

PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO DEL MERCADO DE DESTINO MEXICO (POM)



MEXICO

PERÚ

Datos generales por país

Población total (millones)	103.8	27.6
Crecimiento poblacional (anual %)	1.5	1.5
Expectativa de vida al nacer (años)	75.1	70.4
Tasa de fertilidad (nacimientos por mujer)	2.2	2.8
Tasa de mortalidad, niños (por 1,000 nacidos vivos)	22.6	24.2
Tasa de mortalidad, debajo - 5 (por 1,000)	27.6	29.2
Inmunización, sarampión (% de niños de entre 12-23 meses de edad)	96	89
Tasa de alfabetismo, total de adultos (% de personas de 15 y mas años)	91	87.7
Superficie (sq. Km, millones)	2	1.3
Economía		
INB per capita (US\$)	6,790.00	2,360.00
PBI (US\$ billones)	676.5	68.6
Crecimiento del PBI (anual %)	4.4	4.8
Inflación, PBI deflactor (anual %)	6.1	5.7
Agricultura (% del PBI)	4.1	10.1
Industria (% del PBI)	26.4	29.9
Servicios, etc. (% del PBI)	69.5	60
Exportación de bienes y servicios (% del PBI)	30.1	20.9
Importación de bienes y servicios (% del PBI)	31.9	18.3
Formación bruta de capital (% del PBI)	21.3	18.5

Comercio Perú México

Millones de dólares FOB

	2004	%	2005	%	Variación 2005/2004
EXPORTACIONES	229.1	100	332.0	100	44.9
TRADICIONALES	134.2	59	202.8	61	51.1
*Agrícolas	2.2	1	2.0	1	-10.9
*Minero	128.5	56	143.4	43	11.7
*Pesquero	0.1	0	0.0	0	-
*Petróleos y derivados	3.4	1	57.3	17	1582.2
NO TRADICIONALES	94.8	41	129.2	39	36.3
*Agropecuario	14.7	6	28.2	9	92.0
*Artesanías	0.0	0	0.0	0	-35.2
*Maderas y papeles	43.9	19	58.9	18	34.1
*Metal-Mecánico	4.5	2	4.3	1	-5.1
*Minería No Metálica	1.1	0	1.5	0	26.6
*Pesquero	1.4	1	0.8	0	-39.3
*Pieles y cueros	1.7	1	2.0	1	19.8
*Químico	11.8	5	10.7	3	-9.1
*Sidero Metalúrgico	1.7	1	1.5	0	-13.6
*Textil	11.0	5	15.8	5	43.1
*Varios (in.joyería)	3.0	1	5.6	2	85.1
IMPORTACIONES	270.1	100	347.5	100	28.7
*Bienes de consumo	140.5	52	159.6	46	13.6
*Materias primas y productos intermedios	59.7	22	79.1	23	32.4
*Bienes de capital y materiales de construcción	69.7	26	108.8	31	56.0
*Diversos	0.2	0	0.1	0	-56.8
Balanza Comercial (X-M)	-41.1		-15.5		-62.2
Intercambio Comercial (X+M)	499.2		679.5		36.1

COMERCIO PERÚ - MÉXICO
(MILLONES US\$ FOB)

