

INFORME FINAL

“PLAN OPERATIVO DE DESARROLLO DE MERCADO DE DESTINO (POM MEXICO)”

ANÁLISIS GLOBAL DE LA DEMANDA DEL MERCADO DE MÉXICO Y PRIORIZACIÓN DEFINITIVA DE BIENES Y SERVICIOS.

México, 12 de Octubre 2006

ÍNDICE

	Págs.
Introducción.....	3
Sección I. Perfil del Mercado Mexicano.....	6
Sección II. Priorización Sectorial de bienes y servicios	56
Sector Agropecuario- Agroindustria.....	57
Sector Artesanías (incluye Joyería).....	62
Sector Maderas y Papeles.....	65
Sector Metal Mecánico.....	71
Sector Minería No Metálica.....	74
Sector Pesca.....	77
Sector Piel y Cueros.....	81
Sector Químico.....	84
Sector Sidero-Metalúrgico.....	89
Sector Textil y Confecciones.....	91
Sector Servicios.....	99
Sección III. Lista de productos prioritarios recomendados para las negociaciones comerciales.....	106
Sección IV. Análisis de Competencia, Situación Arancelaria y No Arancelaria.....	111
Comentarios a la Sección IV.....	112
Sector Agropecuario- Agroindustrial.....	112
Sector Artesanías.....	113
Sector Maderas y Papeles.....	115
Sector Metal Mecánico.....	117
Sector Minería no Metálica.....	118
Sector Pesca.....	118
Sector Piel y Cueros.....	120
Sector Químico.....	121
Sector Sidero-Metalúrgico.....	122
Sector Textil y Confecciones.....	123
Bibliografía.....	127

ANEXOS

- Anexo I. Principales Productos Importados por México Procedentes de Perú.
- Anexo II. Principales productos Exportados por México a Perú.
- Anexo III. Importaciones por Partidas Arancelarias (6 dígitos) consideradas en las Matrices de Oportunidades por Sector
- Anexo IV. Análisis Arancelario y No Arancelario
- Anexo V. Análisis de la Competencia por Países
- Anexo VI. Reporte de reuniones con empresas peruanas

INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene por finalidad analizar la Demanda Global de bienes y servicios en el mercado de México, tomando en cuenta los productos identificados en los POS, PERX y otros estudios de mercado, priorizando un número significativo de los mismos y que comprenden varios sectores y regiones del Perú.

La Sección I, Perfil del Mercado Mexicano, permite obtener un panorama del potencial del mercado mexicano mediante el análisis de sus principales indicadores socioeconómicos. La sección inicia con la comparación de indicadores socioeconómicos de Perú y México, para luego abarcar aspectos de infraestructura, estructura poblacional por edad, sexo y distribución por estados federativos, la oferta y demanda final de bienes y servicios, la Producción Total por actividades económicas y la vocación estatal, evolución de las exportaciones e importaciones de México, la tendencia del comercio entre ambos países, describiendo los tratados de Libre Comercio Internacionales suscritos por México. Finalmente, se complementa la información con una descripción del perfil de los consumidores mexicanos en ciertos mercados significativos y aspectos a destacar sobre la distribución detallista en México.

La Sección II., Priorización Sectorial de bienes y servicios, describe la metodología utilizada que permitió identificar un número significativo de los mismos y priorizarlos en función de su potencial de crecimiento de exportaciones a México, en especial los no tradicionales y/o con alto valor agregado y productos y servicios nuevos.

Como resultado de la aplicación de esta metodología se presentan 11 informes sectoriales; los que corresponden a bienes, son presentados en una Matriz de oportunidades que establece la priorización de los productos más significativos y, permite una aproximación a los potenciales de ampliación, diversificación y consolidación de las exportaciones peruanas. Los productos priorizados de cada sector se relacionaron con el potencial exportador de cada región y se destacan los objetivos identificados como más prioritarios en los POS sectoriales para el mercado mexicano. La metodología aplicada para servicios se describe a continuación en el Inciso 6.

A continuación, se describen las diversas etapas de la metodología empleada para la elaboración de esta sección:

1. En base a la Matriz General de Productos proporcionada por MINCETUR, (metodología de estimación de productos prioritario en los Planes Operativos de Mercado), se seleccionaron los primeros 200 productos (partidas arancelarias a 6 dígitos) de acuerdo a la importancia en orden decreciente de sus índices POM. Estos índices, son el resultado de una adecuada ponderación del volumen de exportaciones a México, las importaciones de este país, cobertura de las exportaciones peruanas, variación de las exportaciones a México, país relevante (USA) y grupo relevante (conformado por Bolivia, Ecuador, Colombia, Chile, Centro América, Brasil y Argentina). Para este efecto se utilizó información de SUNAT y las estadísticas de venta de COMTRADE para el período 2002-2004. No se consideraron en el análisis las exportaciones e importaciones de commodities (petróleo, minerales y harina de pescado).

2. Los 200 productos se redistribuyeron en los siguientes 10 sectores: Agropecuario-Agroindustrial, Artesanías, Maderas y papeles, Metal Mecánico, Minería no Metálica, Pesca, Piel y Cueros, Química, Sidero-Metalúrgico, Textil y Confecciones.

La decisión de subdividir los productos a nivel sectorial, se fundamenta en la necesidad de enfocar el análisis en productos con características similares de mercado, permitiendo identificar de necesidades de información comunes, vincular los productos más fácilmente con potenciales regionales del Perú, las políticas y objetivos de cada sector y, comparar los productos de un mismo sector de acuerdo a sus oportunidades de consolidación, diversificación y ampliación en el mercado mexicano.

Por ampliación consideramos incrementos de ventas con productos existentes o nuevos, por Diversificación mayores ventas mediante nuevos tipos, estilos, medidas, etc., de productos existentes y por consolidación mantener la misma o mejor participación de mercado.

3. Se elaboró para cada Sector una Matriz de productos priorizados preliminar, estableciendo para cada uno de ellos su situación arancelaria tomando en cuenta los Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 8 suscritos por Perú y México y se ordenaron los productos en orden descendente en función de sus índices promedio POM.

Las Matrices sectoriales de validaron con los Gerentes Sectoriales de PROMPEX mediante entrevistas personales llevada a cabo en Lima. Como resultado de la información proporcionada, se pudo confirmar que los productos priorizados mediante la metodología de estimación proporcionada por MINCETUR era consistente con la información comercial disponible y las expectativas de mercado, se verificó que los productos reunieran las condiciones de ser una oferta efectivamente disponible para el mercado mexicano, se intercambiaron informaciones sobre posibilidades consolidar, ampliar o diversificar las exportaciones peruanas y se excluyeron aquellos productos que no cumplían con estas condiciones. Asimismo, se participó en una reunión de la Cámara de Comercio Peruano-Mexicana, a la que asistieron socios de la Cámara, el Embajador de México en el Perú, el agregado comercial de dicha embajada y MINCETUR. Como resultado de la reunión se pudo adicionar información sobre la situación de diversos sectores y recibir comentarios sobre la situación comercial con México.

4. En base a la información recabada, se procedió a evaluar las oportunidades para la exportación de los productos priorizados, se procesó y evaluó información más reciente sobre importaciones en partidas priorizadas con base a la información disponible del Banco de México y, otras informaciones sectoriales estatales y del mercado mexicano que se incluyen en el Capítulo correspondiente al Perfil del Mercado Mexicano. El Anexo I, principales productos importados por México procedentes de Perú, Anexo II., los exportados por México a Perú y Anexo III., importaciones de México de las partidas consideradas en la Matriz de oportunidades complementaron el análisis.

5. El informe de cada sector incluye

(a) La Matriz Preliminar de Productos priorizados, ordenados en función de los promedios POM, se describen los productos que integran las partidas arancelarias y su situación actual en el ACE N° 8. Inmediatamente después de la descripción de algunos de los productos se han complementado con comentarios sobre los mismos para mayor aclaración sobre sus características, importancia y nivel de prioridades comercial para los sectores.

(b) Tablas con índices significativos de comercio Perú-México del Sector (importaciones mexicanas, exportaciones peruanas, cobertura de mercado y crecimiento de las exportaciones).

(c) La Matriz preliminar de clasificación de oportunidades de mercado, que muestra los productos no tradicionales, no tradicionales con alto valor agregado y productos nuevos con arreglo a sus posibilidades de ampliación, diversificación y consolidación en el mercadomexicano

(d) Comentarios sobre la Priorización de productos y oportunidades de mercado, se describe su vinculación con los Planes Estratégicos Regionales (PERX) y los objetivos de los Planes Operativos Sectoriales de exportación. Para validar los resultados se entrevistaron en Lima empresarios de alto nivel de 19 empresas representativas de sectores considerados en el presente estudio.

6. Para la elaboración del Sector Servicios, se utilizó como fuente de Información primaria el Plan Operativo del Sector Servicios y los Planes Estratégicos Operativos de Exportación de Servicios 2005-2009 de Consultoría en Gestión, de Ingeniería, de Software y de Servicios de Salud Electivos. Se complementó la información con entrevistas con empresarios de área de Software por medio de una reunión convocada por el gerente de servicios del Sector de Prompex y, otros tipos de informaciones, que permiten tener una idea preliminar del potencial del mercado mexicano para la oferta peruanas de Software, Ingeniería y Consultoría de Gestión.

7. Se ha utilizado como bibliografía básica la información disponible de los POS, PERX Planes Sectoriales de Servicios y el ACE N° 8. Se complementó la misma con información proveniente de las bases de datos del Banco de México, INEGI (Instituto Nacional de Estadísticas Geográfica e informática) y otras fuentes diversas. Para tal efecto hemos obviado citar referencias cuando la información proviene de los POS y PERXs.

La sección III., Lista de productos priorizados recomendados para las negociaciones comerciales, tiene por finalidad proporcionar insumos sobre productos priorizados que requieren mejorar sus aspectos arancelarios y solucionar los problemas, barreras y restricciones propias del mercado mexicano. Los productos seleccionados fueron producto de la evaluación de las matrices de oportunidad y las entrevistas mantenidas con empresarios y funcionarios.

La Sección IV, Análisis de competencia, situación arancelaria y no arancelaria, permite identificar los principales países proveedores de México a nivel de cada una de las partidas arancelarias priorizadas con

base a la participación de los mismos del total de importaciones efectuadas por México. Luego se relacionan la situación arancelaria del Perú en el marco del Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 8 suscritos por Perú y México y acuerdo comerciales suscritos por México y países competidores de la región. Para facilitar el análisis durante el desarrollo de la explicación de cada partida se hace referencia a las tablas y gráficas de los anexos IV “Análisis Arancelarios y No arancelarios” y Anexo V, “Análisis de la competencia por países”.

El análisis arancelario y no arancelario del Anexo IV, fue realizado tomando como base las Clasificaciones Naladis obtenidas de los productos prioritarios a evaluarse (6 dígitos), los cuales nos permitieron extraer las Clasificaciones Arancelarias de acuerdo al Código Armonizado (8 dígitos) empleado por México. Es importante considerar que al no manejar el mismo Sistema ambos países, las Fracciones o Posiciones Arancelarias seleccionadas fueron las que más se asemejaban con la descripción de las primeras, en consecuencia los datos del valor de importaciones no necesariamente serán coincidentes.

El objeto de este anexo es también servir como herramienta de consulta para Exportadores y Negociadores Comerciales, donde de manera práctica y una vez contando con la Fracción Arancelaria de un producto específico es posible averiguar aspectos del ámbito arancelario y no arancelario de los productos priorizados.

Se utilizaron como fuentes de información el Diario Oficial de la Federación, (DOF), Resolución Miscelánea de Comercio Exterior, Reglamento a la Ley de Comercio Exterior, Reglamento a la Ley Aduanera de México, Normas Oficiales mexicanas, Compendio de Comercio exterior 2006, la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, el Acuerdo Latinoamericano de Integración, Tratados de libre Comercio y Acuerdos de Complementación económica firmados con México.

El Anexo V, presenta un análisis de la participación por país a nivel de cada una de las partidas arancelaria prioritarias. La fuente de información para la elaboración de éste análisis es la base de datos de la empresa mexicana LCI Foreign Trade Solutions denominada TradeMap con informaciones de los años 2003 y 2004, que son los períodos más recientes disponibles.

Finalmente el Anexo VI, proporciona un informe de las entrevistas mantenidas con altos ejecutivos de 19 empresas peruanas representativas de los sectores que permitieron, gracias a su valiosa cooperación, fue posible establecer algunas de las necesidades arancelarias y no arancelarias para el mercado de destino México.

SECCIÓN I

PERFIL DEL MERCADO MEXICANO

Datos generales por país



	MEXICO	PERÚ
Población		
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
Ambiente		
Superficie (sq. Km, millones)	2	1.3
Economía		
INB (US\$, billones)	704.9	65
INB per capita (US\$)	6,790.00	2,360.00
PIB (US\$ billones)	676.5	68.6
Crecimiento del PIB (anual %)	4.4	4.8
Inflación, PIB deflactor (anual %)	6.1	5.7
Agricultura (% del PIB)	4.1	10.1
Industria (% del PIB)	26.4	29.9
Servicios, etc. (% del PIB)	69.5	60
Exportación de bienes y servicios (% del PIB)	30.1	20.9
Importación de bienes y servicios (% del PIB)	31.9	18.3
Formación bruta de capital (% del PIB)	21.3	18.5
Ingreso, excluyendo donaciones (% del PIB)	..	16.7
Liquidez superavit/deficit (% del PIB)	..	-1.2
Estados y Mercados		
Tiempo requerido para iniciar un negocio (días)	58	98
Capitalización en el mercado de empresas enlistadas (% del PIB)	25.4	29.3
Gasto militar (% del PIB)	0.4	1.2
Lineas fijas y suscriptores de telefonía movil (por 1,000 personas)	544.6	222.9
Usuarios de internet (por 1,000 personas)	135.2	116.8
Exportaciones de Alta-tecnología (% de exportaciones manufacturadas)	21.2	2.1
Vinculación global		
Comercio de mercancías (% del PIB)	58.5	33
Inversión extranjera directa (US\$ billones)	17.4	1.8
Deuda de largo plazo (US\$ billones)	129.6	28.7
Valor neto actualizado de la deuda (% del INB)	24	56.6
Servicio total de la deuda (% de exportación de bienes, servicios e ingreso)	22.9	17.1
Asistencia oficial para el desarrollo (US\$ millones)	121.1	487.4
Remesas de trabajadores (US\$ billones)	18.1	1.1

FUENTE: Banco Mundial. Indicadores de Desarrollo Mundial, año 2004 actualizado a Abril 2006

Comparación de datos socioeconómicos Perú-México.

La superficie de Perú con 1, 285,220 Km² es aproximadamente el 65% de la de México con 1, 972,550 km².

En términos de población México en el año 2004, alcanzó la cifra de 103.8 millones de habitantes lo que representa un proporción de 3.76 veces la peruana que fue de 27.6 millones. Ambas poblaciones crecen a una tasa anual del 1.5%.

La economía mexicana es casi 10 veces en tamaño que la peruana con 676.5 billones de dólares versus 68.6 billones que contaba la peruana en el mismo período. El crecimiento del PIB de Perú con 4.8 fue ligeramente superior al mostrado por México de 4.4%.

En relación a la participación de los sectores productivos en el PBI, México tiene una mayor proporción de servicios, 69.5%, que Perú con el 60.0%, en cambio la economía peruana tiene una mayor proporción del sector Agrícola con el 10.1% comparado con el 4.1% que alcanzó México.

La proporción de exportaciones en relación al PBI es de 30.0 % e importaciones de 31.9% para México, que es considerablemente mayor que la peruana, la cuales fueron del 20.9% y 18.3% respectivamente.

La participación de las exportaciones de alta tecnología mexicana, del total de sus exportaciones, fue del 21.2%, mayor que la mostrada por el Perú, que fue de únicamente el 2.1%.

La inversión directa en México alcanzó la cifra de 17.4 billones de dólares y la de Perú de 1.8 billones, casi 10 veces más.

Infraestructura de México

En el lapso de 15 años (1990-2004) los vehículos registrados en México se duplicaron, el transporte carretero y la Longitud de carreteras crecieron más del 40 %, mientras que el sistema ferroviario no tuvo cambios significativos.

La infraestructura portuaria mejoró en el mismo período como promedio en un 50% tanto en puertos marítimos como en longitud de atraque. Las áreas de almacenamiento se duplicaron alcanzando en el 2004 un área de 5,593.1 miles de km².

Al igual que la infraestructura ferroviaria, la de transporte aéreo tampoco mostró mayores cambios en el número de aeropuertos que fue de 85. Se observa un incremento de aeronaves del 20%, contando en el año 2004 con 7,072 aeronaves.

Infraestructura de México

	1990	2004
Transporte carretero		
Longitud de carreteras (Km)	239,235	352,072
Pavimentadas (km)	83,925	121,337
Revestidas (Km)	118,472	152,088
Terracerías y brechas mejoradas (Km)	36,838	78,647
Vehículos registrados	9,915,993	21,871,190
Sistema ferroviario		
Longitud total (Km)	26,361	26,662
Vía principal (%)	77.20	77.60
Vía secundaria (%)	17.20	16.60
Vía particular (%)	5.60	5.80
Infraestructura portuaria por tipo		
Puertos marítimos	76.00	106.00
Longitud de atraque (Km)	108.80	192.80
Obras de protección (Km)	111.90	150.90
Áreas de almacenamiento (miles de m2)	2,367.00	5,593.10
Infraestructura para el transporte aéreo		
Aeropuertos	82.00	85.00
Nacionales	40.00	29.00
Internacionales	42.00	56.00
Aeródromos	2,086	1,209
Aeronaves	5,874	7,072.00

Fuente: INEGI. México de un vistazo 2005

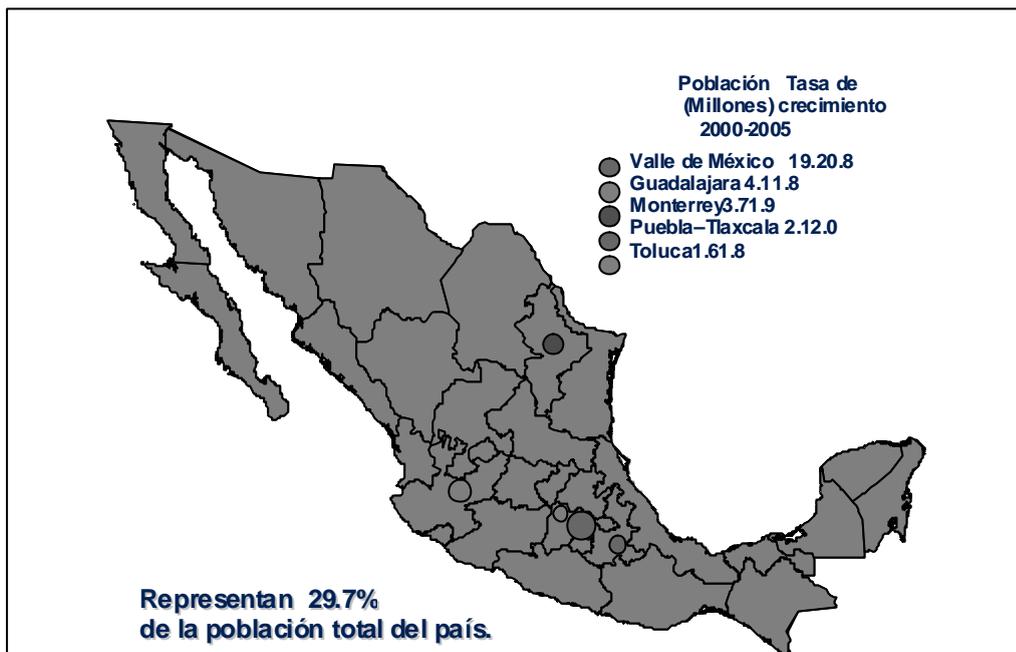
La estructura poblacional por Estados Federativos

México tiene su población concentrada en el centro del país, especialmente en el Distrito Federal y el Estado de México que suman el 22.15% del total, de acuerdo al segundo conteo poblacional llevado a cabo en el año 2005. Siguen en orden de importancia por el número de habitantes los estados de Veracruz con el 6.87%, Jalisco con el 6.45%, Puebla con el 5.23%, Guanajuato 4.75 y Nuevo León con el 4.04%. El Estado con menos población fue Baja California Sur con el 0.50% del total de la población del país.

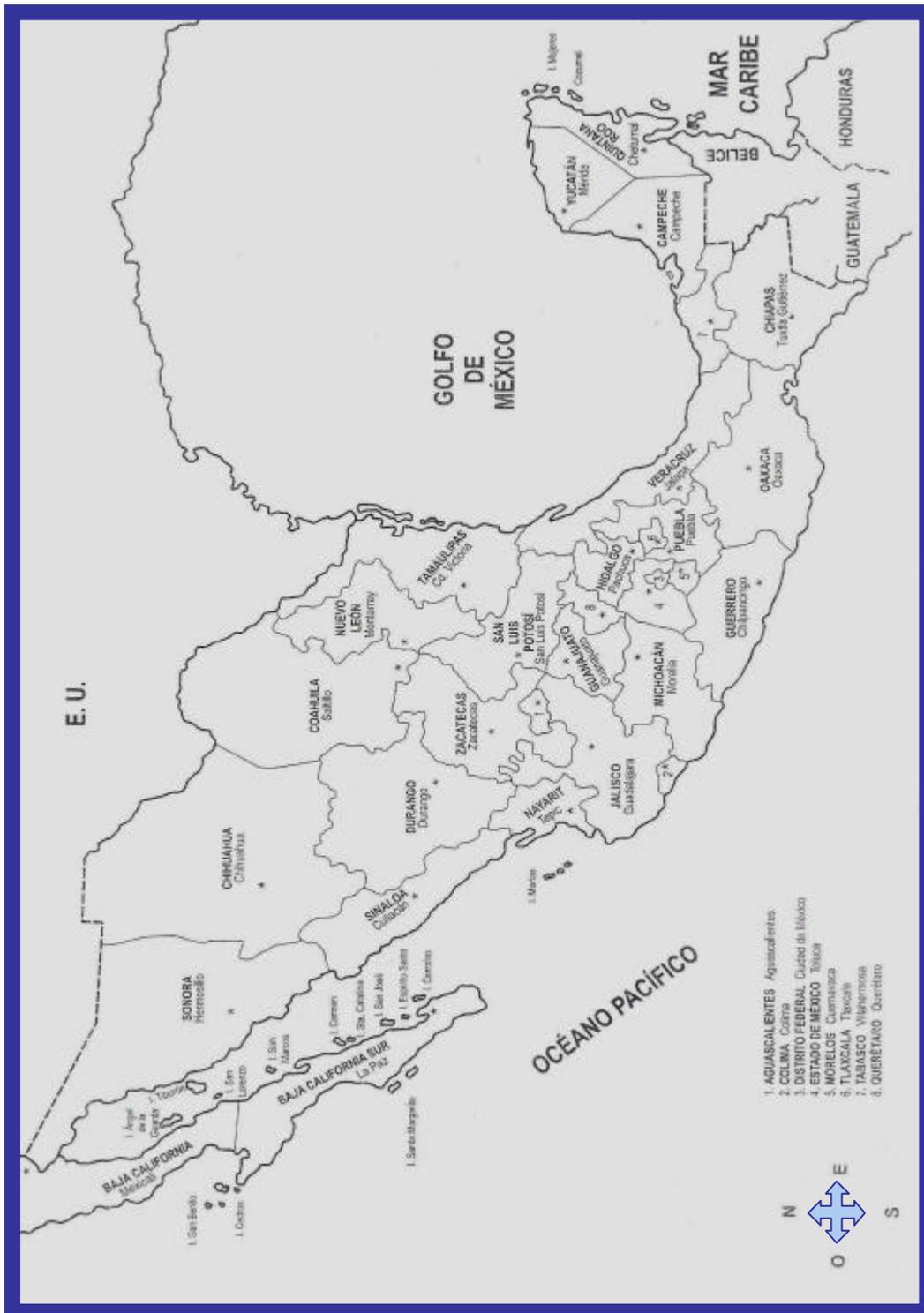
En términos de población urbana el Distrito Federal tiene el 99.76%, siguiéndole Nuevo León con el 93.4% y Baja California Norte con el 91.58%. Las poblaciones rurales mas altas como porcentaje de sus respectivos totales fueron Oaxaca con el 55.47%, Chiapas con el 54.30% e Hidalgo con el 50.68%.

Si bien la proporción nacional porcentual de hombres y mujeres fue del 48.62% y 51.38% respectivamente, destacan en su proporción de mujeres los estados de Guanajuato con el 52.43% y Michoacán con el 52.36% debido al fenómeno de emigración de hombres a los Estados Unidos.

Concentración Poblacional de México



FUENTE: INEGI. II. Censo de Población y Vivienda 2005.



Población total, relación hombres-mujeres y tasa de crecimiento media anual por entidad federativa, 2005 Distribución porcentual de la población urbana y rural por entidad federativa, 2000

Entidad federativa	Población (Miles)	% V	% H	% M	Urbana.	Rural	Tasa de crecimiento media anual 2000-2005
							Porcentaje
Estados Unidos Mexicanos	103088.0	100	48.62	51.38	74.63	25.37	1.0
Aguascalientes	1050.9	1.02	48.32	51.68	80.22	19.78	1.9
Baja California	2842.2	2.76	50.38	49.62	91.58	8.42	2.4
Baja California Sur	516.8	0.50	51.18	48.82	81.29	18.71	3.6
Campeche	751.4	0.73	49.48	50.52	70.98	29.02	1.5
Coahuila de Zaragoza	2474.7	2.40	49.57	50.43	89.41	10.59	1.5
Colima	562.3	0.55	49.26	50.74	85.59	14.41	1.0
Chiapas	4255.8	4.13	49.08	50.92	45.70	54.30	1.3
Chihuahua	3238.3	3.14	49.65	50.35	82.52	17.48	0.6
Distrito Federal	8669.6	8.41	47.76	52.24	99.76	0.24	0.1
Durango	1488.8	1.44	48.93	51.07	63.78	36.22	0.5
Guanajuato	4892.7	4.75	47.57	52.43	67.20	32.80	0.9
Guerrero	3116.5	3.02	48.08	51.92	55.30	44.70	0.2
Hidalgo	2333.7	2.26	47.92	52.08	49.32	50.68	0.8
Jalisco	6652.2	6.45	48.51	51.49	84.55	15.45	0.9
México	14160.7	13.74	48.70	51.30	86.31	13.69	1.4
Michoacán de Ocampo	3988.3	3.87	47.64	52.36	65.40	34.60	0.0
Morelos	1605.4	1.56	47.97	52.03	85.73	14.57	0.6
Nayarit	942.6	0.91	49.44	50.56	64.16	35.84	0.4
Nuevo León	4164.3	4.04	49.78	50.22	93.40	6.60	1.5
Oaxaca	3521.7	3.42	47.71	52.29	44.53	55.47	0.4
Puebla	5391.5	5.23	47.84	52.16	68.28	31.72	1.1
Querétaro Arteaga	1592.8	1.55	48.31	51.69	67.56	32.44	2.2
Quintana Roo	1134.2	1.10	50.77	49.23	82.46	17.54	4.7
San Luis Potosí	2412.2	2.34	48.41	51.59	59.04	40.96	0.8
Sinaloa	2610.0	2.53	49.64	50.36	67.42	32.58	0.5
Sonora	2384.3	2.31	50.08	49.92	83.09	16.91	1.3
Tabasco	2012.9	1.95	49.12	50.88	53.73	46.27	1.1
Tamaulipas	3020.2	2.93	49.38	50.62	85.42	14.58	1.6
Tlaxcala	1060.6	1.03	48.41	51.59	78.45	21.55	1.7
Veracruz de Ignacio de la Llave	7080.7	6.87	48.09	51.91	59.05	40.95	0.4
Yucatán	1802.6	1.75	49.24	50.76	81.33	18.67	1.5
Zacatecas	1357.3	1.32	48.20	51.80	53.34	46.66	0.0

FUENTE: INEGI II. conteo de Población y vivienda

Población total por Entidad según edad.

	Total Población (1). (En miles)	De 0 A 4 Años	De 5 A 9 Años	De 10 A 19 Años	De 20 A 29 Años	De 30 A 39 Años	De 40 A 49 Años	De 50 A 59 Años	De 60 A 69 Años	De 70 A 79 Años	De 80 o más Años
México	100,452.7	10.14	10.46	20.97	16.99	14.98	10.98	7.18	4.56	2.53	1.21
Aguascalientes	1,049.8	11.29	11.44	21.65	16.79	14.83	10.55	6.52	3.76	2.11	1.07
Baja California	2,635.7	10.17	10.53	19.85	18.55	17.04	11.12	6.49	3.69	1.81	0.75
Baja California Sur	487.9	10.06	10.08	19.43	18.89	16.77	11.61	6.81	3.76	1.79	0.82
Campeche	746.2	9.84	10.61	21.59	17.75	15.08	10.73	6.86	4.13	2.28	1.13
Coahuila	2,454.0	10.17	10.48	19.93	17.17	15.71	11.36	7.29	4.55	2.35	0.99
Colima	548.7	9.46	9.79	20.69	17.26	15.24	11.65	7.46	4.55	2.48	1.41
Chiapas	4,168.0	11.76	12.29	24.21	16.98	12.98	9.27	5.83	3.89	1.89	0.90
Chihuahua	3,083.4	10.39	10.52	20.20	16.78	15.93	11.26	6.89	4.63	2.43	0.96
Distrito Federal	8,459.1	7.85	7.94	17.08	17.75	16.96	13.15	9.11	5.39	3.25	1.52
Durango	1,487.3	10.66	11.13	22.04	15.90	14.08	10.50	6.92	4.83	2.77	1.17
Guanajuato	4,834.3	10.91	11.41	22.22	16.60	14.13	10.12	6.53	4.24	2.55	1.30
Guerrero	3,066.9	11.27	12.32	23.77	15.16	12.38	9.59	6.60	4.77	2.78	1.35
Hidalgo	2,316.4	10.25	10.50	21.94	16.05	14.35	10.88	7.21	4.82	2.64	1.36
Jalisco	6,544.7	10.30	10.52	20.89	17.20	14.64	10.67	7.27	4.56	2.53	1.41
México	13,387.6	10.26	10.17	20.50	17.95	16.16	11.36	6.93	3.90	1.94	0.82
Michoacán	3,895.8	10.27	10.95	22.75	15.84	13.36	10.24	7.04	4.86	3.08	1.62
Morelos	1,549.5	9.70	10.15	20.90	16.36	14.65	11.31	7.64	4.96	2.97	1.36
Nayarit	934.0	9.89	10.37	21.48	15.94	14.11	10.86	7.64	5.29	2.90	1.51
Nuevo León	4,117.2	9.64	9.80	18.33	18.11	16.79	11.75	7.44	4.66	2.42	1.06
Oaxaca	3,461.0	10.32	11.41	23.43	15.18	12.74	10.02	7.04	5.21	3.08	1.57
Puebla	5,268.7	11.00	11.12	22.26	16.82	13.76	9.98	6.68	4.45	2.60	1.31
Querétaro	1,554.0	10.48	10.87	21.95	17.84	15.19	10.61	6.29	3.75	2.02	1.00
Quintana Roo	998.4	10.76	10.70	20.91	20.09	17.20	10.35	5.58	2.73	1.19	0.50
San Luis Potosí	2,386.9	10.62	11.16	22.31	15.60	13.71	10.38	6.94	4.88	2.94	1.45
Sinaloa	2,528.6	9.69	10.38	21.03	16.50	14.80	11.24	7.63	4.96	2.56	1.22
Sonora	2,334.9	10.06	10.42	19.81	16.81	15.54	11.69	7.48	4.71	2.46	1.03
Tabasco	1,966.2	10.39	10.62	21.98	18.07	14.86	10.71	6.49	3.83	2.11	0.94
Tamaulipas	2,939.5	10.03	10.05	19.21	17.72	16.04	11.43	7.18	4.70	2.55	1.11
Tlaxcala	1,056.7	10.88	10.81	21.45	17.83	14.63	10.26	6.31	4.07	2.45	1.31
Veracruz	7,047.5	9.60	10.23	21.30	15.61	14.38	11.38	7.92	5.27	2.94	1.37
Yucatán	1,786.7	9.49	9.88	20.82	17.86	14.42	10.64	7.77	4.84	2.78	1.51
Zacatecas	1,356.8	10.60	10.97	22.23	15.60	13.78	10.23	6.71	5.04	3.19	1.66

Nota (1): Se excluyen de los cálculos las edades no especificadas Elaborado por: PiPoLi & Asociados
Fuente: II. Censo de Población y Vivienda 2005

El rango de edad de 10-19 años ocupa el primer lugar en concentración poblacional con el 20.97% del total de la población, siguiendo en orden de importancia los rangos de 20-29 años y 30-39 años con el 16.99% y 14.98% respectivamente. La población de México es "joven" si consideramos que la población menor de 19 años representa el 51.57% comparada con una población adulta mayor de 60 años únicamente con el 8.3% del total.

Los estados con mayor proporción de población infantil de menos de 10 años son los de Chiapas (24.05%) y Guerrero (23.59%) mientras que la mayor concentración de población mayor de 60 años se encuentra en el distrito Federal con el 10.16%.

POBLACIÓN TOTAL

Población total por sexo y rangos de edad

	Total	Hombre	Mujer
Total (1).	100,452,668	51,608,912	51,608,912
Porcentaje	%V	%H	%H
De 0 A 4 Años	10.14	5.15	4.99
De 5 9 Años	10.46	5.32	5.15
De 10 19 Años	20.97	10.49	10.47
De 20 A 29 Años	16.99	8.02	8.97
De 30 A 39 Años	14.98	7.09	7.89
De 40 A 49 Años	10.98	5.24	5.75
De 50 A 59 Años	7.18	3.44	3.73
De 60 A 69 Años	4.56	2.16	2.40
De 70 A 79 Años	2.53	1.19	1.34
De 80 a mas	1.21	0.53	0.68
TOTAL	100.00	48.62	51.38

Nota (1): Se excluyen de los cálculos las edades no especificadas
Fuente: II. Censo de Población y Vivienda 2005.
Preparado por: PiPoLi & Asociados

Del total de la población en el año 2005 mexicana el 51.38% son mujeres y el 48.62% son hombres. Esta relación es inversa en la población menor de 19 años donde el 20.96% son hombres y el 20.61% son mujeres. A partir de los 20 años en adelante la proporción de mujeres se hace mayor, especialmente a partir de los 60 años.

La tasa de crecimiento media anual de la población mexicana ha venido reduciéndose paulatinamente de un 2.0% en el período 1990-1995 al 1.0% en el período 2000-2005, en otras palabras la tasa media de crecimiento se redujo a la mitad. En este último período las tasas más altas de crecimiento medio poblacional las tienen Quintana Roo con el 4.7% y Baja California Sur con el 3.4%. Las tasas más bajas de variación media anual poblacional se presentan en Michoacán-0.1%, el Distrito Federal y Zacatecas con el 0.2% de crecimiento cada uno.

La entidad federativa con mayor población económicamente activa es el Estado de México con un total de 4'497,315 y se distribuye en 3'667,139 hombres y 830,176 mujeres. La más alta cobertura de Población económicamente activa en hombres y mujeres se presenta en el estado Oaxaca con el 83% y 43%. En hombres la más baja cobertura se presenta el Distrito Federal con el 76% y en mujeres en el estado de Michoacán con un 26%.

**Tasa de crecimiento media anual de población por entidad federativa,
1990 a 2005**

ENTIDAD FEDERATIVA	1990-1995	1995-2000	1990-2000	2000-2005
Total México	2.0	1.6	1.8	1.0
Aguascalientes	3.2	2.1	2.7	2.2
Baja California	4.3	3.8	4.1	2.4
Baja California Sur	3.0	2.8	2.9	3.4
Campeche	3.2	1.7	2.6	1.6
Coahuila	1.7	1.3	1.5	1.5
Colima	2.3	2.5	2.4	0.8
Chiapas	2.0	2.1	2.0	1.6
Chihuahua	2.4	2.1	2.2	1.1
Distrito Federal	0.5	0.3	0.4	0.2
Durango	1.0	0.3	0.7	0.7
Guanajuato	1.8	1.3	1.6	0.9
Guerrero	1.9	1.3	1.6	0.2
Hidalgo	2.0	1.3	1.7	0.9
Jalisco	2.2	1.3	1.8	1.2
México	3.1	2.6	2.9	1.2
Michoacán	1.5	0.7	1.2	-0.1
Morelos	3.3	1.8	2.7	0.6
Nayarit	1.5	0.6	1.1	0.6
Nuevo León	2.4	1.8	2.1	1.6
Oaxaca	1.2	1.5	1.3	0.4
Puebla	2.0	2.2	2.1	1.0
Querétaro	3.1	2.7	2.9	2.3
Quintana Roo	6.3	5.1	5.8	4.7
San Luís Potosí	1.7	1.0	1.4	0.8
Sinaloa	1.7	1.0	1.4	0.5
Sonora	2.4	1.4	2.0	1.4
Tabasco	2.7	1.8	2.3	0.9
Tamaulipas	2.1	2.0	2.0	1.7
Tlaxcala	2.6	2.0	2.4	1.9
Veracruz	1.4	0.6	1.0	0.5
Yucatán	2.3	1.5	2.0	1.6
Zacatecas	0.8	0.3	0.6	0.2

NOTA: Cifras correspondientes a las siguientes fechas censales: 12 de marzo (1990); 5 de noviembre (1995); 14 de febrero (2000); y 17 de octubre (2005) La tasa se calculó con el modelo exponencial.

FUENTE: INEGI. Censos de Población y Vivienda, 1990 a 2000, INEGI. Contos de Población y Vivienda, 1995 y 2005.

Población total, población económicamente activa y tasas de cobertura según sexo por estados agrupados de acuerdo con semejanzas en las tasas de participación para cifras estatales del 2000.

