

Exportaciones de Sudamérica aumentan en 9 % por mayor demanda de China y EE.UU.

En el primer semestre del año, las principales economías de Sudamérica han mostrado un crecimiento favorable en sus **exportaciones**, evidenciado una tasa de crecimiento de 9 % respecto al mismo periodo del año pasado, con productos y bienes valorizados en US\$ 338 458 millones, informó el **Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (Idexcam)**.

“El impulso de los despachos de la región respondió a mayores volúmenes exportados hacia China y Estados Unidos, cuyas importaciones mundiales registraron un crecimiento entre enero y junio, de 1,68 % y en 2,87 %, respectivamente”, precisó **Óscar Quiñones**, jefe del Idexcam.

Exportaciones: BRASIL

Esta economía, una de las más importantes en la región, exportó al mundo US\$ 167 238 millones durante el periodo de enero a junio de este año, representando una expansión de 1,27 % en valor respecto al primer semestre de 2023. Los principales destinos de sus envíos fueron **China** con 30,91 % de participación del total exportado. Le sigue **Estados Unidos** (11,48 %) y **Argentina** (3,51 %). Entre los principales productos exportados se encuentran las habas de soja, aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, y los concentrados de hierro.

ECUADOR

Las exportaciones ecuatorianas en el primer semestre de 2024 sumaron US\$ 36 678 millones creciendo notablemente en 85,27 % en valor. Los productos ecuatorianos se exportaron

principalmente a **Estados Unidos** (30,20 %), **China** (20,45 %), Panamá (8,22 %) y Chile (4,03 %). Entre los principales productos de **exportación** destacan los crustáceos, las flores y capullos, los plátanos, los aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso y el cacao en grano. “Los resultados de Ecuador evidencian que es una de las economías más dinámicas, posicionándose además como uno de nuestros principales competidores en la región”, subrayó.

Exportaciones: PERÚ

Entre enero y junio de este año, las **exportaciones peruanas** registraron un aumento del 7,71 % (US\$ 33 045 millones), siendo sus principales mercados de destino China (35,28 % del total exportado en el periodo); Estados Unidos (10,93 %); y Canadá (5,13 %). Los productos más exportados por el Perú en este periodo fueron los minerales de cobre, oro en bruto, harina de pescado, cátodos de cobre, paltas frescas, zinc y minerales de hierro, entre otros productos.

COLOMBIA

Durante el primer semestre del año, las **exportaciones** colombianas totalizaron US\$ 31 620 millones registrando una variación positiva de 26,80 % en valor en comparación con similar periodo de 2023. Los principales mercados de destino fueron Estados Unidos (28,05 % del total), Panamá (8,84 %), India (5,90 %) y China (5,30 %). Los principales productos exportados fueron aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, hullas; briquetas, ovoides y combustibles sólidos similares; café; y flores y capullos.

ARGENTINA

Los envíos de Argentina ascendieron a US\$ 14 986 millones reportando un crecimiento de 1,74 %. Los principales destinos de las **exportaciones** argentinas fueron Brasil (15,14 %), China (13,11 %), Estados Unidos (7,77 %) e India (7,66 %). Entre los

productos más exportados se encuentran los aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, las tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja, el maíz, y el aceite de soja y sus fracciones.

URUGUAY

Las **exportaciones** uruguayas totalizaron US\$ 5 205 millones representando un crecimiento de 12,20 % en el primer semestre del año, teniendo como principales destinos a Brasil (19,09 % del total), China (17,10 %), Estados Unidos (8,95 %) y Argentina (4,89 %). A ese mercado se exporta mayormente carne bovina congelada, habas de soja, madera en bruto, leche y nata concentrada, y arroz.

CHILE EN ROJO

Las **exportaciones** chilenas cayeron un 1,12 % en valor durante el primer semestre de 2024 (US\$ 49 637 millones). Sus principales mercados de destino fueron China (38,80 %), Estados Unidos (14,60 %) y Japón (7,53 %). Los productos más exportados por Chile fueron los concentrados de cobre, cátodos y secciones de cátodos de cobre refinado, y carbonatos y peroxocarbonatos.

Ante estos resultados, el IDEXCAM estimó que las exportaciones de Sudamérica cierran el año de manera favorable, lo que contribuiría a una recuperación económica más sólida de la región.



LEER MÁS:

Exportaciones de cobre, oro y zinc superaron los US\$ 31 000 millones

Conoce nuestro Tik Tok:

@camaracomerciolima ¡El sol es la moneda más estable de Sudamérica en lo que va del 2024! ☀️☀️☀️ #camaracomerciolima #viralperu #economia #economiperuana #nuevosol #unnuevosol #tipfinanciero 🎵 Funk It Up – John Etkin-Bell

La CCL amplía plazo de recepción de trabajos del concurso “Ramón Remolina

Serrano”

La Cámara de Comercio de Lima (CCL) anunció la ampliación del plazo para la recepción de trabajos del concurso de la **XX edición del Premio Anual al Periodismo “Ramón Remolina Serrano”** hasta el 18 de setiembre. Este año el tema elegido fue **“La inseguridad ciudadana y su impacto en la reactivación económica”**.