	2004	2005	2005/2004	2005	2006	2006/2005
EXPORTACIONES	229,1	332,1	45,0%	332,1	387,9	16,8%
· TRADICIONAL	134,2	202,8	51,1%	202,8	260,7	28,6%
- AGRICOLAS	2,2	2,0	-10,9%	2,0	1,5	-26,2%
CAFÉ	1,1	1,6	45,2%	1,6	1,2	-20,2%
RESTO	1,2	0,4	-62,5%	0,4	0,2	-47,7%
- MINERO	128,5	143,4	11,7%	143,4	252,2	75,8%
COBRE	24,2	13,7	-43,3%	13,7	100,5	633,6%
HIERRO	18,1	29,2	61,0%	29,2	16,7	-42,8%
METALES MENORES	6,5	2,3	-64,1%	2,3	4,3	85,5%
PLOMO	74,1	98,2	32,6%	98,2	130,7	33,1%
ZINC	5,6	-	-	-	-	-
- PESQUERO	0,1	-	-	-	-	-
HARINA DE PESCADO	0,1	-	-	-	-	-
- PETRÓLEO Y DERIVADOS	3,4	57,3	1 582,2%	57,3	7,0	-87,7%
DERIVADOS	3,4	57,3	1 582,2%	57,3	7,0	-87,7%
· NO TRADICIONAL	94,8	129,3	36,3%	129,3	127,1	-1,7%
- AGROPECUARIO	14,7	28,2	92,0%	28,2	14,3	-49,4%
- ARTESANIAS	0,0	0,0	-32,5%	0,0	0,0	228,8%
- MADERAS Y PAPELES	43,9	59,0	34,3%	59,0	61,1	3,6%
- METAL-MECÁNICO	4,5	4,3	-5,1%	4,3	3,8	-10,5%
- MINERÍA NO METÁLICA	1,1	1,5	26,6%	1,5	1,3	-12,9%
- PESQUERO	1,4	0,8	-39,3%	0,8	1,4	66,8%
- PIELES Y CUEROS	1,7	2,0	19,8%	2,0	3,8	90,8%
- QUÍMICO	11,8	10,7	-9,1%	10,7	13,6	27,5%
- SIDERO METALÚRGICO	1,7	1,5	-13,6%	1,5	0,6	-62,1%
- TEXTIL	11,0	15,8	43,1%	15,8	20,7	31,0%
- VARIOS (inc. joyería)	3,0	5,6	85,1%	5,6	6,6	18,6%
IMPORTACIONES	270,1	347,7	28,7%	347,7	472,2	35,8%
· BIENES DE CONSUMO	140,5	159,6	13,6%	159,6	178,0	11,5%
· MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS	59,7	79,1	32,4%	79,1	89,9	13,7%
· BIENES DE CAPITAL Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	69,7	108,9	56,2%	108,9	204,2	87,5%
· DIVERSOS	0,2	0,1	-56,8%	0,1	0,1	33,1%
BALANZA COMERCIAL (X-M)	-41,1	-15,6	-62,0%	-15,6	-84,3	0 440,3%
INTERCAMBIO COMERCIAL (X+M)	499,2	679,7	36,2%	679,7	860,0	26,5%

