

Manufactura No Primaria seguiría liderando expansión industrial

Pablo Nano pnanoc@bws.com.pe

Resumen Ejecutivo

- ⇒ Durante el primer cuatrimestre la producción manufacturera fue uno de los sectores que lideró la expansión de la economía, dinamismo explicado principalmente por la aceleración en el ritmo de crecimiento de la demanda interna y por el sostenido repunte de las exportaciones. Los favorables resultados se tradujeron no sólo en una mayor producción sino también en mayor uso de la capacidad instalada, en mayores exportaciones y en un mayor nivel de empleo.
- ⇒ Durante el mismo período la rama de productos químicos fue la que más aportó al crecimiento de la industria, seguida de alimentos y bebidas, papel, minerales no metálicos, textil y confecciones. En conjunto estas ramas contribuyeron con 5 puntos porcentuales (p.p.) a la expansión de la industria.
- ⇒ El crecimiento de la rama de productos químicos fue liderado por la industria de sustancias químicas básicas debido a la mayor demanda externa de soda cáustica. Asimismo, destacó la evolución de la industria de productos de aseo y limpieza personal debido a la recuperación de la demanda interna.
- ⇒ La rama de alimentos y bebidas aportó 1.1 p.p. al crecimiento del sector gracias al importante incremento en los niveles de producción de cerveza debido a la mejoras en el poder adquisitivo de la población y al lanzamiento de nuevos productos. Asimismo, destacó la mayor actividad de los molinos de trigo y arroz, así como de la industria láctea.
- ⇒ La industria de papel registró una expansión de 31.3% entre enero y abril favorecida por el incremento de la demanda y por el desplazamiento de las importaciones, ya que estas últimas se vieron afectadas en mayor medida por el alza del precio del papel y la celulosa en el mercado internacional. Asimismo, se observó una mayor producción de productos afines como los pañales desechables debido a la mayor penetración del producto en los segmentos de menores ingresos de la población.
- ⇒ La rama de productos minerales no metálicos aportó 0.6 p.p. al crecimiento de la producción industrial pues el dinamismo mostrado por el sector construcción incidió positivamente en las industrias de cemento y pisos y revestimientos cerámicos. Esta última se vio beneficiada por la ganancia en competitividad alcanzada gracias a la disminución de los costos de energía como resultado de la sustitución del GLP por el gas natural de Camisea.
- ⇒ La industria textil y de confecciones contribuyó, en conjunto, con 0.7 p.p. a la expansión de la producción manufacturera, a pesar de la desaceleración de las exportaciones, como consecuencia de la mayor competencia de los productos chinos en los principales mercados de destino, luego de que a partir del 1 de enero se liberalizara el comercio mundial de textiles y confecciones.
- ⇒ Los mayores niveles de actividad productiva se vieron reflejados en los estados financieros al primer trimestre de las empresas del sector industrial que listan en la Bolsa de Valores de Lima. Así, se observó un incremento tanto de los ingresos por ventas y, en la mayoría de los casos, mejores resultados operativos que se tradujeron en mayores utilidades netas.
- ⇒ Para el segundo trimestre (2T05) estimamos una expansión de 5.6% de la producción industrial, por encima del 4.9% registrado en el primer trimestre (1T05). Este comportamiento estaría sustentado principalmente en el crecimiento de 7.1% de la manufactura no primaria como resultado del dinamismo de la demanda interna, de un efecto estadístico positivo –el denominado efecto calendario– y, en menor medida, del aumento de las exportaciones.

CONTENIDO

Introducción	2
Evolución de la producción manufacturera durante el primer cuatrimestre	2
1. Productos químicos	3
2. Alimentos y Bebidas	4
3. Papel y Productos de Papel	5
4. Minerales no Metálicos	6
5. Textiles y Confecciones	8
Evolución de las ventas de Empresas Industriales al 1T05	8
Perspectivas para el 2T05	10

Introducción

Durante los últimos meses la producción manufacturera registró una expansión por encima del promedio de la economía en su conjunto, dinamismo explicado principalmente por la aceleración en el ritmo de crecimiento de la demanda interna y por el sostenido repunte de las exportaciones. Así, durante el primer cuatrimestre:

- ⇒ El sector industrial registró un incremento de 5.5%, liderado por el comportamiento de la manufactura no primaria (7.4%), que fue parcialmente contrarrestado por la evolución de la industria procesadora de recursos primarios (-2.6%).
- ⇒ La utilización promedio de la capacidad instalada alcanzó el 55%, llegando al 64% en el caso de la manufactura primaria y al 54% en el caso de la no primaria.
- ⇒ Las exportaciones industriales ascendieron a US\$914 millones, mostrando un incremento de 29.1% respecto al mismo período del 2004.
- ⇒ El empleo en el sector, medido a través del número de personas ocupadas en el trimestre febrero-abril, mostró un aumento de 6.9% respecto a igual período del año anterior, tasa que estuvo por encima del crecimiento de 1.5% del empleo total.

Bajo este contexto, en el presente documento analizaremos la evolución de las industrias más dinámicas, en el primer cuatrimestre, y contrastaremos la información con aquella contenida en los estados financieros al 1T05 de las principales empresas del sector que listan en la Bolsa de Valores de Lima. Finalmente, presentaremos las perspectivas de la producción industrial para el 2T05.