ENTIDAD FEDERATIVA	TOTAL PEA	POBLACION HOMBRES	PEA HOMBRES	TASA DE COBERTURA	POBLACION MUJERES	PEA MUJERES	TASA DE COBERTURA
Aguascalientes	392514	336128	265072	79	365347	127442	35
Baja California	1067466	958556	740736	77	941776	326730	35
Baja California Sur	174869	166823	123171	79	157974	51698	33
Campeche	292753	261986	212553	81	262969	80200	31
Chiapas	1691982	1440479	1176460	82	1366092	515522	38
Chihuahua	1320558	1135335	886531	78	1156480	434027	38
Coahuila	978788	853701	678860	80	875871	299928	34
Colima	223641	194670	158083	82	201574	70558	35
Distrito Federal	3887775	3184847	2423767	76	35526251	1464008	41
Durango	551366	525520	400931	76	539462	150435	28
Estado de México	4497315	4630986	3667139	79	48624551	830176	37
Guanajuato	1864331	1654841	1317497	80	1775473	546834	31
Guerrero	1382123	1120386	922316	82	1158129	459807	40
Hidalgo	949286	805293	656033	82	846048	293253	35
Jalisco	2791970	2281922	1845972	81	2439397	945998	39
Michoacán	1544936	1430225	1145329	80	1537740	399607	26
Morelos	678942	586730	462534	79	637084	216408	34
Nayarit	382130	346402	276219	80	346713	105911	31
Nuevo Leon	1753927	1499796	1190446	79	1513203	563481	37
Oaxaca	1589239	1261563	1051358	83	1254155	537881	43
Puebla	2082993	1772766	1414036	80	866679	668957	36
Queretaro	584496	481645	386784	80	512509	197712	39
Quintana Roo	386806	332694	269360	81	315988	117446	37
San Luis Potosi	882414	833973	649816	78	850911	232598	27
Sinaloa	1006271	957549	740697	77	962411	265574	28
Sonora	928826	867057	668914	77	863019	259912	30
Tabasco	837869	697618	551965	79	711174	285904	40
Tamaulipas	1177737	1026360	804644	78	1048611	373093	36
Tlaxcala	391904	340269	272361	80	362352	118943	33
Veracruz	2980562	2742815	2168037	79	2731519	812525	30
Yucatán	675003	615135	479017	78	631201	195986	31
Zacatecas	516485	484067	379733	79	500205	136752	27

Fuente: CONAPO, Proyecciones de Población económicamente activa por entidad federativa 2000.

Principales indicadores económicos de México.

La cifra más reciente del PBI en el primer trimestre del año 2006 fue de 822.1 billones de dólares, la cual creció en relación al mismo período del año anterior el 5.5%. La inflación acumulada fue del 3.2% y las reservas internacionales alcanzaron los 73.1 billones de dólares, 10 veces más que la cantidad de importaciones que fue de 77,453 millones de dólares. Las exportaciones fueron por 78,676 millones de dólares, mostrando en el primer trimestre de éste año un superávit en la Balanza comercial.

El tipo de cambio promedio del primer trimestre del año fue de 10.7061 que comparado con 10.8725 con el del primer trimestre del 2005, mostró una revaluación del peso en relación al dólar.

En relación a la oferta y demanda de bienes finales México muestra una proporción creciente de sus importaciones de bienes y servicios comparando el año 1995 con el 17.34% en relación al 31.1% del año 2005, paralelamente se observa en el mismo período una reducción importante del Consumo de Gobierno, que se redujo del 11.50% mostrado en 1995 al 7.09% en el 2005. El crecimiento continuo de la participación de las importaciones va aparejado con la reducción de la participación del Producto Interno Bruto como proporción de la oferta total.

Principales Indicadores Económicos

Indicador	Unidad de medida	1995	2000	2005	2006
PIB a precios de mercado	Millones de pesos	1,840,431	5,497,736	8,374,349	8,802,187
PIB	Millones de dolares	286,716.15	581,426.45	770,232.14	822,165.58
PIB per capita	Dolares	3,145.25	5,964.36	7,471.59	7,975.37
Variación porcentual del PIB	%	-6.2	6.6	3	5.5
Inflación (2000=100)	%	35	9.49	3.33	3.2
Exportaciones	Millones de dolares	79,541.6	166,120.70	213,711.20	78,676
Importaciones	Millones de dolares	72,453	174,457.8	221,269.8	77,453
Saldo en cuenta corriente	Millones de dolares	-1,576.60	-18,628.30	-5,708.3	n/e
Base Monetaria	Millones de pesos	66,809	208,943	380,034	357,800
Reserva internacional (1)	Millones de dolares	15,741	33,555	68,669	73,145.40
Inversión extranjera directa	Millones de dolares	8,357.20	17,225.80	11,093.30	n/e
Saldo de la deuda pública externa bruta	Millones de dolares	100,933.70	84,600.20	71,674.50	72,048.40
Tipo de cambio promedio (2)	Peso por Dólar	6.419	9.4556	10.8725	10.7061

FUENTE:

INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México.
 INEGI. Banco de Información Económica.
 Banco de México. Indicadores Financieros y Económicos
 Banco de México. Indicadores Financieros y Económicos
 Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera
 SHCP. Dirección General Adjunta de Deuda Pública

1994.

(1) Definida de acuerdo con la Ley del Banco de México que entró en vigor en abril de

(2) Este tipo de cambio (FIX) es determinado por el Banco de México con base en un promedio de las cotizaciones del mercado de cambios al mayoreo para operaciones liquidables el segundo día hábil bancario siguiente. Se publica en el Diario Oficial de la Federación un día hábil bancario después de la fecha de determinación y es utilizado para solventar obligaciones denominadas en moneda extranjera liquidables en la república mexicana al día siguiente

Oferta y demanda final de bienes y servicios

	1995	2000	2005
Oferta (Precios constantes, 1993 =100)	1,543,090,406	2,314,699,281	2,651,715,936
Producto Interno Bruto (%)	82.66	71.34	68.9
Importación de Bienes y Servicios (%)	17.34	28.66	31.1
<hr/>			
Demanda Final (Precios constantes, 1993 = 100)	1,543,090,406	2,314,699,281	2,651,715,936
Consumo Privado (%)	56.97	50.02	50.94
Consumo de Gobierno (%)	11.50	7.91	7.09
Formación bruta de capital fijo (%)	12.29	14.93	14.58
Variación de existencias (%)	-1.11	1.02	0.16
Exportación de bienes y servicios (%)	20.34	26.09	27.20

FUENTE:

INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México
INEGI. Banco de Información Económica.

Variación del PIB por actividad económica

Los sectores de mayor crecimiento en el primer trimestre del 2006 comparado contra el mismo período del 2005 fueron el de Construcción con el 8.3% y Transporte con el 8.8%, en cambio se observa poco dinamismo en la agricultura con un crecimiento únicamente del 2.6%.

Variación del PIB por actividad económica

	1995	2000	2005	2006-I
PIB (%)	-6.2	6.6	3	5.5
Agropecuaria, silvicultura y pesca	0.9	0.6	-1.5	2.6
Minería	-2.7	3.8	1.2	5.9
Industria manufacturera	-4.9	6.9	1.2	7.1
Construcción	-23.5	4.2	3.3	8.3
Electricidad, gas y agua	2.1	3	1.4	4.1
Comercio, restaurantes y hoteles	-15.5	12.2	3.1	5.3
Transporte, almacenaje y comunicaciones	-4.9	9.1	7.1	8.8
Servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler	-3	5.5	5.8	5.7
Servicios comunales, sociales y personales	-2.3	2.9	2.1	2.9

Fuente: INEGI

Vocación económica de los Estados Federativos Mexicanos.

A continuación se presenta la descripción de la vocación económica de cada una de las entidades federativas de la República Mexicana, presentando una visión general de las actividades económicas más resaltantes de cada una de ellas.

AGUASCALIENTES. (Superficie 5,589 Km²) Población en miles de habitantes (2005): 1'050.9

Aguascalientes es uno de los estados más pequeños de México, es un importante productor de uvas, consideradas de las mejores del país, también abundan las guayabas y los duraznos. Produce mucho Chile.

Además Aguascalientes es famosa por sus confecciones de blusas, vestidos, pañuelos y manteles. También se fabrica ropa de mezclilla con bordados.

Los principales productos agrícolas son las hortalizas, el jitomate, el ajo, la guayaba y los forrajes.

Las industrias más importantes de Aguascalientes son la automotriz (Planta de la Nissan), la Textil, la electrónica, los equipos de oficina, reparación y armado de carros y piezas de ferrocarril; las deshidratadoras de chile y ajo, la industria vitivinícola; la industria textil de hilados y tejidos, cuya expresión folclórica más conocida son los deshilados.

El principal evento turístico del estado es la feria de San Marcos y la feria de la Uva en agosto y la Feria de la Guayaba en diciembre.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 265.072 y mujeres 127,442 dando un total de 392,514

De acuerdo a la estructura sectorial de la Actividad Económica en 1998, en el estado de Aguascalientes operaron en este año 35,847 unidades económicas y sobresalen en su mayoría establecimientos del comercio con 17,094, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera es esta entidad reporta 4,441 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas automotrices y de confección de blancos.

Cuenta con 573 km de carreteras pavimentadas y 212 de vías férreas; también posee un aeropuerto que cubre vuelos nacionales a la ciudad de México y Tijuana.

BAJA CALIFORNIA. (Superficie 71,576 Km²) Población en miles de habitantes (2005): 2,842.200

La agricultura es una actividad económica muy importante en el estado de Baja California. Los principales productos que se cosechan son: trigo, jitomate, brócoli, alfalfa, algodón, sorgo y ajo, y se cultivan frutas tales como la vid, dátiles, algarrobo, limón agrio y naranja. Se exportan a Norte América, Europa y Asia, y el cebollón, rábano, espárrago, melón, apio, lechuga, cebolla y sandía.

El litoral del estado equivale al 12% del total nacional y en él abundan peces, moluscos y crustáceos como cabrilla, lenguado, atún, sardina, macarela, abulón, langosta, erizo de mar y tiburón.

La extracción de sal se puede considerar una actividad importante para el estado.

Baja California presenta una fuerte vocación hacia el desarrollo de la actividad industrial por disponer de fuentes de materia prima y una planta industrial estructurada. La estructura industrial establecida produce bienes intermedios para la integración de cadenas productivas. Es posible integrar diversas cadenas productivas como la electrónica de bienes de consumo en Tijuana, que ya es una cluster con diversas etapas integradas. Existen buenas condiciones por los factores naturales para las cadenas agroindustriales así como en el vidrio, maquinaria y equipo eléctrico, cerámica, papel cerveza, y vitivinícola.

Un factor muy importante dentro de la industria lo representa la maquila, que emplea un número considerable de la población. Respecto al comercio, es una de las entidades privilegiadas ya que posee una zona de perímetros libres donde es posible la compra-venta libre de impuestos, de artículos de exportación e importación.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 740,736 y mujeres 326,730 dando un total de 1,067.466.

En el estado de Baja California operaron en 1998, 64,384 unidades económicas, 29,597 fueron establecimientos comerciales. La industria manufacturera en esta entidad reporta 5,147 unidades económicas y se sitúa básicamente al norte del estado, en parques y corredores industriales.

Cuenta con unos 2,400 km de carreteras pavimentadas y 200 km de vías férreas, así como con tres aeropuertos: en Tijuana (para vuelos nacionales e internacionales), Mexicali y Ensenada. Sus puertos principales para tráfico marítimo y pesca son la isla de Cedros y Ensenada.

**BAJA CALIFORNIA SUR (Superficie 74,428 Km²).
Población en miles habitantes (2005) 516.800**

La actividad turística es muy importante para el Estado de Baja California Sur, el municipio de los Cabos es el más visitado por los turistas nacionales y extranjeros que para atenderlos cuentan con un gran número de hoteles en San José del Cabo y Cabo San Lucas.

La pesca es otra actividad económica importante, siendo las especies de mayor valor comercial el abulón, atún, almeja, langosta y camarón. Estos productos tienen gran demanda en los mercados nacionales. Otras especies aprovechadas son el jurel, la sardina y el cazón. Se ha llegado a consolidar la industria pesquera con instalaciones en Adolfo López Mateos, Puerto San Carlos, La Paz y Santa Rosalía.

Los principales cultivos agrícolas de Baja California Sur son el trigo, maíz, chile verde, jitomate, alfalfa, sorgo y garbanzo, aunque también es importante el cultivo de frutales, como naranja, aguacate, mango y dátil.

La producción minera se destina casi totalmente al mercado de exportación. Se extraen cada año miles de toneladas de sal, yeso y fosforita. El estado cuenta con una de las salinas más importantes del mundo, Guerrero Negro así como uno de los mayores yacimientos de yeso, en la isla de San Marcos.

Las principales industrias del estado se relacionan directamente con los recursos provenientes del mar, como empacadoras de pescados y mariscos, y fábricas de aceite; cuenta también con industrias alimentarias, químicas, eléctricas, cementeras y de hule.

En Baja California Sur se utiliza el cuero en la artesanía y se trabaja la cestería con fibras de palma.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 123.171 y mujeres 51.698 dando un total de 174.869.

La estructura sectorial de la actividad económica en 1998 indica que operaron en ese año más de 18,000 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con 7,828, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 1,998 unidades económicas entre las que se cuentan congeladoras de pescado y mariscos;

Sus carreteras abarcan un total de 1,194 km de longitud, no se cuentan con vías férreas; la comunicación aérea se realiza a través de tres aeropuertos internacionales: La Paz, San José del Cabo y Loreto, y uno de pequeño alcance en Santa Rosalía. Cuenta con los puertos de San Marcos, La Paz y San Carlos y cinco rutas de transbordador para pasajeros y carga.

CAMPECHE (Superficie: 57,033 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 751.4

En Campeche se cultivan frutas tropicales como naranja, limón, papaya, mango de Manila, caña de azúcar, sandía, guanábana y almendra. También se cultiva arroz, maíz, algodón y sorgo. Sobresale también la producción de carne y leche de ganado bovino y la explotación de madera preciosa y semipreciosas (cedro, guayacán, cencerro, machinche) y otras no maderables, como el chicozapote, del cual se extrae el chicle.

Los recursos pesqueros son también importantes en el estado, se extraen especies de gran demanda como camarón, sierra, robalo y tiburón. Existen dos zonas pesqueras: isla del Carmen, con captura de camarón, ostión, almeja y especies de escama; y la zona de Champotón (isla Arena) en las que se obtiene camarón, tiburón, pulpo y en especies de escama.

Otra de las actividades de Campeche que ha tomado gran importancia en los últimos años es la explotación del petróleo y gas natural en la sonda de Campeche.

En el estado de Campeche operaron en el año 1998, 27,332 unidades económicas y destacan por su mayor número los establecimientos comerciales con 12,215. La industria manufacturera en esta entidad reporta 3,272 unidades económicas, entre las que se cuentan unidades para la fabricación de refrescos y agua purificada, para la congelación de pescados y mariscos frescos.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 212,553 y mujeres 80,200 dando un total de 292.753.

Por lo que respecta a las vías de comunicación, cuenta con 3,296 km de carreteras pavimentadas y 416 km de vías férreas, dos aeropuertos internacionales, Campeche y Ciudad del Carmen, y tres puertos marítimos, localizados en las ciudades anteriormente mencionadas.

CHIAPAS (Superficie 73,887 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 4'255.8

En el estado de Chiapas se cultiva de cacao, algodón y frutas como plátano, mango, limón, guanábana y papaya, café, maíz, legumbres y frutas frijol, cacahuate (maní), caña de azúcar y mango.

También hay producción de miel de abeja.

La ganadería es importante: la bovina destinada a la producción de carne y de leche es la de mayor peso incluso a nivel nacional.

Existe una explotación relevante de bosques de maderas preciosas y comunes, como pino, encino, cedro rojo, caoba y parota.

Otras actividades importantes son la pesca de camarón, lisa, mojarra y robalo.

También destacan la explotación del azufre y el desarrollo de varias industrias: manufacturera, azucarera, despepitadoras de algodón, textil, aserraderos, beneficios de café, elaboración de quesos, química, curtiduría, hule, tabaco, muebles, enlatado de camarón y miel.

De interés turístico son las zonas arqueológicas de Palenque, Yaxchitlán y Bonampak, enclavadas en la selva. Se desarrollan actividades de turismo alternativo en el Parque Ecoturístico del cañón del Sumidero,

Las principales artesanías de Chiapas son textiles, alfarería, talabartería, metalistería y trabajos con ambar.

En el estado de Chiapas operaron en el año 1998, 120,130 unidades económicas, los más importantes son los establecimientos comerciales con 60,598, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 13,467 unidades económicas, entre la que se cuentan plantas de beneficio de café y complejos petroquímicos.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 1'176,460 y mujeres 515,522 dando un total de 1'691,982.

Tiene unos 4,646 km de carreteras pavimentadas y 557 km de vías férreas. Además cuenta con: dos aeropuertos de mediano alcance, Tapachula (internacional) y Tuxtla Gutiérrez, otros dos de corto alcance, así como un puerto marítimo y pesquero, Puerto Madero.

CHIHUAHUA (Superficie: 244,938 Km2)

Población en miles de habitantes (2005) 3'238.3

La agricultura chihuahuense sobresale en la producción de avena, papa y trigo, aunque pocas tierras disponen de agua para riego. Entre las cosechas más importantes de riego están las de trigo, algodón, maíz, sorgo, cacahuete, soya, alfalfa, chile verde y avena.

El estado de Chihuahua es famoso por sus frutos, especialmente el de la manzana, también se recolectan el durazno, nogal, pera, membrillo y ciruelo.

En la zona occidental de estado de encuentran recursos maderables como el pino, encino, táscate y pinabetes.

Chihuahua es uno de los estados ganaderos más importantes de México, sobre todo de ganado bovino, de carne y leche. También se crían puercos, cabras y carneros, aunque su producción no es tan importante como la de los vacunos.

La entidad también posee importantes yacimientos de plata, plomo, cinc, hierro, cobre, oro, manganeso y fluorita.

La industria de la transformación está representada por la producción de hierro y acero, papel y láminas de cartón, maderera, harinera, electrónica, química, cementera, eléctrica, textil y de elaboración de alimentos y bebidas. Muchas de estas industrias son de tipo maquilado.

En las actividades de artesanías se encuentran los textiles de lana, talabartería, trabajos en madera, juguetes e instrumentos musicales.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 886,531 y mujeres 434,027 dando un total de 1.320.558

En el estado de Chihuahua operaron en 1998, 92,188 unidades económicas. Los establecimientos comerciales son más de 44,000, la mayoría dedicada al comercio detallista. La industria manufacturera en esta entidad reportó 9,917 unidades económicas, como plantas para la fabricación reestructuras mecánicas, tanques, y calderas; fabricación y reparación y/o ensamble de maquinaria, equipos y accesorios eléctricos

El estado destaca a nivel nacional por su sistema ferroviario de 2,655 km de vías. Las carreteras cubren 5,258 km; en cuanto a comunicación aérea, cuenta con dos aeropuertos de mediano alcance, Chihuahua y Ciudad Juárez, ambos internacionales, y dos de corto alcance, Nuevo Casas Grandes e Hidalgo del Parral.

COAHUILA (Superficie: 149,982 Km2)

Población en miles de habitantes (2005): 2'474.7

La agricultura de regadío en el estado de Coahuila se ha desarrollado en la zona denominada la Comarca Lagunera, sus principales cultivos son el algodón, la vid, la sandía y la manzana, además de otros como la alfalfa verde, trigo, avena, el cártamo, la papa, maíz y el sorgo. La región cuenta con la región lechera más importante del país. Principalmente se cría ganado bovino y caprino para abasto de carne y leche, además de existir una importante cuenca lechera al sur del estado. La cría de ganado en los municipios del norte tiene como finalidad principal la exportación.

El estado posee abundantes recursos carboníferos. Otra de las actividades importantes es la extracción de grandes yacimientos de oro, plata, plomo, cobre, barita, fluorita, fosforita, hierro y, minerales no metálicos como la celestina, bentonita y demás arcillas.

La importancia de la vocación agrícola y ganadera se refleja en la industria de alimentos directamente relacionada con la producción y envasado de lácteos y derivados, alimentos balanceados, aprovechamiento de carne, vinos y licores, envasados de harina y refrescos, químicos, maquinaria, automotrices (Saltillo), textiles (Torreón).

Su industria de transformación está basada en la presencia de fábricas minero metalúrgicas y siderúrgicas (la más importante del país). La demanda de productos y servicios para la agricultura, ganadería y minería han constituido a la industria metal mecánica en la vocación regional, ya que produce la maquinaria, implementos agropecuarios, equipos de minero, además de proporcionar servicios de mantenimiento.

Otra actividad importante es la de la mediana y pequeña industria dedicada a la fabricación de mobiliario de madera, metálico o mixto para el uso del hogar y oficinas.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 678,860 y mujeres 299,928 dando un total de 978.788.

En el estado de Coahuila operaron durante 1998, 73,373 unidades económicas, de las cuales los establecimientos comerciales fueron 37,000. La industria manufacturera en esta entidad reporta 7,593 unidades económicas, entre las que se encuentran plantas automotrices y complejos acereros.

El estado posee 3,857 km de carreteras pavimentadas, 2,218 km de vías férreas y cinco aeropuertos: Torreón, Ramos Arizpe, Piedras negras, Villa Acuña y Sabinas.

**COLIMA (Superficie: 5,433 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 562.3**

En la actividad agrícola destacan las siembras de maíz, sorgo, arroz, café y caña de azúcar; y dentro de los frutales destacan los cultivos de limón, las plantaciones de plátanos y la palma de coco- copra entre otros.

Colima posee el yacimiento de hierro más rico del país en Peña Colorada y de vital importancia para la siderúrgica de "Lázaro Cárdenas-Las truchas" ubicada en el estado colindante de Michoacán.

En la actividad industrial encontramos las plantas de aceite esencial de Limón, industria azucarera e industria beneficiadora del coco. Otras industrias son las embotelladoras de agua y refrescos, procesadoras de leche, beneficiadoras de arroz, fábricas de jabón, de hule y madera. La extracción de sal de mesa es también una actividad importante. El principal centro turístico es el de Manzanillo.

En el estado de Colima operaron en el año 1998, un total de 21,529 unidades económicas, de los cuales establecimientos comerciales fueron casi 9,800, la mayoría dedicados al comercio. Los dedicados a prestar servicios privados son 7,485 (34.8%) y de éstos destacan los restaurantes, fondas y cocinas económicas. La industria manufacturera en esta entidad reporta 2,282 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas cementeras, y de conservas de pescado.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 159.083 y mujeres 705.58 dando un total de 864.663.

Su infraestructura de comunicación está compuesta por 910 km de carreteras pavimentadas y 239 km de vías férrea. Tiene dos aeropuertos: Colima y Manzanillo, éste internacional, y cinco Aeródromos. Para el transporte marítimo se utiliza el puerto de Manzanillo y las instalaciones del puerto interior de la laguna de San Pedrito.

DISTRITO FEDERAL (Superficie 1547 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 8'669.6

El Distrito federal constituye la mayor concentración económica y demográfica del país, siendo además de su centro administrativo, político y cultural. En apenas el 0.1% del territorio mexicano, el Distrito Federal representa el 8.41% de la población total del país y más del 22% del producto bruto interno nacional.

El distrito federal junto con los estados de México, Hidalgo, Morelos, Tlaxcala, Puebla y Querétaro conforman la región centro de México, en conjunto el 34% de la población y el 42% de la economía mexicana.

La economía del Distrito Federal representa más del 22% del producto Bruto Interno nacional, concentra el 60% de la actividad bancaria y el 75% del ahorro financiero del país.

Su industria está altamente diversificada y desarrollada. Son de primer orden las ramas metal-mecánicas, ensamblado de automóviles, así como las industrias de productos químicos, alimenticios, textiles, petrolíferos y eléctricos.

Su población ocupada es de alrededor de cuatro millones de personas que fundamentalmente se encuentran empleadas en actividades comerciales, financieras, de servicios personales, en la industria manufacturera, la construcción, en el sector telecomunicaciones y el transporte, así como en actividades ligadas a la educación, la cultura y la administración pública federal y local.

El perfil promedio de ingresos de su población es de 3.5 veces superior al ingreso promedio nacional y el nivel de calificación de la población supera los diez años de escolaridad.

Actualmente, las actividades agrícolas, forestales y ganaderas son prácticamente inexistentes debido al proceso de urbanización.

Los alimentos procedentes de todo el país de concentran para su distribución, en la Central de Abastos y la Nueva Viga, ubicadas en la Delegación de Iztapalapa, así como en el Rastro, en Azcapotzaco. A estos centros acuden los comerciantes para surtirse de mercancías que, a su vez, venderán en mercados, tiendas de autoservicio, almacenes, Tianguis (mercados ambulantes), tiendas, misceláneas, carnicerías y pollerías de los barrios de la ciudad.

En artesanía destacan la de alebrijes, figuras de papel picado, piñatas, y artículos de cestería.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 2'423,767 y mujeres 1'464,008 dando un total de 3'887,775.

En 1998 en el distrito federal operaron 351,753 unidades económicas y sobresales por su mayor número los establecimientos comerciales con casi 180,000, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. Los dedicados a prestar servicios privados son 127,966 (36.4%) y de estos destacan los restaurantes, consultorios médicos, cocinas económicas, talleres mecánicos y fondas. La industria manufacturera en esta entidad reporta 31,068 unidades económicas, entre las que principalmente se encuentran químicos, farmacéuticos, editoriales, pastelerías, automóviles, camiones, cerveza, ropa en serie, tortillerías, panaderías y herrerías.

El Distrito federal posee una vasta red de vías de comunicación de todo tipo, lo que la convierte en la entidad mejor comunicada, pues convergen en ella las principales carreteras y autopistas del país. Las líneas férreas la unen también con los centros urbanos y regiones más destacadas. La entidad cuenta con 150 km de carreteras pavimentadas y 275 km de vías férreas. Dispone además del principal aeropuerto de México, el Benito Juárez, con servicio nacional e internacional.

DURANGO (Superficie 123,181 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 1'488.8

En la agricultura sobresalen los cultivos de maíz, frijol, alfalfa verde, sorgo y avena forrajera y en los frutales destacan la manzana, el perón y la vid.

En la acuicultura se distingue el valle de Guadiana por la cría de carpa y mojarra.

Es importante la actividad de cría de ganado bovino, caprino, porcino, ovino y caballar. Se exporta ganado en pie y en canal a Estados Unidos, y cuenta con una importante producción de aves.

Los productos forestales representan un factor de desarrollo económico, tanto los bosques de clima templado y frío siendo uno de los principales estados en la explotación de pino y encino.

Durango posee uno de los yacimientos más ricos de Hierro (Cerro de Mercado), también se extrae oro, plata, plomo, cinc y mercurio. Se cuentan con abundantes canteras de mármol.

Entre las industrias destacan la maderera, láctea, envasado de carnes, vitivinícola y cervecera, textil y química.

Las ferias regionales son frecuentes en el estado y tienen como objetivo promover los productos de la región, como el de la manzana de Canantlán y de la nuez en San Juan del Río.

En las artesanías sobresalen la cestería y los tallados de madera.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 400,931 y mujeres 150,435 dando un total de 551,366.

En el estado de Durango operaron en 1998, 52,661 unidades económicas, destacando los establecimientos comerciales con 26,350, dedicados a actividades de comercio. La industria manufacturera reporta 5,721 unidades económicas.

Su red de transporte está conformada por 3,774 km de carreteras pavimentadas y 1,153 km de vías férreas, además de un aeropuerto de mediano alcance situado en la ciudad de Durango.

ESTADO DE MEXICO (Superficie 21,355 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 14'160.7

Los principales productos agrícolas de la entidad son: maíz, chícharo verde (alverjas), cebada, frijol, papa, alfalfa, trigo; en árboles frutales aguacate, guayaba, naranja, ciruela, nuez, papaya, manzana y perón. Las actividades ganaderas más extendidas son la bovina, la porcina y la ovina.

Entre las actividades industriales y mineras del estado de México destacan la extracción de plata, cinc, cobre, oro y hierro y plomo; La industria automotriz en el valle de Toluca y la zona aledaña al Distrito federal, de cartón y papel, textil, alimentaria, química, de productos metálicos y eléctricos, y de hule y de plástico.

Las artesanías del Estado de México son los textiles de lana y algodón, carpintería, tallado en madera y alfarería, metalistería y cestería.

Entre los atractivos turísticos del estado destacan Teotihuacan (con las pirámides del Sol y de la Luna), Valle de Bravo e Ixtapan de la Sal.

En el año 1998, operaron en el estado de México 368,070 unidades económicas, y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con más de 200,000. Los dedicados a prestar servicios privados son 106,658 (29%) y de estos destacan los restaurantes, escuelas, fondas y talleres mecánicos.

La industria manufacturera se sitúa principalmente al este y noreste de la entidad, reporta 40,210 unidades económicas entre las que se cuentan: plantas automotrices, laboratorios farmacéuticos o industrias de aceites y grasas.

Según datos de INEGI para el año 2000, la población económicamente activa está repartida en 3'667,139 hombres y 830,176 mujeres y en total 4'497,315.

El estado cuenta con 9,950 km de carreteras, de los cuales 5,284 están asfaltadas. Las vías férreas alcanzan los 1,284 km. La entidad cuenta con dos aeropuertos: el internacional, Lic. Adolfo López Mateos, en la ciudad de Toluca, y el Dr. Jorge Jiménez Cantú, ubicado en Atizapán de Zaragoza; también existen dos aeródromos, uno en Chimalhuacán y otro en Jocotitlán.

GUANAJUATO (Superficie: 30,589 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 4'892.7

La base de la economía y desarrollo del estado es la agricultura. Sus principales cultivos son: sorgo, trigo, cebada, maíz, frijol, alfalfa, papa, jitomate, ajo, cebolla y chile verde; por lo que se refiere a los cultivos perennes, se puede mencionar la fresa, el aguacate, la guayaba y la vid. También es importante el cultivo del girasol para la obtención por de aceites comestibles.

En el sector ganadero la cría de bovino es la más importante, para abasto de carne y leche, y en segundo lugar el porcino, de muy buena calidad.

La actividad minera ocupa un lugar relevante, destaca la producción en primer lugar de caolín, seguido en orden de importancia por feldespato, oro, sílice, plata, mercurio y florita.

Las industrias más importantes son la automotriz y de auto partes (en Silao-planta general Motors-, León, Irapuato y Celaya), petrolera y petroquímica; del calzado (es el primer productos a escala nacional) y curtiduría; alimentaria (empacadoras de frutas y legumbres, lácteos); textil (Moroleón y Uriangato); y papelera y cementera. Una actividad tradicional es la acuñación de moneda (la Fábrica de Moneda de Guanajuato se fundó en 1812).

Las artesanías de Guanajuato son alfarería, juguetes, figurillas de cera y talabartería, objetos de hojalata, láminas de cobre y latón, textiles de lana y trabajos en madera.

Los mayores atractivos turísticos de carácter histórico-regional se localizan en los municipios de Guanajuato, San Miguel de Allende y Dolores Hidalgo, cuna de la independencia de México.

De las ferias del estado, las más importantes son la Feria nacional de León y Feria del Tianguis en León, Expofresa en Irapuato y feria de la Cajeta en Celaya.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 1'317.497 y mujeres 546,834 dando un total de 1'864,331.

En 1998, en el estado de Guanajuato operaron 170,899 unidades económicas, los establecimientos comerciales fueron 90,748. La industria manufacturera en esta entidad reporta 23,723 unidades económicas entre las que se cuentan las plantas automotrices y los complejos petroquímicos.

La entidad posee 4,137 km de carreteras pavimentadas y 1,085 km de vías férreas. Para la comunicación aérea hay dos aeropuertos: uno en León y otro en el municipio de Silao (internacional), y aeródromos en Guanajuato, Irapuato, Acámbaro, Celaya y Salamanca entre otros.

GUERRERO (Superficie: 64,586 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 3'116.5

Los principales productos agrícolas del estado son: maíz, ajonjolí, café, frijol, arroz, cacahuate, jitomate, sorgo y soya. Los principales frutos son: papaya, mango, aguacate, plátano, sandía, melón y guayaba, entre otros.

La ganadería en los últimos años ha tenido un gran desarrollo, está formada por bovino, porcino, caprino y equino.

Se pesca principalmente en la zona de Zihuatanejo, las especies más capturadas son: Huachinango, camarón, mojarra, lisa, almejas y ostión entre otros. En la laguna de Chautengo se cultiva el camarón blanco.

En relación a la industria extractiva cabe destacar la explotación de oro y plata, cobre, cinc, plomo, mercurio y arcilla. En Taxco se obtiene la mayor cantidad de plata del estado y tienen especial importancia los talleres de orfebrería de plata.

El turismo juega un papel importante en la actividad económica, los principales centros de atracción turística son Acapulco, Zihuatanejo y Taxco.

Muchos de los balones de fútbol y voleibol que se usan en el mundo se hacen en Chichihualco.

La industria de la transformación se dedica a la elaboración de refrescos, alimentos y hielo. Existe un ingenio azucarero en San Martín, una fábrica de cemento en Acapulco, una de celulosa en Tierra Colorada, una fábrica de aceite de copra en Acapulco y una de aceite de ajonjolí en Iguala.

En Guerrero también hay artesanía como alfarería, textiles de lana y algodón, trabajos en madera, talabartería, pintura en papel amate, orfebrería y trabajos en laca y palma.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 922,316 mujeres 459,807 dando un total de 1'382,123.

En el año 1998, en el estado de Guerrero operaron 131,970 unidades económicas. Los establecimientos comerciales fueron más de 63,546, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera de ésta entidad reporta 26,314 unidades económicas, entre las que se cuentan: tortillerías, panaderías, fabricación de joyas y orfebrería de oro y plata entre otras.

Por lo que respecta a la red de transporte, hay 3,815 km de carreteras. Se han construido 94 km de vías férreas. El estado cuenta con tres aeropuertos: los de Acapulco y Zihuatanejo, que son internacionales, y el de Iguala, dedicado a vuelos interiores.

HIDALGO (Superficie 64,586 Km²) Población en miles de habitantes (2005): 2'333.7

Los principales productos agrícolas del estado son: cebada, alfalfa, avena, maíz, jitomate, caña de azúcar, tabaco y trigo. Entre sus frutales destacan: café, aguacate, maguey (primer productos del país), manzana, perón y naranja. También es importante el cultivo del maguey, tan importante que hay una región llamada la Altiplanicie Pulquera, ya que el pulque una bebida tradicional mexicana proviene del maguey. En cuanto a la ganadería, el estado cuenta con pastos, principalmente en la región Huasteca en el noreste, donde se cría ganado ovino, bovino, porcino y caprino.

Su industria extractiva se basa en la explotación de oro, plata, cobre, plomo, hierro, cinc y manganeso (en Molando están los depósitos más grandes de América), piedras semipreciosas como el ópalo; cantera y mármol.

En el estado hay cinco plantas beneficiadoras de minerales metálicos, también existen abundantes minerales no metálicos, como caliza, caolín, arcillas refractarias, calcita y diatomita.

Entre las industrias de transformación y manufactureras destacan la siderurgia, la fabricación de maquinaria y equipos.

El estado cuenta con la importante zona arqueológica de Tula que atrae al turista.

En el estado de Hidalgo operaron en el año 1998, 85,273 unidades económicas, los establecimientos comerciales con casi 42,000, de ellos la mayoría realiza sus actividades al por menor. La industria manufacturera de la entidad reporta 11,696 unidades económicas, entre las que se cuentan el complejo petroquímico, las cementeras y las ensambladoras de autos.

El total de la población económicamente activa para el año 2000 fue de 949,286 dividida en 656,033 hombres y 293,253 mujeres.

El estado se encuentra bien comunicado con 865 km de vías férreas y 3,117 km de carreteras pavimentadas. El estado dispone de un aeropuerto principal en Pachuca y 9 secundarios en Tulancingo, Huichapan, Tula, Zimapán, Huejutla, Tizayuca e Ixmiquilpan.

JALISCO (Superficie 80,386 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 6'652.2

En Jalisco se localiza una de las ciudades más importantes del país, Guadalajara, que junto con Tlaquepaque y Zapopan forman la zona metropolitana de la ciudad.

El estado se distingue por el cultivo agrícola: maíz, sorgo, frijol, arroz, cebada, cañade azúcar, algodón, cártamo, soya, alfalfa, melón, papa, jitomate, papaya, café mango, aguacate, plátano, guayaba, sandía y limón agrio.

Se cría ganado porcino, ovino, caprino, y equino, y el bovino es utilizado para abasto y lácteos. Jalisco se mantiene como el primer productor nacional de maíz, azúcar, leche y carne de aves.

La actividad pesquera se realiza en los siguientes puertos: Barra de Navidad (considerado puerto de cabotaje). Puerto Vallarta (puerto de altura) y en la laguna de Chapala. Las especies capturadas son: huachinango, charal, pescado blanco, tortuga, bagre, carpa, camarón, tiburón, mojarra y rana.

Su actividad industrial es extractiva, minero metalúrgico y siderúrgico; se fabrica maquinaria, equipo y material de transporte, productos químicos, maderas, textiles, productos eléctricos y electrónicos, material fotográfico, alimentos, bebidas, tequila, cerveza y calzado.

En la región de Los Altos de Jalisco, la producción del Tequila es muy importante.

La actividad turística es relevante en el estado, destacando la Bahía de Banderas, la más grande de México, donde se encuentra Puerto Vallarta, el mayor puerto deportivo del país y uno de los centros más importantes de la costa del Pacífico.

La artesanía típica de Jalisco es reconocida nacional e internacionalmente por el vidrio soplado, la cerámica de diferentes estilos y materiales, el trabajo en latón, el hierro forjado, el papel maché, la talabartería y los bordados.

El estado tiene un sistema carretero de casi 6,000 km de red asfaltada y 1,108 km de vías férreas. Cuenta con instalaciones portuarias que aprovechan las condiciones naturales del estero. El Salado en Puerto Vallarta, dentro de la Bahía de Banderas. Se conecta con los puertos de Manzanillo y Mazatlán. Posee dos aeropuertos internacionales, el de Guadalajara y Puerto Vallarta, los cuales sitúan a Jalisco dentro de las rutas internacionales más importantes.

El total de la población económicamente activa fue de 2'791,970 de los cuales hombres fueron 1'845,972 y mujeres 945,998.

En el estado de Jalisco operaron 231,473 unidades económicas en 1998 y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con más de 115,000; Los dedicados a prestar servicios privados son 71,333 (30.8%) y de éstos destacan los restaurantes, fondas, cocinas económicas, estéticas y talleres mecánicos. La industria manufacturera en esta entidad reporta 29,726 unidades económicas, entre las que se cuentan las que llevan a cabo actividades de la industria alimentaria, textil y mecánica.