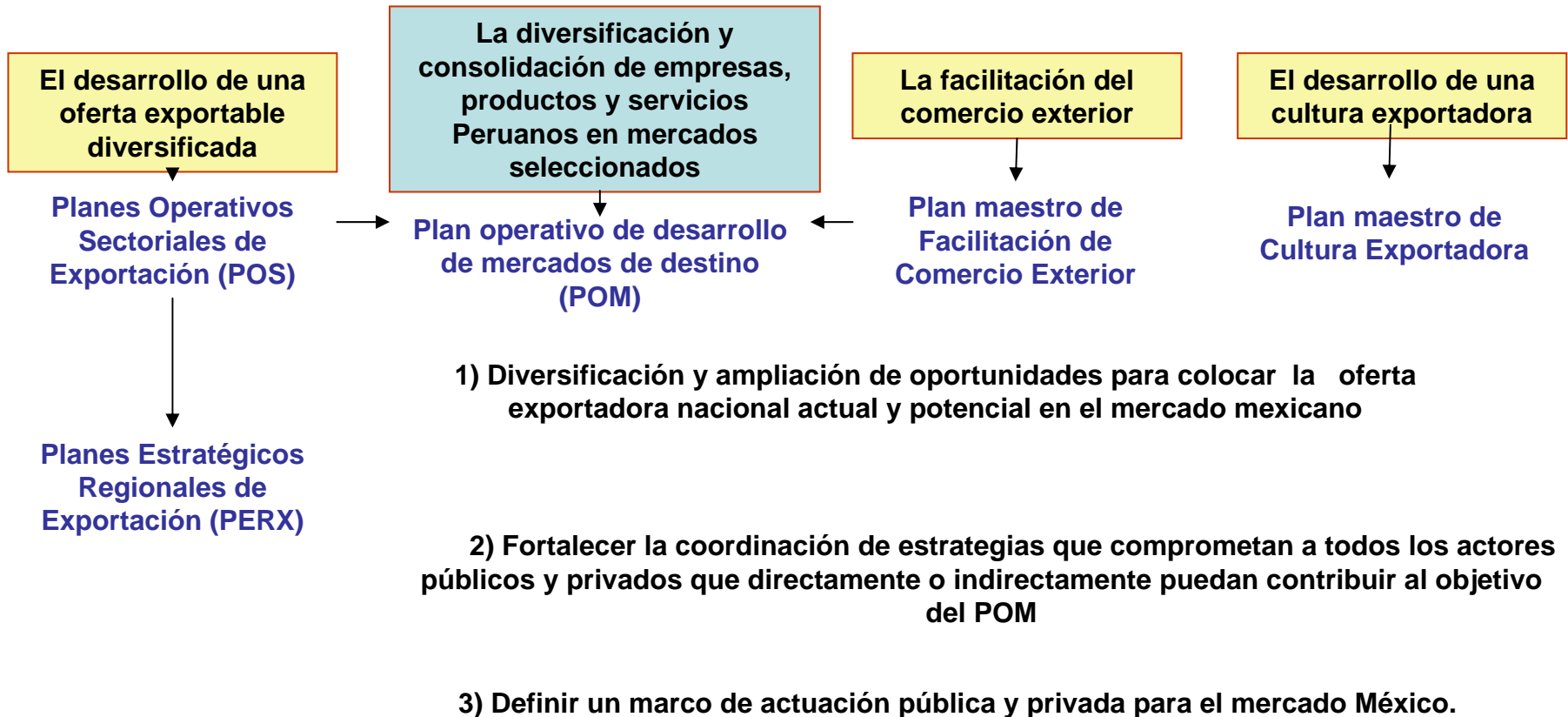
Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMCE/OGEE

**OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN OPERATIVO DE
DESARROLLO DEL MERCADO DE DESTINO MEXICO**

**DIVERSIFICAR Y CONSOLIDAR LA PRESENCIA DE LAS
EMPRESAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS PERUANOS EN EL
MERCADO MEXICANO**

OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PENX



Plan Operativo de Desarrollo del Mercado de Destino México (POM)

MAPA CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Análisis Sectorial de la oferta exportable de Perú

BIENES

Planes Sectoriales de Exportación (POS)
Planes regionales Estratégicos de Exportación (PERX)
Plan de Facilitación de Comercio
Productos Bandera
Demás productos Nuevos
Entrevistas en Prompex y con empresarios

SERVICIOS

Plan Sectorial de exportaciones de servicios
Entrevistas en Prompex y empresarios

Análisis de la demanda en México

- Matriz General de productos MINCETUR
- Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica No. 8
- Acuerdos y negociaciones comerciales en la región
- Bases de datos, estadísticas y publicaciones de diversas secretarías de estado y dependencias y
- reglamentos y normatividad en comercio exterior, así como las Iniciativas de ley en la materia
- Programas de promoción y fomento de importaciones y exportaciones
- Directorio de empresarios, padrón de importadores por sectores específicos. Agenda de comercio exterior



Identificación de Productos no tradicionales, Productos con alto valor agregado y Servicios



Plan de acciones transversales y /o específicas para los productos y servicios priorizados