Evolución de la producción industrial durante el primer cuatrimestre

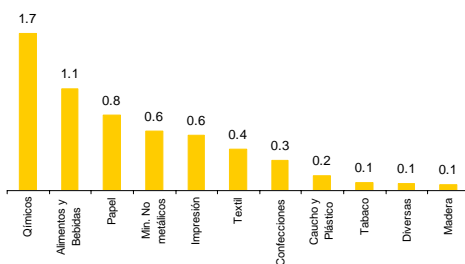
Durante el período enero-abril las ramas industriales que registraron las mayores tasas de crecimiento fueron: fabricación de otros equipos de transporte, tabaco, papel, químicos y actividades de edición. Sin embargo, las dos primeras en conjunto sólo representan 0.2% de la producción manufacturera, por lo que su aporte fue marginal. Por el contrario, la rama de químicos fue la que más aportó al crecimiento de la industria (1.7 puntos porcentuales) seguida de la industria de alimentos y bebidas, papel, minerales no metálicos, textil y confecciones.

Ramas Industriales de Mayor Crecimiento
(variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Otros Equipos de Transporte	48.6
Tabaco	48.4
Papel y Productos de Papel	31.3
Productos Químicos	20.8
Edición e Impresión	14.2
Vehículos Automotores	12.3
Minerales no Metálicos	10.0
Madera y Productos de Madera	7.5
Textiles	5.4
Alimentos y Bebidas	3.9

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

Producción Industrial Ene-Abr 05: Contribución por Ramas
(en puntos porcentuales)



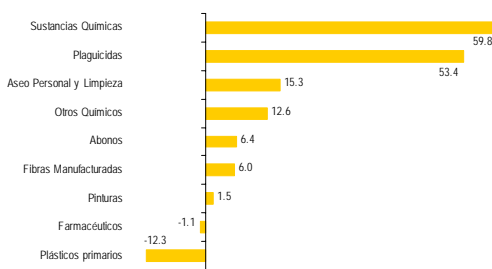
Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos-BWS

1. Productos químicos

Al interior de esta rama, las industrias que más contribuyeron al crecimiento fueron las de sustancias química básicas, productos de limpieza y aseo personal y fabricación de plaguicidas.

Subsectores	Var. %	Aporte p.p.	Principales productos	Var. %
Sustancias químicas básicas	59.8	1.0	<ul style="list-style-type: none"> Soda cáustica 69.1 Superfosfato de calcio 17.2 Carmin de cochinilla 15.9 	
Productos de Limpieza y Aseo personal	15.3	0.4	<ul style="list-style-type: none"> Betún en pasta 35.2 Champú 25.3 Cera para pisos 18.8 	
Plaguicidas	53.4	0.1		

Evolución de la Industria Química Enero-Abril
(variación porcentual)



Fuente: Produce. Elaboración Estudios Económicos - BWS

Sustancias Químicas Básicas
(variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Soda Caustica Líquida	69.1
Superfosfato de Calcio	17.2
Carmin de Cochinilla	15.9
Acetileno	8.7
Nitrógeno	8.0
Acido Clorhídrico	0.6
Sulfato de Aluminio	-5.9
Acido Sulfúrico	-6.1
Oxígeno	-7.5
Sulfato de Cobre	-29.4
Abonos Compuestos	-42.4

Fuente: Produce. Elaboración: Estudios Económicos - BWS

- Dentro de la industria de sustancias químicas básicas, destacó la mayor producción de **soda cáustica**, insumo utilizado básicamente como un limpiador en los sectores industrial y minero, la cual estuvo sustentada en el crecimiento de las exportaciones ante los atractivos precios alcanzados en el mercado internacional. Quimpac es el principal productor y exportador, contando con una participación de cerca del 85% del mercado local y destinando alrededor del 50% de su producción a América Latina y el Caribe. La empresa produce también **superfosfato de calcio**, insumo utilizado como complemento alimenticio en la dieta de aves, porcinos y bovinos, y cuyas exportaciones representaron el 62% de las ventas totales de este producto durante el 2004. Cabe anotar que entre el 2002 y el 2004 la empresa invirtió US\$39 millones destinados a la primera etapa de la ampliación de sus plantas de cloro-soda y de fosfato bicálcico así como a la instalación de un filtro para reducir el consumo de roca fosfórica y para mejorar la protección del medio ambiente.
- El incremento en la producción de **carmin de cochinilla** registrada en los últimos años obedece a las inversiones que han realizado las empresas para darle valor agregado a la exportación de este colorante natural. Así, actualmente el 80% de las exportaciones corresponden a carmin y laca de cochinilla mientras que hace diez años sólo el 20% de las exportaciones de cochinilla eran sometidas a un proceso industrial.
- Dentro de la industria de productos de limpieza y aseo personal resaltó:
 - ⇒ El dinamismo en la producción de **champú** debido básicamente a la mayor demanda en los estratos "C" y "D" que representan aproximadamente el 75% del total del consumo. A este resultado contribuyó también la tendencia decreciente de los precios, el lanzamiento de nuevas presentaciones con atributos particulares dirigidos a determinados nichos de consumidores y la mayor penetración alcanzada con formatos más económicos (*sachets*).

Productos de Limpieza y Aseo Personal (variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Betun en Pasta para Calzado	35.2
Champú	25.3
Ceras para Pisos	18.8
Azul para Lavandería	6.7
Jabón para Lavar Ropa	0.8
Productos de Limpieza del Hogar	-0.1
Detergentes	-3.4
Betun Líquido para Calzado	-14.8
Crema Dental	-26.6
Jabón de Tocador	-28.3
Productos de Limpieza del Hogar	-28.3

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

Cabe anotar que **el mayor crecimiento se dio en provincias en comparación con Lima, mercado que concentra el 60% del total**. Asimismo, es importante resaltar que la mayor parte de la oferta es importada, siendo liderada por las multinacionales Procter & Gramble y Unilever.