MICHOACÁN (Superficie 58,200 km²)
Población en miles de habitantes (2005): 3'988.3

Dentro de las actividades agrícolas la producción de aguacate (palta) destaca sobre las demás, ocupando el primer lugar a nivel nacional, seguida de la de garbanzo, limón, ajonjolí y el sorgo; también se cultiva caña de azúcar, maíz y trigo.

La ganadería es otra actividad importante siendo uno de los principales productores de ganado bovino. Seguidos en orden de importancia por la carne de cerdo, de res y de aves;

En la producción de hierro destacan las minas de Coalcomán y en la extracción de barita las de Tepalcatepec; en Angangueo se obtiene oro, plata, plomo, cinc y barita; en Tigambato se extrae cobre y en Churumuco, oro. La planta siderúrgica de Lázaro Cárdenas participa en la producción del estado en la obtención de hierro, cinc y plata.

La industria se dedica a la transformación de madera; maquinaria y curtiduría; productos químicos; fertilizantes; celulosa; textiles; tabaco; alimentos para ganado y empacadoras de carne de cerdo; calzado; empacadoras de fruta y legumbres e; y aceites y jabones.

En relación a las artesanías destacan los instrumentos musicales tallados en madera y las lacas, artículos de metal y alfarería.

De los lugares turísticos destacan la catedral y el centro histórico de Morelia (de estilo barroco), declarado desde 1991, patrimonio cultural de la humanidad.

En el estado de Michoacán, según datos para el año 2000, la población económicamente activa está distribuida de la siguiente manera: hombres 1'145,329, Mujeres 399,607 con un total de 1'544,936.

En el estado operaron en el año 1998, 164,610 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con casi 85,000, de ellos la mayoría se dedica al comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 24,499 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas metalúrgicas, químicas, papeleras y refresqueras.

En cuanto a las comunicaciones, hay unos 5,400 km de carreteras pavimentadas y unos 1,240 km de vías férreas.

MORELOS (Superficie 4,961 Km²)

Población en miles de habitantes (2005): 1'605.4

Los principales productos agrícolas del estado de Morelos son: caña de azúcar, arroz, sorgo, maíz, jitomate, algodón, cacahuate, cebolla y frijol, entre otros; entre los árboles frutales destacan: melón, aguacate, mango, limón agrio, papaya y plátano.

Como productos de exportación sobresalen las flores y plantas de ornato (orquídeas, nochebuenas, rosas, claveles, geranios, pompón y otras especies de gran aceptación).

Las principales especies ganaderas que se crían son: bovino, porcino, caprino, ovino y equino.

En el estado se creó la Ciudad Industrial del Valle de Cuernavaca (CIVAC) donde se establecieron industrias variadas: automotriz, productos químicos, textil, papel y celulosa. Otras industrias del estado son: cemento, básicas del hierro y del acero y del cuero, curtiduría y calzado; aceites y jabones; azucarera; empaque y beneficio de arroz, y el aprovechamiento del bagazo de la caña en la elaboración de forrajes para ganado y fabricación de madera sintética.

Los atractivos turísticos son la catedral de Cuernavaca y numerosas haciendas, como la de Cortés y de Cocoyoc convertidas en grandes hoteles.

Las artesanías de Morelos son la alfarería de cerámica ritual y los trabajos de ixtle, cántaros, ollas, rebozos, sombreros.

La población económicamente activa de Morelos según los datos del INEGI para el año 2000, se compone de 462,534 hombres, 216,408 mujeres y en total 678,942

En el estado de Morelos operaron en 1998, 63,204 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con 33,720, de ellos la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 6,750 unidades económicas entre las que se cuentan plantas automotrices, fabricas de cosméticos y similares.

Morelos cuenta con 1,550 Km de carreteras asfaltadas y unos 260 km de vías férreas.

NAYARIT (Superficie 26,979 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 942.6

Los principales productos agrícolas y frutícolas de la entidad son: tabaco, frijol, maíz, azúcar, arroz, sorgo, melón, sandía, piña, aguacate, café, plátano y mango.

En la actividad ganadera se crían principalmente bovinos y porcinos.

La actividad pesquera se realiza en los municipios de San Blas, Rosamorada, Tecuala, donde se obtiene camarón, ostión y mojarra tilapia.

La industria extractiva explota yacimientos de plata y cobre.

El estado de Nayarit es sumamente reconocido por la elaboración de cigarros así como por su industria cañera.

La industria de transformación se dedica al beneficio de tabaco y elaboración de cigarros; maquinaria y fertilizantes, azucareros; jabones; empacadora de mariscos; beneficiadora de café así como alimentos, cuero y la producción e industrialización de la caña de azúcar.

Entre las zonas turísticas destacan: Nuevo Vallarta (uno de los fraccionamientos náuticos más importantes de América Latina) y Bahía Banderas donde se alza una notable infraestructura hotelera y de comunicación.

Las artesanías de Nayarit consisten en textiles de lana y de algodón, máscaras de papel y artículos de estambre.

El estado de Nayarit según datos del INEGI del año 2000 la población económicamente activa está distribuida en 276,219 hombres y 105,911 mujeres de un total de 382,130.

En el año 1998, 41,492 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con 18,976, de ellos en su mayoría realiza actividades en el comercial por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 4,252 unidades económicas entre las que se cuentan: refinadoras de azúcar, industrias del beneficio y elaboración de cigarros.

En el estado se han pavimentado más de 1,450 km de carreteras y se han construido unos 395 km de vías férreas.

NUEVO LEÓN (Superficie 64,210 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 4'164.3

Los productos agrícolas más extendidos son los cítricos, principalmente la naranja; además se planta maíz, sorgo, frijol, trigo, alfalfa, cebada y papa; entre otros frutales cabe citar el aguacate, la manzana y el perón. En la ganadería la actividad más importante es la cría de bovinos y caprina.

La actividad industrial se basa en la producción de barita (en galeana), utilizada en la perforación de pozos petroleros, aunque también se explota la fosforita, caliza, mármol, dolomita, yeso y fluorita.

La industria de la transformación es muy importante, pues ocupa uno de los primeros lugares del país. La mayor parte de la producción se concentra en el área metropolitana de Monterrey. Las principales industrias son: siderúrgica, fabricación de maquinaria, artículos metálicos, automotriz, productos químicos, celulosa y papel, vidrio, cerámica, textil, cemento, eléctrica, electrónica, curtidería y productos de hule, cigarros, calzado, cerveza, aceites, jabones, productos lácteos, empacadoras de frutas, legumbres y carnes entre otros. Entre las principales compañías destacan Cemex, la segunda cementera más grande del mundo; FEMSA, la compañía de bebidas embotelladora más grande de América Latina; Banorte, uno de los bancos nacionales más fuertes de México y Grupo Alfa, con operaciones en la industria petroquímica y de alimentos.

En cuanto a la artesanía destacan las cobijas, objetos de tallados en madera, muebles y lámparas de carrizo.

El total de la población económicamente activa fue de 1'753,927 de los cuales hombres fueron 1'190,446 y mujeres 563,481.

Nuevo León cuenta con algo más de 4,226 km de carreteras asfaltadas y unos 1,092 de vías férreas. Posee un aeropuerto internacional, el de Monterrey.

OAXACA (Superficie 93,952 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 4'164.3

La agricultura en el estado de Oaxaca se basa en el cultivo del maíz, caña de azúcar, frijol, arroz, sorgo, trigo, ajonjolí, tabaco, café (ocupa el 3^a lugar nacional), algodón, alfalfa y jitomate; además de frutales como: piña, melón, sandía, mango, guayaba, aguacate, naranja, limón agrio, papaya y plátano.

Se cría principalmente el ganado bovino, caprino y porcino.

La actividad pesquera se realiza sin que ésta signifique una fuente importante de recursos para el estado.

La actividad minera extrae oro, plata y cobre; La industria de transformación se dedica a la fabricación de papel, de cemento, empaque de frutas, industria textil y de elaboración de la madera, aceites y jabones; e ingenios azucareros.

Las principales artesanías son de alfarería y orfebrería.

El turismo es una actividad importante siendo los lugares más visitados, la ciudad de Oaxaca, las bahías de Huatulco y Puerto Ángel y las zonas arqueológicas de Mitla y Monte Alban.

La población económicamente activa total según cifras estatales al 2000 fue de 2'082,993, de la cual 1'051,358 hombres y 537,881 mujeres.

Para 1998, en el estado de Oaxaca operaron 151,1769 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimientos comerciales con más de 69,498 de ellos, la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 27,439 unidades económicas, entre las que se cuentan fábricas de muebles de madera, las molineras y herrerías.

El estado cuenta con más de 4,113 km de carreteras asfaltadas y unos 635 km de vías férreas.

PUEBLA (Superficie 33,902 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 5'391.5

La agricultura de la entidad es diversificada, pero el Maíz aún sigue siendo el producto principal; también se produce cacahuate, papa, ajo y frijol. Otros cultivos son la manzana, perón, aguacate, café y naranja.

La actividad industrial se basa en estos sectores: maquinaria, automotriz, de cemento, textil alimenticia, vinos y agua ardiente de uva y productos químicos. Existe Industria siderúrgica y petroquímica, industria del papel; embotelladoras de aguas minerales y refrescos y productos alimenticios para animales.

Los talleres artesanales trabajan la palma, el ónix, y cerámica de Talavera en la Ciudad de Puebla. Dentro de los lugares turísticos destacan el Centro Histórico de Puebla, declarado patrimonio cultural de la humanidad y la zona arqueológica de Cholula.

En el estado de Puebla la población económicamente activa se divide en 1,414,036 hombres, 668,957 mujeres quedando un total de 2,082,993.

En 1998 en el Estado de Puebla operaron 203,481 unidades económicas sobresaliendo los establecimientos comerciales con 96,951.

La Industria manufacturera reporta 38,853 unidades económicas entre las que se encuentran principalmente las fábricas textiles, herrerías y fábricas de materiales de arcilla para Construcción.

El estado cuenta con más de 3900 Km. De carreteras asfaltadas y se superan los 1057 Km. De vías férreas.

QUERÉTARO (Superficie 11,764 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 1,592.800

En el estado se cultivan productos como maíz, sorgo, cebada, trigo, alfalfa y frijol, así como frutas, tales como perón, manzana y aguacate.

En la ganadería, Querétaro destaca como uno de los estados de mayor producción de leche y también además del ganado bovino se crían porcinos, ovinos y caprinos.

De los recursos forestales se explotan las variedades de pino, y encino.

La actividad extractiva se basa en la explotación de yacimientos de mercurio plomo, plata, cobre y cinc, a demás de minerales no metálicos como mármol, ópalo y bentonita.

La actividad de transformación se realiza en los parques industriales de la ciudad de Querétaro y en San Juan del Río. Entre las industrias destacan las siguientes: automotriz, fabricación de maquinaria y alimentaria (elaboración de productos lácteos, empacadoras de frutas y legumbres y alimentos para animales).

La artesanía es importante, se elaboran muebles y objetos de bejuco y ratán; fuentes y monumentos de cantera y mármol, así como, cestería, artículos de palma, textiles de lana, alfarería, muñecas de trapo, joyería y objetos de metal.

Sus principales atractivos turísticos son la arquitectura colonial y conventos como el de Santa Rosa.

El estado dispone casi de 1,400 Km de carreteras asfaltadas y algo más de 476 Km de vías férreas, así como un aeropuerto de alto alcance.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 386,784 y mujeres 197,712 de un total de 584,496.

QUINTANA ROO (Superficie 50, 212 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 1,134.200

La actividad agrícola se desarrolla prácticamente en el cultivo de: maíz, frijol, caña, azúcar, chile jalapeño, sorgo, soya, jitomate y frutales tales como: chichizapote, naranja, papaya, mango, piña y sandía entre otros. La apicultura es una fuente de ingresos importante, ya que se exporta casi en su totalidad la miel.

La actividad ganadera se realiza en pequeña escala, principalmente el ganado bovino y porcino.

En la actividad pesquera se cuenta con especies de alto valor comercial, como tortuga Carey, huachinango, mero, camarón, langosta y caracol.

Los recursos forestales forman parte de los ingresos principales del estado. Se encuentran ubicados en las selvas altas, medias y bajas, además de manglares y marismas, donde se explotan maderas preciosas como caoba, cedro rojo, diversas palmas, el árbol de pimienta y el chichizapote de que se extrae el chicle.

Sus artesanías son principalmente: joyería con coral negro, artículos de fibra de henequén y palma, lianas y bordados de huipiles.

La actividad turística es una de las fuentes de principal ingreso para el estado de Quintana Roo y es también uno de los más importantes del país ya que este cuenta con las mejores playas y yacimientos arqueológicos, también tienen una gran importancia turística otros lugares como la isla de Cozumel, Isla Mujeres, Playa del Carmen, Xcaret, Akumal, Xel-Há, Can-Cun ("Riviera Maya") y los sitios arqueológicos de Tulum y Cobá,

El estado carece de vías férreas y cuenta con unos 1,970 Km de carreteras pavimentadas.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 269.360 y mujeres 117,466 dando un total de 386.806.

SAN LUIS POTOSÍ (Superficie 63,068 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 2.412.200

La actividad agrícola son cultivos como el maíz, cártamo, frijol, cebada, jitomate, alfalfa, caña de azúcar, café y chile, entre otras y frutos tales como naranja, mandarina, tuna, y mango.

En la ganadería, existe ganado caprino, bovino, porcino, ovino.
Cuenta con industrias de transformación: siderúrgica, de productos lácteos empacadoras de frutas y legumbres, de cemento, de maquinaria, productos químicos, textil y eléctrica; son importantes los talleres de ferrocarriles Nacionales para la construcción, ensamblado y reparación de material rodante.

La principal actividad económica ha sido la minería, San Luis Potosí es uno de los centro minero mas importante del país en este se extrae el oro, plata, cobre mercurio, plomo, magnesano y arsénicos e extrae antimonio, galena y carbonato de cal.

La actividad turística consiste en sus atractivos naturales como son; cascadas como la del Salto, micos, Puerta de Dios además de numerosas grutas y cavernas y ruinas arqueológicas de Taquín y San Vicente Tacuayalab, entre otras.

Las artesanías que producen son artículos de cuero, instrumentos musicales, textiles de algodón, cerámica, y cestería, también objetos de madera e ixtle, artículos de joyería y herrería.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 649,816 y mujeres 232,598 dando un total de 882,412

San Luis Potosí, cuenta con 1,235 Km. De vías férreas, pavimentados con 3,830 Km dos aeropuertos de corto alcance y quince aeródromos.

SINALOA (Superficie 58,238 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 2.610.00

Una de las principales actividades productivas es la agricultura donde se obtiene; tomate, frijol, maíz, trigo, sorgo, papa, soya y calabaza entre otras, de los frutos, caña de azúcar.

En la industria pesquera extrae camarón, atún, lobina, Sardina y marlin.

En la industria extractiva se explotan yacimientos de oro, plata, cobre, plomo, hierro, cinc y salina.
La industria más importante en este estado es la azucarera, seguida de las despepitadoras de algodón, conservación y enlatado de mariscos, curtiduría productos lácteos y construcción de embarcaciones pesqueras y hélices.

Sus artesanías son básicamente elaboradas en ixtle como: sombreros, petates, tapetes, hamacas, alfarería, vasijas de barro, sillas de montar, cinturones, objetos de concha y muebles finos de madera.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 740,697 y mujeres 265,574 dando un total de 1,006,271.

Para 1998, en el estado de Sinaloa operaron 78,486 unidades económicas y sobresalen por su mayor número los establecimiento comerciales con más de 37,200 de ellos, la mayoría realiza sus actividades en el comercio al por menor. La industria manufacturera en esta entidad reporta 7,161 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas procesadoras de alimentos y molienda de grano.

El estado cuenta con más de 3.354 km de carreteras asfaltadas y unos 1.195 km de vías férreas.

SONORA (Superficie 182,052 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 2,384.300

En la actividad económica esta basada en el aspecto de la agricultura donde podemos encontrar cultivos de: alfalfa, espárragos, hortalizas, forrajes, aceitunas, trigo, cebada, cártamo, soya, garbanzo, chile entre otros y árboles frutales tales como uvas, dátiles, naranja, durazno, manzana, durazno y membrillo, melón, sandía, perón entre otros.

La actividad ganadera se concentra en la cría de ganado bovino, porcino y avícola, vacuno, caprino, equino, mular y asnal.

La pesca se enfoca al camarón que es exportado a los Estados Unidos, también se captura sardina, cazón, calamar, macarela y tiburón, tortuga, rana en presas y ríos.

En la industria se destaca la transformación de productos alimenticios como harinas de trigo, maíz, aceites y mantecas vegetales, lácteos, preparación, conservación, empaçado y enlatado de carnes, alimento para ganado, vinos, despepitadoras de algodón, abonos fertilizantes y maquiladoras en la zona fronteriza. También se destaca la explotación de yacimientos de oro. Sonora es el primer productor de mexicano de molibdeno y grafito.

Las partes turísticas para visitar se encuentran: playa San Carlos, Bahía de Kino, Puerto Peñasco y Golfo de Santa Clara, bosques naturales y la sierra del Pinacate que forma parte del desierto de Sonora.

Sus artesanías básicamente son elaboradas con piezas talladas de un árbol llamado palo fierro.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 668.914 y mujeres 259.912 dando un total de 928.826.

Para 1998, en el estado de Sinaloa operaron 75,399 unidades económicas de las cuales 34.000 de ellos fueron comerciales y 8,052 manufactureras, entre las que se cuentan plantas automotrices y complejos de cobre y sus aleaciones.

El estado cuenta con más de 5.941 km de carreteras asfaltadas y unos 2.008 km de vías férreas.

TABASCO (Superficie 25.267 Km2)
Población en miles de habitantes (2005): 2,012.900

La actividad agrícola se destaca en el cultivo de: maíz, frijol, yuca, calabaza, y arroz, café, camote y naranja. Algunos productos que producen para importar son: cacao, caña de azúcar, plátano y coco. Se explota también especies maderables, como la caoba y el cedro rojo y no maderables como el árbol de la pimienta y el brasco.

En la ganadería se destaca la crianza de: ganado vacuno, porcino, ovino y caprino.

La pesca de esta basada en la extracción del ostión, camarón y langostino.

Tabasco es considerado una de las principales zonas petroleras del país.

La industria de este estado esta representada por la producción de alimentos preparados, que abarcan pescados y mariscos, carnes rojas, lácteos, azúcar, chocolates, aceites, embotelladoras de refrescos y empacadoras de carne para caballo. Cuenta con plantas petroquímicas, fabricas de azúcar, chocolate, cemento y otras más.

Las artesanías que fabrican son zapatos y bolsas de lagarto.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 551.965 y mujeres 285.904 dando un total de 837.869.

Para 1998, en el estado de Tabasco operaron 56.720 unidades económicas, 24.464 de ellos fueron comerciales, la industria manufacturera en esta entidad reporta 6.182 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas petroquímicas y cementeras.

El estado cuenta con más de 3.970 km de carreteras asfaltadas y unos 300 km de vías férreas.

TAMAULIPAS (Superficie 79.384 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 3'020,200

La agricultura que se desarrolla en el estado de Tamaulipas es: sorgo, maíz, henequén, trigo, cítricos, cártamo, soya, frijol y caña de azúcar, además de frutales como: aguacate, limón agrio, mango y naranja.

Tamaulipas es un estado tradicionalmente ganadero donde destaca la cría de ganado bovino y caprino y, en menor escala porcino, ovino y equino

El sector pesquero es otra actividad importante de este estado, entre las especies que se capturan tenemos: camarón, lisa, trucha, huachinango, sierra, cazón, jaiba y ostión y especies de agua dulce que son: tilapia, carpa y bagre: su producción pesquera se concentra en los puertos de Tampico y Matamoros

La industria petrolera es la más importante especialmente en Reynosa y Altamira, donde se obtiene la mayor cantidad de petróleo crudo, condensado y líquidos de absorción tiene además dos refinerías y tres plantas de absorción, así mismo se explotan salinas, plomo, cinc, asbesto, fosforita y talco.

Cuenta con una importante industria de transformación alimentaria, representada por la producción de pescados, mariscos y carne, fábricas de azúcar, celulosa, y productos químicos; también existen numerosas maquiladoras, principalmente de productos electrónicos y en menor escala de confección de ropa.

Su artesanía se basa en productos de cestería y talabartería, de gamuza, sillas de montar y artículos de hierro forjado y vidrio soplado.

La población económicamente activa de hombres de acuerdo a cifras estatales del 2000, fue de 804,644 y mujeres 373,093 dando un total de 1'177,737.

En el estado de Tamaulipas operaron 98,610 unidades económicas para 1998, 47.200 de ellos son establecimientos comerciales. La industria manufacturera en esta entidad reporta 8143 unidades económicas, entre las que se cuentan plantas de envasado de refrescos y aguas purificadas, industrias fabricantes del sistema eléctrico automotriz y otras partes del mismo.

En lo que se refiere a su red de transporte, presenta unos 4,100 Km, de carreteras asfaltadas y algomás de 930 Km de vías férreas; tiene un aeropuerto internacional en Reynosa de mediano alcance y 34 aeródromos. A través de Tampico que es un puerto de altura fluvial de altura y cabotaje, realiza sus comunicaciones y comercio marítimo.

TLAXCALA (Superficie 4,037 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 1,060.600

La agricultura produce principalmente maíz y cebada; también alfalfa, frijol, papa, calabaza, lechuga, haba verde, maguay, trigo y frutales como durazno y manzano.

La ganadería esta representa por el ganado bovino, porcino, caprino, ovino, equino.

Es importante destacar dentro de la actividad pecuaria la cría de toros de lidia de gran calidad

Se ha desarrollado de forma importante la actividad piscícola con diversas especies de carpa: dorada, Israel, herbívora y tilapia.

En tlaxcala se explotan los minerales no ferrosos como la diatomita, bentonita, tierras fuller, arenas silicosas, caolín, turba y calizas.

La industria tiene un desarrollo importante, cuenta con La Malinche, los parques industriales de Zacatelco, Xicohtzico y Panzacola y la ciudad industrial Xicotencatl.

Las principales ramas industriales son la textil; fabricación de artículos de plata para equipos espaciales en Chiautempan; industria eléctrica y electrónica; fabricas de papel y celulosa; elaboración de productos químicos como fertilizantes e industria automotriz.

Entre las artesanías más famosas del estado se pueden nombrar los tejidos de algodón y de lana; las artesanías de madera tallada y alfarería.

En el estado de Tlaxcala la población económicamente activa esta dividida en 272,961 hombres, 118,943 mujeres siendo un total de 391,904 para el año 2000.

En el estado de Tlaxcala operaron 39,697 unidades económicas, destacando los establecimiento comerciales con 20,509. La industria manufacturera en esta entidad reporta 6.709 unidades entre las que se cuentan, fabricas de azulejos y de hilados de fibras blandas.

Tlaxcala cuenta con algo más de 1,250 Km de carreteras asfaltadas y unos 350 Km de vías férreas.

VERACRUZ (Superficie 72,815 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 7.080.700

Veracruz es un estado ganadero por excelencia, dedicado principalmente a la cría de ganado vacuno, porcino, caballar y caprino, entre otros.

Los principales productos agrícolas que se cultivan son: maíz, caña de azúcar, frijol y arroz, además de frutas como: piña, sandía, naranja, papaya y plátano.

Entre las especies maderables destacan el pino, el encino, y las maderas tropicales y dentro de las no maderables sobresale el barbasco.

Sus principales puertos pesqueros son, Veracruz, Alvarado, Tamiahua, Tecolutla y Tuxpan, donde se capturan especies como el róbalo, mojarra, cazón, pargo, huachinango, lisa, pez cierra, camarón y jaiba.

La ciudad de Veracruz, como puerto de comercio nacional e internacional sigue siendo muy importante, ya que gran parte de los productos que entran y salen del país se embarcan en sus muelles.

Tuxpan, Coatzacoalcos y Alvarado, también tienen gran actividad como puertos de cabotaje.

La industria de Veracruz es importante, pues es uno de los principales productores de petróleo y azufre, cuenta con el mayor número de pozos petrolíferos en la planicie costera del Golfo. Cuenta con refinerías y plantas de absorción. Los domos salinos, son considerados entre los de mayor producción del mundo, y la industria de transformación esta representada por la petroquímica, alimentaria (principalmente azucarera), metálica básica, fábricas de papel, textil, de fertilizantes, maquinaria, cemento y tubos de acero.

La población económicamente del estado son 2, 168.037 hombres y 812,525 mujeres de 2,980.562.

En el estado de Veracruz operaron 257,623 unidades económicas de las cuales 114,956 fueron establecimientos comerciales. La industria manufacturera en esta entidad tiene 37,718 unidades económicas destacando dentro de estas los complejos petroquímicos.

El estado cuenta con más de 5,400 Km carreteras asfaltadas y unos 1.000 Km de vías férreas.

YUCATÁN (Superficie 38,402 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 1,802.600

En la agricultura destacan las cosechas de: frijol, maíz, calabaza, chile, tomate, hortalizas, arroz, frutales como naranja, toronja, caña de azúcar, aguacate (palta), sandía, melón, mango y limón. Los productos cultivados en invernaderos y orientados a la exportación son: pepino, tomate, pimienta morrón, limón persa y maracayá.

El sector ganadero esta representado por la ganadería, bovina y porcina. La apicultura, es una actividad importante ya que produce miel, polen y jalea real. Yucatán se ha colocado dentro de los principales productores de miel.

En la minería se explotan canteras para extraer arena, grava y arcilla.

La pesca y sus derivados son una de las principales actividades económicas de la región, se realizan en los puertos pesqueros de cabotaje entre los que destaca el progreso. Las principales especies capturadas meros, huachinango, anchovetas, sardinas, mojarra, róbalo, lisas, cazónes, tiburones, sierras y langostas, entre otras

Yucatán cuenta con una superficie forestal importante en la que se explotan principalmente maderas preciosas y maderas tropicales.

En Yucatán es importante la industria alimentaria en la que se producen textil, tabaco y cerveza. También son de relativa importancia las fábricas transformadoras del henequén, extracción de fibras, cuerdas, cables, y hamacas.

Los principales centros turísticos son las ruinas de la cultura Maya, Chichén Itzá, es una de las más visitadas. Además de cuantiosas grutas, playas y antiguas haciendas henequeras convertidas al ecoturismo.

La población económicamente activa esta formada por 479,017 hombres 195,986 mujeres y 675,003 en total aproximadamente.

En el estado de Yucatán operaron 69,002 unidades económicas de las cuales 29,200 son establecimientos comerciales. La industria manufacturera en esta entidad reporta 16,360 unidades económicas destacando en plantas embotelladoras de refrescos, productores de grasas y aceites comestibles, fabricación de redes para pescar de bordados y deshilados.

El estado cuenta con cerca de 7.000 Km de carreteras pavimentadas y más de 600 Km de vías férrea, cuenta con un aeropuerto en Mérida con servicio nacional e internacional.

ZACATECAS (Superficie 75,040 Km²)
Población en miles de habitantes (2005): 1,357.300

La producción agrícola es una producción importante del estado. Sus principales cultivos son: maíz, frijol, cebada, sorgo, trigo, alfalfa, chile verde maní. Dentro de las frutas destacan los cultivos de guayaba, vid, manzana, durazno.

En la actividad ganadera, el ganado bovino, es la especie de mayor importancia para la producción de leche, se cuenta con importantes ganaderías de leche de amplio reconocimiento. También se crían ganado ovino, caprino y porcino.

Sus recursos forestales los constituyen bosques de clima templado y semifrío, en los que el pino, es la principal especie maderable explotada.

Su actividad industrial esta representada por la minería, se extrae plata, oro, cobre, plomo y cinc. Con lo que respecta a la industria de la transformación, esta le delhierro y el acero, y cuenta con importantes yacimientos minerales no metálicos de uso industrial como caolín, ónix, cantera y cuarzo, entre otros. También destaca la industria de productos alimenticios, textiles, maquinaria y la industria ferroviaria.

Como artesanías Zacatecas fabrica artículos de vara y carrizo, textiles y artículos de metal.

El total de la población económicamente activa es de 379.733 hombres y 136,752 mujeres de un total de 516,482

En el estado de Zacatecas operaron 58,270 unidades económicas de las cuales 29,604 son establecimientos comerciales. La industria manufacturera en esta entidad reporta 6,318 unidades económicas destacando las plantas cerveceras.

El estado cuenta con cerca de 3.231 Km de carreteras pavimentadas y más de 670 Km de vías férrea, cuenta con un aeropuerto en Zacatecas y Fresnillo

Análisis Estatal de la Actividad económica mexicana.

Los estados que contribuyeron más con el PBI de México fueron el Distrito Federal que aportó el 21.80% del total nacional, siguiendo en orden de importancia los Estados de México con el 9.48%, Nuevo León con 7.43%, Jalisco el 6.31%, Chihuahua con 4.33%, Veracruz el 4.17%, Guanajuato con 3.60% y Puebla el 3.55% en el año 2004.

El Sector Agropecuario participó a nivel nacional con el 3.8%, siendo el Estado más representativo de éste sector Sinaloa con el 14.9%; el sector Minero participó a nivel nacional con el 1.4% y el Estado con mayor proporción en ésta actividad fue Campeche con el 53.3% (debido al petróleo); el sector manufacturero que a nivel nacional participó con el 18.1% tiene al Estado de Coahuila como el de mayor concentración con el 36.3% debido a la industria de la maquila; El Sector construcción aporta el 5.5% a nivel nacional y Chiapas el 13.4% en su estado debido a obras públicas de gobierno; el Sector eléctrico con el 1.3% del PBI, tiene a Colima como el de mayor participación a nivel nacional con el 8.4% de su aportación estatal; El Sector Comercio participa con el 20.8% a nivel nacional y el estado de Quintana Roo con el 53.9% debido al comercio vinculado al turismo; el Sector transportes con el 10.4% del PBI total tiene al Estado de Colima con el 16.0% de concentración de su PBI estatal debido a su actividad portuaria en el puerto de Manzanillo; el sector financiero participa con el 13.0% a nivel nacional y tiene a Baja California Sur como el Estado de mayor concentración en éste sector con el 25.7% de su PIB.

La vocación manufacturera es diferente por estados, así tenemos que en el Sector Alimentos y bebidas tiene una mayor proporción el Estado de Nayarit con el 82.24% de su PBI manufacturero; el Estado de Campeche en Rendas de vestir con el 29.9% de su PBI; en la industria de Madera y productos de madera, a Durango con el 16.58%; en la industria del papel tiene la mayor concentración en el Distrito Federal con el 8.4% de su industria manufacturera: el sector de sustancias químicas, derivados del petróleo, productos, caucho y plástico tiene una gran participación en el Distrito Federal con el 27.98%; Los productos de minerales no metálicos exceptuando los productos derivados del petróleo y del carbón están concentrados en el Estado de Hidalgo con el 29.4%; en las industrias metálicas básicas Michoacán es el estado con mayor participación con el 40.95%; Los productos metálico, maquinaria y equipo tiene a Chihuahua con el 53.25% de su manufactura concentrada en éste sector.

Finalmente en las otras industrias manufactureras se encuentra Baja California Norte con el 12.29%.

Producto interno bruto por entidad federativa periodo 2004

ENTIDAD FEDERATIVA	TOTAL unidad miles de pesos	%	AGRO %	MINE %	MANUF %	CONS %	ELEC %	COME %	TRAN %	FINA %	OTRO %
PBI MÉXICO	6,964,058,586	100	3.8	1.4	18.1	5.5	1.3	20.8	10.4	13.0	26.8
Aguascalientes	85,575,441	1.23	3.4	0.1	28.5	4.4	1.2	20.1	12.7	9.1	20.9
Baja California	244,088,677	3.50	1.9	0.1	18.6	3.0	2.2	28.6	10.2	14.1	21.6
Baja California Sur	41,788,853	0.60	5.6	3.4	4.0	6.6	2.2	17.9	9.5	25.7	25.4
Campeche	86,031,895	1.24	2.6	53.0	1.5	4.6	1.6	7.8	4.6	5.4	19.2
Coahuila de Zaragoza	234,823,648	3.37	3.3	2.7	36.3	2.4	1.4	20.4	8.6	8.4	16.9
Colima	37,166,949	0.53	5.4	4.0	5.9	6.1	8.4	18.0	16.0	12.4	24.2
Chiapas	118,079,191	1.70	8.4	1.7	3.4	13.4	7.5	10.4	7.2	17.6	30.6
Chihuahua	301,539,247	4.33	4.6	0.6	18.7	5.5	0.5	32.8	10.0	9.9	17.7
Distrito Federal	1,520,677,101	21.84	0.1	0.1	12.2	6.4	0.3	18.0	11.7	14.4	40.2
Durango	92,406,118	1.33	13.9	2.5	17.7	4.7	1.2	18.2	8.7	10.3	23.2
Guanajuato	250,370,666	3.60	4.6	0.2	26.3	8.8	1.2	16.5	11.5	11.3	20.0
Guerrero	117,247,624	1.68	5.8	0.3	6.1	4.0	4.4	26.2	12.1	13.4	28.2
Hidalgo	90,767,962	1.30	6.0	1.0	24.3	5.8	3.6	11.4	8.1	13.6	26.6
Jalisco	439,288,462	6.31	5.9	0.4	19.7	4.8	0.4	25.1	11.2	11.2	21.7
México	659,942,957	9.48	1.4	0.4	28.1	3.7	0.5	20.5	8.9	15.2	21.7
Michoacán de Ocampo	153,969,550	2.21	11.1	0.8	13.8	6.9	2.1	16.6	8.8	15.4	25.1
Morelos	96,119,945	1.38	8.1	0.2	18.4	8.0	0.5	17.2	9.7	10.8	27.4
Nayarit	37,504,649	0.54	11.7	0.1	7.7	6.9	0.5	15.7	9.9	14.5	33.4
Nuevo León	517,474,526	7.43	1.3	0.5	22.5	3.9	1.1	21.1	11.6	12.2	26.9
Oaxaca	106,014,494	1.52	8.6	0.6	14.9	4.8	1.0	15.7	9.2	17.6	27.8
Puebla	247,502,771	3.55	4.2	0.3	22.5	4.5	1.4	22.0	9.4	13.7	22.6
Querétaro Arteaga	119,657,047	1.72	3.2	0.3	30.2	3.3	1.2	20.1	12.2	8.7	21.1
Quintana Roo	114,238,197	1.64	0.8	0.2	2.2	2.8	0.4	53.9	8.3	12.9	18.9
San Luis Potosí	126,279,879	1.81	6.5	1.9	24.1	6.5	1.5	18.3	9.4	10.8	21.5
Sinaloa	138,472,005	1.99	14.9	0.2	7.7	4.4	1.4	20.4	11.2	13.1	27.6
Sonora	186,618,283	2.68	6.6	2.5	16.3	4.0	2.2	23.4	9.6	11.0	25.1
Tabasco	86,748,118	1.25	4.8	12.6	5.2	8.4	2.6	14.6	7.0	14.7	30.6
Tamaulipas	232,432,096	3.34	4.3	1.5	19.3	6.1	2.8	24.3	12.8	9.9	19.2
Tlaxcala	39,649,375	0.57	3.8	0.1	27.3	6.5	1.7	13.9	8.7	12.4	25.7
Veracruz de Ignacio de la Llave	290,409,643	4.17	7.0	0.7	17.3	6.6	3.2	17.6	10.0	14.5	23.5
Yucatán	98,498,171	1.41	4.1	0.2	13.8	8.0	1.5	21.6	11.3	14.1	26.1
Zacatecas	52,675,046	0.76	14.2	5.3	5.8	10.6	2.1	15.3	7.5	13.7	26.0

AGRO: AGROPECUARIO MINE: MINERÍA MANUF: MANUFACTURERA CONST: CONSTRUCCIÓN ELEC: ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA COME: COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELESTRAN: TRANSPORTE, ALMACENAJE Y COMUNICACIONES FINA: SERVICIOS FINANCIEROS Y SEGUROS OTRO: SERVICIOS COMUNALES, PERSONALES Y SOCIALES

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI)
ELABORADO: PIPOLI & ASOCIADOS

Participación porcentual por división de la industria manufacturera

Entidad Federativa	Total de la industria manufacturera	I Alimentos, Bebidas y Tabaco	III. Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	III. Industria de la madera y productos de madera	IV Papel, productos de papel, imprentas y editoriales	V Sustancias químicas, derivados del petróleo, productos de caucho y plástico	VI Productos de Minerales no Metálicos, Exceptuando Derivados del Petróleo y Carbón	VII Industrias metálicas básicas	VIII. Productos metálicos, maquinaria y equipo	IX. Otras industrias manufactureras
BIMEXICO	1,257,053,641	29.24	6.29	2.17	3.54	14.75	6.46	6.22	28.41	2.91
Aguascalientes	24,354,475	26.9	8.34	1.92	0.75	1.46	1.87	0.06	49.09	9.61
Baja California	45,339,497	15.84	3.1	4.69	3.33	4.76	4.46	0.55	50.98	12.29
Baja California Sur	1,661,815	75.01	1.96	3.54	2.7	0.31	11.87	0	4.43	0.2
Campeche	1,323,134	55.1	29.29	2.59	3.72	0.56	3.03	0	5.17	0.54
Coahuila de Zaragoza	85,216,923	13.73	5.38	0.23	0.82	4.47	8.99	16.36	49.49	0.53
Colima	2,188,851	60.34	3.02	2.69	2.01	8.19	13.83	0	9.81	0.11
Chiapas	4,069,471	73.88	2.1	3.78	3.57	9.74	3.21	0	3.02	0.69
Chihuahua	56,260,799	11.93	9.57	5.77	2.32	3.19	6.11	0.98	53.25	6.89
Distrito Federal	186,225,267	28.1	7.74	1.82	8.84	27.98	3.76	2.54	14.77	4.43
Durango	16,396,463	49.37	14.54	16.58	3.29	1.89	1.51	1.28	11.03	0.5
Guanajuato	65,944,735	20.32	12.19	0.2	1.76	14.5	4.81	0.51	45.26	0.44
Guerrero	7,130,629	68.15	6.03	7	1.21	0.26	4.35	0.02	0.94	12.05
Hidalgo	22,059,871	13.4	9.86	1.15	1.51	20.06	29.49	0.59	23.57	0.36
Jalisco	86,446,866	57.49	4.75	2.34	1.15	9.93	2.4	2.12	15.36	4.46
México	185,653,509	24.95	7.14	1.37	3.94	21.53	6.84	6.89	25.53	1.82
Michoacán de Ocampo	21,242,178	27.83	2.78	6.49	4.09	10.18	4.24	40.95	2.66	0.79
Morelos	17,654,317	41.13	3.64	0.27	2.16	19.91	7.41	0	21.79	3.7
Nayarit	2,874,434	84.24	1.43	7.67	1.15	1.1	1.48	0	2.66	0.26
Nuevo León	116,268,885	20.34	2.84	1.36	2.47	10.12	13.38	11.32	37.34	0.83
Oaxaca	15,829,993	55.63	0.63	1.65	4.86	24.75	10.75	0	0.87	0.86
Puebla	55,591,773	24.26	11.97	3.62	1.23	5.51	3.6	6.54	42.63	0.63
Querétaro Arteaga	36,190,818	33.1	1.39	1.84	5.65	18.74	3.53	0.48	34.39	0.88
Quintana Roo	2,539,649	62.89	2.45	14.29	5.02	0.41	10.07	0	3.92	0.94
San Luis Potosí	30,475,136	26.02	2.52	0.85	2.66	4.73	8.63	26.45	25.79	2.36
Sinaloa	10,640,746	79.56	1.62	1.13	5.61	2.28	1.88	0	7.42	0.5
Sonora	30,424,033	37.23	7.84	4.35	2.6	1.62	7.91	5.53	27.35	5.58
Tabasco	4,518,779	61.87	0.37	1.64	1.24	20.33	9.79	0	4.65	0.12
Tamaulipas	44,900,157	16.54	2.94	0.64	2.77	27.76	1.79	0.66	43.29	3.61
Tlaxcala	10,832,147	35.63	10.61	0.47	2.48	18.29	12.1	5.75	11.77	2.9
Veracruz de Ignacio de la Llave	50,150,273	50.16	0.74	0.72	3.51	24.97	4.55	13.58	1.73	0.03
Yucatán	13,609,929	56.87	14.67	1.85	2.46	2.68	12.02	1.34	5.2	2.92
Zacatecas	3,038,090	53.19	8.29	3.95	1.45	0.13	8.27	0.99	20.37	3.36

Fuente: Instituto Nacional De Estadística Geografía E Informática (Inegi)
Elaborado Por: PiPoLi & Asociados

Exportaciones e Importaciones de Mexico por país

De enero a agosto del año 2005, los Estados Unidos fue el mayor receptor de las exportaciones mexicanas con el 86,99% del total, que equivalieron a US\$ 118, 911 millones de dólares de un total de exportaciones de 136,689 millones de dólares. Los países que siguen a Estado Unidos en orden de importancia en exportaciones fueron Canadá con US\$ 2,121 millones, España con US\$ 1,715 millones y Alemania con US\$ 1,561 millones. Colombia es el principal socio sudamericano de México recibiendo USD\$ 599.7 millones dólares de sus exportaciones.

