embargo, se ha registrado importantes incrementos en Argentina (98.4%) en camisas de algodón de punto y plano y suéteres del mismo material, República Dominicana (242.3%) con vestidos de algodón, Panamá (146.1%) por las blusas de algodón y Noruega (95.7%) debido a los hilados de lana.

Asimismo, se muestra variaciones positivas en marzo en Colombia (17.3%) con los tank top de algodón, Ecuador (19.0%) debido a los tank top y camisas de punto de algodón, Italia (30.7%) por los polos y tank top de algodón, Alemania (16.9%) debido a camisas de algodón y México (71.0%) por los polos de algodón, principalmente.

Los principales productos del sector presentaron descensos. Los polos de algodón se contrajeron 28.6%, las camisas 24.4% y las blusas 45.0%. Estas caídas se encuentran directamente vinculadas a la menor demanda en los dos principales mercados, Estados Unidos y Venezuela. En contraste con esta información se han registrado crecimientos en la demanda de polos de algodón desde Italia (62.4%), México (98.9%) y Argentina (63.0%), mientras que en las camisas ha crecido Alemania (5.8% / segundo mercado), Italia (15.2%), Ecuador (271.7%) y México (154.3%). Asimismo, en las blusas de algodón Bolivia incrementó 27 veces, Panamá (531.2%) Italia (60.6%) y Brasil (279.6%).

Existen productos con aumentos importantes en el sector como: los tejidos teñidos de algodón (73.8%) que se dirigen a Venezuela, así como los tejidos de algodón incluso blanqueados (165.1%), los tejidos de hilados de elastómeros (61.1%) y las pijamas de algodón (67.3%) que se dirigen al mismo mercado. Otros productos con crecimientos considerables (superior al medio millón de dólares) fueron: trajes sastre para damas de pelo fino (90.5%) con destino a República Dominicana y Venezuela, los tank top de fibra sintética con un incremento de 39.4% y enviado a Venezuela, así como los conjuntos de algodón para caballeros (200.0%). Las camisas de fibras sintéticas (9.5%), los polos de fibras artificiales (9.1%) y las pijamas del mismo material (521.8%) incrementaron sus colocaciones debido a una mayor demanda desde Estados Unidos.

Las exportaciones **agrarias no tradicionales** sumaron US\$ 132.3 millones en marzo de 2009, logrando revertir la tendencia negativa de los últimos meses y registrando un incremento de 2.5% respecto al mismo mes del año anterior. Esta mejora se explica por los mayores volúmenes exportados de algunos productos y el mejoramiento de la demanda en algunos mercados. Cabe indicar que este sector fue uno de los dos únicos que registró una variación positiva en el rubro no tradicional en el mes de marzo. Sin embargo, en el acumulado enero - marzo, las exportaciones sumaron US\$ 409.8 millones, lo que significó una caída de 10.8% respecto al mismo periodo del año anterior.

En el primer trimestre las exportaciones de espárragos en sus tres presentaciones totalizaron ventas por US\$ 80.6 millones, lo que significó una caída de 25.0% respecto al mismo periodo del año anterior. No obstante, en el mes de marzo, se registran mejoras en las exportaciones de espárragos frescos (47.6% crecimiento) explicado por los mayores envíos hacia Estados Unidos (US\$ 5.3 millones / 85.2% crecimiento) y Países Bajos (US\$ 5.7 millones / 75.5% crecimiento). Asimismo, se mostraron mejoras en las exportaciones de espárragos congelados (3.8% de crecimiento), motivado por los mayores envíos hacia el mercado norteamericano (US\$ 1.7 millones / 85.3%).