- ⇒ La mayor producción de **insecticidas**, la misma que estuvo explicada por la presencia de un verano más intenso y largo de lo normal, lo que aumentó el consumo estacional de este producto.
- ⇒ El aumento de la producción de **ceras y betunes** estuvo sustentada en una mayor penetración en los estratos sociales de menores ingresos así como a las mayores exportaciones hacia los países de la CAN.
- ⇒ El incremento en la producción de **plaguicidas y otros productos químicos de uso agropecuario**, comportamiento que obedeció al incremento del área sembrada de cultivos tradicionales como papa, arroz y algodón como consecuencia del incremento de los precios en chacra en la campaña anterior. Cabe resaltar que los cultivos tradicionales concentran cerca del 90% de la demanda de plaguicidas, mientras que los productos de agroexportación sólo el 10%. La industria nacional abastece alrededor del 50% de la demanda total.

2. Alimentos y Bebidas

Dentro de esta rama, las industrias que más aportaron al crecimiento fueron las de fabricación de cerveza, productos de panadería y la industria láctea.

Producción de Bebidas (variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Piscos	64.5
Vinos y Espumantes	33.8
Ron	28.0
Cerveza Blanca	17.0
Agua Embotellada de Mesa	8.9
Cerveza Negra	-0.4
Bebidas Gaseosas con Dulce	-2.5
Agua (Botellones)	-14.2
Bebidas Gaseosas sin Dulce	-20.8
Alcohol Etilico Rectificado	-23.5

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

Subsectores	Var. %	Aporte p.p.	Principales productos	Var. %
Bebidas malleadas	17.8	0.4	Cerveza Blanca	17.0
Productos de panadería	10.9	0.4		
Productos lácteos	13.2	0.2	Yogurt	26.7
			Quesos	22.5
			Leche Evaporada	8.9
Productos de molinería	12.2	0.2	Arroz Pilado	17.8
			Harina de Trigo	5.7

- La **industria de cerveza** creció 17.8% gracias al dinamismo en la producción de cerveza blanca (17.0%) explicada por la mejora en el poder adquisitivo de la población, así como por el lanzamiento de nuevos productos. En cuanto al primer punto, **el mayor poder adquisitivo de la población se observó principalmente en la costa central, incluida Lima, y en la zona norte del país, regiones que concentran el 80% del consumo nacional**. En cuanto al segundo punto, el Grupo Backus estuvo muy activo durante el

verano, lanzando nuevas marcas y presentaciones, desarrollando el mercado y anticipándose al anunciado ingreso de Ambev. Así, invirtió US\$1 millón en la introducción de las nuevas presentaciones "Pilsen 500" y "Pilsen Trujillo 500" dirigidas a un segmento juvenil, mientras que el lanzamiento de la marca "Dorada" viene demandando una inversión de US\$4 millones y está dirigida a incrementar el consumo en los estratos "B" y "C".

- ❑ El dinamismo en la elaboración de **productos de molinería** estuvo explicada por la mayor producción de arroz pilado debido a la mayor disponibilidad de materia prima como resultado de los mayores siembras generadas por el aumento de los precios en chacra del arroz en cáscara durante la campaña anterior. Cabe anotar que el incremento en la demanda de harina de trigo provino básicamente de la industria que elabora **productos de panadería**, cuya demanda representa el 65% del total de las ventas de harina. Es importante resaltar que **la mayor demanda se registró en Lima, mientras que en la zona sur del país la demanda continuó estancada debido al incremento del contrabando de harina procedente de Bolivia**. Cabe recordar que actualmente **el consumo per cápita de pan asciende a 29 kilogramos anuales, muy por debajo de los 70kg. que se consumen en Chile**
- ❑ La expansión de la **industria láctea** estuvo asociada al dinamismo de los derivados lácteos, en especial yogurt y quesos como respuesta a la mejora en el poder adquisitivo, al bajo nivel de consumo per cápita y al lanzamiento de nuevas presentaciones. Por su parte, la producción de leche evaporada -que concentra el 70% de la demanda total de lácteos- aumentó en 5.9% debido al dinamismo de la demanda local y a las mayores exportaciones al Caribe y África. Cabe anotar que la mayor demanda de leche fresca por parte de la industria y la caída de la producción local ha originado un incremento de las importaciones de leche en polvo. Al respecto, la empresa Gloria invertirá, en asociación con la compañía argentina La Ramada, alrededor de US\$10 millones en la construcción de una planta de leche en polvo en la provincia de Santa Fe (Argentina).

3. Papel y Productos de Papel

Al interior de esta rama, las industrias que más contribuyeron al crecimiento fueron las de otros artículos de papel y cartón y las de fabricación de envases de papel y cartón.

Subsectores	Var. %	Aporte p.p.	Principales productos	Var. %
Otros artículos de Papel y Cartón	33.8	0.6	Pañales Tipo Calzón	44.4
Fabricación de pasta de Madera, papel y cartón	39.2	0.2		
Fabricación de Papel y Envases de Cartón	16.9	0.1	<ul style="list-style-type: none"> Cartulina Cajas de cartón Papel Bond 	<ul style="list-style-type: none"> 319.5 42.2 25.6

Producción de Papel y Productos de Papel (variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Cartulina	319.5
Cartón Liner	58.0
Pañales Tipo Calzón	44.4
Cajas de Cartón Corrugado	42.2
Papel Kraft y Similares	38.3
Cartón Corrugado	33.4
Papel Toalla	26.8
Papel Bond y Similares	25.6
Sacos Multipliegos	16.3
Toallas Higiénicas	6.8
Papel Higiénico	-1.9
Cartón para Corrugar	-2.6
Cartón Duplex	-14.9