Estados Unidos participa con la mayor cantidad de importaciones de México con el 54.12% del total de sus importaciones que alcanzaron la cifra de 148, 455 millones de dólares en el período de Enero a Agosto del 2005; siguen en orden de importancia China con US\$ 10, 706 millones, Japón con US\$ 7, 967 millones, Alemania con US\$ 5,635 millones, Corea US\$ 4, 049 millones y Canadá con 3, 756 millones. Brasil es el mayor proveedor sudamericano de México con US\$ 3, 283 millones.

Exportaciones totales de México

Valor en millones de dólares

País	2000	2001	2002	2003	2004	Enero-agosto 2005
TOTAL	166,454.80	158,442.90	160,762.70	165,355.20	189,200.40	136,689.20
NORTEAMÉRICA	151,038.60	143,366.00	145,854.00	149,634.50	167,876.00	121,032.30
Estados Unidos	147,685.50	140,296.50	143,047.90	146,802.70	165,111.30	118,911.30
Canadá	3,353.10	3,069.50	2,806.00	2,831.80	2,764.80	2,121.00
ALADI	2,890.20	3,026.90	2,609.60	2,394.10	3,648.00	3,088.80
Argentina	288.7	243.7	111.7	191.7	414.2	307.8
Bolivia	26.6	24.5	20.3	23.9	33.5	24.1
Brasil	517.2	585	480.9	418.9	574.5	459.7
Colombia	461.8	506.3	555.7	520.2	624.1	599.7
Chile	431.4	374.4	258.6	322.7	554	337.6
Ecuador	108	127.8	151.3	129.3	153.2	136.1
Paraguay	9.9	12.5	9	8.4	11.2	8.7
Perú	210	172.7	195.6	166.2	179.5	158.2
Uruguay	108	107	110.1	141.6	341.4	357.1
Venezuela	519.5	697.5	586.4	329	610.3	575.4
Cuba 2/	209.2	175.6	130	142.4	152.2	124.3
CENTROAMÉRICA	1,410.90	1,480.10	1,484.00	1,504.40	1,638.40	1,354.00
Belice	46.8	36	62.2	54.6	57	50
Costa Rica	286.2	338.2	344	331.5	346.7	246.8
El Salvador	245.6	274.3	265	261.2	287.6	275.1
Guatemala	535.2	559.7	513.9	536.8	600.8	487.3
Honduras	203.8	180.4	207.8	209.2	209.5	135.4
Nicaragua	93.4	91.7	91	111.1	136.9	159.3
UNIÓN EUROPEA	5,610.10	5,332.60	5,214.50	5,591.70	6,466.60	5,731.80
Alemania	1,543.90	1,504.10	1,236.30	1,753.00	1,924.00	1,560.80
Austria 1/	17	19.6	15.4	10.2	28.2	23.3
Bélgica	227	317.8	295.8	137.3	197.8	193
Dinamarca	44.7	44.4	37.8	38.9	44.8	48.1
España	1,519.80	1,253.90	1,431.00	1,464.40	1,876.80	1,715.50
Finlandia 1/	4.3	8.5	10.7	9.4	11.7	194.4
Francia	374.6	372.6	349.2	322.4	416.2	300.5
Grecia	10	7.1	6.7	9	12.5	11.2
Holanda	439	508.1	630.1	594.9	559.5	429.9
Irlanda	112.2	186.4	186.9	167.7	157.9	187.7
Italia	222	239.7	173.7	267.2	220	141

Continuación.-

País	2000	2001	2002	2003	2004	Enero-agosto 2005
TOTAL	166,454.80	158,442.90	160,762.70	165,355.20	189,200.40	136,689.20
Luxemburgo	8	11.7	38.6	41.4	37.7	7.1
Portugal	194.3	148.7	133.1	183.4	128.2	188.4
Reino Unido	869.8	672.9	625	561.2	772.8	662
Suecia 1/	23.5	37.2	44.2	31.3	78.6	69
ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	586.1	456.8	461	706.6	785.5	654.3
Islandia	0.6	0.4	0.2	0.2	0.4	0.4
Noruega	32.7	5.6	7.2	8.4	5.3	7.8
Suiza	552.8	450.7	453.7	698	779.8	646.1
NIC'S	716.2	843.7	912.5	646.7	788.3	674.8
Corea	188.9	309.8	205.8	100.5	118.3	77.4
Taiwán	143.6	171.9	214.1	105.6	123.5	79.5
Hong Kong	187.3	119.8	194.6	257.9	279.6	196.2
Singapur	196.4	242.2	298	182.7	266.8	321.7
JAPÓN	930.5	620.6	465.1	605.8	551	640.3
PANAMÁ	282.8	247.1	316	355.6	354.7	342.1
CHINA	203.6	281.8	455.9	463	466.7	298
ISRAEL	54.6	39.4	51.2	56.6	54.9	45.4
RESTO DEL MUNDO	2,731.30	2,747.90	2,939.00	3,396.20	6,570.30	2,827.50

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las exportaciones incluyen fletes más seguros

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila

Nota 3: Las cifras, por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores

1/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de enero de 1995

2/ Este país pertenece a la ALADI a partir del 25 de agosto de 1999

Importaciones totales de México

Valores en miles de dólares

País	2000	2001	2002	2003	2004	enero-agosto 2005
TOTAL	174,457.80	168,396.40	168,678.90	170,958.20	197,303.30	140,455.40
NORTEAMÉRICA	131,551.00	118,001.60	111,037.00	109,806.60	114,978.00	79,771.20
Estados Unidos	127,534.40	113,766.80	106,556.70	105,685.90	109,558.20	76,015.10
Canadá	4,016.60	4,234.90	4,480.30	4,120.80	5,419.80	3,756.10
ALADI	4,017.50	4,743.40	5,473.90	6,528.70	9,044.30	6,709.60
Argentina	247.4	441.4	687.3	867.2	1,113.10	813.5
Bolivia	13.4	14	23.6	29.4	31	18.7
Brasil	1,802.90	2,101.30	2,565.00	3,267.50	4,360.60	3,283.40
Colombia	273.4	344.4	352.4	405.7	635.6	440.5
Chile	893.7	975	1,010.20	1,082.10	1,464.00	1,138.50
Ecuador	75.2	110.3	33.1	54.1	53.9	82.3
Paraguay	1.2	2	1.7	3.7	36.8	3.5
Perú	176.7	141.2	152.3	131.2	282.5	269.4
Uruguay	83.2	84.6	91.6	101.5	135.8	152.2
Venezuela	422.4	503.4	532.3	566	909.8	493.7
Cuba 2/	28	25.7	24.3	20.3	21.2	14
CENTROAMÉRICA	333.1	359.7	623.5	867.6	1,254.30	900.8
Belice	2.2	1.5	1.6	2.8	5.2	6.7
Costa Rica	180.1	184.2	416.3	584.2	847.9	548.1
El Salvador	19.8	29.9	36.4	44.3	51.4	38.7
Guatemala	90.8	95.2	116.7	151.1	230.1	137.7
Honduras	13.3	17.4	25.4	47	67.2	60.9
Nicaragua	26.9	31.4	27.1	38.1	52.4	108.6
UNIÓN EUROPEA	14,775.10	16,165.50	16,441.60	17,861.90	20,912.70	15,808.50
Alemania	5,758.40	6,079.60	6,065.80	6,274.90	7,195.60	5,635.70
Austria 1/	176.8	219.6	186.6	254.8	368.2	281
Bélgica	465.6	630.5	556.9	573	719.1	554.8
Dinamarca	142	169.2	177.4	198.8	202.2	130.8
España	1,430.00	1,827.40	2,223.90	2,288.30	2,861.80	2,101.40
Finlandia 1/	211.7	249.5	150.9	277	244.1	210.3
Francia	1,466.60	1,577.00	1,806.80	2,015.80	2,410.30	1,635.70
Grecia	29.8	22.7	29.4	22.9	25.9	21.7
Holanda	363.1	470.9	546.6	555.7	706.8	528
Irlanda	403.6	550.9	614.4	794.6	705.8	525.6
Italia	1,849.40	2,100.30	2,171.10	2,474.20	2,830.80	2,283.50
Luxemburgo	17.3	17	17	29.9	40	39.9
Portugal	51.4	100.7	94.3	126.5	254	195.2
Reino Unido	1,091.30	1,344.00	1,349.80	1,242.30	1,474.90	1,083.80
Suecia 1/	1,318.00	806.1	450.9	733.2	873.4	581.1
ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	851.1	906.9	872.1	921.2	1,079.80	788.4
Islandia	0.4	1.7	0.7	5.6	2.3	2.1
Noruega	98	142.5	93.2	96	147.3	120.3
Suiza	752.7	762.7	778.3	819.6	930.3	666
NIC'S	6,911.30	8,235.90	10,261.60	8,500.90	11,626.00	8,487.00
Corea	3,854.80	3,631.60	3,947.60	4,137.40	5,360.60	4,049.10
Taiwán	1,994.30	3,015.30	4,250.10	2,509.10	3,614.70	2,609.80
Hong Kong	455.8	441.8	509	516.6	422.2	326.8
Singapur	606.3	1,147.20	1,555.00	1,337.80	2,228.50	1,501.40

Continuación

País	2000	2001	2002	2003	2004	enero- agosto 2005
JAPÓN	6,465.70	8,085.70	9,348.60	7,622.80	10,720.00	7,966.60
PANAMÁ	119.6	45.2	35.3	37.8	41.4	24.6
CHINA	2,879.60	4,027.30	6,274.40	9,400.80	14,457.70	10,705.90
ISRAEL	296.5	257.7	250.1	313.5	408.2	241.5
RESTO DEL MUNDO	6,257.40	7,567.60	8,060.70	9,096.40	12,780.70	9,051.40

Fuente: SE con datos de Banco de México

Nota 1: Las importaciones son a valor aduanal

Nota 2: Los datos incluyen cifras definitivas, temporales y maquila

Nota 3: Las cifras, por los procedimientos de elaboración, están sujetas a cambios ulteriores

1/ Estos países pertenecen a la Unión Europea a partir de enero de 1995

2/ Este país pertenece a la ALADI a partir del 25 de agosto de 1999

Cuadro Comparativo Comercio Perú-México (Millones de US dólares)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Exportaciones Perú Mundo	6883	6956	7665	8995	12716	17001
Exportaciones Perú-México	151	128	130	107	229	332
% Participación Perú	0.09	0.18	0.17	1.19	1.80	1.95
Importación México-Mundo	174458	168397	168679	170546	196810	221819
Importaciones México-Perú	223	233	264	267	270	348
% Participación Perú	0.13	0.14	0.16	0.16	0.14	0.16

Fuente: Sunat, MINCETUR, Banco de México

Comercio Perú- México

En relación al comercio Perú México, las exportaciones totales peruanas fueron de US\$ 332.0 millones de dólares en el año 2005, de las cuales un 43% proviene del sector Minero en especial Exportaciones de plomo, dentro de los productos tradicionales. Del Sector no tradicional destacan las exportaciones Maderas y Papeles con el 18% seguido del Agropecuario con el 9%.

El Perú importa de México principalmente bienes de consumo que representan el 46.0% del total de importaciones por un valor de US\$ 347.5.

El saldo de la balanza comercial de Perú con México a sido deficitario, en el año 2005 su déficit alcanzó la cifra de 15.5 millones de dólares.

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
• Café	1.1	0	1.6	1	45.2
• Resto	1.2	1	0.4	0	-62.5
*Minero	128.5	56	143.4	43	11.7
• Cobre	24.2	11	13.7	4	-43.3
• Hierro	18.1	8	29.2	9	61.0
• Metales Menores	6.5	3	2.3	1	-64.1
• Plomo	74.1	32	98.2	29	32.6
• Zinc	5.6	2			-
*Pesquero	0.1	0	0.0	0	-
• Harina de pescado	0.1	0			-
*Petróleos y derivados	3.4	1	57.3	17	1582.2
• 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
*Pielés 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

Fuente: SUNAT, MINCETUR

Productos Bandera

Los siete productos elegidos por la Comisión de Productos bandera y que resaltan la imagen del Perú son: el Pisco, el Algodón, la Lúcumá, la Cerámica de Chulucanas, los Camélidos y la gastronomía.

Exportaciones Peruanas de productos bandera por Países destino en US\$ 2005

Producto Bandera	Mexico	Argentina	Bolivia	Chile	Colombia	Ecuador	USA
PISCO	390	2,929	1,432	14,250	8,231		257,405
MACA	104,310	349,680	51,175	34,657	43,952	15,133	804,493
ALGODON			2,669,651	4,570		67,864	4,654
LUCUMA	18,000			21,794	5		4,293,921
CERAMICA	13,566	3,183	570	19,654	2,807	1,510	2,471,312
CAMELIDOS							
GASTRONOMIA							
TOTAL	136,266	355,792	2,722,828	94,925	54,995	84,507	7,831,785

Fuente: Mincetur, Sunat

Elaborado por: Pipoli & Asociados

Estados Unidos es el principal mercado para Productos Bandera, en el año 2005 se importó un total de US\$ 7.8 millones siendo el rubro de Lúcumá el más importante con US\$ 4.3 millones de dólares. El siguiente producto bandera en orden de importancia en exportaciones fue la Cerámica con US\$ 2.5 millones.

México importó en ese año de Perú principalmente Maca por US\$ 104.3 miles, siguiendo en orden de importancia las importaciones de Lúcumá y Cerámica en mucho menor volumen. La importación de Pisco es mínima e inexistente las de Algodón y Camélidos.

Exportaciones de Productos Bandera a México en US\$

Productos Bandera	Subpartida	Descripción			Var. %				Var. %	
			2002	2003	2003/02	2004	2004/03	2005	2005/06	
CERAMICA DE CHULUCANAS	6913900000	Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica, excepto del porcelana	26022	31073	19	29277	-6	13566	-54	
LÚCUMA	0811909000	Demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados						18000		
MACA	1106201000	Harina, s,mola y polvo de maca (Lepidium meyeri)	15860	6218	-61	6089	-2	0	-100	
	1302199090	Demás jugos y extractos vegetales		67900		188435	178	104310	-45	
	3505100000	Dextrina y demás almidones y féculas modificados		3700		0	-100	0		
PISCO	2208202100	Pisco	1619	2079	28	2034	-2	390	-81	
Total general			43501	110970	155	225835	104	136266	-40	

Fuente: Mincetur, Sunat

Elaborado por: Pipoli & Asociados

Después de un crecimiento consecutivo durante los años 2003 y 2004, en el año 2005 las exportaciones peruanas de productos banderas en su conjunto cayeron en un -40%, si bien la contracción fue generalizada destaca por su impacto en el volumen la caída mostrada por la Maca.

Tratados Comerciales Internacionales de México.

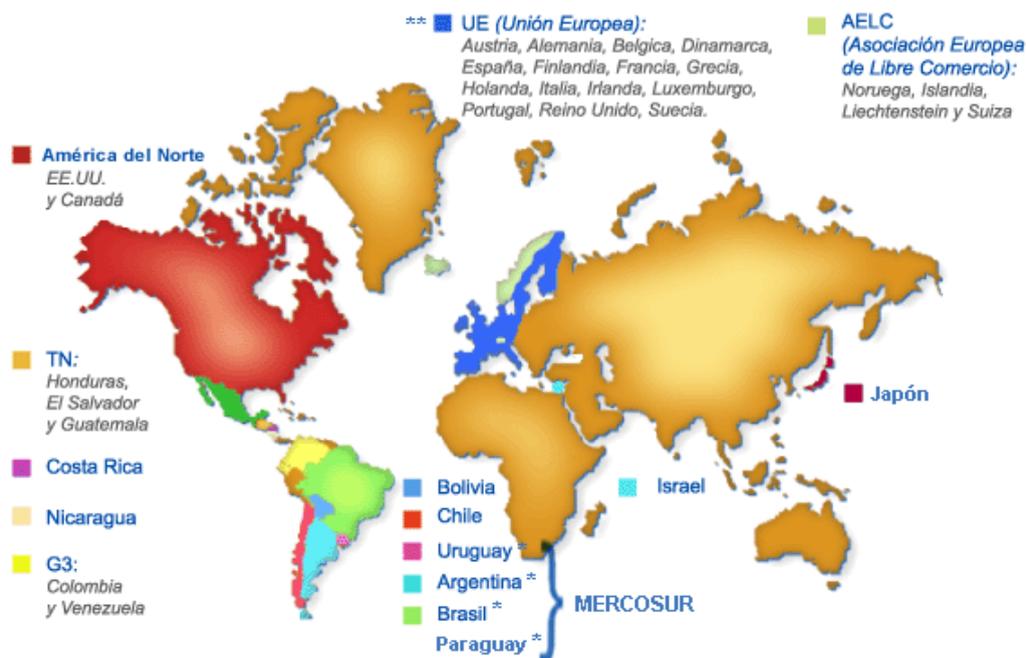
México cuenta con una extensa red de Tratados de Libre Comercio que brinda incentivos y facilidades a los exportadores mexicanos, así como a los inversionistas extranjeros que buscan alianzas estratégicas con empresas mexicanas. Esta red de tratados y acuerdos ofrece acceso preferencial a un mercado de más de mil millones de consumidores en 43 países.

México goza de una posición geográfica estratégica, al estar situado entre los océanos Atlántico y Pacífico, y conectar Norte y Sudamérica, esto lo hace un centro ideal para la producción y el comercio.

La estrategia de México en materia de negociaciones internacionales comprende seguir expandiendo la red de TLC's, así como diversificar los mercados de exportación y fomentar la inversión de empresas tanto mexicanas como extranjeras para aprovechar los beneficios de la producción conjunta y locación geográfica estratégica.

Además, entre otros aspectos, lo que se negocia en general en cada Tratado es lo siguiente:

- Comercio de Bienes: En este apartado se negocian los productos que serán parte del Tratado comercial y que se gozarán de un trato arancelario preferencial.
- Desgravación de bienes: A través del tiempo los aranceles aplicables a los productos importados irán disminuyendo; se trata de negociar una desgravación más amplia para los sectores más críticos de los países.
- Reglas de origen: Estas definen los requisitos que tendrán que cumplir las mercancías para gozar del régimen arancelario preferencial de los Tratados, el objetivo del requisito de origen es asegurar que las preferencias comerciales del Tratado beneficien fundamentalmente a los países miembros del Tratado.
- Salvaguardias: Se negocian cupos de importación o cualquier otro tipo de salvaguarda, sobre todo en áreas sensibles como son el sector agropecuario y el sector textil.
- Solución de controversias: Se negocia donde se remediaran las controversias surgidas del intercambio comercial o de las inversiones entre los países signantes del Acuerdo, pueden ser a través de paneles dentro del Acuerdo o a través de paneles ante la Organización Mundial del Comercio.
- Compras del gobierno: Se negocia que no exista discriminación para los socios comerciales en las compras gubernamentales y se les garantice toda la información necesaria para poder vender a las instituciones del gobierno.
- Propiedad Intelectual: Se negocia la protección a descubrimientos, inventos, patentes y marcas.



México cuenta con una extensa red de tratados de Libre Comercio que brinda facilidades tanto a exportadores como importadores mexicanos. El Tratado de Libre comercio con Estados Unidos y Canadá entró en vigor el 1 de Enero de 1994; Con los países de América latina en el año 1995 se firmas Tratados de Libre comercio con Colombia, Venezuela, Costa Rica, Bolivia y, Nicaragua En 1989 firma tratado con Chile, para posteriormente firmar tratados en el 2001 con El Salvador, Guatemala y Honduras y en el año 2004 con Uruguay.

Tratado	Países	Publicación D.O.F.	Entrada en vigor
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
TLC-G3	Colombia y Venezuela	9 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Bolivia	Bolivia	11 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
TLC México - Chile	Chile	28 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
TLCUEM	Unión Europea	26 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - Israel	Israel	28 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001 con El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001
TLC México - Uruguay	Uruguay	14 de julio de 2004	15 de julio de 2004
AAE México- Japón	Japón	31 de marzo de 2005	1 de abril de 2005

Fuente: Secretaría de Economía

PERFIL DEL CONSUMIDOR MEXICANO

El presente análisis del perfil del consumidor se ha elaborado utilizando como fuente primaria el estudio "Consumer Lifestyle in Mexico" de la empresa Euromonitor International a Junio del 2006.

Gastos del Consumidor por Destino: 1990-2015

	1990	1995	2000	2005
TOTAL (Mx\$Millones)	515,605.00	1256.545.0	3,716,517.40	4,880,465.90
	%	%	%	%
Alimentos y Bebidas no alcohólicas	27.20	24.60	23.87	25.09
Bebidas alcohólicas y tabaco	3.12	3.01	2.37	2.57
Ropa y Calzado	6.21	4.47	3.65	3.33
Vivienda	11.60	14.37	13.12	12.52
Artículos y Servicios de uso doméstico	9.77	8.84	8.48	8.46
Productos para la salud y servicios médico	4.04	4.63	4.19	4.55
Transportación	13.46	13.34	17.99	17.03
Comunicaciones	1.11	1.59	1.57	1.67
Recreación	4.25	4.95	4.90	4.93
Educación	2.28	3.45	3.27	3.41
Hoteles	7.36	7.83	8.00	8.02
Otros productos y servicios	9.60	8.91	8.60	8.42
	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuentes: INEGI, OECD, Eurostat, Euromonitor International

Los gastos de consumo están en primera instancia destinados a satisfacer las necesidades básicas, alcanzando el 63% del total en el año 2005 y están orientados hacia alimentos y bebidas no alcohólicas, gastos en vivienda, transportación y gastos en artículos y servicios de uso doméstico.

Los gastos en alimentos y bebidas representaron en el 2005 una cuarta parte del total aunque viene decreciendo ligeramente su participación comparado con el año 1990. El gasto en transporte es el segundo en importancia con el 17.03% del total, habiéndose incrementado en relación al 13.46% mostrado en el año 1990.

La vivienda es el tercer rubro de orientación de los gastos de consumo alcanzando el 12.52% y con un incremento de participación en relación a la participación mostrada en el año 1990.

Los gastos orientados a Educación y Comunicaciones tienen una tendencia ascendente, el primero por la importancia que se le da a la preparación académica para alcanzar mejores niveles salariales y en particular por parte de las mujeres; en el caso de las comunicaciones los gastos crecieron por el mayor uso de teléfonos móviles e internet.

Alimentos

Los detallistas "modernos" en México, están representados por las cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia. El resto de canales "tradicionales" están constituidos por mercados donde se establecen grupos de pequeños comerciantes en forma estable o, los famosos "tianguis", mercados sobre ruedas, que se establecen ciertos días de la semana y por las "bodegas de la esquina", o la tienda del vecindario.

El segmento que ha ganado más terreno es el de los canales modernos de distribución. En México los supermercados y abarroterías están concentradas en un reducido número de cadenas, incluyendo Wal-Mart (que es propietaria de Superama, Sam's Club, Bodega Aurrerá, Vips y Suburbia) y Comercial Mexicana-Costco (que es dueña de Sumesa y los restaurantes California). Otras cadenas de tiendas incluyen Gigante, Chedraui y Soriana. Estos canales están ganando la lealtad de los consumidores mexicanos por su capacidad de negociar siempre precios más bajos con los proveedores y transferírselos a sus clientes, y además su gran habilidad para la publicidad masiva.

En términos generales estas tiendas siguen la estrategia de ofrecer comestibles y frutas frescas a precios bajos, incluyendo días especiales de promoción en donde los precios incluso son más bajos. Las tiendas de conveniencia se han expandido rápidamente en el país, siendo las más importantes Oxxo, 7-eleven y Six. Si bien no manejan precios bajos, la conveniencia y atención las 24 horas se han constituido en factores de atracción de clientes hacia estas tiendas. Muchas de ellas ofrecen pequeños comedores, alimentos rápidos y café.

Las tiendas de gobierno pueden ser incluidas en éste segmento. El gobierno ha establecido tiendas que ofrecen beneficios adicionales en precios. Instituciones como el Instituto Del Seguro Social para Trabajadores del Estado (ISSTE) y el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) manejan tiendas de conveniencia sin fines de lucro. Estas tiendas se llaman Tiendas ISSTE ó ISSTE Tiendas y están localizadas en grandes áreas urbanas de ingresos medios o bajos.

Los grandes supermercados usualmente atienden de 14 a 16 horas al día, los 365 días del año. La única cadena que atiende en algunas de sus tiendas las 24 horas es Superama.

Con la finalidad de fortalecer su posición competitiva a base de precios bajos, las tiendas de autoservicios han resuelto usar marcas privadas. Por ejemplo Wal-Mart y sus filiales usan "Great Value", Comercial Mexicana "Marca Propia". La gente compra marcas privadas para ahorrar dinero recibiendo productos con características similares a los de marca.

Estos modernos canales se han convertido en una amenaza para los otros dos tipos de detallistas. Sin embargo, las tendencias de compra en México dependen de un amplio rango de factores económicos, tales como ingreso, inflación, desempleo, y el valor de la moneda local. Por consiguiente, la manera que los mexicanos compran esta sujeta a sus niveles socioeconómicos y esto permite al detallista tradicional ser capaz de satisfacer necesidades específicas de estos segmentos.

Los individuos de bajos ingresos, realizan sus compras diariamente, adquieren regularmente tortillas, leche, pan, refrescos, alimentos enlatados, frutas y vegetales frescos, que son consumo diario.

La conveniencia es uno de los principales factores competitivos de estas tiendas: si bien los supermercados están incrementándose en número, las pequeñas tiendas están cerca de los hogares y para compras pequeñas e impulsivas son la opción preferida.

La población de ingresos medios y altos tienden a comprar su comida y bebidas cada dos semanas. Sin embargo, es común para aquellos que pueden permitírselo, ir a los supermercados dos veces a la semana, o también ir a las tiendas club como Sam's o Costco mensualmente, para comprar alimentos que pueden ser almacenados.

De acuerdo a un estudio de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) más del 50% de los mexicanos tienden a ir a los supermercados sobre una base planeada para adquirir lo que necesitan. Cuarenta por ciento comparan precios, mientras que el treinta por ciento no compra en función del precio más bajo y, un treinta y nueve por ciento de la población tiende a comprar y almacenar únicamente cuando los productos están en oferta.

El servicio a domicilio (home delivery), es nuevo en México. Las tiendas de conveniencia tales como Oxxo ofrecen este servicio, tal como lo hacen grandes tiendas como Gigante y Comercial Mexicana y Superama, ya sea telefónicamente o en línea por internet con un catálogo para este efecto. Las compras se pueden llevar a cabo con tarjeta de crédito pero aún no se ha constituido en una forma popular de hacer sus compras por parte de los consumidores.

Otra de las ventajas que ofrecen los detallistas grandes son las tarjetas expedidas por las tiendas de autoservicio que permiten a sus tenedores descuentos y otros beneficios. Por ejemplo, Comercial Mexicana ofrece a sus tarjeta habientes descuentos y acceso a otros servicios, tales como Auto Hogar SOS para emergencias en el carro y en el hogar. Es común que estas tarjetas se compartan con marcas de otras tarjetas respaldadas por entidades bancarias como BBVA Bancomer, GE Capital o Banamex.

Cosméticos y Artículos de Tocado.

Los mexicanos en general son bastante conscientes de la importancia de brindar una buena imagen personal. Los cosméticos y artículos de tocador vendidos son ítems de uso diario tales como shampoo, jabones, acondicionadores de pelo, razadoras y pastas dentales.

Los cosméticos son comprados regularmente y en forma planeada, existe una clara definición de los productos para mujeres y hombres. Por ejemplo, el tinte para cabello es regularmente usado por mujeres mexicanas de más de 30 años. Sin embargo, los hombres cada vez están más al tanto de colorantes para el cabello en especial los adultos jóvenes y hombres de mediana edad son consumidores nuevos para los estos productos.

Los tipos de productos que los mexicanos compran están relacionados con su nivel socio económico: Por ejemplo, las marcas como Pantene y Head & Shoulders ofrecen soluciones para la clase media alta y de altos ingresos, dado que los precios normalmente son elevados, en cambio, las marcas como Palmolive, Caprice suelen ser más atractivas para personas de ingresos medio-bajo, porque son productos de calidad a la mitad de precio de los producidos por Procter & Gamble.

El estilo de peinado también es una forma de proyectar la auto imagen de los mexicanos hacia los demás, por ese motivo se toma particular cuidado al respecto. Esta es la razón por la cual los productos para el cuidado del cabello son los más populares, como es el caso de los shampoos y acondicionadores, que son seguidos por lociones para el cuerpo (body lotions), fragancias, tintes para el cabello, productos para la higiene bucal, productos para el cuidado de la piel, productos para la apariencia del hombre, desodorantes, productos para la ducha y aseo personal, productos para el cuidado de bebés y protectores solares.

Los jabones en barra tienen una amplia gama de calidad y rangos de precios. Por ejemplo, los consumidores de bajos ingresos prefieren marcas como Tip, Sue y Rosa Venus, mientras que la clase de ingresos medio y alto usan Dove, Zest, Escudo, Palmolive y la línea Grisi. La clase de ingresos medio-alto y alto en ingresos pueden ser tanto cambiadores de marcas como compradores regulares. Marcas privadas ("propias") de shampoos, acondicionadores y jabones en barra no son comunes en México.

La belleza en hombres se está constituyendo en una industria en crecimiento. "Metrosexual" está convirtiéndose en una palabra cada vez más popular para describir aquellos hombres que están a la moda y se toman cuidado por ellos mismos. En México, la tendencia por una imagen impecable está concentrada entre hombres de 18 años en adelante y de ingresos medios y altos. Formulas de aceite para hombres y mascara de barro de las marcas Lab Series para Hombre de Aramis se están haciendo cada vez más populares.

Sin embargo, la mayor parte de los productos están orientados hacia las mujeres, que permanece como el sector consumidor más. El crecimiento de la participación de la mujer en el mundo laboral, que trata de dar una mejor apariencia como parte de su avance profesional ha contribuido en el crecimiento de las ventas de cosméticos. Es común que la mujer compre cosméticos por catálogo siendo las compañías más importantes que usan este sistema Avon e Yves Rocher.

Los cosméticos y productos de tocador son normalmente comprados en cadenas de supermercados como Comercial Mexicana, Gigante, Wal-Mart o Chedrauy. Los detallistas especializados de estos productos no son comunes en México. En cambio, las mujeres de ingreso medio-alto y alto prefieren comprar en tiendas departamentales como Liverpool y Palacio de Hierro, que ofrecen marcas de renombre internacional.

Ropa y Calzado

Para la mayoría de la población la ropa y el calzado constituyen compras planeadas. Esto es debido en gran parte a que la población no disfruta de suficiente ingreso disponible para gastar en compras de impulso.

Los consumidores de ingresos bajos, y medio-bajos, tienden a comprar ropa y calzado siguiendo dos tipos de patrones. El primero coincide con el inicio de las clases escolares. Las madres compran nuevas prendas de vestir para los niños para todo el año. En el segundo, una gran parte de la población no puede

comprar la ropa para todo el año y la compra cuando es absolutamente necesario, siendo la principal preocupación el precio.

Los canales preferidos para las compras de la población de bajos ingresos son las cadenas de tiendas como Wal-Mart, Gigante o Comercial Mexicana. Estos venden ropa y calzado así como también comestibles. Los consumidores de ingresos elevados acostumbran a visitar centros comerciales o tiendas de departamentos sin conocer exactamente que van a comprar, por lo que es más común en ellos las compras por impulso. Estos consumidores prefieren llevar a cabo sus compras en Sears o Suburbia. Los de ingresos altos prefieren tiendas departamentales como Liverpool y Palacio de Hierro, que pueden ser considerados como el máximo signo de estatus social en México.

Los mexicanos aprecian particularmente la ropa extranjera. Las marcas internacionales mantienen un atractivo especial para los compradores y son constantemente objeto de piratería. Para aquellos que viven cerca de los Estados Unidos, es muy común hacer varios viajes a la frontera para comprar ropa y calzado para toda la familia. Las principales razones son que existe una gran variedad, surtido y precios más bajos.

Los consumidores gustan de verificar en la tienda la calidad del artículo y se los prueban antes de comprarlos, razón para que las compras por internet de ropa y calzado sean poco comunes, aunque las grandes tiendas departamentales, han incluido "tiendas en línea" en sus páginas web. En México, los consumidores aun no se sienten cómodos haciendo compras con tarjeta de crédito vía internet.

Los centros comerciales están poblados de boutiques. Uno de las más exitosas es la cadena española Zara, que usualmente está llena de gente que sigue la moda. La mayoría de los detallistas de venta de ropa siguen el mismo ciclo: la promoción de ropa de estación con fuertes descuentos ("baratas") al finalizar la temporada. Algunas tiendas departamentales han introducido "las ventas nocturnas", en donde las tiendas departamentales están abiertas hasta la media noche para vender ropa de fin de estación.

De acuerdo a la encuesta Nacional de Consumo de Calzado, en el 2004, cerca de la mitad de las ventas de calzado fueron hechas en zapaterías, seguidas por alrededor de un 19% que son compradas con catálogos. Las tiendas departamentales y centros comerciales cubren el 9% cada uno. Una tercera parte de las compras son hechas en diciembre.

El deseo de marcas de renombre a precios accesibles por parte de la población ha sido el incentivo para las dimensiones alcanzadas por el mercado negro existente en México. El mercado subterráneo para ropa y calzado ofrece considerables descuentos de precio alcanzados a través de contrabando desde países de bajo costo. El mercado negro en México está compuesto por una serie de agentes independientes, mercados callejeros y aún en negocios legalmente establecidos de canales de venta al por menor que obtienen la mercadería contrabandeadada.

Los fabricantes nacionales de ropa están pasando un tiempo difícil compitiendo en precios con estas importaciones ilegales. Para motivar las compras de sus productos, los fabricantes están colaborando con el gobierno para crear bazares similares a los informales para atraer consumidores. Por ejemplo, Bazar Fin de Temporada, es el más grande bazar que tiene lugar varias veces al año en la ciudad de México, apelando a la calidad de los productos y motivos nacionalistas.

Productos para tiempo libre.

Los mexicanos dedican alrededor del 5% de su ingreso disponible para tiempo libre y recreación. Sin embargo, la mayor parte de este gasto se dedica más a actividades que a comprar productos para tal efecto. El tiempo libre es dedicado normalmente a eventos familiares que se llevan a cabo fuera de casa. Los parques públicos son un destino popular, y se ha incrementado esta en las plazas comerciales que se han convertido en centros de esparcimiento. Estos centros comerciales atraen a una gran cantidad de consumidores que lo han tomado como punto de reunión, un lugar para entretenerse o simplemente para pasear e ir viendo los escaparates de las tiendas. En el norte de México que tiene temperaturas extremas, los centros comerciales techados suman sus ventajas el confort del aire acondicionado.

La mayor parte de las compra de productos para esparcimiento y tiempo libre son planeados por razones económicas. Los segmentos de más altos ingresos son los más activos participantes en este mercado. Las actividades de ocupación del tiempo libre incluyen lectura de libros, escuchar música, bajar música de sitios web, compra de CDs y DVDs., fotografía (incrementándose la digital), modelos a escala y juegos de mesa. Sin embargo, en términos generales, pocos mexicanos tienen la lectura como un hobby, y las industrias de CD y DVD sufren por la difusión de los productos falsificados.

Las compras de artículos y ropa deportiva son preferentemente hechas en cadenas de tiendas especializadas como Martí. La ropa deportiva se ha constituido como un medio de difusión de imagen pasando por la calidad y confort. La lealtad de marca en lo relacionado a marcas deportivas es común en los casos de Niké o Adidas.

Las compras por internet aún no son significativas, a pesar de que representa un negocio con gran potencial. La mayoría de los mexicanos aún no confían en proveer los números de sus tarjetas de crédito para llevar a cabo sus pagos, y además tienen dudas sobre el cumplimiento de los tiempos de entrega ofrecidos.