Matriz de oportunidades comerciales

ANÁLISIS Foda de la Oferta exportable peruana Mercado Destino México

❖ FORTALEZAS

- Variedad de Maderas tropicales y potencial de recursos forestales.
- La calidad internacional del algodón peruano.
- Experiencia en confecciones de Tejido de Punto y Algodón.
- Contratemporada de cosecha de productos agrícolas como mangos y uvas, páprika, alcachofa y flor de zempasúchitl.
- Clima estable para la producción de ajo y orégano todo el año.
- Posición competitiva internacional del Perú con la cochinilla y Tara.
- Abundancia de recursos pesqueros como es el caso de la Pota, Perico, Anchoveta y Mariscos.
- Experiencia y disponibilidad de recursos para el curtido y depilado de pieles de ovino y caprino.
- Especialización para la elaboración de colorantes naturales y vegetales como la bixina, carmín de cochinilla

ANÁLISIS Foda de la Oferta exportable peruana Mercado Destino México

❖ FORTALEZAS

- **Calidad y cantidad de Recursos de Minería no metálica como el borato y mármol.**
- **Experiencia y Calidad en la manufactura de juntas metaloplásticas y bombas centrífugas.**
- **Capacidad manufacturera de barras y perfiles, hojas, tiras y alambres de cobre zinc.**
- **Capacidad y vocación artística para la elaboración de Pinturas hechas a mano sus marcos de Madera y cerámica de estilo original.**
- **Experiencia de joyería en oro y plata de estilo.**
- **Consultoría en desarrollo de proyectos de ingeniería vial, saneamiento, transmisión y distribución eléctrica.**
- **Franquicias**
- **Software bancario y de gestión Financiera**

❖ DEBILIDADES

- **Escasa atención del exportador peruano hacia el mercado mexicano.**
- **Insuficiente inteligencia comercial y promoción en México.**
- **Altos costos de transporte e Infraestructura vial inadecuada para el Sector Maderas.**
- **Imposibilidad de cabotaje en puertos peruanos por parte de navieras extranjeras para productos de exportación elevan costos de origen y generando desventajas para crecimiento de exportaciones regionales.**

❖ OPORTUNIDADES

- **Mercado de 103.8 millones de habitantes, aproximadamente 3.7 veces la población peruana de 27.6 millones.**
- **Producto Bruto Interno de 767.5 billones de dólares que equivale a aproximadamente 10 veces el tamaño de la economía peruana, de US\$ 68.6 billones.**
- **El Ingreso nacional Bruto per capita es de US\$ 6,790 casi tres veces que el peruano de US\$ 2,360.**

❖ **OPORTUNIDADES**

Relaciones importaciones Totales vs. Exportaciones peruanas a México

- **Tablillas y frisos de Madera de US\$ 64.9 M vs. USD 321 K;**
- **Puertas y sus marcos USD 18.7 M vs. USD 16 k (P. A 100%).**
- **Importaciones de Hortalizas preparadas s/ vinag. USD 12.2 M vs. USD 19K:**
- **Hortalizas prep c / vinag. USD 4.2M vs. USD 8K;**
- **Orégano USD 22.6 M vs. USD 23 K (P. A 100%)**
- **Materias primas para teñir USD 8.6 vs. 352 K (100.0%)**
- **Frijol común para siembra USD 67.7 M vs. 10K (P. A 100%);**
- **Jugo de Papaya USD 4.8 M vs. USD 0 K (60% P.A) ; Uvas frescas USD 101.7 M vs. 0**
- **Sortijas Arete, colares revestidos de oro USD 302.9 M vs. 6K (100% P. A)**

❖ OPORTUNIDADES

- Filetes congelados USD 118.4 M vs. USD 234 k.
- Langostinos USD 32.6 M vs USD 0K. (100% P.A)
- Peces Ornamentales USD 4.1 M vs. USD 13K (100% P.A)
- Cueros y Pieles “Wetblue” USD 97.2 M vs USD 873 K
- Libros y Folletos USD 355.7 vs. USD 1.7 M (100% P.A)
- Partes bombas centrífugas USD 169.8 M vs. USD 17K(100% P.A)
- Bombas centrífugas USD 122.7 M vs. USD 307K (100% P.A)
- Vidrios de seguridad USD 38.7 M vs. USD 373K
- Mármoles travertinos USD 39.4 vs. USD 329K