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

- El crecimiento de la producción de **papel** estuvo explicado por el incremento de la demanda y por el desplazamiento de las importaciones, las cuales se vieron afectadas en mayor medida por el alza de la cotización del papel en el mercado internacional como resultado del mayor consumo proveniente de China. Así, la participación de los productos locales en papel de escritura (bond) se habría incrementado del 35% del total en el 2003, al 45% actual. Cabe anotar que son dos las empresas locales las que elaboran papel, Quimpac (58% del total nacional) e Industrial Papelera Atlas (42%). A fines del 2004 Quimpac reemplazó el bagazo de la caña de azúcar, adquirido localmente, por la celulosa, importada de Chile, como insumo para la elaboración de papel. Con este cambio la empresa busca incrementar la calidad del papel en términos de blancura y resistencia incrementando su competitividad en el mercado local y regional. **Es importante resaltar que a pesar de la tendencia creciente que se viene registrando desde mediados del 2004, el consumo per cápita de papel en el Perú (11 kg. anuales) se encuentra aún por debajo del promedio latinoamericano.**
- El dinamismo en la producción de **pañales** estuvo sustentado en la mayor penetración del producto en los estratos socioeconómicos "C" y "D" y a la mejora en los ingresos de la población. **El mercado peruano se caracteriza porque cerca del 70% de las ventas se realizan por unidad**, por lo que las empresas multinacionales que tienen plantas en el país como Kimberly Clark y Procter & Gramble –que en conjunto abastecen el 90% del mercado– comercializan sus productos en empaques de uno o tres unidades, a diferencia del resto de mercados de la región, con lo que han conseguido una mayor penetración del producto. No obstante, aún existe un amplio segmento del mercado que aún utiliza pañales de tela, por lo que hay un importante mercado potencial por explotar. Cabe anotar, que si bien la expansión de las cadenas de farmacias y supermercados han contribuido a incrementar las ventas del producto, **todavía el 80% de las ventas se da a través de bodegas y mercados.** Asimismo, se realizan exportaciones, principalmente a Bolivia.
- La mayor producción de **cajas de cartón corrugado** estuvo asociada fundamentalmente al dinamismo de las agroexportaciones. Cabe anotar que el primer y cuarto trimestre se produce un incremento estacional de las ventas al exterior de productos agrícolas no tradicionales, en particular espárragos, mango, uvas, cítricos, cuyas exportaciones han venido aumentando sostenidamente en los últimos años. Asimismo, se ha diversificado la oferta exportable con la incorporación de nuevos productos como palta, alcachofa, pimiento piquillo y páprika. Otros sectores que contribuyeron al dinamismo de la producción de cajas de cartón fueron la industria de confecciones dirigida a la exportación, la industria de cosméticos y la industria productora de bienes de consumo masivo como leche, fideos y aceites. Cabe anotar, que la industria nacional viene exportando, aunque en volúmenes aún limitados, cajas de cartón vacías a países como Colombia, Bolivia, Ecuador y Venezuela.

4. Minerales no Metálicos

Dentro de esta rama, las industrias que más aportaron al crecimiento fueron las de fabricación de productos de arcilla y cerámica, elaboración de productos de vidrio y fabricación de cemento.

Subsectores	Var. %	Aporte p.p.	Principales productos	Var. %
Fabricación de Productos de Arcilla y Cerámica	14.5	0.3	Revestimiento para pared y pisos	18.6
Fabricación de Vidrio	21.1	0.2	<ul style="list-style-type: none"> Botellas para cerveza Botellas para vinos Botellas para gaseosas 	<ul style="list-style-type: none"> 100.0 54.2 48.5
Fabricación de Cemento, Cal y Yeso	5.6	0.1	<ul style="list-style-type: none"> Cemento Puzolánico Cemento Portland 	<ul style="list-style-type: none"> 32.6 2.4

Producción de Otros Productos Minerales no Metálicos (variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Bidets de Porcelana Vitrificada	68.6
Piezas Moldeadas Asbesto Cemento	67.4
Cemento Puzolánico	32.6
Lavatorios de Porcelana Vitrificada	31.9
Inodoros de Porcelana Vitrificada	27.3
Revestimiento para Pared y Pisos	18.6
Planchas Asbesto Cemento	15.9
Tanques para Inodoros de Porcelana	12.7
Cemento Portland	2.4
Ladrillos (King Kong, Pandereta, Techo)	-1.7
Concreto Premezclado	-20.9

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

Producción de Vidrio (variación porcentual)

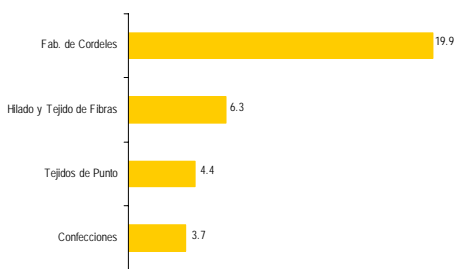
Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Botellas para Cerveza	100.0
Botellas para Vinos y Licores	54.2
Botellas para Gaseosas	48.5
Vidrio Laminado de Seguridad	40.4
Vidrio Templado de Seguridad	19.0
Envases para Alimentos	5.5
Frascos para Droguería	-