Cuidado de la Salud

Los mexicanos gastan alrededor del 5% de su ingreso disponible en obtener cuidado de su salud. Los medicamentos pueden ser vendidos en lugares autorizados y farmacias, y en todos ellos se requiere un químico farmacéutico responsable.

Al igual que lo que sucede en el canal de alimentos y abarrotes, las pequeñas farmacias han soportado la fuerte competencia de los canales modernos. Las farmacias dentro de las cadenas de supermercados como Comercial Mexicana, Gigante, Chedraui y Wal-Mart son muy populares. Como consecuencia muchas farmacias de barrio han perdido terreno o han tenido que salir del mercado.

Uno de los cambios más significativos en el mercado ha sido la aparición de cadenas de farmacias que ofrecen fuertes descuentos, en esta categoría se encuentran Farmacias del Ahorro y Similares.

Similares ha promovido la difusión y utilización de medicinas genéricas o similares a los de marca pero más barato. Estas son medicinas que ya no son protegidas por patentes y que pueden ser vendidas por cualquier fabricante. En lugar de ser vendidas con un nombre de marca se venden con el nombre del ingrediente activo. Los consumidores son motivados a cambiar de un producto de marca a uno genérico especialmente por recomendación de los dependientes de farmacias sin necesidad de consultarle al médico que originalmente recetó al paciente.

El Mercado de productos OTC, (de venta libre en mostrador), ha crecido en forma notable y paralelo al poblacional. Los Productos OTC más comunes son los antigripales y antitusígenos, así como productos para el sistema digestivo tales como antiácidos. Otros segmentos importantes son los multivitamínicos y suplementos alimenticios así como analgésicos.

Las decisiones de compra de medicamentos están influenciadas por la recomendación de boca en boca y la del farmacéutico, por lo que el mexicano es muy dado a la automedicación reemplazando la prescripción médica para ahorrar en gastos de salud.

México es un país con normas y leyes regulatorias para la fabricación, distribución y venta de medicamentos. Los medicamentos controlados son monitoreados por la Secretaría de Salud y la venta de medicamentos controlados (por ejemplo, psicofármacos) sin una receta de por medio es severamente penalizada.

En la frontera norte, existe un turismo de cuidado de la salud creciente por parte de los estadounidenses que por miles cruzan la frontera para comprar medicamentos en México. El mismo producto fabricado por la subsidiaria de un laboratorio multinacional es más barato en México que en los Estados Unidos. La mayoría de las veces la receta no es requerida, de tal forma que se ahorran la consulta para obtener otro producto. Muchas de las medicinas comparten el mismo nombre a través de la frontera.

Artículos de uso doméstico para mantenimiento y limpieza del Hogar.

Las compras de artículos para mantenimiento y mejora del hogar hechas por los mexicanos son planeadas.

Productos para el mantenimiento tales como limpiadores y detergentes son usualmente comprados siguiendo el mismo patrón de los comestibles o sea, son productos típicos a incluir en las listas de compras del supermercado. Estos productos son comprados preferentemente en supermercados o cadenas de hipermercados tales como Comercial Mexicana, Gigante, WalMart o Soriana.

Las reparaciones del hogar, sean estas pequeñas o grandes usualmente son dejadas en manos de especialistas como plomeros, electricistas y pintores. Estos especialistas normalmente hacen un cargo por materiales usados y mano de obra y tienen sus lugares preferidos de compra para materiales.

Una cadena de tiendas especializada en productos para el mantenimiento del hogar es Home Depot. Si bien muchos de los productos para la mejora del hogar se encuentran en supermercados, la gente prefiere visitar tiendas que venden al por menor porque usualmente tienen una mayor variedad de productos y marcas para escoger.

Los electrodomésticos son principalmente comprados de tiendas departamentales como Sears, Liverpool y Palacio de Hierro por los consumidores de altos ingresos. Entre los individuos de bajos ingresos, el detallista especialista preferido es la tienda Electra. Estas cadenas venden productos a base de créditos que son pagados en pequeñas cuotas semanales. Sin embargo, el consumo de electrodomésticos no es considerado de primera necesidad por muchas familias pobres de México, con excepción de la TV a color.

Mercado Detallista.

En el año 2005 el tamaño del Mercado detallista alcanzó la cifra de 166,176 millones de euros siendo las ventas de abarrotes 80,678 millones de euros, un 48.5% del total. La tendencia de las ventas ha sido negativa e un -4.2% compara el 2005 con la cifra del 2003, siendo una de las causas la competencia entre cadenas que han hecho reducir los niveles de precios en su conjunto.

Según el informe de Planet retail, en el mercado detallista las marcas propias penetraron alrededor del 4% en 2000. La mayoría de las cadenas utilizan sus propias marcas para reducir precios más que lograr extra márgenes.

Los precios de las cadenas detallistas son cruciales, las compañías compiten fuertemente en precios y en promociones, por ejemplo ya es común ver en las entradas de los hipermercados anuncios comparando costos entre tiendas rivales.

	2003	2004	2005
Ventas al detalle (EUR mn)	173,745	163,271	166,176
Ventas al detalle per capita	1,679	1,555	1,560
Ventas Abarrotes	84,885	79,491	80,678
Ventas abarrotes per capita	820	757	757

Abarrotes: incluye alimentos, bebidas, tabaco, farmacia y artículos para el hogar.

Fuente: -intelligence on global retailing M+M PlanetRetail, Grocery retailing report, 2005.

De acuerdo al reporte Grocery retailing de la empresa M+M Planet Retail, del año 2005, los principales detallistas en México fueron las empresas Wal-Mart México, Soriana, Comercial Mexicana (CCM), Grupo Gigante y OXXO.

Compañía	Nº de tiendas	Area de venta Mts2	Promedio de venta por Mto2	Ventas al detalle 2004 (EURmn)	Particip. Mercado (%)
Wal-Mart	694	2,446,123	3,525	10,627	16.0
Soriana	162	1,333,920	8,234	3,145	4.7
Gigante	565	1,229,217	2,176	2,303	3.5
Comercial Mexicana	214	1,010,278	4,721	2,128	3.2
OXXO	3,511	410,919	117	1,650	2.5

Fuente: Grocery Retailing Report, 2005, M+M PlanetRetail

Wal-Mart México (Walmex) es el principal detallista de México, utiliza diferentes esquemas de comercialización como son los hipermercados, tiendas de descuento, membresías en sus grandes bodegas y supermercados como también restaurante y tiendas de ropa.

Walmart está presente en México desde 1991, controla el 51% de Walmex. En términos de ventas la compañía es tan grande como la suma de los siguientes tres detallistas juntos. La estrategia de WalMart

ha sido una expansión agresiva y precios bajos alcanzando en el año 2002 alcanzó la cifra record de ventas USD 10.7 billones.

El segundo detallista importante en México es Soriana. Tiene la imagen de ser una empresa muy bien administrada y tecnológicamente avanzada dentro de los grupos de supermercados de América Latina y consistentemente está por encima de los márgenes promedio del sector. Está enfocado en el segmento de hipermercados, con un crecimiento rápido, habiendo doblado el número de establecimientos y ventas entre 1996 y 2001. Su base de operaciones está en Monterrey y su área de influencia es la región norte de México

Comercial Mexicana (CCM) está controlada por la familia Gonzáles, alrededor del 30% de sus acciones se cotizan en la bolsa mexicana de valores y la de Nueva York. La compañía tiene una sociedad de negocios 50:50 con Costco Wholesale Corporation para operar las tiendas dealmacenes Costco en México. Esta compañía tiene un formato parecido al utilizado por WalMart, es decir, incluye Hipermercados, supertiendas, supermercados, membresías y restaurantes. Como WalMart sus ventas están concentradas en la ciudad de México y en la región central de México.

El grupo Gigante es una compañía pública que cotiza tanto en la bolsa mexicana como en la de los Estados Unidos. Está controlada por la familia Losada. La compañía tiene una sociedad de negocio 50:50 con Radio Shack y Office Depot (ambas americanas). La compañía opera supertiendas, supermercados y tiendas de descuento, así como tiendas con equipos de oficina y electrónicos y cadenas de restaurantes. En el año 2002 la compañía se junta con PriceSmart para abrir cash & carries en México. El territorio de Gigante es la ciudad de México y región central

El quinto detallista es FEMSA Comercio (Oxxo), que opera la mayor cadena de tiendas de conveniencia en América Latina, con más de un millón de clientes por día. La compañía se ha expandido agresivamente en los últimos años, desplazando a Casa Ley un operador de alimentos y mercancías en general del oeste de México y 49% de participación de Safeway Inc. de los estados unidos.

En un esfuerzo por contrarrestar a Wal-Mart (WalMex), los tres grandes detallistas de México, Gigante, Soriana y Comercial Mexicana (CCM) anunciaron en Julio del 2003 una alianza para realizar compras conjuntas y mejorar sus operaciones con el propósito de reducir costos y ampliar sus márgenes manteniendo cada una su independencia, mediante economías de escala, mejoras en tecnología y logística. En julio del 2004 la alianza fue autorizada por las autoridades.

SECCIÓN II.

PRIORIZACIÓN SECTORIAL DE BIENES Y SERVICIOS

Orden	H2	Matriz de Productos Priorizados Sector Agropecuario-Agroindustrial	Índice Promedio POM
3	070920	07.09. Las demás hortalizas (<<incluso silvestres>>), frescas o refrigeradas. 0.7.09.20. Espárragos. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	7.18
4	090420	09.04. Pimienta del género Piper, frutos de los géneros Capsicum Pimienta, secos, triturados o pulverizados.09.04.20. Frutos de los géneros Capsicum o Pimienta secos, triturados o pulverizados. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	6.61
		Paprika o Chile Guajillo, recientemente las exportaciones se han visto afectadas por prácticas no arancelaras.	
10	200560	20.05. Las demás hortalizas (incluso <<silvestres>>), preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), sin congelar, excepto los productos de la partida 20.06. 20.05.60. Espárragos. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	5.95
22	230800	23.08. Materias vegetales y desperdicios vegetales, residuos y subproductos vegetales, incluso en <<pellets>>, de los tipos utilizados para la alimentación de los animales , no expresados ni comprendidos en otra parte. 23.08.00. Harinas de flor de marigold. Las demás. Observ. Harina de marigold (flor de zempasúchitl). PREF. ARAN. 100%	5.27
40	200590	20.05. Las demás hortalizas (incluso <<silvestres>>) preparadas o conservadas, (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar excepto los productos de la partida 20.06. 20.05.90. Alcachofas. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.85
79	080450	08.04. Dátiles, higos, piñas, (ananás), aguacates, (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secas. 08.04.50. Guayabas, mangos y mangostanes. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.10
		Mangos, oportunidad por contra temporada de cosecha con México.	
122	140410	14.04. Productos vegetales no expresados ni comprendidos en otra parte. 14.04.10. Materias primas vegetales de las especies utilizadas principalmente para teñir o curtir . Achiote (onoto, bija). Tara (caesalpineá spinosa) . Los demás. Observ. Las demás. 14041010 Achiote (bija, rocú) . 14041090. Tara en polvo, Cúrcuma agropecuario, Harina de marigold (flor de zempasúchitl). PREF. ARAN. 100% .	3.62
168	121190	12.11. Plantas, partes de plantas, semillas, y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso, cortados, quebrantados o pulverizados. 12.11.90. Los demás: Orégano. Uña de gato. Los demás: hierba luisa. Piretro. Observ. Agropecuario. Orégano. PREF. ARAN.100%	3.37
		Prioritario.	
192	071290	07.12. Hortalizas (incluso <<silvestres>> secas, incluidas las cortadas en trozos o en rodajas, trituradas o pulverizadas pero sin otra preparación. 07.12.90. Ajos. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.26
194	080610	08.06. Uvas , frescas o secas, incluidas las pasas. 08.06.10. Frescas. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.25

Índices de Actividad Comercial Agropecuaria Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
070920	7.18	202,396	779,185	25	Bajo	76
090420	6.61	2,787,098	28,610,056	9	Bajo	19
200560	5.95	193,334	907,138	21	Bajo	-7
230800	5.27	10,574,700	10,574,700	100	Alto	-25
200590	4.85	18,256	10,701,668	0	Bajo	31
080450	4.10	26,400	2,004,597	2	Bajo	-50
140410	3.62	149,563	12,319,831	1	Bajo	-15
051199	3.44	10,138	9,900,873	0	Bajo	-32
121190	3.37	33,490	24,989,756	0	Bajo	-64
071290	3.26	12,505	4,433,169	0	Bajo	-100
080610	3.25	0	97,751,964	0	Bajo	0

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACIÓN	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	070920. Espárragos frescos o refrigerados. 140410. Achiote, Tara para teñir o curtir.		090420 Páprika, Chiles secos. 230800. Harina de Marigold
NO TRADICIONALES CON VALOR AGREGADO	200560. Espárragos preparados o conservados.		
PRODUCTOS NUEVOS	200590. Alcachofas preparadas o conservadas. 080450. Mangos frescos o secos. 080610. Uvas frescas. 121190. Orégano. 071290. Ajos secos. 051199. Cochinilla.		

COMENTARIOS

1. Priorización de Productos y Oportunidades de Mercado

Los productos a consolidarse en el mercado mexicano son la harina de marigold (230800) y el chile páprika (090420), que participan del total de importaciones mexicanas con el 9% y 100%, respectivamente. El óleo resina de marigold, puede representar una oportunidad de diversificación de nuestras exportaciones y posee un mayor valor agregado que la harina.

Los productos con oportunidades de ampliación de exportaciones son: 070920. Espárragos frescos o refrigerados y el 140410. Achiote, Tara para teñir o curtir. Las exportaciones de los espárragos frescos crecieron en 76% en el año 2004, mostrando un gran dinamismo.

Los espárragos en conserva (200560) peruanos participaron con el 21% de las importaciones y, considero que todavía tienen las exportaciones capacidad de ampliación.

El mango (080450) y la uva (080610) frescos son productos nuevos con posibilidades de comercialización, debido a la contra temporada de cosecha que existe entre Perú y México.

El volumen de importación de uvas es elevado, US\$ 97.8 millones y mucho mayor que la del mango que fue US\$ 2.0 millones, que se importa únicamente durante el invierno mexicano.

Las importaciones de alcachofa preparada peruana, crecieron 37% y representa un producto nuevo con potencial siendo el total de importaciones mexicanas de US\$ 10.7 millones.

Se han definido como productos nuevos el achiote y la cochinilla como insumos, el ajo y el orégano. De éstos destaca por su tamaño el nivel de importaciones de orégano por US\$ 24.9 millones.

2. Planes estratégicos regionales de exportaciones (PERX).

Productos, Sectores y Regiones del Perú

PRODUCTOS	SECTORES	REGIONES
Páprika, Chiles secos Marigold Espárragos frescos o preparados Alcachofas preparadas Mangos frescos Uvas frescas Orégano Ajos secos Achiote, Tara para teñir o curtir.	Agroindustrial	La libertad Junín Ica Ancash Ucayali Cajamarca Pasco Piura Lambayeque Arequipa Tacna Cuzco

En la región Ancash la empresa PIVEG que exporta toda su producción de harina de marigold a México, está habilitando el 80% del cultivo de 1800 Has., en el Valle del Santa.

En el Valle de Chavimochic en la región Libertad hay 10,000 obreros que se dedican a los cultivos agrícolas entre ellos el ají páprika.

El objetivo 5 del PERX de la región Ica establece la actividad de promover y fortalecer las cadenas productivas de: páprika, espárrago y mango

El espárrago fresco o refrigerado encabeza la lista de productos prioritarios. El volumen importado por México fue de US\$ 779,185. También se importaron espárragos y alcachofas en conserva por US\$ 907,136 y US\$ 10.6 millones de dólares de respectivamente en el año 2004.

En la región Libertad, el espárrago en conserva fue el segundo producto de exportación y el ocupó el quinto lugar en su forma fresca o refrigerada. Ocupa el primer lugar dentro de los productos a desarrollar para exportación de la región. Los productos agroindustriales más exportados fueron las alcachofas preparadas, espárragos, la caña de azúcar, las demás hortalizas preparadas y la harina de flor de marigold. Los dos productos seleccionados por el equipo regional para elaborar los planes operativos fueron la alcachofa y el ají páprika.

La alcachofa es un producto de gran potencial para la región Junín, compitiendo con la producción costera de esta variedad de hortalizas. El Perú pone énfasis en la comercialización de alcachofas en conservas.

Los tres principales países destino de alcachofas en conserva (2005.90.10.00) son los Estados Unidos, España y Francia. México es un país de grandes oportunidades para la alcachofa con un nivel de importaciones de US\$ 10.5 millones de dólares. El principal exportador de alcachofas del Perú es la empresa Trillium Agro con el 45.67%, seguido de Daper Trujillo S.A.C., con el 17.66% y Camposol con el 17.60% de las exportaciones en el 2004.

El equipo técnico de la región Ancash eligió la alcachofa como producto base para elaborar los POP de cualquier producto con potencial exportador.

En la Región Piura, el mango (kent, ataulfo, alphonso) es el segundo producto más importante para el desarrollo exportador de la región y uno de los tres productos para elaborar su Plan Operativo Producto.

En la región Ica, las uvas frescas encabezan la lista de productos importantes a desarrollar en el PERX.

Uno de los principales productos exportados por la Región Cajamarca fue la Tara, siendo el tercer producto exportado en el año 2002, con un monto de US\$ 501,912. Entre Julio del 2000 y Julio del 2003, productores de Cajamarca exportaron polvo de Tara a mercados europeos por un valor de US\$ 4.6 millones. Se han exportado unas dos mil seiscientas toneladas de tara procesada en polvo que se utiliza en la elaboración de insumos para tratar el cuero. La tara es un producto con ventajas comparativas gracias a que el Perú es el único exportador del mundo. El taller de planeamiento estratégico seleccionó la Tara y la alcachofa como dos de los productos referidos a los planes operativo piloto.

Plan estratégico regional exportador de Pasco contempla el achiote. Perú exporta el achiote en dos presentaciones, como materia prima vegetal para teñir y como extracto, colorante de origen vegetal.

México es el principal importador de materias primas vegetales para teñir con el 36% de participación mundial, importó de Achiote fresco US\$ 12.3 millones de dólares.,

La partida considerada es la 140410 y se refiere al achiote fresco. Las exportaciones de achiote fresco en el 2004 ascendieron a US\$ 1.2 millones, lo que significó un aumento en las exportaciones a nivel nacional del 68%, liderado por Ind. Com. Holguín & Hnos. con el 35.6% del total exportado. México con US\$ 149,563 en importaciones figura dentro de los principales mercados destino, siendo el cuarto mercado en importancia en volumen de exportaciones después de Venezuela, Estados Unidos y España. El mercado mexicano redujo sus compras en un 15% en el 2004.

Para la región Cuzco, el achiote es uno de sus principales productos de exportación en el año 2004, creciendo un 77% con respecto al 2003, siendo la empresa más importante Aicacolor.

Existe una empresa dedicada al procesamiento de la cochinilla y el carmín en la región Arequipa. La cochinilla ocupa el segundo lugar después de la harina de pescado como el producto a desarrollar para exportación en la región. La región eligió al ajo, conjuntamente con la kiwicha orgánica y páprika para elaborar sus planes operativos de desarrollo de exportaciones.

La región Tacna es la primera región de producción de Orégano a nivel nacional con 1074 Has, registradas en el año 2003, representando el 76% del área cultivada nacional y el primer exportador de orégano seco a nivel nacional.

3. Plan Operativo Exportador del Sector Agropecuario-Agroindustrial.

En relación a los objetivos y tareas establecidos por el plan operativo sectorial agropecuario-industrial, considero prioritario los siguientes para desarrollar e incrementar la oferta exportable en México:

- Ampliar y fortalecer la red de oficinas comerciales.
- Elaborar estudios de mercado de productos potenciales y organizar un sistema de monitoreo de los mismos, especialmente los de contra temporada con México.
- Priorizar y seleccionar la asistencia a ferias de acuerdo al potencial de los mercados.
- Mejorar las preferencias arancelarias e aquellas partidas importantes para la ampliación y diversificación de nuestra oferta exportable en el Mercado mexicano.
- Crear normas técnicas para estandarizar la calidad.
- Promocionar joint ventures con empresas mexicanas.

Orden	H2	MATRIZ DE PRODUCTOS PRIORITARIOS SECTOR ARTESANÍAS	Índice Promedio POM
32	711719	71.17. Bisutería . De metal común, incluso plateado, dorado o platinado: 71.17.19.00. Las demás. Observ. De metales comunes, incluso plateados. PREF. ARAN. 100%.	4.99
		Se trata de exportaciones de las empresas Unique, Yobel, Firenze, dedicadas a la producción de cadenas, aretes, colares, anillos, elaborados con cobre y revestidos de dorados o plateado. Sus clientes son grandes cadenas comerciales y exportan a España y América Latina.	
101	650590	65.05. Sombreros y demás tocados , de punto o confeccionados con encaje, fieltro u otro producto textil, en pieza (pero no en tiras), incluso guarnecidos; redecillas para el cabello, de cualquier materia, incluso guarnecidas. 65.05.90. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.79
		No existe la subpartida para averiguar que tipo en específico de esta exportando y de esta manera determinar que tipo de producto podría ser ofrecido.	
132	711319	71.13. Artículos de joyería y sus partes, de metal precioso o de chapado de metal precioso (plaqué). 71.13.19. De los demás metales preciosos, incluso revestidos o chapados de metal precioso (plaqué). Observ. 71.13.19.10. Sortijas, aretes, collares, pendientes, etc., revestidos o chapados de oro. PREF. ARAN. 100%	3.56
		Son tres o cuatro empresas, venden exclusividades, prioridad media, investigar canales de comercialización.	
164	711790	71.17. Bisutería . 71.17.90. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.39
140	970110	97.01. Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano , excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorativos a mano; <<collages>> y cuadros similares. 97.01. 10. Pinturas y Dibujos. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.54
		Pinturas o dibujos hechos a mano, tipo colonial, escuela cuzqueña.	
65	691390	69.13. Estatuillas y demás artículos para adorno, de cerámica . 69.13.90. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.27
		Cerámica diferencial, con posibilidades de comercializar debido a sus diseños modernos, ejemplo la cerámica de chulucanas que es muy competitiva por su estilo.	
105	700992	70.09. Espejos de vidrio enmarcados o no. 70.09.92. Enmarcados. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.75
		Productos con potencial y con prioridad debido a la capacidad de producción, especialmente en Lima.	
150	442090	44.20. Marquetería y taraces; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera , no comprendidos en el Capítulo 94. 44.20.90. Los demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.49
		Se requiere investigar productos exportados y generar un catálogo.	
153	442010	44.20. Marquetería y taraces; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94. 44.20.10. Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.46
		Averiguar que tipo de estatuillas son las que actualmente se exportan a México.	
173	441400	44.14. 00 Marcos de madera para cuadros, fotografías, espejos u objetos similares. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8. Potencial interesante y vinculado a cuadros coloniales, muy bien tallados, Cuzco, Lima y Arequipa.	3.35

ÍNDICES DE COMERCIO SECTOR ARTESANÍAS PERÚ-MÉXICO

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
711719	4.99	2,199,159	22,625,390	10	bajo	8
650590	3.79	33,520	25,469,127	0	bajo	64
711319	3.56	0	217,628,366	0	bajo	0
711790	3.39	52,894	12,417,577	0	bajo	23
970110	3.54	9,436	5,531,644	0	bajo	68
691390	4.27	28,791	6,926,692	0	bajo	7
700992	3.75	11,918	8,349,060	0	bajo	20
442090	3.49	2,272	3,114,930	0	bajo	3
442010	3.46	1,406	4,012,411	0	bajo	86
441400	3.35	9,079	4,955,646	0	bajo	48

MATRIZ DE CLASIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

PRODUCTOS	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES NO TRADICIONALES CON VALOR AGREGADO	711790. Bisutería, los demás.	711719. Bisutería.	
PRODUCTOS NUEVOS	970110. Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano. 711319. Sortijas, aretes, collares, pendientes, etc., revestidos o chapados de oro. 442090. Marquetería y taraces, cofrecillos, artículos de mobiliario de madera. 442010. Estatuillas y demás objetos de adorno de madera. 441400. Marcos de madera para cuadros, fotografías, etc. 650590. Sombreros y demás tocados. Los demás		

COMENTARIOS

1. Priorización de productos y oportunidades de mercado

Los productos de Bisutería pueden diversificarse, las exportaciones peruanas participación con 10% de las importaciones mexicanas y crecieron un 8%. La partida, las demás Bisuterías, podría tener posibilidades de expansión, ya que en el año 2004 las exportaciones peruanas crecieron un 24% y es un segmento donde hay espacio comercial para crecer.

El resto de productos de la Matriz se clasificaron como nuevos. Considero que podemos tener posibilidades de colocar las exportaciones de pinturas y marcos de madera estilo colonial cuzqueño en la industria hotelera mexicana; las importaciones de México en ambos rubros muestran interesantes volúmenes, el de pinturas hechas a mano fue por US\$ 5.5 millones y la de marcos de madera por US\$ 5.0 millones.

En relación a la partida Marquetería y taraces, cofrecillos y estuches para joyas podría ser una oportunidad de mercado el que México posea un gran mercado de joyería y estos productos resultan complementarios para la venta de éste tipo de productos. México importó en ésta partida US\$ 3.1 millones.

Las exportaciones peruanas de espejos de vidrios (700992) crecieron un 20% y el total de importaciones fue de US\$ 8.3 millones, lo que resulta atractivo.

Destaca por su volumen de importaciones, US\$ 217.6 millones, el rubro de Sortijas, aretes, collares, pendientes revestidos o chapados en oro y en donde Perú no exporta a México.

Considero también productos nuevos de oportunidad por la calidad y estilo de la oferta peruana, los muebles de madera con marquetería y las Cerámicas especialmente la de Chulucanas

2. Planes Estratégicos Regionales de Exportación

El sector de Artesanías es importante para el desarrollo exportador de la región Piura y fue uno de los tres productos seleccionados para elaborar los Planes Operativos. Las principales líneas de producción artesanal de la región Piura son: fibra vegetal, alfarería, cerámica, orfebrería, cuero, torneado en madera, zapote, tejidos de punto y tejidos planos.

Entre las principales ciudades que elaboran artesanía en la región destacan: Chulucanas con cerámica, Catacaos con filigrana de plata y Simbalá con cerámica.

Del total de artesanías exportadas por la Región Cuzco, por un monto de US\$ 771.8 miles de dólares en el año 2004, los más importantes productos artesanales fueron las prendas y accesorios de fibras finas con el 43.4%, las cerámicas utilitarias con el 30.5%, bisutería con el 6.7%, peletería 2.2%, en joyería de plata el 1.5% y las pinturas en 0.74%. La región Cuzco seleccionó para la artesanía para uno de sus Planes Operativos.

La región Arequipa seleccionó al sector artesanías como el cuarto en importancia para su desarrollo exportador.

El sector artesanías se incluyó en los Planes Operativos de la región Ayacucho ya que cuenta con los atractivos para desarrollar una línea de productos exportables como tallados en piedra de Huamanga, retablos y cerámica de Quinua. La artesanía ayacuchana cuenta con gran demanda internacional especialmente de Estados Unidos, Asia y Europa.

3. Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía.

Para el desarrollo de la oferta exportable peruana de artesanías en México se requerirá que las empresas:

- utilicen insumos de alta calidad
- promuevan y fortalezcan la implementación de controles de calidad en materias primas y productos terminados
- lleven a cabo estudios de mercados específicos por líneas artesanales;
- posean información sobre los canales de comercialización más adecuados para México y,
- prioricen a México dentro de sus agendas de negocios de exportación de artesanías.

Orden	H2	Productos Prioritarios Sector Maderas y Papeles	Índice Promedio POM
1	440729	44.07 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm. 44.0729 Las demás 44.0729.10 De cedros (Cedrela spp.) Observ. Aserradas. PREF. ARAN. 90% . Exportaciones de cedro principalmente (75%) y Caoba (25%). Se usan principalmente en muebles. Producto No Tradicional Bajo valor agregado. Prioridad media. Principales Proveedores BOSOVICH (USA), VULCANO, DESARROLLO FORESTAL (Iquitos y Ucayali), Mercado para consolidación, es importante por los volúmenes de exportación.	7.89
2	440724	44.07 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm. 44.072 De las maderas tropicales 44.07.24.01 Virola , Mahogany (swietenia spp), Imbula y Balasa. Observaciones Aserradas de Mahogany y Cumala (Virola sp.) . PREF. ARAN. 90%. El principal producto exportado es la Virola, el que más se comercializa, representa aproximadamente el 90%. Es un producto tradicional de porco valor agregado y prioridad media. Requiere de desarrollo forestal.	7.50
9	441214	44.12 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar. 4412.1 Madera contrachapada constituida exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario inferior o igual a6 mm. 44.12. 14.00. Las demás que tengan por lo menos una hoja externa de madera distinta de las coníferas . Observ. Triplay . PREF. ARAN. 100%. Mercado importante, prioritario y de oportunidades. Es interesante el Triplay de Copaiba, es un mercado que todavía no está consolidado, el objetivo es la expansión de mercado para su uso en puertas, muebles de cocina y del hogar. Producto no tradicional de valor medio agregado. Posibilidades de reexportación a estados Unidos ya que los productos finales para los cuales se emplea éste insumo se venden como puerta decorativas, en la construcción, etc.	5.96
14	441299	44.12 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar. 4412.99.00 Las Demás. Observ. Triplay contrachapado con alma, excepto de pino, incluso con adición de otras materias . PREF. ARAN 100%. . Puede emplearse la Catahua en Tripley, es un producto con prioridad alta.	5.61
39	490199	49.01 Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas.49.01.99 Los demás. Observ. Libros; Folletos e impresos similares técnicos, científicos, litúrgicos, en Sistema Braille y semejantes y los de enseñanza . PREF. ARAN 100%. Debido a las ventajas competitivas en precio, se puede diversificar, por ejemplo Catálogos de laboratorios farmacéuticos.	4.88
44	490191	49.01 Libros, folletos e impresos similares, incluso en hojas sueltas. 49.01.91 Diccionarios y enciclopedias, incluso en fascículos . PREF. ARAN 100%. Se recomienda investigar los nichos de mercado para éstos productos.	4.71
48	441219	44.12 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar. 4412.1 Madera contrachapada constituida exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario inferior o igual a6 mm. 44.12.19 Las demás . Observ. Triplay . PREF. ARAN 100%. La Catahua debe entrar en éste grupo, es un mercado que aún no está consolidado. La comercialización de estos productos es principalmente sobre pedido, y tiene una prioridad alta.	4.55
50	440890	44.08.Hojas para chapado (incluidas las obtenidas por cortado de madera estratificada),para contrachapado o para otras maderas estratificadas similares y demás maderas, aserradas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas, unidas longitudinalmente o por los extremos, de espeso inferior o igual a 6 mm. 44.08.90. Las demás. 44.08.90.10 Hojas para chapado (incluidas las obtenidas por cortado de madera estratificada), para contrachapado o para otras maderas estratificadas similares . Observ. Para las maderas aserradas, de más de 5mm. de espesor siguientes: Catahua (Huracrepitans); Copaiba (Copaifera sp.); Lagarto caspi (Calophyllum brasiliense); Cachimbo (cariniana decandra); Pumaquiuro (Aspidosperma macrocarpon); Huayruro (ormosia sp.); Mashonaste (Clarisia racemosa); Ishpingo (Amburana searensis A. Sm.) PREF. ARAN 90% . 44.08.90.20. Las demás maderas aserradas longitudinalmente . Observ: Para las maderas aserradas, de más de 5 mm. de espesor, siguientes: Catahua (Huracrepitans); Copaiba (Copaifera sp.); Lagarto caspi ((Calophyllum brasiliense); Cachimbo (cariniana decandra); Pumaquiuro (Aspidosperma macrocarpon); Huayruro (ormosia sp.); Mashonaste (Clarisia racemosa); Ishpingo (Amburana searensis A. Sm.). PREF. ARAN 90%	4.46
72	940350	Se requiere su difusión en base a muestrarios, es un mercado de oportunidad porque los tonos de éstas maderas no se encuentran en las construcciones en México, son maderas exóticas, como por ejemplo el Chihuaco y la Quinilla, el Estoraque que es una madera bellísima pero escasa, tiene la peculiaridad de poseer un olor agradable. 94.03. Los demás muebles y sus partes. 94.03.50. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8 . Prioridad media se usa en muebles rústicos y contemporáneos.	4.18

		44.07 Madera aserrada o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos, de espesor superior a 6 mm.44.07.99 Las demás. 44.07.99.60 De palo trébol (Amburana cearensis A.SM) Observ. De Ishpingo, aserrada. PREF. ARAN 90% 4407.99.90 Las demás.	
80	440799	Observ. Para las maderas aserradas siguientes: Catahua (Huracrepitans); Copaiba (Copaífera sp.); Lagarto caspi (Calophyllum brasiliense); Cachimbo (cariniana decandra); Pumaquiro (Aspidosperma macrocarpon); Huayruro (ormosia sp.); Mashonaste (Clarisia racemosa).	4.10
82	440920	44.09 Madera (incluidas las tablillas y frisos para parqués sin ensamblar) perfilada longitudinalmente (con lengüetas, ranuras, rebajes, acanalados, biselados, con juntas en y molduras, redondeados o similares) en una o varias caras, cantos o extremos, incluso cepillada, lijada o unida por los extremos. 44.09.20 Distintas de las coníferas . 44.09.20.10 Tablillas frisos para parqués, sin ensamblar.44.09.20.20. Madera moldura 44.09.20.90 Los demás. NO INCLUIDO EN ACE NO.8 Producto No Tradicional con Valor agregado, máxima prioridad. Se refiere a Parqués y machambrados, frisos, tablillas, sin terminar.	4.04
85	441213	44.12 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar.44.12.1. Madera contrachapada constituida exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario inferior o igual a 6 mm ,44.12.13.00. Que tenga, por lo menos, una hoja externa de las maderas tropicales citadas en la nota de subpartida 1 de éste Capítulo.Observ. Triplay. PREF. ARANC. 100% . Productos muy importantes.	4.02
90	940360	94.03. Los demás muebles y sus partes. 94.03.60. Los demás muebles de madera. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.95
96	491110	Producto Nuevo. Retrata principalmente de mesitas de noche, de centro. Prioridad media. 49.11 Los demás impresos, incluidas las estampas, grabados y fotografías. 49.11.10. Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.86
97	441820	44.18 Obras y piezas de carpintería para construcciones, incluidos los tableros celulares, los tableros para parqués y tablillas para cubierta de tejados o fachadas (<<shingles>> y <<shakes>>), de madera. 44.18.20 Puertas y sus marcos, contramarcos y umbrales de madera .Observ. Puertas PREF. ARAN 100% . Zócalos, molduras de frisos para pared y decorados.	3.81
134	940169	94.01 Asientos (excepto los de la partida 94.02), incluso los transformables en cama, y sus partes. 94.01.69. Los demás asientos con armazón de madera. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8 Son principalmente sillones o puffs.	3.56
149	440839	44.08 Hojas para chapado (incluidas las obtenidas por cortado de madera estratificada), para contrachapado o para otras maderas estratificadas similares y demás maderas, aserradas longitudinalmente, cortadas o desenrolladas, incluso cepilladas, lijadas, unidas longitudinalmente o por los extremos, de espesor inferior o igual a 6 mm. 44.08.03. De las maderas tropicales citadas en la Nota de subpartida 1 de este Capítulo: 44.08.39 Las demás. 44.08.39.10 Hojas para chapado, para contrachapado (incluso unidas) de las demás maderas tropicales citadas en la Nota de subpartida 1 de este Capítulo, de espesor inferior o igual a 6 mm. Observ. Aserradas de más de 5 mm. de espesor: De caobas; de Cumala (Virola sp.); De cedros (genero cedrela). 44.08.09.20. Las demás maderas tropicales citadas en la Nota de subpartida 1 de este Capítulo, aserradas longitudinalmente , de espesor inferior o igual a 6 mm. Observ. Aserradas, de más de 5 mm. de espesor: De caobas; de Cumala (Virola sp.); De cedros (genero cedrela). PREF. ARAN 90% .	3.49
200	441900	44.19.00. Artículos de mesa o de cocina, de madera. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.22

Sector Maderas y Papeles
Índices de Actividad Comercial Perú-México

<i>H2</i>	<i>Índice Promedio POM</i>	<i>Exportaciones de Perú a México</i>	<i>Importaciones Totales de México</i>	<i>Nivel de saturación del mercado</i>	<i>Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México</i>	<i>Cuota de Perú en el mercado mexicano</i>
440729	7.89	7,661,233	16,838,017	medio	29	45
440724	7.50	12,257,531	17,139,397	alto	15	72
441214	5.96	4,369,757	21,334,423	bajo	27	21
441299	5.61	828,580	3,409,404	bajo	49	25
490199	4.88	797,449	317,234,204	bajo	92	0
490191	4.71	622,990	46,739,842	bajo	100	1
441219	4.55	1,674,679	88,315,829	bajo	56	2
440890	4.46	1,211,535	28,810,616	bajo	100	4
940350	4.18	26,996	30,838,034	bajo	97	0
440799	4.10	526,311	73,386,848	bajo	85	1
440920	4.04	96,397	47,811,398	bajo	39	0
441213	4.02	1,110,218	79,551,317	bajo	24	1
940360	3.95	6,472	61,345,986	bajo	18	0
491110	3.86	256,207	114,569,756	bajo	-9	0
441820	3.81	50,244	12,437,239	bajo	-86	0
940169	3.56	336	7,438,722	bajo	7	0
440839	3.49	138,345	7,992,481	bajo	0	2
441900	3.22	625	2,733,727	bajo	-31	0

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACIÓN	DIVERSIFICACIÓN	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	<p>44121400. Triplay con hoja externa distinta de coníferas</p> <p>44129900. Triplay contrachapado con alma excepto de pino</p> <p>441219. Triplay demás maderas.</p> <p>44079960 y 44079990. Maderas aserradas 6 mm. Catahua, Copaiba, Lagarto Caspi, Cachimbo, Pumaquiro, Huayruro, Mashonaste</p> <p>44121300 Madera contrachapada con hoja externa de madera tropical 6 mm. .Triplay</p>	<p>44089010 y 44089020. Hojas para chapado 5 mm. para las maderas aserradas Catahua, Copaiba, Lagarto Caspi, Cachimbo, Pumaquiro, Huayruro, Mashonaste, Ishpingo.</p> <p>441900. Hojas para chapado aserradas 6 mm., de Caobas, de Cumala, de Cedros,</p>	<p>44072910 Maderas Aserradas de Cedros.</p> <p>44072401. Maderas Aserradas Tropicales. Virola y Mahogany.</p>
NO TRACIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	<p>44092010. Tablillas frisos para parqués.</p> <p>44092020 Madera Moldura.</p> <p>441820. Puertas de madera y sus marcos y contramarcos y umbrales.</p> <p>491110. Impresos publicitarios, catálogos comerciales</p>	<p>490199. Libros, Folletos e impresos similares.</p> <p>490191. Diccionarios y enciclopedias.</p>	
PRODUCTOS NUEVOS	<p>940350. Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios.</p> <p>940360. Los demás muebles de madera.</p> <p>940169. Los demás asientos de armazón de madera.</p> <p>441900. Artículos de mesa o de cocina de madera.</p>		

COMENTARIOS

1. Priorización de Productos y Oportunidades de Mercado

Las maderas aserradas de Cedro (44072910) y de Virola, Cumala (44072401) ocupan la primera y segunda posición en la Matriz de productos priorizados de la oferta exportable peruana con una participación del total de importaciones mexicanas del 29% y 15% respectivamente. Estos dos mercados requieren consolidarse en México.