En el primer trimestre, resaltan los mayores envíos de banano (US\$ 14.3 millones /29.6% crecimiento), palta (US\$ 10.2 millones / 41.3% crecimiento) y demás hortalizas y frutas preparadas o en conserva en vinagre (US\$ 4.5 millones /17.7% de crecimiento) entre las que

figuran las conservas de alcachofas, espárragos, pimientos, jalapeños y berenjena principalmente. Asimismo, resaltan productos que aunque tienen poca participación en el total exportado, han registrado variaciones positivas interesantes. Entre estos figuran: demás pastas alimenticias (US\$ 4.9 millones / 59.6% crecimiento), jugo de maracuyá (US\$ 3.4 millones / 164.1% crecimiento), frijoles desvainados preparados o conservados (US\$ 1.9 millones / 104.1% crecimiento), maíz blanco gigante (US\$ 1.5 millones / 8.2% crecimiento), maíz dulce congelado (US\$ 1.3 millones / 93.5% crecimiento) y mandarinas (US\$ 1.0 millones / 944% crecimiento).

Estados Unidos se ubica como principal destino de las exportaciones agrarias no tradicionales, sumando US\$ 33.6 millones en marzo de 2009, lo que representó un incremento de 20.3% respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, en el periodo acumulado, los envíos hacia el mercado norteamericano sumaron US\$ 113.1 millones, lo que significó una caída de 4.1% respecto al primer trimestre del año anterior. Países Bajos se sitúa en segunda posición registrándose exportaciones por US\$ 74.0 millones y 16.3% de crecimiento durante el primer trimestre de 2009. España, tercer mercado de destino de las exportaciones agrarias no tradicionales, registró una caída de 27.9% en los primeros tres meses. No obstante, en marzo, las exportaciones hacia este mercado sumaron US\$ 15.9 millones, lo que implicó una variación positiva de 0.4%. Una mayor demanda por páprika entera (20.0%), espárrago fresco (36.5%) y maíz gigante (45.7%) explican estas cifras.

Las exportaciones peruanas se dirigieron a 111 mercados durante el primer trimestre de 2009, resaltando los crecimientos de las exportaciones hacia Latinoamérica. Entre éstos destacan Colombia (US\$ 29.6 millones / 90.9% crecimiento) debido a las mayores ventas de arroz, las cuales sumaron US\$ 16.8 millones en el primer trimestre. Resaltan también Ecuador (US\$ 19.7 millones / 17.1% crecimiento) debido a las mayores compras de preparaciones alimenticias, Bolivia (US\$ 6.3 millones / 29.1% crecimiento), explicado por los mayores envíos de harina de trigo; así como Trinidad y Tobago (US\$ 2.8 millones / 38.7% crecimiento) como resultado de los mayores envíos de leche evaporada.

Cabe indicar que algunos mercados empiezan a registrar variaciones positivas en el mes de marzo, aunque no logran compensar las caídas de los meses previos. Entre estos figuran Reino Unido (US\$ 4.4 millones / 8.9% crecimiento en marzo 2009) debido a las mayores exportaciones de palta y manteca de cacao, Canadá (US\$ 1.8 millones / 13.1% crecimiento) donde se registra un incremento de las exportaciones de mangos preparados y Hong Kong (US\$ 641 mil / 198.6% crecimiento) por un incremento de los envíos de uvas.

En el primer trimestre de 2009, el sector **químico** totalizó US\$ 206.4 millones de ventas al exterior, y representó 4.0% del total de las exportaciones peruanas. En el periodo de análisis estas ventas disminuyeron 10.5%, respecto a las contabilizadas en similares meses de 2008; sin embargo en marzo último se tuvo una caída de 1.7%, al sumar los envíos US\$ 75.2 millones, la cual fue una contracción significativamente menor a las registradas en enero y febrero.

Las exportaciones del sector se dirigieron a 89 países en el primer trimestre del año, destacando Colombia (20.5% del total exportado), Ecuador (13.3%), Chile (12.4%), y Bolivia (11.9%). Entre los principales países de destino, Colombia, Ecuador y Bolivia tuvieron aumentos en sus compras desde el Perú en 16.9%, 4.4% y 4.4%, respectivamente.

Estos incrementos obedecen fundamentalmente a las mayores adquisiciones colombianas de cloruro de potasio y soda cáustica; las compras de Ecuador de preparaciones para lavar y limpieza, úrea perlada para fertilizantes y fosfato di calcio, y las de Bolivia de preparaciones para lavar y limpieza, explosivos de nitrato de amonio y láminas polietileno impresa.