Fuente: Produce Elaboración: Estudios Económicos - BWS

- La mayor producción de **pisos y revestimientos cerámicos** (azulejos y mayólicas) estuvo asociado al dinamismo del sector construcción, lo que se tradujo en una mayor demanda tanto de las obras del programa Mivivienda, como del segmento de la autoconstrucción. **Cabe anotar que cerca del 85% de la producción se destina al mercado interno, mientras que el 15% restante se exporta** a EE.UU., Ecuador, Colombia y Chile, mercados que en conjunto concentran el 70% de los envíos. Otro de los factores que contribuyó al incremento de la demanda fue la caída de 4% en los precios registrada durante el primer trimestre, como consecuencia de la reducción del costo de energía –que representa cerca del 25% del costo total- explicada por la sustitución de GLP por el gas natural de Camisea, así como por la disminución en los precios de los productos importados, lo cuales poseen un 15% de participación de mercado y provienen principalmente de Brasil.
- La mayor producción de **sanitarios** (lavatorios, inodoros, tanques para inodoros y bidets) estuvo explicado por el crecimiento de las ventas en el mercado local ante el dinamismo del sector construcción y la caída en los precios de venta, lo que fue parcialmente compensado por la caída marginal en las exportaciones, dirigidas principalmente a Latinoamérica.
- El crecimiento de la producción de **cemento** fue explicado básicamente por el aumento de 16% de las exportaciones, las cuales pasaron de 161,200 TM en el primer cuatrimestre del 2004 a 187,066 TM en el mismo período del 2005. Cementos Lima concentró el 99.9% de las ventas de cemento al exterior, dirigiéndolas en su totalidad al mercado estadounidense. Por su parte, las ventas locales de cemento crecieron 3.6% al aumentar en 46,444 TM, a 1'304,906 TM. Yura fue la empresa que registró el mayor aumento (34%) debido principalmente a que la empresa extendió sus ventas al área que normalmente atiende su afiliada Cemento Sur, cuya planta entró en mantenimiento a partir del mes de febrero. De otro lado, las ventas locales de Cementos Lima aumentaron en 8.2% como resultado del mayor dinamismo proveniente tanto del segmento de la autoconstrucción –cuya demanda representa cerca del 70% del total- como de los programas habitacionales Mivivienda y Techo Propio promocionados por el gobierno.
- La mayor producción de **vidrio** estuvo liderada por la elaboración de envases para bebidas gaseosas, lo que se explica por la paulatina recuperación de estos envases ante el significativo aumento en el precio de la resina PET, utilizada para la elaboración de envases de plástico. Asimismo, el dinamismo en la producción de licores, en especial el pisco, ha generado una mayor demanda de envases de vidrio. Otro rubro que ha contribuido a esta

tendencia positiva es el incremento de la demanda de envases especiales por parte de la industria cosmética. Finalmente, cabe destacar la mayor producción de vidrio templado y laminado de seguridad para automóviles, parte de la cual se destina al mercado externo, en particular, Chile, Bolivia y Ecuador. Cabe anotar que desde agosto del 2004 la principal empresa de la industria, Owens Illinois Perú, ha reemplazado el GLP por el gas natural de Camisea, lo que le generará una reducción de costos e incrementará su competitividad.

Evolución de la Industria Textil y Confecciones Enero-Abril
(variación porcentual)



Fuente: Produce. Elaboración Estudios Económicos - BWS

Producción de Textiles
(variación porcentual)

Producto	Ene-Abr 05 / Ene-Abr 04
Hilados Cardados Peinados	32.1
Hilos e Hilados Sintéticos y Artificiales	23.0
Redes, Cabos y Cordeles para la Pesca	17.2
Hilos e Hilados de Pelos de Alpaca	13.4
Tops de Pelo de Alpaca	13.2
Tejidos de Algodón	8.8
Hilos e Hilados de Lana de Oveja	6.8
Tejidos de Punto para Confección (Kg)	5.8
Hilos e Hilados de Algodón	2.7
Tejidos Mixtos	-10.0
Frazadas	-21.8
Hilos e Hilados de Algodón y Mezclas	-24.8
Tejidos de Punto para Confección (mt)	-43.9

Fuente: Produce. Elaboración: Estudios Económicos - BWS

5. Textiles y Confecciones

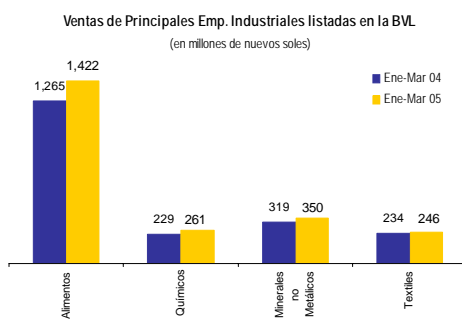
Dentro de esta rama, las industrias que más aportaron al crecimiento fueron las de fabricación de tejidos y artículos de punto y la industria de confecciones orientada al mercado externo.

La industria textil y de confecciones orientada al mercado externo mostró un comportamiento positivo sustentado en el dinamismo de las exportaciones, las cuales ascendieron a US\$386 millones durante el 1T05, mostrando un crecimiento de 15.8% respecto al 1T04. Este resultado es meritorio, más aún tomando en cuenta la agresiva competencia de los productos chinos luego que se liberalizara el comercio mundial de textiles a partir del 1° de enero del 2005, lo que supuso la eliminación de las cuotas que rigieron este mercado durante cuatro décadas. Los productos con mayor valor agregado, como los t-shirt, camisas, blusas y demás prendas de vestir de punto de algodón que concentraron la mayor parte de las ventas, registraron un crecimiento, mientras que las prendas básicas como polos de algodón fueron desplazados por los productos chinos más baratos.