Existen enormes posibilidades de diversificación de las hojas de chapado, debido a la gran variedad de especies tropicales muchas de ellas desconocidas en el sector construcción. (4489010 y 44089020). Asimismo hay que enfatizar las oportunidades de reexportación de muebles mexicanos, conteniendo maderas peruanas, al mercado de los Estados Unidos.

Se identifican las tabillas para parqués, molduras, puertas y sus marcos como segmentos de mercado de gran potencial para las exportaciones peruanas y por su valor agregado. Las importaciones de México de éstas partidas fueron: Tabillas frisos para parqués y Madera Moldura (44092020) de US\$ 47.8 millones; Puertas de madera y sus marcos y contramarcos y umbrales (441820) de US\$ 12.4 millones.

El Triplay es sus diversas modalidades tiene capacidad de ampliación de sus exportaciones, en el año 2004 participaron del total de exportaciones de la siguiente manera: Triplay con hoja externa distinta de coníferas (44121400), 27%; Triplay contrachapado con alma excepto de pino (44129900), 49%; Triplay demás maderas (441219), 56%; Maderas aserradas 6 mm. De Catahua, Copaiba, Lagarto Caspi, Cachimbo, Pumaquiro, Huayruro, Mashonaste (44079960 y 44079990) con el 85%; Madera contrachapada con hoja externa de madera tropical 6 mm. .Triplay (44121300) el 24%.

En el Sector papeles considero que existe una gran oportunidad de expansión de sus exportaciones con impresos y catálogos publicitarios y de diversificación con libros y folletos (490199). El total de importaciones mexicanas de ésta partida alcanzó la cifra de US\$ 317.2 millones.

2. Planes Regionales Estratégicos de Exportación

PRODUCTOS	SECTORES	REGIONES DEL PERU
Madera aserrada Tornillo, Cedro, Caoba, Cumala	Forestal Maderable y Manufactura.	Ucayali, Junín Loreto, San Martín y Madre de Dios

La industria del aserrío es la más representativa del sector y los más importantes aserraderos están ubicados en las regiones Ucayali, Junín, Loreto, Madre de Dios y San Martín.

En la región Junín es importante la participación de la empresa maderera Vulcano S.A.C., que exportó más de dos millones de dólares.

En la Región Loreto, el recurso maderable cubre el 80% de su territorio y constituye el 57% de la superficie de bosque de protección del país. En la región son importantes las especies maderables como la Lupuna, Caoba, Lagarto Caspi, Tornillo, Maruja, Moena, Capínuri, Ishpingo, Catahua, Cumala, entre otros. La madera y muebles se encuentran entre los sectores más importantes, siendo la madera aserrada de virola mahogany el de mayor importancia y es exportada a México. Las principales empresas exportadoras son Alpi Rosa (16.94%), Triplay Enchapes (9.95%) y Forestal Industrial Yavari (8.86%). El sector maderas representa el 86.87% de las exportaciones de la región. México es el segundo país destino de sus exportaciones con el 40%, le sigue los Estados Unidos con el 42%. La región seleccionó dentro de sus planes piloto, la madera con valor agregado.

La región Ucayali contribuye con el 59.2% de las maderas aserradas. Dentro de las principales especies madereras se puede mencionar: Caoba, Cedro, Ishpingo, Tornillo, Copaiba entre muchos otros. La industria maderera es la más importante de Ucayali. 457 empresas dedicadas a la transformación de madera, el 41.1% del total regional. El más importante producto de madera fue la de tabillas cepilladas con una participación del 42.2% en el total industrial. Principales especies utilizadas Lupaza (30%), Tornillo (10.8%) y Capirona (10.6%). La región cuenta con 4'089, 926 Has disponibles para concesiones de

actividades forestales. Principales productos exportados Maderas contrachapadas (55%), 28% maderas aserradas, 13% por tablillas y frisos para parqués. Empresas más importantes maderas contrachapadas son Industrias Ucayali y Triplay Amazónico. Las maderas aserradas se encuentran lideradas por Consorcio Maderero con el 49% de participación; en tablillas y frisos para parqués están Industrias Ucayali con el 48% y Palacios Hnos. con el 34%. México representó el 78% de las exportaciones de madera contrachapada.

En la región San Martín la producción maderera aserrada, alcanzó la cifra de 33,617 m³ en el 2003, siendo las principales especies madereras: Tornillo (39.4%), Estoraque (20.3%), Moena (7%), Cedro Huasca (5.8%), Caoba (4.1%) e Ishpingo (2.7%). Las Maderas aserradas ocupan el segundo lugar de productos exportados, US\$ 2.5 millones en el 2004, principalmente maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente y tablillas y frisos para parqués con el 12%. Las principales empresas exportadoras de la región en el 2004 fueron H&E Maderas con el 13%, seguido por King Lumber Company (13%), Consorcio Maderero (12%) y Maderera Vulcano (11%).

En términos de oportunidades de mercado para expansión y diversificación de la oferta exportable en México identificamos los siguientes productos:

Los parqués - 44.09. (machimbrados, frisos, tablillas sin terminar),
El Triplay-44.12 (decorativo y para construcción),
Puertas y sus marcos-44.18 (para principales e interiores),
Muebles rústicos y contemporáneos-94.03,
Chapas-44.08,
Molduras-44.18.

El objetivo de las exportaciones de maderas aserradas es que se consoliden en el mercado mexicano.

3. Plan Operativo Exportador Forestal Maderable.

Considero que para el logro de los objetivos de Desarrollo y Penetración de mercados contemplados en el Plan Operativo Exportador del Sector Forestal Maderable, se requerirá ampliar y fortalecer la red de oficinas comerciales en México y elaborar estudios de mercado para productos como el parqué y triplay con la participación de expertos locales e itinerantes.

La difusión en México de las ventajas competitivas del sector maderero es fundamental para insertar más variedades en el mercado de la industria de la madera y de la construcción mexicana y posicionarnos como proveedores líderes para productos terminados mexicanos y para la reexportación a los Estados Unidos.

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Metal-Mecánica	Índice Promedio POM
92	848490	84.84. Juntas metaloplásticas; surtidos de juntas de distinta composición presentados en bolsitas, sobres o envases análogos; juntas mecánicas de estanqueidad.84.84.90. Los demás. Observ. Juegos o surtidos de juntas, de distinta composición. PREF. ARAN. 100%.	3.91
		Empaquetaduras para motores de uso para vehículos (ligeros y de carga), Industrial (compresoras). Productos con experiencia en el mercado y con potencial para crecer. Por ejemplo, empresa PEVISA. Producto no tradicional con valor agregado. La partida es para juegos de juntas (cajas).	
129	841391	84.13. Bombas para líquidos, incluso con dispositivo medidor incorporado; elevador de líquidos. Partes: 84.13.91. De bombas: Para distribución y venta de carburante, de motores de aviación, para carburante, aceite o refrigerante de los demás motores y las demás. Observ. Para bombas centrífugas y equipos absorbentes de los ítem 84.13.19.00 y 8413.70.00 excepto de bombas utilizadas en las piscinas de la partida 95.06. PREF. ARAN. 100%	3.58
		Producto Nuevo con Potencial.	
148	847330	84.73. Partes y accesorios (excepto los estuches, fundas y similares) identificables como destinados exclusiva y principalmente a las máquinas o aparatos de las partidas 84.59 a 84.72. 84.73.30. Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.49
		Por investigar detalles de esta partida arancelaria.	
160	732510	73.25. Las demás manufacturas moldeadas de fundición, hierro o acero. 73.25.10. De fundición no maleable. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.40
		Fundición no maleable para siderúrgicas. Producto no tradicional con valor agregado medio (únicamente diseño).	
163	853710	85.37. Cuadros, paneles, consolas, armarios y demás soportes equipados para varios aparatos de las partidas 85.35 u 85.36, para control o distribución de electricidad , incluidos los que incorporen instrumentos o aparatos del Capítulo 90, así como los aparatos de control numérico, excepto los aparatos de conmutación de la partida 85.17. 85.37.10. Para una tensión inferior o igual a 1.000 v. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.39
		Supongo que son las celdas de control de la tensión media para uso en fábricas. Perú tiene potencial por desarrollar por las hidroeléctricas. Ejemplo, Corporación Electro Andra (CEA). Por confirmar detalles de partida.	
167	848410	84.84. Juntas metaloplásticas; surtidos de juntas de distinta composición presentados en bolsitas, sobres o envases análogos; juntas mecánicas de estanqueidad. 84.84.10. Juntas metaloplásticas. Obs. Juntas metaloplásticas. PREF. ARAN. 100%	3.38
		Empaquetaduras metaloplástica. Mercado con potencial para desarrollar. La partida se refiere a presentaciones individuales de empaquetaduras. Ejemplo, empresa PEVISA	
180	841370	84.13. Bombas para líquidos , incluso con dispositivo medidor incorporado; elevador de líquidos. 84.13. 70. Las demás bombas centrífugas . Observación: Con impulsor centrífugo helicoidal, especiales para descargas de sólidos en suspensión, en líquido; Equipo absorbente o de bombeo de pescado de embarcaciones, a, planta que consta fundamentalmente de tres bombas, separador de aire y transmisión. PREF. ARAN. 100%.	3.31
		Producto con potencial para desarrollar, por ejemplo, empresa Hidrostral.	
184	847490	84.74. Máquinas y aparatos de clasificar, cribar, separar, lavar, quebrantar, triturar, pulverizar, mezclar, amasar o soba, tierra piedra u otra materia mineral sólida (incluidos el polvo y la pasta); máquinas de aglomerar, formar o moldear combustibles minerales sólidos, pastas cerámicas, cemento, yeso o demás materias minerales en polvo o pasta; máquinas de hacer moldes de arena para fundición.84.74.90. Partes. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.29
		Esta partida en particular es interesante. Se trata de partes de máquinas para mder diversos materiales (para minería) y harina de pescado. Nuevo producto en México. Se exporta a otros países. Las empresas peruanas tienen experiencia en el sector minero, construcción y pesca. Por ejemplo, la empresa Fundición Callao y Fundición Ventarilla.	
191	848590	84.85. Partes de máquinas o aparatos , no expresadas ni comprendidos en otra parte de este Capítulo, sin conexiones eléctricas, partes aisladas eléctricamente, bobinados, contactos ni otras características eléctricas. 84.85.90. Las demás: engrasadores no automáticos, aros de obturación (retenes o retenedores) y los demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8. Retenes y graseras para uso vehicular, lo produce empresa PEVISA y Willy Bush. Mercado por desarrollar, casi nuevo.	3.27

Índices de Comercio Sector Meta-Mecánico Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el Mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
848490	3.91	901,984	50,722,141	2	bajo	-3
841391	3.58	10,504	114,723,326	0	bajo	24
847330	3.49	10,107	4,740,306,799	0	bajo	28
732510	3.40	21,247	4,654,983	0	bajo	50
853710	3.39	897	408,441,524	0	bajo	100
848410	3.38	117,892	37,071,913	0	bajo	8
841370	3.31	98,545	81,150,404	0	bajo	2
847490	3.29	14,638	36,299,091	0	bajo	82
848590	3.27	42,690	81,616,769	0	bajo	-10

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTO	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES			
NO TRADICIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	848490. Juegos de Empaquetaduras. 848410. Presentaciones individuales de empaquetaduras.		
PRODUCTOS NUEVOS	841391. Partes para bombas centrífugas. 847330. Partes y accesorios de máquinas. 732510. Manufacturas de fundición no maleable. 853710. Paneles para control de tensión inferior o igual a 1000 v. 841370. Bombas centrífugas. 847490. Partes para máquinas para clasificar, cribar, separar, lavar, etc., 848590. Engrasadoras no automáticas y retenes.		

COMENTARIOS

1. Priorización de productos y oportunidades de mercado.

El producto con mayor volumen de exportaciones del grupo seleccionado en la Matriz, es el de juegos de juntas de empaquetaduras (848490), US\$ 901, 984 dólares, en el que México importa más de 50 millones de dólares. Este es un producto con potencial de ampliación al igual que el de Empaquetaduras metaloplásticas individuales (848410).

El resto de partidas del sector metal-mecánico se clasifican como productos nuevos. Resulta de particular interés el de la partida 847490, partes de máquinas para clasificar, cribar, separar, moles, etc., debido a que el Perú tiene experiencia en este producto para el sector minero, construcción y pesca. El volumen de importaciones de México para éste rubro fue de US\$ 36.3 millones.

Resulta interesante por su volumen de importaciones que realizó México el año 2004 la partida de Paneles para control de electricidad de alta tensión (853710) alcanzando la cifra de US\$ 408.4 millones. Perú tiene experiencia en éste mercado por las hidroeléctricas.

Finalmente, el Perú tiene posibilidades de introducir al mercado Bombas centrífugas y Retenes en ambos rubros las importaciones mexicanas rebasan los 80 millones de dólares.

El sector metal mecánico está concentrado en Lima.

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Minería no Metálica	Índice Promedio POM
38	252890	25.28. Boratos naturales y sus concentrados (incluso calcinados), excepto los boratos extraídos de las salmueras naturales; ácido bórico natural en un contenido de H3BO3 inferior o igual al 85% calculado sobre producto seco. 25.28.90. Los demás. Observ. Boratos de calcio (pandermita, priceita y otros). PREF.ARAN. 100%	4.89
		Peru produce borato calcinado, es un producto no tradicional con bajo valor agregado. Importante para la región Arequipa.	
51	700721	70.07. Vidrio de seguridad constituido por vidrio templado o contrachapado. Vidrio contrachapado: de dimensiones y formatos que permitan su empleo enautomóviles, aeronaves, barcos u otros vehículos. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8	4.46
		Vidrio templado (antibalas) para el blindaje de vehículos. En un producto no tradicional con alto valor agregado. Los producen empresas como AGP, Autoglass Peruana. Es un producto importante por capacidad. Industria localizada en Lima.	
57	681310	68.13. Guarniciones de fricción (por ejemplo: hojas, rollos, tiras, segmentos, discos, arandelas, plaquitas) sin montar, para frenos, embragues o cualquier órgano de frotamiento, a base de amianto (asbesto), de otras sustancias minerales o de celulosas, incluso combinados con textiles o demás materias. 68.13.10. Guarniciones para frenos. PREF. ARANC. 100%.	4.35
		Guarniciones para frenos, alto uso en metros y ferrocarriles. Alto valor agregado. Prioritario y con potencial en México. Lo produce la empresa Frenosa.	
86	680221	68.02. Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas, excepto las de la partida 68.01; cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural (incluida la pizarra), aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo de piedra natural (incluida la pizarra), coloreados artificialmente. Las demás piedras de talla o de construcción y sus manufacturas, simplemente talladas o aserradas, con superficie plana o lisa: 68.02.21. Mármol, travertinos y alabastro. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.00
		Producto no tradicional alto valor agregado, importante para la región sierra centro, Junín. Prioritario	
105	700992	70.09. Espejos de vidrio enmarcados o no. 70.09.92. Enmarcados. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.75
		Potencial y prioritario por capacidad. Importante. Industria localizada en Lima.	
127	681290	68.12. Amianto (asbesto) en fibras tabajado; mezclas a base de amianto a base de amianto y carbonato de magnesio; manufacturas de estas mezclas o de amianto (por ejemplo: hilados, tejidos, prendas de vestir, sombreros y demás tocados, calzado, juntas), incluso armadas, excepto las de las partidas 68.11 ó 68.13. 68.12.90. Las demás: NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.60
		Confecciones de ropa de seguridad.	
147	680520	68.05. Abrasivos naturales o artificiales en polvo o granulados , con soporte de materia textil, papel, cartón, constituido solamente por papel o cartón u otras materias primas, incluso recortados, cosidos o unidos de otra forma. 68.05.20. Con soporte constituido solamente por papel o cartón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.49
		Hay un gran potencial para los abrasivos industriales (región Arequipa). Demanda tiene relación Chile, Bolivia, Brasil y Venezuela. Mercado interesante.	
171	680291	68.02. Piedras de talla o de construcción trabajadas (excluida la pizarra) y sus manufacturas, excepto las de la partida 68.01; cubos, dados y artículos similares para mosaicos, de piedra natural (incluida la pizarra), aunque estén sobre soporte; gránulos, tasquiles (fragmentos) y polvo de piedra natural (incluida la pizarra), coloreados artificialmente. Las demás: 68.02.91. Mármol, travertinos y alabastro. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.36
		Producto prioritario. Importante para la región Junín.	

Índices de Comercio Sector Minería No Metálica Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
252890	4.89	38,749	1,310,088	3	bajo	39
700721	4.46	95,251	33,968,991	0	bajo	100
681310	4.35	137,049	15,344,924	1	bajo	100
680221	4.00	92,128	13,361,286	1	bajo	100
700992	3.75	11,918	8,349,060	0	bajo	20
681290	3.60	226,022	4,682,496	5	bajo	-12
680520	3.49	9,000	12,364,121	0	bajo	18
680291	3.36	28,679	5,393,300	0	bajo	100

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	252890. Boratos del calcio.		
NO TRADICIONALES CON VALOR AGREGADO	681310. Guarniciones para frenos. 681290. Trajes de asbesto.		
PRODUCTOS NUEVOS	700721. Vidrios de seguridad. 700992. Espejos de vidrio enmarcados. 680520. Abrasivos naturales o artificiales. 680221. Piedras de talla trabajadas. Mármol travertino.		

Comentarios

1. Priorización de productos y oportunidades de mercado

El producto mejor posicionado de la Matriz de productos relacionados con la Minería No Metálica el de trajes de seguridad de asbesto con el 5% de participación de un total de importaciones de US\$ 12.3 millones de dólares. Las guarniciones para frenos (681310) es un rubro interesante para ampliación de mercado.

Los boratos tienen posibilidades de ampliación al participan con el 3% de un total de importaciones de US\$ 1.3 millones y que creció el 39% en el año 2004.

Un segmento importante por el nivel de importaciones mexicanas es el de los vidrios de seguridad, cuyas importaciones fueron de US\$ 34 millones y las exportaciones peruanas fueron de US\$ 95.3 miles de dólares constituyéndose en un Producto Nuevo con potencial.

Si consolidamos las partidas 680221 y 680291, el segmento de Mármoles travertinos tallados y sus manufacturas se constituyen en una categoría interesante de los Productos Nuevos al sumar las importaciones mexicanas US\$ 18.8 millones, con exportaciones peruanas que alcanzaron la cifra de US\$ 120.8 miles.

Un segmento de productos nuevos a explorar en el mercado mexicano es el de los vidrios enmarcados con el que Perú cuenta con capacidad instalada y México importó la cantidad de US\$ 8.3 millones.

2. Planes Regionales Estratégicos de Exportación

PRODUCTOS	SECTOR	REGIONES
Boratos de Calcio. Mármol travertino.	Minero no metálico	Junín Arequipa.

Junín cuenta con importantes cantidades de recursos minerales no metálicos, el mármol travertino participó con el 20.1% del total de reservas no metálica y produjo 826 TM en el año 2003. La mayoría de las empresas dedicadas a ésta área lo hacen a pequeña escala (mineras Mármoles y Granitos S.S y Minera Centro).

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Pesca	Índice Promedio POM
19	030749	03.07. Moluscos , incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos , excepto los crustáceos y moluscos, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de invertebrados acuáticos, excepto los crustáceos, aptos para la alimentación humana. Jibias (<i>Sepia officinalis</i> , <i>Rossia macrosoma</i>) y globitos (<i>Sepia ssp.</i>); Calamares y potas (<i>Ommastrephes ssp.</i> , <i>Loligo ssp.</i> , <i>Nototodarus ssp.</i> , <i>Sepioteuthis spp.</i>).03.07.49. Los demás. Observación. Congelados. PEF. ARAN. 100 %.	5.38
		En esta partida se seleccionó a la Pota (calamar gigante) congelada por sus posibilidades de procesamiento en México (empanizado, anillos, no incluida en esta partida) además de ser un producto con el que Perú tiene experiencia exportadora exitosa en Asia.	
26	030420	03.04. Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. 03.04.20. Filetes congelados. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	5.19
		Los productos que puede ser ofertados en esta partida son el Perico (Dorado, Mahi Mahi) congelado en filete de gran demanda en México, merluza, caballa, congrio, lenguado, atunes blancos y los filetes de Trucha congelados.	
37	160590	16.05. Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados. 16.05.90. Los demás. 16.05.90.20. Preparados o conservados de almejas Observ. Conservas. PEF. ARAN. 75% 16.05.90.41. Preparados o conservados de choros o choro zapato (Choromylus chorus); Cholgas o cholguas (Aulacomya ater ater, Aulacomya magellanica) Observ. Conservas. PEF. ARAN. 78% . 16.05.90.72. Preparados o conservados de locos. Observ. Preparado o conservados. PEF. ARAN. 78% . 16.05.90.73. Preparados o conservados de machas (<i>Mesodesma donacium</i> , <i>Solen macha</i>). Observ. Conservas. PEF. ARAN. 78% 16.05.90.79. Preparados o conservados de los demás moluscos. Observ. Conservas de Abulones. (abulones).PEF. ARAN. 75% .	4.92
		Los productos con potencial para esta partida son: Conservas de Almejas, Choros, Machas, Navajas, Caracol y Abulones (Baby Locos).	
42	030110	03.01. Peces vivos. 03.01.10. Peces ornamentales. PEF. ARAN. 100%.	4.83
		<i>Trigrinus peruvianus</i> , arawana, el pez torre, el pez torre y las rayas entre las especies grandes, y Bleeding Herat y una amplia gama de coridoras.	
63	030379	03.03. Pescado congelado , excepto los filetes y demás carne de pescado de la partida 03.04. Los demás pescados, excepto los hígados, huevas y lechas: 03.03.79. Los demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.28
66	030490	03.04. Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados. 03.04.90. Los demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.25
68	030729	03.07. Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; invertebrados acuáticos, excepto los crustáceos y moluscos, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y "pellets" de invertebrados acuáticos, excepto los crustáceos, aptos para la alimentación humana.03.07.29. Veneras (vieiras), volandeiras y demás moluscos de los géneros (<i>Pecten</i> , <i>Chlamys</i> o <i>Placopecten</i>). Los demás: Veneras (vieiras, concha de abanico) y los demás. Observ. Congelados. PEF. ARAN. 100%.	4.23
		El producto es la Concha de Abanico.	
113	030613	03.06. Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y <<pellets>> de crustáceos, aptos para la alimentación humana. 03.06.13. Congelados: Camarones, langostinos y demás decápodos natantia: Enteros, colas sin caparazón, colas con caparazón sin cocer en agua o vapor, colas con caparazón cocidos en agua o vapor. Observ. Excepto camarones. PEF. ARAN. 100%	3.68
		Langostas y Langostinos	
117	160419	16.04. Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado. Pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado. 16.04.19. Los demás. Observ. De Jurel. PEF. ARAN. 70%	3.64
		Dentro de esta partida propongo se adicione la Sardinilla (Anchoveta) en salsa de tomate como sustituto de la sardina en salsa de tomate (de preferencia en envase tipo oval) de amplia aceptación y demanda en el mercado mexicano.	
135	160415	16.04. Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado. Pescado entero o en trozos, excepto el pescado picado. 16.04.15. Caballas. PEF. ARAN. 70%	3.56

Índices de Comercio Sector Pesca Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
030749	5.38	218,092	3,981,574	5	bajo	100
030420	5.19	194,828	54,354,857	0	bajo	11
160590	4.92	334,254	8,159,490	4	bajo	-44
030110	4.83	135,937	2,837,977	5	bajo	2
030379	4.28	136,604	14,268,750	1	bajo	100
030490	4.25	31,877	1,590,374	2	bajo	0
030729	4.23	13,656	146,018	6	bajo	-50
030613	3.68	8,492	25,657,716	0	bajo	0
160419	3.64	23,717	1,738,759	1	bajo	50
160415	3.56	12,768	200,099	17	bajo	0

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	030749. Pota congelada y otros moluscos invertebrados. 030729. Conchas de abanico congeladas.		
NO TRADICIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	160415. Conservas de Caballa	030110. Peces Ornamentales. 160590. Conservas de Pota, Choros, de machas, almejas, navajas, de Caracol Chocolate, Abulones (Baby Locos)	
PRODUCTOS NUEVOS	030420. El filete de Perico, Pejerrey, Congrio y Trucha. 030490. Filetes congelados. 160419. Conservas de sardinilla (Anchoveta) 030613. Langostas y langostinos.		

COMENTARIOS

1. Priorización de Productos y Oportunidades de Mercado.

Los moluscos invertebrados como la Pota (030749) y las Conchas de Abanico (030729) se identifican como mercados para ampliación. La Pota es consumida en México reprocesada en anillos y empanizado siendo el total de importaciones mexicanas de la partida Moluscos invertebrados de US\$ 4.0 millones.

Los peces ornamentales (030110) si bien son productos no tradicionales, por tratarse de un mercado especializado se han clasificado como de alto valor agregado y con posibilidades de diversificación. México importó US\$ 2.8 millones de ésta partida.

Los productos no tradicionales con valor agregado son las conservas de Caballa (160415) incluidas en oportunidades de ampliación, con una participación de las importaciones del 17% y, las conservas de mariscos (160590) para diversificación. Los mariscos que estamos proponiendo para el mercado mexicano son: Pota, Choros, machas, almejas, navajas, caracol Chocolate y abulones (baby locos), siendo el volumen de importaciones de US\$ 8.2 millones y las exportaciones peruanas participan con el 4% de éstas.

Los principales productos nuevos propuestos son los filetes congelados de Perico, Pejerrey, Congrio y Trucha (030420).

Asimismo, considero que la conservas de anchoveta en salsa de tomate podría tener oportunidad en el mercado mexicano, debido a su bajo costo y por ser la Sardina entomatada en presentación oval un alimento de consumo popular.

2. Planes Regionales Estratégicos de Exportación.

PRODUCTOS	SECTORES	REGIONES DEL PERU
Pota, Conchas de abanico, Conservas de Caballa, Jurel y Anchoveta, conservas de Choros, machas, almejas, navajas, de caracol y abulones, Filetes congelados de Perico, Merluza y Trucha, langostas y langostinos. Peces ornamentales.	Pesca y acuicultura	Piura, Ica, Ancash, Loreto, Ucayali, Junín y Pasco.

En la región Ica, el marisco de mayor producción es el choro. En sus formas enlatadas destacan la sardina; para congelado, las conchas de abanico, el caracol, la sardina y la almeja.

Los principales mercado de destino de las conservas de anchoveta son Brasil, Italia y España. Durante el taller de planeamiento estratégico del Perx de Ancash, se seleccionó a la concha de abanico como uno de los productos con potencial exportador.

La principal actividad pesquera de la región Piura es para consumo humano (enlatados y congelados). En el año 2001 la región aportó el 38% del desembarque nacional de pescado fresco, 80% de los recursos para congelado y 33% para conservas.

Dentro de los seis productos más importantes de exportación se encuentran los calamares y la pota, los demás files de pescado. Los filetes de merluza y langostinos.

La producción pesquera de la región Pasco está orientada a la crianza de truchas en 31 piscigranjas; en el año 2003 se produjeron 74,116 Kg. La empresa California's Garden S.A es el principal proveedor de la empresa exportadora de truchas más importante del país, Psifactoría de los Andes S.A y que está localizada en Junín. Al igual que la región Pasco, la región Junín dedica la totalidad de su producción pesquera a la crianza de truchas que en el período 1995-2003 creció a un ritmo promedio anual de 8.9%.

La región Loreto exporta una gran variedad de especies ornamentales como el trigrinus peruvianus, la arawana, el pez torre las rayas, el Bleeding Herat y diversas coridoras. El sector pesquero conjuntamente

con el Forestal fue seleccionado para su desarrollo exportador, siendo uno de los productos sugeridos el de peces ornamentales.

En el año 2002, la comercialización de peces ornamentales de la región Ucayali ascendió a 2'726, 002 unidades, destacando las especies *Otocinclus* (1'344,100 unidades), *Coridora July cat* (514,099), *Pimelodella* (328,660 unidades) y *Coridora punctatus* (198,979).

A nivel nacional las principales especies utilizadas por la industria conservera son el jurel, caballa, atún, anchoveta entre otras. Las plantas de conservas se ubican en un 71.3% en la zona centro, 17. % en el norte y el 10.9% en el Sur.

La industria del congelado se sustenta en la utilización de la pota, calamar, perico y conchas de abanico. Las plantas de congelados se concentran en un 55.7% en el norte, 29.5% en el centro y el 14.8% en el sur.

Plan Operativo Exportador Pesca y Acuicultura.

Los productos pesqueros prioritarios para el mercado México son congruentes con el reto de desarrollar una mayor oferta exportable de congelados y conservas planteado en el Plan operativo del sector pesca e impulsar la producción de langostinos, concha de abanico y trucha, entre otros. El volumen de importaciones de filetes congelados en México alcanzo la suma de US\$ 55.9 millones de dólares y creció el 11% en el año 2004, representando un mercado potencialmente interesante para nuestra oferta exportable.

Considero que para lograr el desarrollo y penetración de productos pesqueros peruanos establecidos en el Plan Operativo del Sector en el mercado mexicano, será necesario mejorar las condiciones de productos pesqueros en las partidas de filetes congelados donde no tenemos preferencias arancelarias y mejorar la existente, realizar principalmente la investigación de perfiles de demanda principalmente de consumo humano directo e intensificar el envío de muestras de productos a potenciales compradores entre otras tareas.

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Piel y Cueros	Índice Promedio POM
62	410510	41.05. Pieles curtidas o <<crust>>, de ovino , depiladas, incluso divididas pero sin otra preparación. 41.05.10. En estado húmedo (incluido el «wet-blue»). NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.30
		Mercado prioritario, es necesario consolidarlo en mercado.	
67	410691	41.06. Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o <<crust>>, incluso divididas, pero sin otra preparación. Los demás: 41.06.91. En estado húmedo (incluido el <<wet-blue>>). NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.24
		Mercado prioritario, es necesario consolidarlo en México.	
99	430390	43.03. Prendas y complementos (accesorios), de vestir, y demás artículos de peletería. Los demás: 43.03.90. De alpaca. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8. CONSOLIDAR	3.80
		Mercado con posibilidades de ampliación.	
100	420232	42.02. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: Artículos de bolsillo o de bolso de mano (cartera): 42.02.32. Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.79
		Medianamente prioritario.	
125	410530	41.05. Pieles curtidas o <<crust>>, de ovino , depiladas, incluso divididas pero sin otra preparación. 41.05.30. En estado seco "crust". NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8. Mercado alta prioridad, más importante que el "wet-blue"	3.60
143	420231	42.02. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: Artículos de bolsillo o bolso de mano (cartera): 42.02.31. Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.51
145	420222	42.02. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: Bolsos de mano (carteras) incluso con bandolera o sin asas. 42.02.22. Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.50
157	420500	42.05.00. Las demás manufacturas de cuero natural o cuero regenerado. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.42
		Prioridad media, también es sintético.	
176	420292	42.02. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: Los demás: 42.02.92. Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.34
178	420211	42.02. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado. 42.02.11. Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.32
195	410621	41.06. Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o <<crust>>, incluso divididas, pero sin otra preparación. De caprino: 41.06.21. En estado húmedo (incluido el <<wet-blue>>). Observ. 41.06.21.90. Cueros y Pieles curtidas o recurtidos. PREF. ARAN. 100% Mercado con posibilidades de ampliación.	3.25

Índices de Comercio Sector Piel y Cueros Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
410510	4.30	214,364	902,529	22	bajo	4
410691	4.24	43,428	994,362	40	medio	100
430390	3.80	3,989	145,822	2	bajo	6
420232	3.79	28,875	8,938,057	0	bajo	100
410530	3.60	2,734	149,465	3	bajo	6
420231	3.51	14,182	6,826,227	0	bajo	74
420222	3.50	81,213	40,847,424	0	bajo	-12
420500	3.42	569	210,283,802	0	bajo	91
420292	3.34	19,334	53,615,121	0	bajo	8
420211	3.32	935	4,006,043	0	bajo	-18
410621	3.25	273,628	5,955,746	6	bajo	30

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	410530. Pieles curtidas de ovino, (crust). 410621. Cueros y pieles curtidas de caprino.		410510. Pieles curtidas de ovino. 410691. Cueros y pieles depilados.
NO TRADICIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	430390. Prendas y complementos de vestir, Peletería, alpaca.		
PRODUCTOS NUEVOS	420232. Artículos de bolsillo o carteras, superficie plástico o textil. 420231. Artículos de bolsillo o carteras de cuero. 420222. Carteras con bandolera o sin asas superficie plástico o textil 420500. Las demás manufacturas de cuero. 420292. Baúles, maletas y maletines con superficie exterior de plástico o textil. 420211. Baúles, maletas y maletines con superficie de cuero.		

COMENTARIOS

1. Priorización de productos y oportunidades de mercado.

Los dos productos no tradicionales a consolidar en México del sector son los de Pieles curtidas o "crust" de ovino (410510) que participa con 22% de las importaciones mexicanas y el de la partida Cueros y pieles depilados de los demás animales sin pelo curtidos en estado húmedo, wet-blue (410691) con una participación del 40%.

Los productos no tradicionales para ampliación de exportaciones son las Pieles curtidas de ovino, crust (410530) y los Cueros y pieles curtidas de caprino (410621), que si bien no presentan cifras significativas de exportaciones participan con niveles bajos del total de importaciones, 3% y 6% respectivamente.

De los productos no tradicionales con alto valor agregado se seleccionó a las Prendas de vestir, peletería de alpaca (430390) con el 2% de participación de las importaciones mexicanas... El resto de los productos se incluyen en la categoría de nuevos por sus bajos porcentajes de participación de las importaciones de sus segmentos. Destaca el nivel de importaciones alcanzado por la partida, Las demás manufacturas de cuero natural o regenerado (420500), por un valor de US\$ 210.3 millones.

2. Planes Estratégicos Regionales de Exportación

La región Libertad incluye la categoría, pieles y cueros, dentro de sus productos más importantes para desarrollar el sector exportador. Los principales productos exportados de esta categoría en el año 2002 fueron: Los demás cueros y pieles de bovino en cruques (0.3%), cueros y pieles de ovino depilados apergaminados (0.3%), cueros y pieles de ovino depilados con precurtido vegetal (0.3%).

Podemos encontrar áreas relacionadas al sector Cuero y Pieles, en los Planes operativos de Ayacucho (repujado y talabartería) en el de la Región Cuzco (peletería) y en el de Piura (cuero).