Otros mercados en los cuales se incrementaron de manera importante nuestras ventas fueron Panamá (69.7% de variación) y China (65.7%); lo cual se explicó fundamentalmente por los requerimientos de preparaciones para lavar y de limpieza, explosivos de nitrato de amonio y ácido sulfúrico en Panamá, y de ácido ortobórico, pet en escamas y lacas colorantes y carmín en China.

Los productos que más contribuyeron a las exportaciones del sector, entre enero y marzo de 2009, fueron películas y láminas de polipropileno (US\$ 12.1 millones), fosfato dicálcico (US\$ 11.7 millones), preformas de PET (US\$ 10.8 millones), ácido sulfúrico (US\$ 9.4 millones), y soda caústica (US\$ 9.0 millones).

En el periodo de análisis, destaca las ventas al exterior de nitrato de amonio para uso minero que en similares meses de 2008 no tuvo exportaciones y este año lo hizo por US\$ 1.0 millón, especialmente a Chile. Otros productos con aumentos significativos en sus envíos externos fueron fosfato de calcio (>1,000% de variación), cloruro de potasio (>1,000%) y explosivos de nitrato de amonio (258.8%).

Las exportaciones del sector químico involucraron a 806 empresas de enero a marzo de 2009; de las cuales una vendió valores superiores a US\$ 10.0 millones, 46 entre US\$ 10.0 millones y US\$ 1.0 millón, 104 entre US\$ 1.0 y US\$ 0.1 millones y 655 menos de US\$ 0.1 millones.

Durante el primer trimestre del 2009, las exportaciones **pesqueras no tradicionales** alcanzaron US\$ 142.6 millones, 15.7% por debajo del valor obtenido en similar periodo del año previo. Este sector representó 10.1% del total de las exportaciones no tradicionales.

Los cinco principales productos del sector representaron el 56.4% del total. Entre ellos destacan la pota congelada (US\$ 26.2 millones) y preparada (US\$ 14.2 millones), seguido por el perico en filete (US\$ 15.7 millones) y entero congelado (US\$ 7.3 millones), colas de langostinos cultivados congelados con caparazón (US\$ 13.6 millones), así como por las conchas de abanico (US\$ 10.9 millones). Las caídas de estos productos se encuentran directamente vinculadas a la menor demanda en los principales mercados de destino. Sin embargo, se han registrado incrementos en las compras de pota congelada desde Italia (39.2%), Corea del Sur (12.3%), Japón (56.1%), Ecuador (3894.0%) y Estados Unidos (40.5%). Para el caso de las conchas de abanico, se obtuvieron resultados positivos en Francia (21.5%) y para el perico, en Venezuela (81.6%). Asimismo las anchoas preparadas incrementaron sus colocaciones en Colombia en 284.0%, mercado que representa el 40.2% del total exportado de este producto.

Otro de los productos que mostraron un crecimiento favorable corresponde a la caballa entera congelada (46.9%), ante la mayor demanda de España (1,239.7%) representando el 28.8% del total exportado y Brasil por un valor de US\$ 861.8 mil cuya participación fue de 17.7%; considerando que no se exportó a este mercado el primer trimestre de 2008.

En cuanto a mercados, se realizaron envíos a 82 destinos destacando Estados Unidos con una participación de 23.2%, le siguen España (12.5%), China (7.9%), Francia (7.1%) y Corea del Sur (5.4%). Estos cinco países representaron el 56.1%, de los cuales, solo Francia evidencia crecimiento en su respectiva demanda de 29.2%. Los más dinámicos durante el primer trimestre fueron Francia (29.2% de crecimiento) por los mayores pedidos de conchas de abanico congeladas, Venezuela (81.1%) por las compras de perico entero congelado y Colombia (60.3%) ante el incremento de anchoa preparada en su consumo interno.