- Preparaciones de belleza USD 186.2 M vs. USD 269 K. (90% P.A)
- Mechas de seguridad y detonantes USD 112.5 M vs. 2.7M
- Materias Colorantes USD 25.8 M vs. USD 3.4 M (100% P.A)
- Barras y perfiles de cobre USD 17.5 vs. USD 250K (100% P.A)
- Alambres de Aleaciones de cobre USD 12.6 M vs. USD 0 (100% P.A)
- Alambres de Aleaciones de cobre cinc USD 10.4 M vs. USD 144K (100% P.A)
- T-Shirts y camisetas USD 191.9 M vs USD 1.8 M (P.A 80%)
- Pantalones largos c/ peto planos mujeres o niñas USD 134.5 M vs USD 420 K
- Los demás suéteres de punto USD 91.5 vs USD 292K (P.A 80%)

❖ AMENAZAS

- **Consolidación de las exportaciones de países competidores por mejores condiciones arancelarias con México.**
- **Agresiva campaña promocional y muy buena infraestructura de inteligencia comercial por parte de oficinas comerciales de países competidores con sede en México, como es el caso de Chile, Colombia y China.**
- **El TLC Perú- USA podría desviar el actual esfuerzo de exportadores peruano a México, hacia USA , reduciendo las exportaciones a México e impidiendo la diversificación de las exportaciones peruanas como objetivo primordial del PENX.**
- **Mejoras arancelarias en Maderas Tropicales para Brasil.**
- **Retrasos burocráticos por barreras no arancelarias favorecen a la competencia.**

POLITICA I

El Plan Operativo de Desarrollo de Mercado se constituye en la herramienta fundamental para la promoción efectiva y el desarrollo continuo de las exportaciones peruanas, acorde con el potencial del mercado mexicano.

Objetivos Específicos

1.1 Mejora y fortalecimiento de la sección comercial de la embajada de Perú en la ciudad de México.

1.2 Capacitación y difusión del Plan Operativo de Mercado de Destino México entre las respectivas contrapartes.

POLITICA II

Promoción de los productos estratégicos priorizados en el mercado mexicano para Ampliar, Consolidar y Diversificar la oferta exportable peruana.

Objetivos específicos

- 2.1 Establecer una red de contactos comerciales en México que permita un eficaz y eficiente acceso de la oferta exportable peruana.**
- 2.2. Establecer un sistema de Inteligencia Comercial.**
- 2.3. Promoción de la oferta exportable en México.**
- 2.4. Propiciar estudios de mercado para productos con potencial exportador o productos nuevos.**

POLÍTICA III

Promoción del potencial y de las oportunidades que ofrece el mercado mexicano a las empresas peruanas para motivar y generar interés en exportar a éste país.

Objetivos Específicos.

3.1. Preparar y difundir informes significativos sobre el mercado mexicano.

3.2. Reuniones con representantes de empresas para seguimiento o intercambio de información que permita concretar o dar seguimiento a proyectos comerciales.

POLÍTICA IV

Construir un ambiente propicio y de colaboración con instituciones públicas y privadas mexicanas para facilitar el proceso exportador

Objetivos específicos.

4.1. Establecer un plan de difusión de la oferta exportable con entidades vinculadas al comercio entre México y Perú.

IMPLEMENTACIÓN DEL POM - MEXICO

OBJETIVO

- **Liderar y dirigir talleres de difusión regional del POM México Piura, Trujillo, Lima, Arequipa, Ica e Iquitos.**
- **Identificar empresas peruanas oferentes de productos y servicios prioritarios exportables. Formas de registro para base de datos.**
- **Identificación de empresas mexicanas demandantes, Distrito Federal y área metropolitana, Guadalajara, Monterrey y Puebla.**
- **Diseño de una campaña de promoción comercial sectorial con los insumos de información obtenidos tanto en Perú como en México.**
- **Plan de difusión y de relaciones públicas a entidades vinculadas al comercio, sobre los resultados de la articulación comercial.**