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Químico	Índice Promedio POM
5	320300	32.03.00 Materias colorantes de origen vegetal o animal (incluidos los extractos tintóreos, excepto los negros de origen animal), aunque sean de constitución química definida; preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo a base de materias colorantes de origen vegetal o animal. Materias colorantes de origen vegetal o animal, aunque sean de constitución química dñinida; 32.03.00.11. Bixina (achiote). PREF. ARAN. 100% 32.03.00.19. Las demás materias colorantes de origen vegetal y preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo, a base de dichas materias colorantes. PREF. ARAN. 100% y Anexo II. P.A. MEX. 100%. ACE No. 8. 32.03.00.21. Carmín de cochinilla. PREF. ARAN. 100%	6.56
7	320500	32.05.00. Lacas colorantes; preparaciones a que se refiere la Nota 3 de éste capítulo a base de lacas. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	6.11
15	281000	28.10. Oxido de boro; ácidos bóricos. 28.10.00. Acido ortobórico (ácido bórico). PREF. ARAN. 100%.	5.52
27	330499	33.04. Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros. 33.04. 99. Las demás. PREF. ARAN. 90%	5.18
43	330113	33.01. Aceites esenciales (deterpenado o no), incluidos los <<concretos>> o <<absolutos>>; resinoides; oleorresinas de extracción; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos, ceras o materias análogas, obtenidas por enflorado o maceración; subproductos terpénicos residuales de la desterpenación de los aceites esenciales; destilados acuosos aromáticos y disoluciones acuosas de aceites esenciales. Aceites esenciales de agrios (cítricos): 33.01.13. De Limón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.80
76	392310	39.23. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. 39.23.10. Cajas, cajones, jaulas y artículos similares de plástico. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.15
81	330300	33.03.00. Perfumes y aguas de tocador. Observ. 33.03.00.10. Perfumes. PREF. ARAN. 90%	4.07
83	300510	0.05. Guatas, gasas, vendas artículos análogos (por ejemplo: apósitos, esparadrapos, sinapismos), impregnados o recubiertos de sustancias farmacéuticas o acondicionadas para la venta al por menor con fines médicos, quirúrgicos, odontológicos o veterinarios. 300510. Apósitos y demás artículos, con una capa adhesiva. 30.05.10. Esparadrapos y venditas. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	4.04
115	381230	38.12. Aceleradores de vulcanización preparados; plastificantes compuestos para caucho o plástico, no expresados ni comprendidos en otra parte; preparaciones antioxidantes y demás estabilizantes compuestos para caucho o plástico. 38.12.30. Preparaciones antioxidantes y demás estabilizantes compuestos para caucho o plástico Preparaciones antioxidantes. Las demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.65
120	330420	33.04. Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel, excepto los medicamentos, incluidas las preparaciones antisolares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuros. 33.04.20.00. Preparaciones para el maquillaje de los ojos. PREF. ARAN. 90%	3.62
131	330720	33.07. Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, no expresadas ni comprendidas en otra parte; preparaciones desodorantes locales, incluso sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes. 33.07.20.00 Desodorantes corporales y antitranspirantes. PREF. ARAN. 90%	3.57
133	283329	28.33. Sulfatos; alumbres; peroxosulfatos (persulfatos). Los demás sulfatos: 28.33.29.90. Los demás. PREF. ARAN. 100%	3.56

177	392321	39.23. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. Sacos, bolsitas y cucuruchos: 39.23.21. De polímeros de etileno. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.33
181	392350	39.23. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. 39.23.50. Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.31
186	270750	27.07. Aceites y demás productos de la destilación de los alquitranes de hulla de alta temperatura; productos análogos en los que los constituyentes aromáticos predominan en peso sobre los no aromáticos. 27.07.50. Las demás mezclas de hidrocarburos aromáticos que destilen una proporción superior o igual al 65% en volumen (incluidas las pérdidas) a 250° C, según la norma ASTM D 86. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.28
188	330510	33.05. Preparaciones capilares. 33.05.10. Champúes. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.27
189	392010	39.20. Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzos, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias. 39.20.10. De polímeros de etileno. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.27
190	392329	39.23. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; de tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre de plástico. Sacos, bolsitas y cucuruchos de polímeros de los demás plásticos. De los demás plástico. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.27
196	330590	33.05. Preparaciones capilares 33.05.90.00. Las demás. PREF. ARAN. 90%	3.25
197	392390	39.23. Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. 39.23.90. Los demás. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.23

Índices de Comercio Sector Químico Perú-México

<i>H2</i>	<i>Índice Promedio POM</i>	<i>Exportaciones de Perú a México</i>	<i>Importaciones Totales de México</i>	<i>Cuota de Perú en el mercado mexicano</i>	<i>Nivel de saturación del mercado</i>	<i>Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México</i>
320300	6.56	2,650,610	22,653,348	12	bajo	98
320500	6.11	1,031,518	6,786,846	15	bajo	1
281000	5.52	257,753	4,608,070	6	bajo	35
330499	5.18	741,618	139,250,752	1	bajo	-35
330113	4.80	515,768	4,025,881	13	bajo	60
392310	4.15	171,315	960,693,059	0	bajo	100
330300	4.07	1,060,121	118,935,401	1	bajo	-14
300510	4.04	507,047	30,693,064	2	bajo	19
381230	3.65	195,678	27,839,981	1	bajo	53
330420	3.62	223,497	28,665,632	1	bajo	8
330720	3.57	12,578	52,180,741	0	bajo	41
283329	3.56	59,734	5,711,064	1	bajo	70
392321	3.33	3,776	113,480,179	0	bajo	34
392350	3.31	24,466	238,622,948	0	bajo	-19
270750	3.28	0	5,896,966	0	bajo	0
330510	3.27	40,279	19,576,260	0	bajo	-48
392010	3.27	7,518	237,790,146	0	bajo	1
392329	3.27	5,443	191,521,882	0	bajo	36
330590	3.25	72,953	57,084,239	0	bajo	-76
392390	3.23	74,216	313,494,618	0	bajo	-44

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACIÓN	DIVERSIFICACIÓN	CONSOLIDACIÓN
NO TRADICIONALES	281000. Acido ortobórico. 330313. Aceites esenciales de limón. 283329. Los demás sulfatos.		320300. Materias colorantes de origen vegetal: Bixina (Achiote) y Carmín de cochinilla. 320500. Lacas lubricantes.
NO TRADICIONALES CON VALOR AGREGADO	330300. Perfumes. 300510. Esparadrapos y vendas. 381230. Preparaciones antioxidantes para caucho. 330420. Preparaciones para el Maquillajes de los ojos. 330499. Las demás preparaciones de belleza.		
PRODUCTOS NUEVOS	392310. Cajas, cajones de plástico. 330720. Desodorantes. 392321. Sacos de polímeros de etileno. 392350. Tapones, tapas, cápsulas de plástico. 270750. Mezclas de hidrocarburos aromáticos. 330510. Champúes. 392010. Placas láminas, hojas y tiras de polímeros de etileno. 392329. Sacos de Plástico. 330590. Las demás preparaciones capilares 392390. Tapones, tapas de plástico.		

COMENTARIOS

1. Priorización de productos y oportunidades de mercado.

Los principales mercado a consolidar en México del Sector Químico son los colorantes de origen vegetal y animal (320300) donde están incluido el achiote y cochinilla respectivamente y, el de las lacas colorantes (320500); la primera de las partidas tiene una participación del 12% y la segundo participa con el 15% del total de las importaciones mexicanas. La tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas de colorante vegetal fue del 98%, es decir, casi duplicó su volumen en el año 2004 comparado con el año 2003.

Los productos que el Perú tiene la capacidad para ampliación de sus exportaciones en el sector químico son: Acido ortobórico (281000); 330313. Aceites esenciales de limón (33013) y los demás sulfatos (283329). Estos productos crecieron en sus exportaciones a México en 35%, 60% y 70% respectivamente.

En el grupo de productos no tradicionales destaca el Esparadrapos y vendas.
(381230), con un crecimiento del 53% en el 2004 habiendo el Perú exportado US\$ 195,678.

La mayoría de los Productos Nuevos pertenecen al sector cosmético y de la industria del plástico, sobre todo envases. (Sacos, tapones, cajas, etc.).

2. Planes Regionales Estratégicos de Exportación.

PRODUCTOS	SECTOR	REGIONES
Bixina (Achiote), colorante. Carmín de cochinilla, colorante. Acido ortobórico. Aceites esenciales, Limón. Los demás sulfatos.	Químico	Arequipa Ayacucho Cuzco Lambayeque Pasco

Ayacucho es el principal productor de cochinilla en el Perú, este producto puede ser industrializado en la zona y generar mayor valor agregado que proporciona únicamente como materia prima. En el año 2004, fue el 6° producto exportable de la región con US\$ 52,000 y el 2.29% del total de las exportaciones, destinadas a los Estados Unidos.

La cochinilla fue posicionada como el segundo producto en importancia para desarrollar sus exportaciones en la región Arequipa.

El Achiote como colorante es un producto que tiene grandes oportunidades en el comercio internacional debido a que el total de la importación mundial creció en promedio el 6% anual en el período 1999-2003 y el 16% en el 2002. Las importaciones de achiote sin valor agregado experimentaron un decrecimiento del 6% anual en el período 1999-2003.

México es el principal importador de materias primas vegetales para teñir con el 36% de participación y viene decreciendo a una tasa anual del 15% en el período 1999-2003. El Principal exportador es Perú con el 20% de participación y un crecimiento promedio anual de 28% en el 2003.

Respecto al material colorante, México ocupa la tercera posición de las importaciones mundiales con el 6.38% y las exportaciones del Perú han mostrado un gran dinamismo, habiéndose duplicado las mismas entre el 2002 y el 2003, incrementándose en el 2004 en 11%.

El achiote como colorante fue el 6° producto exportado por la región Cuzco en el año 2004, con la cifra de US\$ 726,000.

Para la región Pasco el achiote es uno de los principales productos a desarrollar. En la región Arequipa el ácido ortobórico ocupó el octavo lugar de los productos más exportados en el año 2002, por un valor de US\$ 7 millones a valor FOB, participando con el 1.97% del total.

En la Región Lambayeque los aceites esenciales de Limón, ocuparon el 10° lugar de sus exportaciones por un valor de US\$ 1.872 millones.

Orden	H2	Matriz de Productos Prioritarios Sector Sidero-Metalúrgico	Índice Promedio POM
16	740710	74.07. Barras y perfiles , de cobre. 74.07.10. De cobre refinado . Observ. 74.07.10.10. De cobre desnudo de 6 mm. A 50 mm. PREF. ARAN. 100%	5.50
		Producto no tradicional por consolidar en el mercado mexicano. Se trata de perfiles a pedido por parte de los clientes como insumo para ensamblaje de computadoras e industria automotriz. Ejemplo, empresa Tecnofil, localizada en Lima.	
54	790500	79.05.00.00. Chapas, hojas y tiras, de cinc . Observ. Discos tejos ocalotas de zinc, cualquiera sea su forma, para la fabricación de pilas eléctricas secas. PREF. ARAN. 100%	4.42
		Discos hexagonales para fabricar pilas pequeñas (por ejemplo, cilindros para las pilas de radio), producto no tradicional con valor agregado medio. Por consolidar.	
70	740821	74.08. Alambre de cobre. De aleaciones de cobre : 74.08.21.00. A base de cobre-cinc (latón) . Observ. Barras de cobre desnudo de 6 mm. a 50 mm. PREF. ARAN. 100% .	4.22
		Bajo valor agregado, son barras para trefilado de conductores eléctricos. Mercado por consolidar.	
74	731441	73.14. Telas metálicas (incluidas las continuas o sin fin), redes y rejillas, de alambre de hierro o acero; chapas y tiras, extendidas (desplegadas), de hierro o acero. Las demás telas metálicas, redes y rejillas: 73.14.41. Cincadas. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.17
		Cincadas, alambre de acero con recubrimiento de zinc. Alto valor agregado, por consolidar.	
107	740919	74.09. Chapas y tiras , de cobre, de espesor superior a 0,15 mm. De cobre refinado . 74.09.19.00. Las demás . Observ. De cobre electrolítico. PREF. ARAN. 60% .	3.72
		Tiras de cobre de alta concentración, con bajo valor agregado.	
185	740829	74.08. Alambre de cobre. De aleaciones a base de cobre-cinc (latón) : 74.08.29.00. Las demás . Observ. Barras de cobre desnudo de 6 mm. a 50 mm. PREF. ARAN. 100%	3.28
		Alambre de latón, prioridad media alta. Alto valor agregado.	

Índices de Comercio Sector Sidero-Metalúrgico Perú-México

H2	Índice Promedio POM	Exportaciones de Perú a México	Importaciones Totales de México	Cuota de Perú en el mercado mexicano	Nivel de saturación del mercado	Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México
740710	5.50	429,769	8,974,481	4	bajo	38
790500	4.42	408,890	1,812,192	25	bajo	-50
740821	4.22	46,607	5,742,940	1	bajo	14
731441	4.17	231,662	2,584,892	9	bajo	0
740919	3.72	45,942	12,791,931	0	bajo	-22
740829	3.28	65,428	12,372,055	1	bajo	0

Matriz de Clasificación de Oportunidades de Mercado

PRODUCTO	AMPLIACIÓN	DIVERSIFICACIÓN	CONSOLIDACIÓN
NO TRADICIONALES	740710. Barras y perfiles de cobre refinado. 740821. Alambre de aleaciones de cobre.		790500. Discos tejos de zinc para fabricación de pilas.
NO TRADICIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	731441. Telas metálicas cincadas. 740829. Alambre de aleaciones a base de cobre-zinc.		
PRODUCTOS NUEVOS	740919. Chapas y tiras de cobre electrolítico.		

COMENTARIOS

1. Priorización de Productos y Oportunidades de Mercado.

El mercado a consolidar en México del sector sidero-metalúrgico es el de los discos tejos de zinc para fabricación de pilas (790500), en donde las exportaciones peruanas participaron con el 25% del total de importaciones mexicanas que a su vez alcanzaron la cifra de US\$ 1.8 millones.

Las exportaciones peruanas de Barras y perfiles de cobre refinado (740710) pueden ampliarse, las importaciones mexicanas en éste rubro alcanzaron la cifra de US\$ 8.97 millones en el 2004 y crecieron en 38%. En la misma situación se encuentra el alambre de aleaciones de cobre con las que participan las exportaciones el 1% del total de importaciones mexicanas.

El producto no tradicional peruano de alto valor agregado y con posibilidades de ampliación es el alambre de aleaciones a base de cobre-zinc (740829) con una participación del 1% sobre un total de US\$ 12.4 millones en importaciones.

He clasificado en productos nuevos a las Chapas de cobre electrolítico. Las importaciones en el 2004 alcanzaron la cifra de US\$ 12.8 millones y las exportaciones peruanas fueron únicamente de USD\$ 45,942.

Orden	H2	Productos Prioritarios Sector Textil y Confecciones	Índice Promedio POM
6	610821	61.08 Combinaciones, enaguas, bragas, (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa, y artículos similares, de punto para mujeres o niñas.61.08.21. Bragas (bombachas, calzones).61.08.21.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF.ARAN. 80%.	6.14
		Tejido de punto de prioridad media alta, De 4 a 6 empresas peruanas producen bragas para exportación, especialmente a Venezuela y México. Es un mercado que requiere consolidarse. Producto no tradicional valor agregado medio, y medianamente prioritario. San Sebastián es un fabricante importante.	
8	610910	61.09. <<T-shirts>> y camisetas interiores, de punto. 61.09.10. 00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF.ARAN. 80%.	6.00
		Producto altamente prioritario, por el tamaño del mercado, el nivel de especialización peruana y competitividad en calidad especialmente T-Shirts de punto de algodón.	
13	610510	61.05. Camisas de punto para hombres o niños. 61.05.10.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF.ARAN. 80%.	5.67
20	610831	61.08 Combinaciones, enaguas, bragas, (bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), camisones, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa, y artículos similares, de punto para mujeres o niñas. 61.08.31. Camisones y Pijamas. 61.08.31.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF.ARAN. 80%.	5.36
		Prioridad media, San Sebastián fabricante peruano, es necesario Consolidar el mercado. El Producto principal es Pijamas.	
23	611120	61.11. Prendas y complementos (accesorios), de vestir de punto, para bebés. 61.11.20. 00. De algodón. Observ. Prendas interiores, de punto no elástico y sin cauchutar, excepto medias, escarpines, calcetines, salvamedias Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00; Vestidos, faldas y trajes-sastre de punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00; Las demás prendas exteriores de punto no elástico excepto jerseys (chandails), pullovers, monos (slipsovers), chalecos, chaquetas y blusas.Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	5.27
		La ropa para niño de punto de algodón es altamente prioritaria, se necesita expandir el mercado que tiene buenas oportunidades.	
28	611420	61.14. Las demás prendas de vestir de punto. 61.14.20. De algodón. Observ. Prendas exteriores de punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado, al ítem 6101.20.00. PREF.ARAN. 80%.	5.16
		Prioritario porque se adiciona al conjunto de prendas de punto de algodón.	

29	610610	61.06. Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres y niñas. 61.06.10.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	5.15
		Altamente prioritario, Polos por sus diseños y colores. Principal Fabricante Topi Top.	
30	611020	61.10. Suéteres (jerseys), <<pullovers>>, cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto. 61.10.20. De algodón. 61.10.20.00. Con cuello de cisne ("Sous pull", "Turtle necks"), Suéteres, "Cardigans", chalecos y los demás. Observ. De punto no elástico sin cauchutar , excepto jerseys (chandails), pullovers monos (slips-overs), chalecos y chaquetas. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARN. 80%	5.13
31	610462	61.04. Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <<shorts>> (excepto de baño), de punto, para mujeres o niñas. 61.04.62.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 61.01.20. PREF. ARAN. 80%	5.04
		Principalmente pantalones largos de punto de algodón para mujer. Fabricante importante Cotton Knit. Altamente prioritario.	
35	610711	61.07. Calzoncillos (incluidos los largos y los <<slips>>), camisones, pijamas, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para hombre o niños. 61.07.11. Calzoncillos (incluidos los largos y los <<slips>>). 61.07.11.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	4.96
		PRIORITARIO.	
41	610721	61.07. Calzoncillos (incluidos los largos y los <<slips>>), camisones, pijamas, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, de punto, para hombre o niños. 61.07.21. Camisones y pijamas. 61.07.21.00. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 61.01.20. PREF. ARAN. 80%.	4.83
		Se trata de productos de algodón con mezcla de fibra sintética.	
47	610220	61.02. Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras, y artículos similares, de punto para mujeres o niñas, ex. Partidas 61.04. 61.02.20. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	4.65
		Productos nuevos, fabricante Tex Top, prioridad media. Tamaño relativo de mercado.	
55	620462	62.04. Trajes sastre, conjunto, chaqueta (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones coros (calzones) y <<shorts>> (excepto de baño), para mujeres o niñas. 62.04.62. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	4.36

		Tejido plano de algodón, prioritario despues del Capitulo 61. Principal Fabricante Credisa- Trutex.	
56	610342	61.03. Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y << shorts>> (excepto de baño), de punto, para hombres o niños.61.03.42. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	4.36
		Ternos y pantalones de punto de algodón. Prioridad media alta.	
58	611190	61.11. Prendas y complementos (accesorios), de vestir de punto, para bebés. De algodón. 61.11.90. De las demás materias textiles. Observ. Prendas exteriores de punto no elástico y sin cauchutar excepto: guantes y similares; "jerseys" (chandails); pullovers; monos (slip-overs); conjuntos; chalecos; chaquetas y blusas; vestidos; faldas; y, trajessastre. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	4.35
		Prioridad Media.	
75	610442	61.04. Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <<shorts>> (excepto de baño), de punto, para mujeres o niñas. Vestidos. 61.04.42. De algodón. Observ. De punto no elástico y sin cauchutar. Ver cupo asignado al ítem 6101.20.00. PREF. ARAN. 80%	4.16
77	620630	62.06. Camisas, blusas y blusas camiseras para mujeres o niñas. 62.06.30. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	4.14
91	620342	62.03. Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <<shorts>> (excepto de baño) para hombres o niños. De algodón.62.03.42.00 Pantalones largos y pantalones con peto, pantalones cortos y shorts. Observ. Pantalones y calzones. PREF. ARAN. 80%	3.92
94	620920	62.09. Prendas y complementos, (accesorio) de vestir para bebés.62.09.20. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.89
123	620432	62.04. Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño) para mujeres o niñas. 62.04.32. Chaquetas (sacos) de algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.61
126	620452	62.04. Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y shorts (excepto de baño) para mujeres o niñas. Faldas y faldas pantalón. 62.04.52. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No.8.	3.60

128	620821	62.08. Camisetas interiores, combinaciones, enaguas, bragas (bombachas calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura), camisonos, pijamas, saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos similares, para mujeres o niñas. Camisonos y Pijamas. 62.08.21. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.58
161	610422	61.04. Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y <<shorts>> (excepto de baño), de punto, para mujeres o niñas. Conjuntos. 61.04.22. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.39
183	620292	62.02. Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niñas, excepto los artículos de la partida 62.04. Los demás. 62.02.92. De algodón. NO INCLUIDO EN EL ACE No. 8.	3.30

Índices de Comercio Sector Textil y Confecciones Perú-México

<i>H2</i>	<i>Índice Promedio POM</i>	<i>Exportaciones de Perú a México</i>	<i>Importaciones Totales de México</i>	<i>Cuota de Perú en el mercado mexicano</i>	<i>Nivel de saturación del mercado</i>	<i>Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas a México</i>
610821	6.14	1,883,684	6,881,134	28	bajo	-41
610910	6.00	1,227,965	272,867,885	0	bajo	-7
610510	5.67	306,283	27,863,551	1	bajo	34
610831	5.36	662,009	6,312,685	9	bajo	-49
611120	5.27	357,139	17,836,650	2	bajo	36
611420	5.16	137,654	13,490,035	1	bajo	10
610610	5.15	110,254	56,788,388	0	bajo	-5
611020	5.13	154,988	204,661,658	0	bajo	13
610462	5.04	518,416	24,399,810	2	bajo	-9
610711	4.96	444,466	8,565,530	5	bajo	-58
610721	4.83	372,144	4,963,544	11	bajo	-72
610220	4.65	38,389	4,075,397	1	bajo	55
620462	4.36	97,911	194,456,908	0	bajo	100
610342	4.36	52,338	19,284,805	0	bajo	20
611190	4.35	4,012	78,162	16	bajo	50
610442	4.16	29,255	2,222,921	1	bajo	-30
620630	4.14	77,880	32,924,981	0	bajo	50
620342	3.92	36,427	151,387,314	0	bajo	22
620920	3.89	25,092	8,902,070	0	bajo	100
620432	3.61	16,502	4,574,343	0	bajo	45
620452	3.60	19,916	12,762,170	0	bajo	38
620821	3.58	19,414	1,303,921	2	bajo	97
610422	3.39	4,626	1,720,969	0	bajo	18
620292	3.30	7,930	5,864,379	0	bajo	17

Matriz de Clasificación Oportunidades de Mercado

PRODUCTOS	AMPLIACION	DIVERSIFICACION	CONSOLIDACION
NO TRADICIONALES	610711. Calzoncillos para hombre. 611420. Demás prendas de punto de algodón. 610510. Camisas para hombre. 611190. Prendas y complementos para bebes. 610442. Vestidos de algodón. 620630. Blusas para mujer. 620821. Pijamas para mujer.	610721. Calzoncillos para hombre.	610821. Bragas, calzones de algodón de punto.
NO TRADICIONALES CON ALTO VALOR AGREGADO	610910. T- Shirts. 610610. Polos para mujeres. 610462. Pantalones de mujer. 610342. Pantalones de Hombre.	610831. Pijamas	
PRODUCTOS NUEVOS	611020 Suéteres tejidos de punto. 610220. Abrigos para mujeres. 620462. Trajes sastre para mujer. 620342. Pantalones hombre. 620920. Prendas complementos para bebé. 620432. Sacos para mujer. 620452. Faldas para mujer. 610422. Conjuntos de algodón para mujer. 620292. Los demás para mujer.		

COMENTARIOS

1. Priorización de Productos y Oportunidades de Mercado

Los productos no tradicionales con alto valor agregado y de la mayor prioridad de ampliación de exportaciones en el mercado mexicano son los siguientes: (610910) T Shirts; (610610)- Polos para mujeres; (610462). Pantalones de mujer y (610342)- Pantalones de Hombre. Se incluyó el producto (610831)- Pijamas como un producto con posibilidades de diversificación.

Se clasificaron como productos no tradicionales para consolidación, las Bragas y calzones de algodón de punto (610821) con el 28% de participación de un total de importaciones de US\$ 6.9 millones.

El producto Calzoncillos para hombre (610721) con una participación del 11% de participación de un total de importaciones de US\$ 4.7 millones puede diversificarse.

Los productos que se categorizar para ampliación son: (611420)- Demás prendas de punto de algodón; (610510)- Camisas para hombre; (611190)- Prendas y complementos para bebés; (610442). Vestidos de algodón; (620630). Blusas para mujer y (620821). Pijamas para mujer. Todos estos productos tienen una presencia relativa en el mercado y las características en calidad para poder competir en el mercado mexicano.

El mercado mexicano tiene potencial para la ampliación de las confecciones de algodón de tejido punto y para la introducción de productos nuevos de tejido planos.

Existe un gran potencial de ampliación para prendas de punto de algodón debido al potencial de las importaciones mexicanas con T Shirts (US\$ 56.8 millones), polos para hombres y para mujeres (US\$ 194.5 millones), pantalones para mujer y hombres (US\$ 19.2 millones) y posibilidades de diversificación en Pijamas (US\$ 6.3 millones).

No se han considerado prioritarias las prendas de pelo fino debido a su alto costo y la estacionalidad para su comercialización, siendo los mercados europeos más idóneos para absorber la demanda de este tipo de prendas de por sí limitada.

En relación a los productos nuevos de punto están los suéteres, abrigos y conjuntos para mujer, el resto de productos son de tejido plano tales como trajes sastre para mujer, pantalones para hombre, conjuntos, sacos y faldas para mujer.

2. Planes Regionales Estratégicos de Exportación

PRODUCTOS	SECTORES	REGIONES DEL PERU
Confecciones de punto de algodón. Confecciones Planos de algodón.	Confecciones de tejidos de algodón de punto y planos. Algodón.	Algodón Tanguis: Ica, Lima, Ancash y Arequipa. Algodón Pima: Piura. Algodón Aspero San Martín. Lima y Arequipa.

Las regiones, principalmente Ica, Lima y Piura dedicadas de manera prioritarias a la oferta exportable de algodón. Ancash es el tercer productor nacional de algodón. Para la región Ucayali debido a su disponibilidad y potencialidad de áreas cultivables, la región lo considera como un producto con gran potencial para la exportación.

El sector confecciones de tejido de punto y plano de algodón que son de interés para el mercado mexicano está concentrado en Lima, con una actividad de relativa importancia en la región Arequipa en estas categorías de productos.

3. Plan operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones

Tomando como base los objetivos del Plan Operativo Exportador de Sector Textil, para una adecuada ampliación, diversificación y consolidación de las exportaciones peruanas en el mercado mexicano se requerirá profundizar la comercialización de las confecciones de punto de algodón y el desarrollo de canales de distribución. Con la finalidad de introducir prendas y nuevas líneas de acuerdo a las características del mercado mexicano se recomienda emplear la investigación de perfiles de producto-mercado y sobre canales de distribución.

Se deberá difundir las características únicas del algodón peruano y la calidad mundial de las prendas en ferias y misiones comerciales.

Sector Servicios.

Se han identificado los siguientes sectores de servicios con potencial para el mercado México:

- Software
- Consultoría e ingeniería ,
- Salud
- Call centers

Se considera fundamental para la selección de la oferta exportable:

1. Grado de diferenciación del servicio y ventajas evidenciables. En otras palabras servicios que cuentan con un elevado know how.
2. Resultados exitosos en el Perú e internacionalmente.

Lo anterior permitirá desarrollar la oferta exportable y el acceso al Mercado México mediante:

- La Aplicación de sistemas de gestión de la calidad y buenas prácticas en exportación de servicios.
- Estudios y prospecciones de mercado.
- Contar con un Catálogo de la oferta peruana de servicios exportables.
- Participar en ferias especializadas.
- En los servicios de franquicias gastronómicas será de particular importancia el diseño e implementación de redes de difusión con los residentes peruanos.

Software y Servicios de TI

Entorno del Mercado Mexicano de Software y de Servicios de TI

Valor del mercado:

- El estimado del valor del mercado de tecnologías de información (según el último informe sobre comercio internacional de Bancomext) es 3,000 millones de dólares.

Los sectores más demandantes son:

- Financiero
- Industrial
- Gubernamental
- Educación

Los principales servicios y productos ofertados:

- Sistemas a la medida
- Mantenimiento de sistemas
- Servicios de consultoría
- Aplicaciones de Internet
- Soluciones e-business
- Aplicaciones empaquetadas

Los actores del mercado:

500 empresas en Tecnologías de la Información
30 empresas proveedoras de desarrollo de Software a nivel internacional
Empresas con certificación en CMM (Capability Maturity Model)

La industria del software y de servicios de TI en México creció a un ritmo de 10% anual, según lo expresó el Sr. Sergio García de Alba, Secretario de Economía durante el XV Congreso Mundial de Información Tecnológica (WCIT 2006)

Una de las principales ventajas competitivas de México está su cercanía geográfica con Estados Unidos, el alto número de vuelos entre los dos países, la calidad de la infraestructura, y el potencial de los recursos humanos.

El secretario de economía informó que México exportó \$500 millones de dólares en el 2005 en productos de software y servicios relacionados; asimismo, en el país existen alrededor de dos mil empresas dedicadas a la producción y desarrollo de software y de servicios de TI que dan empleo a cerca de 500 mil personas.

Se ha tomado con base del estudio preliminar el Plan Estratégico de Exportación de Software (2005-2009) elaborado por Maximixe encargado por Prompex.

Se identifica el software empaquetado y sus servicios como la línea de mayores posibilidades de éxito debido a su especialización y experiencia internacional tomando en cuenta la exigencia del Mercado Mexicano que posee un alto grado de desarrollo en servicios de software.

Con el objeto de precisar aquellos servicios que calificarían para ser incluidos como parte de la oferta exportable de servicios peruanos, se llevó a cabo un sondeo con empresarios de firmas de Consultoría y Software en la ciudad de Lima, 22 de Mayo de este año en las oficinas de Prompex, estableciendo preliminarmente la siguiente oferta exportable

Empresa	Contacto	Especialización
Avatar	Leonard Schleien	Multisectorial: Desarrollo a medida /outsourcing. Experiencia internacional: Chile, Italia y Estados Unidos.
Cosapisoft S.A	Percy Calizaza	Software Horizontal: Desarrollo de Software y Consultoría especializada en TI especialmente en Banca y Finanzas. Experiencia Internacional: Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Costa Rica, Ecuador, Nicaragua, Panamá, Venezuela, Bulgaria, Dinamarca, Hungría, Camerún, Senegal y EE.UU.
DMS	Iris Arias Diana Mosquito Guillén	ERP Aplicaciones: Captura de datos/código de barras /control de ingresos, salidas, tardanzas, horas extras, etc., personal Manufactura (Confecciones)"Visualassist XXI. Experiencia internacional: Colombia y Belice.
Dominiotech S.A.A	Manuel Pérez Eusebio	ERP Aplicaciones.
Infhotel	Oscar Melero	Software Horizontal para Restaurantes. Experiencia con restaurantes de primera categoría nacionales y franquicias internacionales
JDM	Julio de la Rosa	Software Horizontal: E-Sav: Sistema de Administración de ventas (Ticketing) para compañías de aviación. Experiencia Internacional: Perú, Bolivia, Centro América, Venezuela y Caribe (Aruba y Curazao).

Novatronic	Carlos Uribe Guillermo Pacheco	Software Horizontal: SIX/ATM, control y administración de una red de cajeros automáticos. Operaciones de los Cajeros Automáticos en redes TCP/IP telecomunicaciones Retail /Soluciones de pago Bancos. Experiencia Internacional: Bolivia, Venezuela, Colombia y Ecuador)
Royal Systems S.A.C	Aníbal Huaroto	ERP Aplicaciones: Desarrollo e implementación de sistemas: "Spring" solución empresarial (ERP). Experiencia internacional.
Siscont.com S.A.C	Marcelo de la Cruz Heredia	ERP Aplicaciones: Contabilidad
Tsnet Global	Gabriela Duharte	Desarrollo a medida/outsourcing: Servicios de TI "Software Factory" servicio remoto de desarrollo de aplicaciones en .NET y Abap. En proceso de Certificación CMMI. Amplia experiencia internacional.
Visual Soft S.A.C	Javier Suaquita Landeo	Software Horizontal: Telecomunicaciones - Control de llamadas centrales telefónicas "PC-Siste!": Sistema de administración telefónico. Experiencia con empresas multinacionales.
Lolimsa		Software Horizontal: Modelo de Asistencia para manejo de Clínicas y Hospitales: LOLCLI 9000 y Applisig CE es un ERP para empresas de servicios de salud. Posee amplia experiencia internacional: Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, Venezuela, República Dominicana, México, Argentina, Brasil y Costa Rica.
Corporación MEDISYS S.A.C		Software Horizontal: Consultoría, desarrollo e implementación de sistemas informáticos para la industria farmacéutica, especialmente áreas de marketing y ventas.

Oferta Exportable de Servicios de Consultoría de Ingeniería

Líneas Potenciales de Servicios identificadas para atender el Mercado Mexicano son:

- Ingeniería de líneas de Transmisión Eléctrica.
- Vialidad y Saneamiento Carreteras

De acuerdo al sondeo de opinión sobre percepciones de mercado efectuado por Maximixe entre los miembros de la comisión de Trabajo de Exportación de Servicio de Consultoría de Ingeniería (auspiciado por Prompex) se pudo determinar que los dos sectores arriba mencionados son los que obtienen la mayor

especialización (1 muy alto) que permitirían competir con posibilidades de éxito en el exigente mercado mexicano.

Nivel de Especialización de Empresas Peruanas

Líneas de De Servicios	Estudios de Preinversión	Diseño Definitivo	Supervisión de Obras	Gerencia de Proyectos
Carreteras	1	1	1	3
Líneas de Transmisión	1	1	1	1

El nivel 3 Regular, en gerencia de proyectos es un factor de relativa importancia debido a que de entrar en un proyecto lo haría principalmente por subcontratación con grandes empresas mexicanas.

Adicionalmente a las ventajas de especialización mencionadas, esas dos líneas son las que cuentan con mayor experiencia internacional.

Carreteras con experiencia en Centro América y parte de América del Sur (Bolivia y Paraguay) en supervisión de obras y recientemente iniciando trabajos en Ecuador y Venezuela abarcando además la gerencia de proyectos.

Líneas de Transmisión Eléctrica actualmente en Centro América gerenciando proyectos y recientemente en Ecuador, Panamá, Bolivia y Venezuela en Estudios de Preinversión, Estudios definitivos, supervisión de obras y gerencia de proyectos.

La selección de estas dos líneas de consultoría es consistente con la estrategia de participar hasta etapas de gerencia y supervisión de obras, en un bajo número de empresas de gran tamaño que permitan atender grandes proyectos, en donde los factores principales a ofrecer sean precio y calidad.

Carreteras Potencial de Mercado

De acuerdo a la información de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción

El programa de obras la inversión estimada para concesiones asciende a 848 millones de dólares, la de servicios y esquemas especiales 3,318 millones de dólares. El monto por concesiones adjudicadas durante el año 2006 es de 650 millones de dólares, cifras que nos permite concluir que existe potencial de mercado para la oferta de consultoría en Carreteras.

A. Concesiones	Inversión Estimada (millones de pesos)
Puente Internacional Reynosa – Anzalduas	650.0
Puente Internacional Río Bravo – Donna	200.0
Arriaga – Ocozocoautla	188.3
Perote - Acajete.	650.0
Libramiento de Irapuato	500.0
Libramiento de la Piedad y Acceso a Zamora	850.0
Libramiento de Chihuahua	700.0
Compostela – Las Varas- Puerto Vallarta	2,200.0
Libramiento de Guadalajara	3,140.0
Puente Bojórquez	250.0
Total	9,328.3 aprox. US\$ 848.0 mdd

B. Proyecto para prestación de Servicios	Inversión Estimada (millones de pesos)
Tapachula-Cd. Hidalgo	2,296.0
Nuevo Necaxa- Tihuatlán	12,349.0
Nueva Italia-Apatzingán	1,782.0
Río Verde-Cd.Valles	1,890.0
Zacateca-Saltillo	6,050.0
Total	24,367 aprox. US\$ 2,215 mdd

C. Esquemas Especiales	Inversión Estimada (millones de pesos)
Durango-Mazatlán	8,130.0
Atizapán-Atzacomulco	4,000.0
Total	12,130.0 aprox. US\$ 1,103 US\$ mdd

(Fuente Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, WWW: cmic.org. com)

PROGRAMAS DE OBRAS A REALIZAR EN EL 2006

Carretera	KMS	Empresa Ganadora	Importe (millones de pesos)
Libramiento de Matehuala	142.0	Omega Construcciones Industriales, S.A. de C.V.	387.0
Autopista Amozoc-Perote	122.481	Fabricación y Colocación de Pavimentos, S.A.	1,900.0
Libramiento de Mexicali	41.0	Omega Corp., S.A. de C.V	653.2
Autopista Tepic-Villa Unión	224.0	Promotora Inbursa S.A. de C.V	2,418.1
Autopista Morelia-Salamanca	83.0	La Peninsular Compañía Constructora, S.A. de C.V	883.4
Libramiento Norte de la Ciudad de México	104.0	En proceso de licitación.	
San Luis Río Colorado II		En proceso de Licitación	
Irapuato-La Piedad	74.32	Ingenieros Civiles Asociados S.A. de C.V	903.8
Querétaro-Irapuato	96.0	En proceso de Licitación	
Total Adjudicado			7,145.5 aprox. US\$ 650 mdd

(Fuente Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, www: cmic.org. com)

Líneas de Transmisión: Potencial de Mercado Sector Energía Eléctrica.

Actualmente, la capacidad instalada en México es de 45,652 MW (incluye 17 Centrales de productores independientes de energía con una capacidad total de 8246 MW), de los cuales 48.62% corresponde a generación termoeléctrica de la Comisión Federal de Electricidad (CFE); 18.06% a productores independientes de energía (PIE); 22.53% a hidroelectricidad; 5.70% a centrales carboeléctricas; 2.10% a geotérmica; 2.99% a nucleoelectrica, 0.005% a eoloelectrica.

Para conducir la electricidad desde las plantas de generación hasta los consumidores finales, CFE cuenta con redes de transmisión y de distribución, integradas por las líneas de conducción de alta, media y baja tensión.

La red de transmisión considera los niveles de tensión de 400, 230 y 161 kilovolts (kV)

Longitud de líneas de transmisión (km)

Nivel de Tensión (kV)	2002	2003	2004	2005
400	14,504	15,998	17,790	18,144
230	24,060	24,773	25,687	27,344
161	646	470	475	475
Total	39,210	41,241	43,952	45,767
Variación Anual%	6.4	5.1	6.6	4.1

Fuente: Comisión Federal de Electricidad.

Excepto el año 2005 con el 4.5% de crecimiento de las líneas de transmisión, en general existe gran dinamismo especialmente en 1994 en donde se alcanzó un crecimiento del 6.6 %. Para evitar un déficit de generación eléctrica, la producción tiene que crecer al menos a este ritmo.

La expansión de la producción eléctrica mexicana requiere de cuantiosos recursos que el Gobierno Federal que el gobierno Federal no puede ofrecer en su totalidad, debido a su restricción presupuestaria. Para complementar los esfuerzos financieros el sector público en materia de generación eléctrica, se crearon los esquemas de financiamiento diferido llamado Pidiregas (Proyectos de Infraestructura Productiva de Impacto Diferido en el Programa de Gasto), estos mecanismos han permitido la penetración de la iniciativa privada en la producción de electricidad.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) ha estimado que las inversiones financiadas directa y condicionada de los Pidiregas de CFE ascenderán a 210 mil 481.9 millones de pesos para el período 2006-2040.

Tomando como base los 10 proyectos Pidiregas los más importantes son:

a. Inversión financiada directa (199 mil 736 millones de pesos):

- Central carboeléctrica Pacífico, en Guerrero
- Central hidroeléctrica El Cajón, en Nayarit.
- Central termoeléctrica Samalayuca II, en Chihuahua.
- Línea de transmisión Red Asociada a Altamira II, III y IV, en Tamaulipas.
- Central generadora de ciclo combinado Monterrey II, en Nuevo León.

b. Inversión financiada condicionada: (Se estima es 1 mil 222 millones de pesos) para el período de 1997-2040.

- Central generadora de ciclo combinado Tamazunchale II, en San Luis Potosí.
- Central generadora de ciclo combinado Tamazunchale, en San Luis Potosí.
- Central generadora de ciclo combinado Altamira V, en Tamaulipas.
- Central generadora de ciclo combinado en Altamira III y IV, en Tamaulipas.
- Central generadora de ciclo combinado Tuxpan III y IV, en Veracruz.