Las ventas del sector **metal mecánico** ascendieron a US\$ 90.3 millones evidenciando un crecimiento de 33.0%, con lo cual se ubica como rubro no tradicional más dinámico durante el primer trimestre del presente año. Destaca como principal producto del sector los demás moldes para metales o carburos metálicos (US\$ 7.9 millones), seguido de las demás máquinas de sondeo o perforación autopropulsadas (US\$ 7.8 millones), los demás conductores eléctricos de cobre, partes y piezas de maquinaria (US\$ 4.0 millones), bombas volumétricas alternativas (US\$ 3.6 millones), entre otros.

Se han registrado incrementos importantes en la demanda de los moldes para metales o carburos metálicos en 4,492.4% desde Venezuela (100.0%). Otro producto que merece destacar corresponde a los filtros magnético y electromagnético, demandados por los mercados venezolano y colombiano, cuyo crecimiento que supera los 21,000.0%.

Se realizaron envíos a 75 destinos, cinco de los cuales representan el 67.8%. Como principal mercado figura Venezuela con una participación de 21.4%, le sigue Estados Unidos (13.6%), Aguas Internacionales (13.2%), Chile (10.0%) y Ecuador (9.6%). Los más dinámicos durante el

primer trimestre fueron Venezuela (71.5% de crecimiento) por la mayor demanda de ollas u otros accesorios para la cocina, Ecuador (31.2%) por el incremento en las compras de grupos electrógeno y Brasil (96.7%) ante el aumento de partes y piezas para bombas en su mercado interno.

Las exportaciones del sector sidero metalúrgico, entre enero y marzo de 2009, sumaron US\$ 80.1 millones, lo que significó una disminución de 62.3% con relación al año anterior, y representó 1.5% de las ventas externas del Perú. Este comportamiento negativo se explica, fundamentalmente, por los menores precios internacionales de las materias primas² y la reducción de la demanda en industrias claves para el sector: construcción entre otros.

En los tres primeros meses del 2009, estos envíos al exterior se dirigieron a 68 destinos, y los mercados más importantes para este sector fueron Colombia (26.0% de participación), Estados Unidos (16.9%), Bolivia (16.6%), Francia (5.3%) y Ecuador (5.0%).

Las ventas a Ecuador se incrementaron en 36.7% en los tres primeros meses del año, lo cual se explicó por las ventas de alambre de cobre refinado y telas metálicas, cincadas de acero. Las exportaciones a Colombia (-61.9% de variación), Estados Unidos (-61.1%), Bolivia (-27.9%), y Francia (-42.9%) disminuyeron entre enero y marzo de 2009, respecto a lo registrado en iguales meses de 2008. Los productos que explicaron las menores exportaciones a estos países fueron barras de acero para la construcción en Bolivia, alambrón de cobre refinado en Colombia, cinc sin alear, < 99.9% y barras de cobre en Estados Unidos; además bobinas y láminas de cinc y demás manufacturas de cinc en Francia.

Alambrón de cobre refinado (US\$ 20.2 millones), cinc sin alear contenido < 99%, (US\$ 8.6 millones), barras de acero para construcción (US\$ 8.1 millones), barras de cobre refinado (US\$ 4.8 millones) y bobinas y láminas de cinc (US\$ 3.4 millones) fueron los principales productos exportados.

Por otro lado, las bobinas de hojalata (> 1,000% de variación) y los laminados de aluminio impreso (97.5%) aumentaron sus ventas al exterior en forma significativa especialmente a Chile y Ecuador el primer producto y a Rep. Dominicana y Colombia, el segundo.

198 empresas reportaron ventas al exterior de productos sidero-metalúrgicos entre enero y marzo de 2009. De estas empresas 3 exportaron más de U\$ 10.0 millones, 6 entre US\$ 1.0 millón y US\$ 10.0 millones, 25 entre US\$ 0.1 millones y US\$ 1.0 millón, y 164 menos de US\$ 0.1 millones.