De otro lado, la industria textil y de confecciones dirigida al mercado local mostró cierta recuperación como consecuencia de la recuperación de la demanda interna y de la vigencia de medidas de salvaguardias generales provisionales a 20 partidas de confecciones. Otro de los factores que contribuyó al crecimiento de este segmento fue la mayor demanda por parte de las tiendas por departamento, puesto que al encarecerse el precio de las confecciones importadas optaron por darle mayor cabida a la producción nacional. El dinamismo también se pudo observar en el emporio comercial de Gamarra, desde dónde se distribuye también hacia provincias, cuyas ventas se habrían incrementado en 30% durante el 1T05.

Evolución de las ventas de Empresas Industriales al 1T05

La positiva evolución de los índices de producción manufacturera se reflejó en los estados financieros al primer trimestre del año (1T05) de las principales empresas industriales listadas en la Bolsa de Valores de Lima.



Fuente: BVL y Económica. Elaboración: Estudios Económicos-BWS

En la industria de Alimentos, destacó:

⇒ El aumento de 5.9% en el volumen de ventas de Alicorp –la empresa líder del sector farináceo–, aunque su facturación creció en sólo 0.4% debido a la caída en los precios de venta como resultado de la disminución en los precios de las materias primas que se trasladó al consumidor final. Las divisiones en los que se observó un mayor dinamismo fueron consumo masivo, nutrición animal y las nuevas categorías de alto

Ingresos de Empresas del Sector Alimentos y Bebidas 1/

(variación porcentual)

Producto	Ene-Mar 04	Ene-Mar 05	Var %
Alicorp	409,489	410,996	0.4
UCP Backus&Johnston	252,639	289,384	14.5
Gloria	228,079	266,729	16.9
Corp. J.R. Lindley	81,409	150,172	84.5
Embot. Latinoamericana	124,085	131,650	6.1
Cia.Cervecera del Sur	73,650	77,148	4.7
Kraft Foods Peru	51,426	49,134	-4.5
Laive	44,527	46,927	5.4

1/ Estados Financieros Individuales

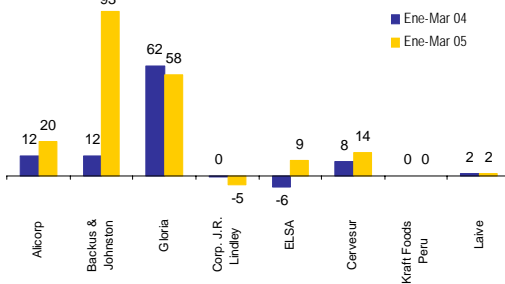
Fuente: BVL Elaboración: Estudios Económicos - BWS

valor agregado como las mayonesas. El incremento en los volúmenes de venta, la mejora en los márgenes –debido básicamente a la caída en la cotización del trigo- y la reducción en los gastos operativos y financieros permitió que Alicorp incrementara sus utilidades en 68.6%.

⇒ **Gloria** –la empresa más importante del sector lácteo- registró un aumento de 16.9% en sus ingresos debido fundamentalmente al mayor volumen de ventas de leche evaporada, derivados lácteos (yogurt y queso) y jugos, y a pesar de los menores precios promedios de venta. Lo anterior, sumado a la caída en los gastos de ventas – asociado a un menor pago de comisiones sobre las ventas a terceros-, permitió que la utilidad operativa se incremente en 27.9%. Sin embargo, la utilidad neta disminuyó en 7.1% como consecuencia de la significativa caída en el Resultado por Exposición a la Inflación (REI) pues a partir del ejercicio 2005 se suspendió el ajuste de los estados financieros para reconocer los efectos de la inflación.

Utilidades Empresas del Sector Alimentos y Bebidas

(en millones de nuevos soles)



Fuente: BVL Elaboración: Estudios Económicos-BWS

□ En la **industria de Bebidas**, los ingresos de **UCP Backus & Johnston** crecieron en 14.5% por el mayor volumen de venta (93 mil hectolitros adicionales) sustentado en los ya comentados lanzamientos de nuevas marcas y presentaciones, así como a una recuperación del consumo. Asimismo, la utilidad operativa creció en 64.4% producto de las economías de escala y los favorables resultados del proceso de reestructuración interna, que incidieron positivamente en los costos de ventas y en los gastos administrativos, respectivamente. Si bien las mejoras en los resultados operativos fueron evidentes, el crecimiento de 690.2% en la utilidad neta estuvo explicado principalmente por los gastos extraordinarios incurridos en el 1T04 como las pérdidas asumidas por la venta de las acciones en Corporación Novasalud así como por los gastos no recurrentes vinculados al proceso de reestructuración interna.

Ingresos de Empresas del Sector Químico 1/

(variación porcentual)

Producto	Ene-Mar 04	Ene-Mar 05	Var %
Química del Pacífico	84,767	100,966	19.1
Bayer	44,367	50,648	14.2
Explosivos	39,900	45,773	14.7
Intradevco Industrial	36,141	39,079	8.1
Industrias Vencedor	18,337	18,497	0.9
Empresa de la Sal	5,680	6,340	11.6

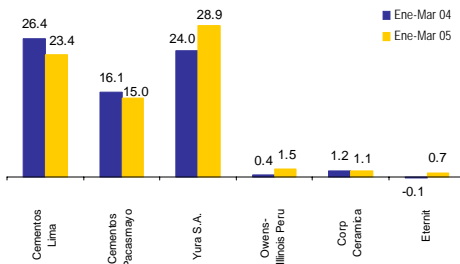
1/ Estados Financieros Individuales

Fuente: BVL Elaboración: Estudios Económicos - BWS

□ En la **industria Química** destacó el aumento de 19.1% en los ingresos de Quimpac como resultado de los mayores volúmenes de venta en las divisiones de papel y soda cáustica así como al incremento de los precios de estos productos en el mercado internacional. Cabe anotar que Quimpac es el único productor integrado de productos químicos, sal y bobinas de papel en el Perú. Durante el 2004 la división de productos químicos aportó el 44% de sus ingresos mientras que la de papel lo hizo con el 41%. En dicho período la empresa orientó el 45% y el 11% de su producción al mercado externo, respectivamente. El incremento en las ventas junto a la caída marginal en los gastos operativos permitió que la utilidad neta durante el 1T05 se incrementara en 114.5% respecto a similar período del 2004.