Este concurso, que se desarrolla en el marco de la conmemoración del **Día del Periodista**, tiene el propósito de reconocer la labor de la prensa nacional y la investigación periodística.

El importante galardón se instituyó en 2004 en honor al ingeniero **Ramón Remolina Serrano**, destacado empresario que presidió la **CCL** entre 1988 y 1990.

*“En una coyuntura donde nuestro país enfrenta violencia e inseguridad es urgente presentar propuestas concretas a fin de reducir los niveles de criminalidad, los que obstaculizan el crecimiento económico y la reducción de la pobreza. Para la **CCL** es necesario establecer el liderazgo al más alto nivel para enfrentar a este flagelo que genera graves problemas a la sociedad y al gobierno”,* manifestó Roberto De La Tore, presidente de la **CCL**.

En ese sentido, en esta nueva edición del concurso se quiere premiar los mejores trabajos periodísticos donde se destaque los retos y desafíos para atender esta problemática.

Los ganadores del concurso recibirán un premio de S/ 12 000, S/ 7 000 y S/ 4 000 para el primer, segundo y tercer lugar, respectivamente.

Conforme a los requerimientos, los concursantes pueden presentar hasta tres informes, artículos de investigación, entrevistas, reportajes, entre otros, difundidos en las plataformas informativas de prensa escrita, radial, televisiva y digital, difundidos o transmitidos **entre el 1 de enero al 18 de setiembre de 2024.**

Los trabajos serán evaluados por un jurado integrado por reconocidos representantes del periodismo nacional, así como por un delegado de la **Cámara de Comercio de Lima.**

Los periodistas participantes deberán enviar sus trabajos al correo premieramonremolina@camaralima.org.pe; incluyendo datos personales y título del informe y/o investigación.

La recepción de los mismos será hasta el 18 de setiembre y la entrega del premio el 2 de octubre de 2024. Para mayor información, puede comunicarse al teléfono 219 – 1817.

LEER MÁS:

Mercado de cosméticos aporta el 1 % del PBI y genera 600 000 empleos en el Perú

Mercado de cosméticos aporta el 1 % del PBI y genera 600 000 empleos en el Perú

La industria de cosméticos e higiene personal en Perú representa el 1 % del PBI y genera alrededor de 600 000 empleos a nivel nacional, entre puestos directos e indirectos, consolidándose como un sector clave para la economía del país.

Así lo informó el Gremio Peruano de Cosmética, Higiene Personal y Aseo Doméstico (COPECOH) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), en el marco de la próxima presentación del **Estudio de Inteligencia Comercial: Primer semestre 2024 y proyecciones 2025**, que se realizará este jueves 19 de setiembre en el **Hotel Westin** de San Isidro.

El estudio revela que el sector no solo aporta significativamente a la economía, sino también a las arcas del Estado, con una participación del 1,4 % en la recaudación total de impuestos, alcanzando más de S/ 2 000 millones en el 2023 en conceptos de IGV, Impuesto a la Renta y Ad Valorem, entre otros.

El sector cosmético y de higiene personal peruano destaca por su dinamismo y diversidad, con 1 500 marcas y más de 4 000 submarcas en el mercado, tanto nacionales como internacionales. Cabe señalar que, al año, el sector introduce

más de 850 productos nuevos al mercado, impulsando la innovación y el dinamismo del mercado.

En 2023, se sumaron alrededor de 100 nuevas empresas al sector, lo que demuestra el atractivo de este mercado para la inversión y la innovación.

Además, el 76 % de los productos cosméticos y de higiene personal comercializados en el **Perú** son importados, con socios estratégicos como Colombia, México, Brasil, España y Francia. A pesar de la alta concentración, donde 10 empresas dominan el 80 % del mercado, las pequeñas y medianas empresas han ganado terreno, incrementando su participación en los últimos años.

En términos de ventas, el sector de cosméticos e higiene personal cerró el 2023 con S/ 8 800 millones, reflejando un crecimiento del 9 % respecto al año anterior. Este impulso se debió principalmente al aumento en la demanda de productos de tratamiento facial, que han registrado una fuerte y constante demanda.

El **Estudio de Inteligencia Comercial** es una investigación exhaustiva, con más de 15 años de seguimiento del mercado peruano, proporcionando análisis detallados sobre marcas, categorías, tipos de productos, canales de distribución, precios, y participación de mercado. También incluye proyecciones y análisis basados en metodologías científicas como la tasa de crecimiento compuesto anual (**CAGR**) y el análisis de **Paridad de Poder Adquisitivo (PPA)**, asegurando una visión precisa del futuro del sector hasta 2025.

La presentación del **“Estudio de Inteligencia Comercial: Primer semestre 2024 y proyecciones 2025”**, estará a cargo del presidente de **COPECOH**, Ángel Acevedo; y contará con la presencia del economista Elmer Cuba, socio de Macroconsult además de expresidentes de la CCL, los principales líderes del sector, autoridades nacionales y agregados comerciales de las embajadas de Colombia, Corea, Estados Unidos, Italia, México, y Turquía, entre otros.

LEER MÁS:

Navidad: retail, e-commerce y mypes con expectativas de crecimiento en ventas