Las exportaciones **de maderas y papeles no tradicionales** sumaron US\$ 73.1 millones en el primer trimestre de 2009, lo que representa un retroceso de 23.8%. Entre los principales productos que concentraron el 54.3% del total exportado por el sector, destacaron los envíos de tablillas y frisos para parques sin ensamblar que alcanzaron un valor de US\$ 13.6 millones. Le siguieron los impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares (US\$ 9.2 millones), pañales para bebés (US\$ 6.4 millones), demás madera aserrada o desbastada longitudinalmente (US\$ 5.7 millones) y demás libros, folletos e impresos similares (US\$ 4.8 millones). Cabe mencionar el crecimiento que han tenido algunos productos como los pañales para bebés (31.5%) y las tablillas y frisos para parques sin ensamblar (6.8%).

Los productos que presentaron el mayor crecimiento fueron, los demás papeles de uso doméstico, higiene o tocador (634.9%) motivado por los envíos al mercado ecuatoriano, seguido de calcomanías para transferencia continua sobre tejidos (269693.9%) demandados por Venezuela, y sacos multipliegos (18.7%) dirigidos principalmente a Ecuador.

El número de mercados durante el primer trimestre del 2009 alcanzó los 62 destinos. Los cinco principales concentraron el 65.7% del total exportado por el sector. China es el más importante destino con 19.5%, seguido por Ecuador (16.7%), Venezuela (12.2%) y México (8.9%). Cabe resaltar el crecimiento alcanzado por Ecuador (80.4%) y Chile (41.6%).

² Precio internacional del cobre marzo 2008= 382.8 US\$/Lb, marzo 2009= 170.09 US\$/Lb
 Precio internacional del cinc: marzo 2008= 113.92 US\$/Lb, marzo 2009 =55.19 US\$/Lb

Entre los nuevos mercados ingresantes que destacamos durante el primer trimestre, figuran Malasia (US\$ 57.5 mil), seguido de India (US\$ 42.7 mil) y Vietnam (US\$ 31.9 mil).

En relación al **sector minero no metálico**, las exportaciones durante el primer trimestre del 2009 fueron de US\$ 32.3 millones, 13.9% por debajo del valor obtenido en similar periodo del 2008. Los cinco principales productos del sector representaron el 78.3% con un crecimiento acumulado de 22.3%. Los principales productos compuestos por pisos cerámicos, mármoles y travertinos, frascos, vidrios de seguridad, inodoros y tanques, representan el 57.0% del total exportado en el periodo.

Se han registrado incrementos en la demanda de botellas de vidrio desde Colombia (24.6%); en la sal de deshielo desde Estados Unidos (175.8%) y en las demás arcillas en 382.7%, desde los mercados de Estados Unidos (69.3%) y Argentina (27.4%).

Durante el primer trimestre del 2009 los productos de este sector se enviaron a 56 mercados de destinos, siendo el principal Estados Unidos con una participación de 27.5%, le sigue Colombia 15.9%, Venezuela 14.2%, Chile 13.4% y Ecuador 7.3%. Los más dinámicos durante el primer trimestre fueron Colombia (6.1% de crecimiento) por la mayor demanda de frascos, Venezuela (100.5%) por las mayores compras de vajillas para uso doméstico, Puerto Rico (121.3%) por las compras de pisos cerámicos y Argentina (240.1%) ante el incremento de silicato de alumina en su demanda interna.

El total de exportaciones del sector **varios no tradicionales** alcanzó los US\$ 31.3 millones en el primer trimestre del año actual. Estos valores significaron una disminución de 20.0% con respecto al mismo periodo del 2008. Entre los principales cinco productos, los cuales concentraron el 52.8% del total exportado por el sector, destacaron los artículos de joyería de los demás metales preciosos, los cuales sumaron un valor de US\$ 5.5 millones. Le siguen las demás bisuterías de metales comunes plateado, dorado o platinado con US\$ 4.6 millones, rotuladores y marcadores (US\$ 2.5 millones), bolígrafos (US\$1.9 millones) y demás calzado con suela de caucho o plástico excepto de deporte (US\$ 1.9 millones).