□ En la **industria de productos de limpieza y aseo personal** destacó las mayores ventas de **Intradevco Industrial**, las cuales aumentaron en 8.1%. Cabe anotar que esta empresa que comenzó inicialmente produciendo artículos de productos de limpieza como lavavajillas, betunes y ceras, ha evolucionado en los últimos cinco años expandiéndose no sólo dentro del rubro de productos de limpieza sino también ha incursionado en los productos de aseo personal con la producción de crema dental, jabones de tocador y desodorantes, apelando a la estrategia de resaltar la procedencia nacional del producto. Cabe anotar que este mercado es dominado por multinacionales como Procter & Gamble, Colgate-Palmolive, Unilever y Clorox. Durante el 1T05 las ventas de la Intradevco Industrial fueron impulsadas

Utilidades Empresas del Sector Minerales No Metálicos
(en millones de nuevos soles)



Fuente: BVL. Elaboración: Estudios Económicos-BWS

Ingresos de Empresas del Sector Minerales No Metálicos 1/
(variación porcentual)

Producto	Ene-Mar 04	Ene-Mar 05	Var %
Cementos Lima	139,897	154,662	10.6
Cementos Pacasmayo	74,147	71,179	-4.0
Yura	47,167	58,000	23.0
Owens-Illinois Perú	28,630	35,025	22.3
Corporación Cerámica	18,341	19,878	8.4
Eternit	10,474	11,079	5.8

1/ Estados Financieros Individuales

Fuente: BVL. Elaboración: Estudios Económicos - BWS

por la recuperación de la demanda interna y por el crecimiento de las exportaciones, que llegaron a representar el 15% de su facturación total, destinándose principalmente a los países de la región Andina. No obstante, el incremento en el costo de algunos insumos importados –que no pudo ser trasladado al precio de venta debido a la intensa competencia reinante en el sector- originó una caída de 2.3% en su utilidad neta.

- En la **industria de minerales no metálicos** resaltó el incremento de 23% en los ingresos de **Yura**, lo que estuvo explicado principalmente porque la empresa incrementó sus ventas en la zona de influencia de su afiliada Cementos Sur, puesto que esta última paralizó sus operaciones debido al mantenimiento de su planta. El aumento de las ventas en sus divisiones de cemento y concreto junto a los menores gastos de venta en su división de nitratos -asociado a los menores gastos por fletes- le permitió a la empresa mostrar un incremento de 20.4% en sus utilidades. Por su parte, las ventas de **Cementos Lima** crecieron 10.6% debido básicamente al aumento de 96.5% en las exportaciones de cemento y clinker al mercado estadounidense, y, en menor medida, por la expansión de 3.2% en las ventas locales de cemento. Cabe anotar que el precio de venta del cemento de exportación es menor en relación al precio en el mercado local. Sin embargo, la utilidad neta disminuyó en 11.7% dado el aumento en el costo de venta explicada por los mayores precios del carbón, utilizado como combustible en los hornos de la fábrica.

- En la **industria de vidrio** destacaron los mayores ingresos de Owen-Illinois Perú, los cuales se expandieron en 22.3% respecto al 1T04 gracias a los mayores volúmenes de venta que alcanzaron 18,445 TM. Las ventas se destinaron fundamentalmente al mercado interno, aunque también se exportó a Ecuador y Colombia. La mejora en el margen bruto junto con una importante reducción en los gastos financieros posibilitó que la utilidad neta de la empresa registrara un crecimiento de 243.8% respecto al 1T04.

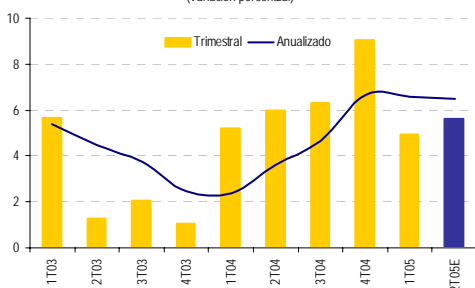
Perspectivas para el 2T05

Durante el 2T05 la industria registraría una expansión de 5.6% de acuerdo a nuestros estimados, superior al 4.9% reportado en el 1T05, como resultado del dinamismo de la demanda interna, de un efecto estadístico positivo -el denominado efecto calendario- y, en menor medida, del aumento de las exportaciones. A nivel desagregado, la Manufactura No Primaria crecería en 7.1% mientras que la Manufactura Primaria mostraría un incremento marginal de 0.1%. A continuación presentamos las perspectivas de las principales ramas industriales.

- La rama de **Alimentos y Bebidas** estaría entre las más dinámicas, en particular las industrias de cerveza, lácteos, fideos y oleaginosos.