Los productos que más crecieron durante el primer trimestre del 2009 con respecto al mismo periodo del año anterior, fueron las manufacturas de piedras preciosas o semipreciosas (257.7%) debido a las exportaciones al mercado de Estados Unidos; seguido de los demás instrumentos de dibujo, trazado o calculo (157.2%) como resultado de la demanda del mercado venezolano; y los demás calzados con suela de caucho o plástico excepto de deporte (32.4%) debido al desempeño de Colombia y México.

El número de mercados de destino durante el primer trimestre del 2009, fue de 70 destinos. Los cinco principales mercados concentraron el 72.9% del total exportado por el sector, siendo Estados Unidos el más importante con compras por US\$ 8.7 millones (28.0% de participación). En segundo lugar se encuentra Colombia (14.1% de participación) con un crecimiento de 60.9% con respecto al periodo enero-marzo del 2008, por un valor de US\$ 4.4 millones. Le siguen Venezuela (13.8% de participación), Bolivia (9.8%), con un crecimiento de 26.5% con respecto a igual periodo del año anterior y Ecuador (7.3%).

El número de empresas exportadoras de este sector, durante este primer trimestre fue de 745.

Exportaciones Tradicionales

Los productos del rubro tradicional totalizaron exportaciones por US\$ 3,770.6 millones en el primer trimestre, lo que significó un descenso de 37.1% 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 38.7% y fue uno de los pocos productos que tuvo un crecimiento de 3.9% en este periodo debido a que no ha tenido una caída en su cotización internacional. El principal mercado de destino fue Suiza, con un incremento de 9.2%.

En el primer trimestre del 2009, las exportaciones de petróleo y sus derivados alcanzaron un total de US\$ 333.6 millones, lo cual significó un descenso de 52.8%. Esta disminución se debió a menores ventas al exterior de derivados (US\$ 291.8 millones, caída de 44.8%), principalmente al mercado estadounidense. Las ventas de estos productos hacia Estados Unidos fueron por un valor de US\$ 121.2 millones, lo cual se traduce en una disminución de 70.5% respecto al primer trimestre del 2008.

El **sector agrícola** mostró el mejor desempeño en el rubro tradicional. Las exportaciones del primer trimestre de 2009 sumaron US\$ 61.1 millones, lo que significó un incremento de 30.6% respecto al mismo periodo del año anterior. Destacan las exportaciones de café, las cuales totalizaron US\$ 49.0 millones, registrando un incremento de 16.4%. Si bien Estados Unidos y Alemania se mantienen como principales destinos, resaltan las exportaciones hacia Colombia y Países Bajos (US\$ 5.7 y US\$ 1.4 millones respectivamente), considerando que para este último no se realizaron envíos durante el primer trimestre de 2008. Asimismo, destacan por sus crecimientos Japón (US\$ 1.6 millones / 155.4% de crecimiento), Reino Unido (US\$ 1.1 millones / 126.4%) e Italia (US\$ 1.1 millones / 36.3%).

Las ventas externas del sector **pesquero tradicional** alcanzaron los US\$ 409.4 millones, 11.0% por debajo de las exportaciones efectuadas durante el primer trimestre del 2008. La harina de pescado alcanzó los US\$ 349.4 millones, 5.0% por debajo del obtenido en el periodo previo. Para el mismo periodo, los envíos de aceite de pescado evidenciaron también una tasa de decrecimiento de 34.8%. El 72.9% de las ventas del sector pesquero tradicional se explicó por los envíos a China (45.7%), Alemania (11.9%), Japón (8.0%), Taiwán (3.7%) y Vietnam (3.5%).

Cabe señalar que los envíos de harina de pescado se redujeron ligeramente con respecto al periodo anterior. Se realizaron menores envíos a China con una caída de 4.9%, principal mercado de destino con una participación de 52.3%; le sigue Japón con una reducción de 8.1% y Vietnam 38.7%. Los envíos a los mercados de Alemania, segundo en el ranking con un crecimiento de 17.6%; Taiwán cuarto en el ranking con 21.9% y España 11.3% mostraron crecimientos favorables.