⇒ La **producción de cerveza** aceleraría su ritmo de crecimiento en el 2T05 debido a la entrada en operaciones de la planta de Ambev Perú, que tiene una capacidad de producción de un millón de hectolitros al año, equivalente al 14% de lo que se comercializa actualmente. Cabe anotar que la empresa brasileña ha invertido cerca de US\$80 millones desde su ingreso al mercado peruano, monto que incluye la adquisición de Embotelladora Rivera, la adquisición del terreno en Huachipa y la edificación de su fábrica. Se prevé que la competencia propicie una disminución en los precios, lo que generaría un incremento en la cantidad demandada.

Evolución de la Producción Manufacturera
(variación porcentual)



Fuente: INEL, Estudios Económicos - BWS

Crecimiento Industrial: 2T05E

Por encima del promedio	Lácteos, Prod. De Panadería, Fideos, Cerveza, Tabaco, Madera, Papel, Impresión, Sustancias Químicas, Prod. De Aseo Personal y Limpieza, Azulejos y mayólicas
Por debajo del promedio	Cárnicos, Textiles, Confecciones, Edición, Caucho, Plásticos, Harina de Pescado, Productos Metálicos

Fuente: Estudios Económicos-BWS

⇒ La **producción de lácteos** mantendría su dinamismo sustentado principalmente en el mayor consumo interno, en particular de derivados lácteos, puesto que si bien las exportaciones vienen creciendo por encima del promedio, éstas representan menos del 10% de las ventas totales de la industria..

□ La rama de **Productos Químicos** mantendría la tendencia positiva registrada en el 1T05 sustentada tanto en la mayor producción de sustancias químicas básicas y productos de limpieza y aseo personal. En el primer caso, el dinamismo seguiría siendo explicado por las mayores exportaciones de soda cáustica debido a los atractivos precios en el mercado internacional. En el segundo caso, la expansión estaría liderada por la mayor producción de champú y cosméticos dirigidos tanto al mercado local como a los países de la CAN. Asimismo, estimamos un mayor dinamismo en la industria de productos de limpieza, en particular jabón de lavar, ceras y betunes.

□ La rama de **Minerales No Metálicos** continuaría registrando un crecimiento por encima del promedio del sector gracias a la tendencia positiva en la producción de pisos y revestimientos cerámicos. Este comportamiento estaría explicado por el dinamismo del sector construcción y por la ganancia en competitividad registrada por la industria con la utilización del gas de Camisea, lo que le permitiría reducir a lo largo del año la participación de los productos importados de 15% a 10% así como mantener la tendencia creciente de las exportaciones. En ese sentido, Cerámica Lima invirtió US\$8 millones en la ampliación de su capacidad de producción a 1.5 millones de metros cuadrados al mes, mientras que Cerámica San Lorenzo viene desembolsando cerca de US\$10 millones en la construcción de una planta adicional, que le permitirá ampliar su capacidad a 1 millón de m2 mensuales.

Nota: Este reporte se basa en información de fuentes que consideramos confiables pero no nos hacemos responsables de su exactitud por lo cual si bien se pueden formular estrategias la decisión final es de responsabilidad del lector. Este reporte no es y no debe ser tomado como una cotización o solicitud para realizar operaciones

Mercado de Capitales

Francisco Sardón de Taboada *Gerente General Adjunto* 211-6810

Estudios Económicos

Guillermo Díaz Gazani	<i>Gerente</i>	211-6052
Pablo Nano Cortez	<i>Macro Real /Externo/América Latina</i>	211-6000 ax. 6556
Mario Guerrero Corzo	<i>Macro Fiscal/Monetaria/Precios/Bancos</i>	211-6000 ax. 6557
Rafael Romero Zelada	<i>Mineria/Hidrocarburos/Commodities</i>	211-6000 ax. 6558
Miguel Leiva Torres	<i>Telecom/Electricidad/Renta Fija-Variable</i>	211-6000 ax. 6205
Daniel Córdova Espinoza	<i>Manufactura No Primaria/Construcción/Internacional</i>	211-6000 ax. 6661

BWS Sociedad Agente de Bolsa

Charles Fyfe Alvarado	<i>Director Ejecutivo</i>	211-6695
Sonia Obregón de Espinoza	<i>Gerente Control Interno</i>	211-5911
Aurelio Díaz Pro	<i>Head Trader</i>	211-6562
Jaime Blanco Sánchez	<i>Trader</i>	211-6575
Julio Mavila Raaijen	<i>Trader</i>	211-6576
Liliana García Gonzales	<i>Jefe Comercial</i>	211-5914
Rosa Torres-Belon Canon	<i>Broker</i>	211-5913
Juan Bruno Calle Mendez	<i>Broker</i>	211-5921

Tesorería

Diana M. Arce Taramona	<i>Gerente</i>	211-6247
Pablo León Prado	<i>Jefe de Cambios</i>	440-4401
Elbia Castillo Calderón	<i>Jefe Money Market e Inversiones</i>	440-9001
Wenceslao Aste Piccone	<i>Trader de Inversiones</i>	440-6460
Nelson Cantuarias Portugal	<i>Moneda Extranjera</i>	
Gladys Huamán Camacho	<i>Moneda Nacional</i>	440-9001
Jorge Villalta Valdez	<i>Trader - Mesa de Cambios</i>	440-6460
Liliana Ordoñez Vega	<i>Mesa de Distribución</i>	
Javier Verme Villarán	<i>Mesa de Distribución</i>	440-6003
Fernando Suito Gozalo	<i>Mesa de Distribución</i>	

BWS Fondos

Enrique Spihlmann Denegri	<i>Gerente General</i>	211-6714
Carlos Farro Ruiz	<i>Gerente de Inversiones</i>	211-6726
Claudia Valencia Serpa	<i>Responsable Comercial</i>	211-6050