En el marco del SIEPAC (Sistema de Interconexión Eléctrica de los países de América Central) y debido a la cercanía de las redes de transmisión en alta tensión de México y Guatemala, la interconexión entre ambos países podría ser un subproyecto de rápida materialización (Tapachula- Los Brillantes) y construir 88 km de línea de 400 kV.

En relación a la red de transmisión de electricidad, esta se compone actualmente de: 46,052 kilómetros de líneas de 400, 230 y 161 kV; 327 subestaciones de potencia con una capacidad de 135,271 MVA, y 45,763 kilómetros de líneas de subtransmisión de 138 kV y tensiones menores. Por su parte, el sistema de distribución cuenta actualmente con subestaciones con 39,791 MVA de capacidad; 6602 circuitos de distribución con una longitud de 365,267 kilómetros; 969,238 transformadores de distribución con una capacidad de 31,637 MVA; 233,722 kilómetros de líneas secundarias de baja tensión y 586,951 kilómetros de acometidas.

Todo hace prever que existe un gran potencial para la exportación de servicios peruanos de Consultoría de Ingeniería de Transmisión eléctrica.

Oferta Exportable de Servicios de Consultoría

Considero que la empresa peruana TSnet firma de consultoría especializada en la implementación de sistemas integrados cuenta con la experiencia internacional y organizacional que le permite ofertar servicios de consultoría en Software Ad-Hoc de Gestión Administrativa.

Cuenta con una cartera importante de clientes en México, Perú y Chile.

Es un proveedor importante para la empresa Procter & Gamble en México, USA, CACM, Costa Rica, Puerto Rico, Colombia, Chile, Venezuela, Perú, Ecuador, Bolivia, Argentina, Guatemala, Marruecos, Singapur, Indonesia, Japón y Corea)

Call Centers

Es un sector del área de servicios con una tendencia positiva y diversas empresas peruanas están prestando éste servicio a nivel internacional. Estimaciones de empresa privadas dan una cifra de 6,500 puestos instalados y operativos funcionando en el Perú y en condiciones para atender empresas mexicanas. Un aspecto competitivo de ésta área de servicios es la presencia de una mano de obra calificada barata y a costos competitivos.

El Decreto Supremo N° 025-2006/EF del Ministerio de Economía y Finanzas-MEF, incorpora los servicios de centros de llamada como exportación de servicios.

SECCIÓN III

**LISTA DE PRODUCTOS PRIORIZADOS
RECOMENDADOS PARA LAS
NEGOCIACIONES COMERCIALES.**

LISTA DE PRODUCTOS PRIORIZADOS RECOMENDADOS PARA LAS PRÓXIMAS NEGOCIACIONES COMERCIALES.

La siguiente lista de productos priorizados está basada en las entrevistas con empresas peruanas, el potencial de mercado mexicano, análisis de competencia y no pretende de manera alguna ser excluyente de otras partidas prioritarias. La finalidad es orientar a los negociadores hacia aquellas partidas que por la capacidad exportadora peruana y la oportunidad de mercado pueden generar incrementos en nuestras exportaciones en el corto plazo, de llegarse a un acuerdo comercial.

SECTOR AGROPECUARIO- AGROINDUSTRIAL

Arancel	Producto
070920	Espárragos Frescos
090420	Páprika
200560	Espárragos preparados o en conserva
200590	Alcachofas preparadas o en conserva
080450	Mangos Frescos
071290	Ajos
080610	Uvas frescas

SECTOR ARTESANÍAS (INCLUYE JOYERÍA)

Arancel	Solicitud
970110	Pinturas y dibujos hechos totalmente a mano.
691390	Estatuillas y demás artículos para adorno de cerámica. Las demás.
441400	Marcos de Madera
650590	Los demás sombreros y Tocados.

SECTOR MADERAS

Arancel	Nuevas Variedades de Maderas solicitadas
<p>(1) 440920. Madera (incluida las tablillas y frisos para parqués sin ensamblar), perfiladas longitudinalmente en una o varias caras. 44092010. Tablillas y frisos para parqués 44092020. Madera Moldura. 44092090. Las demás.</p> <p>(2) 4412 13 00 Maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas de madera de espesor unitario inferior o igual a 6 mm, que contengan por lo menos una hoja externa de las maderas tropicales citadas en la Nota Subpartida 1 de este capítulo. Triplay.</p> <p>4412 14 00 Las demás maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas de madera de espesor inferior o igual a 6 mm, que contengan por lo menos una hoja externa distinta de la conífera. Triplay.</p> <p>4412 19 90 Las demás maderas contrachapadas constituidas exclusivamente por hojas de madera de espesor inferior o igual a 6 mm. Triplay.</p> <p>(3)</p>	<p>Para Pisos, Parqués y construcción pesada</p> <p>Capirona (<i>Calyciphylum spruceanum</i>), nombre comercial Pau mulato. Se encuentra en los departamentos de Amazonas, San Martín, Huanuco, Madre de Dios, Loreto y Ucayali. Existe en regulares cantidades en la amazonía del Perú</p> <p>Quinilla Colorada (<i>Manilkara bidentata</i>), su nombre comercial es Macaranduba, se encuentra en los departamentos de Huanuco, Loreto, Madre Dios y San Martín entre 0 y 500 msn. Existe en cantidades medias en la amazonía del Perú.</p> <p>Tornillo (<i>Cedrelinga cafenaeformis</i>) se encuentra en Junín, Madre de Dios, Loreto y Ucayali, entre 0 y 500 msn. Existe en cantidades altas en la amazonía norte y en cantidades medianas en la amazonía sur. Actualmente usada en pisos, estructuras de casa, armaduras, vigas, columnas.</p> <p>Shihuahuaco (<i>dipteryx micrantha</i>), nombre comercial Cumarú, se encuentra en los departamentos de Loreto y Ucayali. Existen en cantidades medias a altas en la amazonía norte del Perú. Es madera dura, usada para durmientes, en pisos y en construcción pesada.</p> <p>Estoraque, (<i>Myroxylon balsamum</i>), nombre comercial bálsamo. Se encuentra en los departamentos de Loreto, Ucayali, San Martín, Madre</p>

<p>44072910. Maderas aserradas de Mahogany y Cumala (Virola) de espesor superior a 6 mm de coníferas, Cedros (Cedrela)</p> <p>44072400. Maderas aserradas de espesor superior o igual a 6 mm de Mahogany (Swietenia) Imbuia y Balsa.</p> <p>44089010. Las demás maderas aserradas longitudinalmente, de espesor inferior o igual a 6 mm</p>	<p>de Dios y Huanuco, entre 0 y 1500 msnm. Existe en cantidades regulares en la amazonía del Perú.</p> <p>Cachimbo blanco, Cariniana Decandra, nombre comercial Cachimbo. Se encuentra en los departamentos de Loreto, Madre de Dios, y San Martín entre 0 y 500 msnm. Existe en cantidades medias en la amazonía del Perú.</p> <p>Triplay y tablas.</p> <p>Requia (Guarea guidonia), nombre comercial Trompillo. Se encuentra en los departamentos de Amazonas, Cuzco, Huanuco, Loreto, Madre de Dios, Pasco, San Martín y Ucayali, entre 0 y 2000 msnm. Existe en regulares cantidades en la amazonía del Perú. Se utiliza en chapas, construcción civil.</p> <p>Muebles</p> <p>Marupa (Simarouba amara) Nombre comercial Simaruba. Para construcciones temporales, cajonería, muebles, chapas, madera contrachapada.</p>
--	--

SECTOR PAPELES

Partida	Producto
491110	Impresos publicitarios, catálogos comerciales y similares

SECTOR METAL- MECÁNICA

Arancel	Status en el ACE N° 8
847330	Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71
732510	Las demás manufacturas moldeadas de fundición, hierro o acero de fundición no maleable
853710	Cuadros, paneles, consolas, armarios y demás soportes equipados para varios aparatos de las partidas 85.25 u 85.36 para control o distribución de electricidad. Para una tensión inferior o igual a 1.000 v.
847490	Máquinas y aparatos para clasificar, cribar, separar, lavar, quebrantar, triturar, pulverizar, mezclar, amasar o soba, tierra piedra u otra materia mineral sólida (incluidos polvo y la pasta); máquinas de aglomerar, formar o moldear combustibles minerales sólidos, pastas cerámicas, cemento, yeso o demás materias minerales en polvo o pasta; máquinas de hacer moldes de arena para fundición. Partes.
848590	Partes de máquina o aparatos, no expresados ni comprendidos en otras partes de éste capítulo, sin conexiones eléctricas, partes aisladas eléctricamente, bobinados, contactos no otras características eléctricas. Las demás: engrasadoras no automáticas, aros de obturación (retenes o retenedores) y los demás.

SECTOR MINERÍA NO METÁLICA

Arancel	Producto
70072100	Vidrio de seguridad constituido por vidrio templado o contrachapado. Vidrio contrachapado: de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos u otros.
680221	Mármol, Travertino y Alabastro.
681290	Amianto (asbestos) en fibras trabajados; mezclas a base de amianto y carbonato de magnesio; manufacturas de estas mezclas o de amianto (por ejemplo: hilados, tejidos prendas de vestir, sombreros y demás tocados, calzado, juntas), incluso armadas. Las demás

SECTOR PESCA

Arancel	Producto
1. 030420	Filetes de pescado Congelado. Especies recomendadas mahi mahi y pejerrey
2. 030379	Los demás filetes. Especies recomendadas mahi mahi y pejerrey
3. 160590. Crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, preparados o conservados. Los demás.	Agregar Pota, calamares y pulpos en conservas, Agregar Navajas, Caracol Chocolate.
4. 160413.	Preparaciones y conservas de Sardinias. Engraulis ringens
5.16041900	Preparaciones y conservas de Jurel
6. 16041500	Preparaciones y conservas de caballa.

SECTOR PIEL Y CUERO

Arancel	Producto
410510	Pieles curtidas o "crust" de ovino en estado húmedo (incluido el "wet.blue")
410691	Cueros y Pieles depilados. Los demás. En estado húmedo (incluido el wet-blue".
410530	Pieles Curtidas o "crust", de ovino. En estado seco "crust"
410621	Cueros y Pieles de Caprino, curtidos o recurtidos.
420232	Bolsos de mano (cartera), con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil
420231	Bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado.
420222	Bolsos de mano (carteras) incluso con bandorelas o sin asas. Con la superficie exterior de hojas de plástico o materia textil.

SECTOR QUÍMICO.

Arancel	Producto
330500	Carmín Laca
330113	Aceites esenciales de Limón
392310	Cajas, cajones, jaulas y artículos de plástico.
300510	Esparadrapos y venditas
381230	Preparaciones antioxidantes y demás estabilizantes compuestos para caucho o plástico.
392350	Tapones, tapas, cápsulas, demás dispositivos de cierre de plástico
392390	Los demás Tapones, tapas, cápsulas, demás dispositivos de cierre de plástico

SECTOR SIDERO-METALÚRGICO

Arancel	Producto
731441	Telas Metálicas (incluidas las continuas o sin fin), redes y rejillas, de alambre de hierro o acero; chapas tiras, extendidas (desplegadas), de hierro o acero. Las demás telas metálicas, redes y rejillas Cincadas.
740919	Chapas y tiras de cobre, de espesor superior a 0.15 mm. De cobre refinado. Las demás. De cobre electrolítico.

SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES

Partida	Producto
1) 61082100.	(bombachas, calzones) (incluso las que no llegan hasta la cintura) de punto, para mujeres o niñas de algodón. De punto no elástico y sin cauchutar.
2) 61091000	"T-shirts" y camisetas interiores, de punto, de algodón. De punto no elástico y sin cauchutar.
3) 61051000	Camisas de punto para hombres o niños de algodón. De punto no elástico y sin cauchutar.
4) 61083100	Camisones y pijamas de punto, para mujeres o niñas, de algodón. De punto no elástico y sin cauchutar.
5) 61112000	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto, para bebés, de algodón. Prendas Interiores, de punto no elásticos y sin cauchutar, excepto medias, escaupines, calcetines, salvamedias y artículos análogos; Vestidos, faldas y trajes sastre de punto no elástico y sin cauchutar; las demás prendas exteriores de punto no elástico y sin cauchutar, excepto "jerseys" (chandails), pullovers, monos (slip overs), conjuntos, chalecos, chaquetas y blusas.
6. 61142000	Las demás prendas de vestir, de punto, de algodón. Prendas exteriores de punto no elástico y sin cauchutar.
7. 61061000	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, para mujeres o niñas, de algodón. De punto no elástico y sin cauchutar.
8. 61102000	Suéteres (jerseys), "pullovers", "cardigans", chalecos y artículos similares, incluidos los "sous-pulls", de punto, de algodón. De punto no elástico sin cauchutar, excepto jerseys (chandails), pullovers, monos (slips-overs), chalecos y chaquetas.
9. 61046200	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" de punto, de algodón, para mujeres o niñas. De punto no elástico y sin cauchutar.
10. 61071100	Calzoncillos y "slips" de punto, de algodón, para hombres y niños. De punto no elástico y sin cauchutar.
11. 61072100	Camisones y pijamas de punto de algodón, para hombres y niños. De punto no elástico y sin cauchutar.
12. 61034200	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts", de punto, de algodón para hombres o niños. De punto no elástico y sin cauchutar.

SECCIÓN IV

ANÁLISIS DE COMPETENCIA, SITUACIÓN ARANCELARIA Y NO ARANCELARIA.

Comentarios a la Sección IV: Análisis de Competencia, Situación Arancelaria y No Arancelaria.

La presente Sección es un compendio de los aspectos más resaltantes de la situación de competencia por países de las partidas de los productos priorizados para cada uno de los Sectores de bienes considerados en el presente estudio y sobre su situación arancelaria y no arancelaria.

Para cada una de las fracciones se presenta la participación de mercado de los principales proveedores sobre el total de importaciones realizadas por México y utilizamos para tal efecto la base de datos de la empresa mexicana LCI Foreign Trade Solutions denominada TradeMap con informaciones de los años 2003 y 2004, que son los períodos más recientes disponibles. Para facilitar el análisis de cada partida arancelaria se hace referencia a las tablas y gráficas del Anexo V, "Análisis de competencia por países", donde se puede ubicar información más detallada de la participación por país, valor en dólares de la importaciones y crecimientos. Se toma en consideración la situación en especial del mercado relevante, Estados Unidos y del Grupo relevante que está conformado por un país de características similares a las del Perú que son Bolivia, Ecuador, Colombia, Chile, Centroamérica, Brasil y Argentina.

Debe tomarse en cuenta que en primera instancia la base de datos arriba mencionada está constituida por las Clasificaciones Arancelarias del Código Armonizado de 8 dígitos mexicano, y de allí se equipararon con las descripciones de la Clasificación Naladisa utilizada en la metodología de estimación de los productos priorizados. Por consiguiente pueden presentarse diferencias en las cantidades de importaciones y participaciones con las del análisis sectorial de la Sección II.

La situación Arancelaria destaca los impuestos y aranceles por productos y país de origen y, el no arancelario, las regulaciones y restricciones impuestas por México que condicionan la importación de los productos para los países proveedores más importantes, poniendo énfasis en aquellos que conforman el grupo relevante. En el análisis de las partidas priorizadas se hace referencia a las tablas correspondientes del anexo IV "Análisis Arancelario y No arancelario"

Sector Agropecuario-Agroindustrial.

El Perú es el líder de "Espárragos frescos" (070920) con una participación del 58% del total de importaciones por valor de US\$ 938 mil. Chile es el principal competidor con el 31% de participación, siguiéndole los Estados Unidos con el 11%. (Ver tabla 1 y gráficas 1, 2 y 3). El Impuesto general de importación es del 10% y el Perú no tiene negociada esta partida. Chile y Estados Unidos están exentos. (Ver tabla 1 del Anexo IV)

En el mercado de "Frutos de los géneros Capsicum o Pimienta seca" (090420), Estados Unidos ocupan el primer lugar con el 34% de participación de un total de US\$ 39.9 millones, seguido por China con el 28%, Chile con el 18% y el Perú con el 9%. (Ver tabla 2 y gráficas 4, 5 y 6 del anexo V). El impuesto general de importación es del 20% y tanto los Estados Unidos como Chile están exentos. El Perú no tiene negociada esta partida. (Ver Tabla 1 del Anexo IV).

Las importaciones totales de "Espárragos en conserva" (200560) fueron por un valor de US\$ 997 mil siendo China el principal Proveedor con el 33% seguido por España y Perú con el 31% y 20% respectivamente. (Ver tabla 3 y gráficas 7, 8 y 9 del Anexo V). El Perú no tiene negociada la partida correspondiéndole el arancel general del 20% (Ver tabla 1 del anexo IV).

Las importaciones de "Harina de marigold" (14041001/230800 Naladisa) alcanzaron un monto de US\$ 8.9 millones siendo el Perú el país líder con el 86% del total de importaciones. Su principal competidor es China con el 13% y la India tercero con menos del 0.5%. (Ver tabla 4 y las gráficas 10, 11 y 12). El ACE permite un 100% de preferencia arancelaria a Perú. (Ver tabla 3 del Anexo IV).

El principal proveedor de "Alcachofas en conserva" (200590) fue Estados Unidos que sobre un total de US\$ 8.5 millones tiene una cobertura del 81% seguido de España con el 11%, China con el 2%. Chile ocupa el sexto lugar con el 1% de cobertura. El Perú ocupa la séptima posición con menos del 1% de participación. (Ver tabla 5 y gráficas 13, 14 y 15 del anexo V). El Perú no ha negociado esta partida correspondiéndole el 20% del Impuesto general de importación. (Ver tabla 1 del anexo IV). Chile exento,

Los principales proveedores de “Mangos” (080450) son Tailandia y Ecuador con una participación del 53% y 43% del total de importaciones por un monto de US\$ 1.8 millones, le sigue Estados Unidos con el 4%. El Perú no participa en este mercado. (Ver tabla 6 del Anexo V). A diferencia del Perú que no tiene negociada esta partida el Ecuador tiene una preferencia arancelaria del 40%. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 1 del anexo IV). Estados Unidos exento.

El Orégano (121190) posee un nivel atractivo de importaciones al alcanzar la cifra de US\$ 24.2 millones. Sudán es el principal proveedor, con el 53% del mercado seguido de la India con el 14% del total y Estados Unidos 9%. El proveedor más importante de la región es Chile con el noveno lugar y el 1%, de participación. El Perú ocupa la posición 15 con menos del 0.5%. (Ver tabla 7 y gráficas 16, 17 y 18). Chile está exonerado del impuesto. Perú tiene 100% preferencia arancelaria en el ACE. (Ver tabla 1 del anexo IV)

El total de importaciones de “Ajo” (071290) fue de US\$ 4.0 millones siendo los principales proveedores Estados Unidos con el 50 % de cobertura, la China con el 24% y España con el 9%. Chile ocupa el quinto lugar con el 3% de participación. El Perú no participa con este producto. (Ver tabla 8 del Anexo V) ni tiene negociada esta partida. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 1 del anexo IV)

El total de importaciones de “Uvas frescas” (080610) fue de US\$ 93.3 millones, siendo los Estados Unidos y Chile los principales proveedores con el 58% y 42% de participación respectivamente. Para el Perú es un mercado nuevo y actualmente no participa del mismo. (Ver tabla 9 del Anexo V). Perú no tiene negociada la partida y el impuesto general es del 45%. Tanto los Estados Unidos como Chile están exentos del impuesto. (Ver tabla 1 del anexo IV).

En lo que se refiere a la situación No Arancelaria, las normas que se aplican están descritas en la Tabla 2 del Anexo IV a la cual se puede referir para detalles más preciso por producto. Cabe destacar las Normas Oficiales mexicanas NOM- 051- SCFI-1994 de Etiquetado comercial; la NOM-120- SCFI-1996, de información de Etiquetado para productos agrícolas; La NOM-007-FITO-1995 por la que se establecen los requisitos fitosanitarios y especificaciones para la importación de material vegetal propagativo; Permiso SAGARPA , A1 en donde se establece la clasificación y codificación de las mercancías, cuya introducción a territorio mexicano está sujeta al cumplimiento de las normas oficiales o en las hojas de requisitos fitosanitarios emitidos por la dirección General de Sanidad Vegetal, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, e inspección en el punto de entrada al país, en términos del manual de procedimientos que al efecto emita la propia dependencia y conforme a lo señalado en el artículo 8 de este Acuerdo, comprendidas en las fracciones arancelarias de la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, que estos especifican; Anexo 18 que contiene los datos de identificación individual de las mercancías; Anexo 29, mercancías sujetas a horarios para tramitar su despacho aduanero; Permiso SSA donde se establece la clasificación y codificación de las mercancías y productos sujetos a autorización sanitaria previa importación, o autorización de internación, según corresponda por parte de la Secretaría de Salud, comprendidas en las fracciones arancelarias de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación; Permiso SEMARNAP, donde se establece la clasificación y codificación de los productos y subproductos derivados de las especies que se refiere su artículo 1 del Acuerdo, cuya introducción o salida de territorio mexicano está sujeta a la presentación del certificado CITES, o autorización de importación o exportación para especies silvestres; Permiso SECOFI, se sujetan al requisito de permiso previo de importación;

Sector Artesanías

México importa \$US 25.1 millones en “Bisutería” (711719), China ocupa la primera posición con el 42% de participación, siguiéndole en orden de importancia Estados Unidos y Perú con el 16 y 6% de cobertura respectivamente. (Ver tabla 10 y gráficas 19 y 20 del anexo V). El Brasil ocupa la onceava posición con el 1% de cobertura y Colombia en la doceava con el 1%, El Perú tiene 100% de preferencia arancelaria. Estados Unidos está exento del pago de impuesto y Brasil 20% de preferencia arancelaria. Y Colombia exenta. (Ver tabla 3 del anexo IV).

En el mercado de importaciones de “Sombreros y Tocados” (650590), China ocupa el primer lugar con el 58% de participación de un total de US\$ 23.9 millones, le siguen Viet Nam con el 12% y Estados Unidos con el 8% de participación. Guatemala ocupa el lugar 12 con el 1% de cobertura. La participación del Perú en mínima en el lugar 25. (Ver tabla 11 y gráficas 21, 22 y 23 del Anexo V). El Perú no tiene negociada esta partida cuyo impuesto general de importación es del 20%. Estados Unidos y Guatemala están exentos. (Ver tabla 3 del anexo IV).

El mercado de “Artículos de Joyería de oro” (711319), es de un volumen importante al alcanzar la cifra de US\$ 228.2 millones. Es un mercado nuevo para Perú, en donde los principales proveedores son Estados Unidos con una participación del 74%, Italia con el 11% e India con el 6% del total (Ver tabla 12 del Anexo V). El Perú tiene 100% de preferencia arancelaria y Estados Unidos está exento. (Ver tabla 3 del anexo IV).

Las importaciones de las “Demás Bisuterías” (711790) fueron de US\$ 15.2 millones. China y los Estados Unidos encabezan la lista de proveedores con una participación del 58% y 16% respectivamente. Hong Kong ocupa el tercer lugar con el 3%. Costa Rica está en la posición 13 con el 1% de participación, Perú en el lugar 15 con menos del 1%. (Ver tabla 13 del Anexo V). El Perú tiene 100% de preferencia arancelaria de acuerdo al ACE. Estados Unidos y Costa Rica están exentos. (Ver tabla 3 del anexo IV)

El total de importaciones de “Pinturas y dibujos hechos a mano” (970110) fue de US\$ 6.1 millones. Estados Unidos ocupa el primer lugar con el 71% del total, seguido de Reino Unido con el 13% y España con el 5%. El Perú ocupa el lugar 11 con del 0.5% del total. (Ver tabla 14 y gráficas 24, 25 y 26). Esta partida no está incluida en el ACE, (Ver tabla 3 del anexo IV)

En el segmento de “Artículos de Cerámica” (691390) China lidera la lista de proveedores con una participación del 78% de un total de importaciones de US\$ 7.2 millones, le siguen Vietnam con el 5% y Estados Unidos con el 4%. Colombia tiene el séptimo lugar con el 1% y El Perú es el octavo proveedor con el 1% de cobertura. (Ver tabla 15 y gráficas 27, 28 y 29). El impuesto general de importación para esta partida es del 20% y Perú no la tiene negociada, Estados Unidos y Colombia exentos. (Ver tabla 3 del anexo IV).

China lidera la lista de proveedores de “Espejos de vidrio enmarcados” (700992) que de un total de US\$ 8.9 millones en importaciones participa con el 49%, seguido por Estados Unidos con el 34% y España con el 5%. Colombia obtuvo el lugar 8, con el 1% de cobertura. Perú ocupa el lugar 21 con menos del 0.5% de cobertura. (Ver tabla 16 del anexo V). Estados Unidos está exento del impuesto y el Perú no lo ha negociado esta partida siendo el Impuesto general de importación del 20%. Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 3 del anexo IV).

El total de importaciones de artículos de “Marquetería y mobiliario de madera” (442090), fue de US\$ 3.5 millones siendo China el más importante proveedor con una participación del 50% seguido de Estados Unidos con el 9% y España con el 8% de participación. Brasil ocupa la octava posición con 3%, Colombia la doceava con el 1%. Este es un mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 17 del anexo V). El Perú no ha negociado esta partida en el ACE pero está exento con ALADI. Estados Unidos y Colombia exentos. Brasil tiene 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 3 del anexo IV)

En el segmento de “Estatuillas y adornos de madera” (442010), China es el más importante proveedor con el 56% de un total de US\$ 4.4 millones, el segundo lugar lo tiene Indonesia con el 16% y el tercero Estados Unidos con el 5%. Costa Rica ocupa el octavo lugar con el 2% y Brasil el doceavo lugar con el 1% de cobertura, Es un mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 18 del anexo V). El Perú no a negociado esta partida y el impuesto general de importación es del 20%. Estados Unidos y Costa Rica son exentos y, Brasil tiene el 20% de preferencia arancelaria (ver tabla 3 anexo IV).

Estados Unidos lidera las importaciones de “Marcos de Madera para cuadros, fotografías y espejos” (441400) con el 53% de un total de importaciones por US\$ 5.1 millones, le siguen China con el 39% y Tailandia con el 2%. Perú ocupa el noveno lugar con menos 0.5%. (Ver tabla 19 del anexo V). El Perú no tiene negociada esta partida siendo el impuesto general del 20%. (Ver tabla 3 del anexo IV).

EN el ámbito no arancelario las normas aplicables al sector de artesanías son las siguientes: NOM-050-SCFI-2004 es una norma oficial mexicana referida a información general y etiquetado de productos; PERMISO EXP INAH e INBA, en donde se establece la clasificación y codificación de los bienes considerados monumentos históricos o artísticos; el ANEXO 18 se refiere a los datos de identificación individual de las mercancías; el Permiso SEMARNAP se refiere a certificado fitosanitario para productos y subproductos forestales. (Ver tabla 4 del anexo IV).

Sector Madera y Papel

El Perú es líder de los proveedores de “Maderas aserradas de Cedro “(440729) con el 64% de participación de un total de importaciones de US\$ 18.6 millones, Tiene como principales competidores a Bolivia con el 14% y Brasil con 9%. Guatemala ocupa la cuarta posición con el 4% y Estados Unidos la quinta con el 3% de cobertura. (Ver tabla 20 y gráficas 30, 31 y 32 del anexo V). Perú tiene una preferencia arancelaria del 90%, Bolivia y Estados Unidos están exentos del pago del arancel, Brasil tiene una preferencia arancelaria del 20% y para Guatemala únicamente aplica una tasa del 0.4%. (Ver tabla 5 anexo IV).

El Perú ocupa el primer lugar de las importaciones de “Maderas tropicales de Mahogany y Cumala (Virola)”, (440724) con el 95% de participación, seguido por Guatemala y Filipinas con el 2% y 1% respectivamente y Estados Unidos cuarto lugar con el 1% del un total de US\$ 21.0 millones. (Ver tabla 21 y graficas 33, 34 y 35 del anexo V). El Perú tiene preferencia arancelaria del 90% y para Guatemala aplica una tasa del 0.2%. (Ver tabla 5 del anexo IV).

En relación al segmento de “Madera contrachapada, con hoja externa distinta a las coníferas” (441214), el Perú ocupa el segundo lugar con el 23% de participación. Estados Unidos es el líder con el 27% del total de importaciones por US\$ 28.9 mil millones. El tercer y cuarto lugar lo ocupan con el 14% y 12% de participación Ecuador y Brasil. Bolivia 9 con el 2%. (Ver tabla 22 y gráficas 36, 37 y 38 de anexo V). Perú tiene una preferencia arancelaria del 100%. El Ecuador y los Estados Unidos y Bolivia están exentos del pago de aranceles. Brasil 20% preferencia arancelaria; Guatemala 0.5% de tasa. Para “Triplay contrachapado” el Perú tiene 100% de Preferencia Arancelaria y Brasil del 20%. (Ver tabla 5 anexo IV).

Estados Unidos es líder en el mercado de “Folletos e Impresos” (490199) con una participación del 36%, seguido por España con 31% y Colombia con el 8% respectivamente de un total de importaciones de US\$ 314.2 millones. Argentina está en el sexto lugar con el 3%, El Perú participa en la posición 12 y Brasil en el lugar 17 participan ambos con el 1%. (Ver tabla 23 del anexo V). La preferencia arancelaria otorgada al Perú es del 100% y tanto Estados Unidos como Colombia están exentos. Argentina tiene preferencia arancelaria 100% y Brasil del 20%. (Ver tabla 5, anexo IV).

En “Diccionarios y Enciclopedias” (490191) México importó US\$ 46.2 millones siendo España el líder con el 59% de participación seguido por Colombia con el 28% y tercero Estados Unidos con el 5%. Argentina ocupó el cuarto lugar con 3%, El Perú ocupó la quinta posición con una participación del 2%. (Ver tabla 24 y gráfica 39 del anexo V). El Perú posee una preferencia arancelaria del 100% y Colombia está exenta del pago de aranceles. Argentina 100% preferencia Arancelaria. (Ver tabla 5, anexo IV).

El Perú ocupó el cuarto lugar en el mercado de “Maderas contrachapadas de maderas tropicales” (441219) con el 2% de participación. Estados Unidos es el líder de este segmento con el 40% de un total de importaciones de US\$ 94.6 millones, siguiéndole en orden de importancia Chile y Brasil con el 39% y 14% respectivamente. (Ver tabla 25 y gráficas 40 y 41). Perú tiene una preferencia arancelaria del 100%, Brasil tiene 20% de preferencia arancelaria y Chile está exento. (Ver tabla 5 del anexo IV)

El mercado de “Muebles de Madera de los utilizados en Dormitorios”(940350) se importó US\$ 30.3 millones. La primera posición la ocupó China con una participación del 23% seguido por Estados Unidos con el 23%. Brasil ocupa la tercera posición con el 13% del total de importaciones, Colombia el onceavo lugar con el 2% y Chile la treceava con el 1%. Para el Perú este es un mercado nuevo ya que su exportación fue mínima (US\$ 3 mil). (Ver tabla 26 del anexo V). Tanto el Perú como Brasil no tienen negociada esta partida. Estado Unidos exento, Colombia y Chile exentos. (Ver tabla 5 de la sección IV).

De un total de importaciones de “Las demás maderas tropicales aserradas “(440799) por US\$ 81.1 millones, Estados Unidos ocupa una parte importante del mercado con el 91% del total, le siguen en orden de importancia Canadá con el 3% e Italia con el 2% de cobertura. Perú ocupa la cuarta posición con el 1% de participación, Brasil la quinta con el 1% y Guatemala la séptima con el 1%. (Ver tabla 27 y gráficas 42, 43 y 44). El Perú tiene una preferencia arancelaria del 90% en el ACE, siendo el impuesto general del 10%. Estados Unidos y Canadá en el marco del TLC están exonerados del pago del arancel. Brasil 20% de preferencia y Guatemala con la tasa del 0.4%. (Ver tabla 5 del anexo IV).

Otro mercado nuevo y con potencial para Perú es el de “Maderas perfiladas de no Coníferas” (440920) y en particular el de parques, en donde los Estados Unidos es el líder con el 67% de un total de importaciones de US\$ 54.7 millones. Actualmente el Perú no participa en este mercado. China y Brasil ocupan el segundo y tercer lugar con el 12% de participación cada uno. (Ver tabla 28 del anexo V). Perú

no tienen negociada esta partida y Brasil tiene un 20% de preferencia arancelaria. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 5 del anexo IV)

El Perú ocupa la cuarta posición dentro de los principales proveedores de “Madera Contrachapada con hojas externas de maderas tropicales” (44121301) participando con el 2% de un total de importaciones de US\$ 89.2 millones. Malasia es el competidor líder con el 59% de participación seguido de China e Indonesia con el 20% y 16% respectivamente. (Ver tabla 29 y gráficas 45, 46 y 47 anexo V). El Perú posee una preferencia arancelaria del 100%. El impuesto general de importación de esta partida es el 32.7%. (Ver tabla 5 del anexo IV)

Otro mercado señalado como de oportunidad es el de los “Demás muebles de Madera” (940360) en donde los Estados Unidos y China son los países que ocupan la primera y segunda posición con el 31% y 28% de participación de un total de importaciones de US\$ 69.1 millones. Brasil ocupa el tercer lugar con una cobertura del 10%. El Perú no participa en este mercado. (Ver tabla 30 del anexo V). El impuesto general es del 20%, el Perú y Brasil no tienen negociada esta partida, Estados Unidos está exento. (Ver tabla 5 del anexo IV).

El total de importaciones de “Impresos publicitarios y catálogos comerciales” (491110) alcanzó la cifra de US\$ 117.8 millones, del cual Los Estados Unidos participó con el 74% de las mismas, seguido por China y Canadá con el 4% de participación cada uno. Perú participa en este mercado (Ver tabla 31 del anexo V) con menos del 1% y no tiene negociada la partida. El impuesto general es del 10%. Estados Unidos y Canadá están exentos. (Ver tabla 5 del anexo IV).

El total de importaciones de “Puertas de madera” (441820) fue de US\$ 16.1 millones. El Perú participa con menos del 1% de este mercado, siendo los principales proveedores los Estados Unidos con el 65% de participación. Canadá y Brasil con el 7% de cobertura cada uno. (Ver tabla 32 del anexo V). Estados Unidos y Canadá están exentos del pago de aranceles. Perú no tiene negociada la partida, Brasil tiene un 20% de preferencia arancelaria y el impuesto general es del 20% (Ver tabla 5 del anexo IV).

Las importaciones de “Asientos con armazón de madera” (940169) fueron por US\$ 7.5 millones en donde China e Indonesia lideran los primeros lugares con el 18% cada uno. Este segmento es considerado de oportunidad para el Perú. (Ver tabla 33 del anexo V). El impuesto general aplicable a esta partida es del 15% y el Perú no la tiene negociada (ver tabla 5, anexo IV).

La partida de las “Hojas para chapado de las demás maderas tropicales” (440839) importó un total de US\$ 8.7 millones, el 39% de participación corresponde para China y el 27% para España. El Perú participa únicamente con el 1% del total (Ver tabla 34 del anexo V). Perú tiene negociado en el marco de ALADI el 100% de preferencia arancelaria y 90% en el del ACE.

China también es líder en el mercado de “Artículos de mesa o de cocina de madera” (441900) con el 56% de un valor total de importaciones de US\$ 2.9 millones; le siguen en orden de importancia los Estados Unidos y Tailandia con una participación del 15% y 10% respectivamente. El Perú no participa en este segmento de productos. (Ver tabla 35 del anexo V). El impuesto general de importación es del 20%, el Perú no tiene negociada esta partida y Estados Unidos está exento (ver tabla 5 del anexo 4).

Las partidas del Sector Maderas están sujetas a las restricciones no arancelarias contenidas en el anexo de Sectores y Fracciones Arancelarias y, el Anexo 17 para mercancías por la que no procederá el tránsito internacional por territorio nacional, incluidas las mercancías que se clasifican en las fracciones arancelarias contenidas en el Anexo 10. Además requieren el Permiso T5 de SEMARNAP en donde se establece la clasificación y codificación de los productos y subproductos forestales, cuya introducción al territorio mexicano está sujeta a la presentación del Certificado Fitosanitario, expedido por la Dirección General Forestal y de Suelos o las Delegaciones Federales de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, y a inspección en los términos señalados en los artículos 11 y 12 del presente Acuerdo, comprendidos las fracciones arancelarias de la tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y exportación que estos especifican. (Para mayores detalle ver Tabla 6 del anexo IV).

Sector Metal Mecánico

El principal proveedor de “Juegos de Juntas Metaloplásticas” (848490) es Estados Unidos con el 69% de un total de importaciones de US\$ 57.6 millones. Siguen en orden de importancia Alemania con el 7% y Francia con el 6% de cobertura. El Perú ocupa la posición doce con una participación del 1%. (Ver tabla 36 del anexo V). Estados Unidos está exento y Perú tiene una preferencia arancelaria del 100%. (Ver tabla 7 del anexo IV)

El mercado de “Bombas centrífugas” (841391), importó US\$ 125.7 millones siendo Estados Unidos el principal proveedor con el 76% de participación, le siguen en importancia Japón y Alemania con el 7% y 5% respectivamente. Este es un mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 37 del anexo V). Estados Unidos está exento y Perú tiene preferencia arancelaria del 100%. (Ver tabla 7 del anexo IV)

En el rubro de “Partes y accesorios para máquinas de la partida 84.71”, (847330), China es el proveedor líder con el 30% del total de importaciones por un valor de US\$ 5,412.9 millones. Estados Unidos participó con el 21% y Corea del Sur con el 16%. Para el Perú representa un mercado nuevo de gran volumen. (Ver tabla 38 del anexo V). Perú no tiene negociada la partida. (Ver tabla 7 del anexo IV)

Del total de importaciones de US\$ 5.9 millones de “Manufacturas de fundición no maleable” (732510) Estados Unidos ocupó la primera posición con el 67% del mercado, siguiéndole en orden de importancia Suiza y Brasil con el 10% y 7% de participación respectivamente. Es un mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 39 del anexo V). Perú no tiene negociada la partida. El impuesto general de importación del 15%. (Ver tabla 7 del anexo IV)

En productos tales como “Cuadros, paneles y consolas para control o distribución de Electricidad”, (853710) la cifra de importaciones fue de US\$ 453.1 millones. Estados Unidos fue el principal proveedor con el 72% del total de importaciones seguido por Japón y Alemania con el 6% y 5% de cobertura respectivamente. Es un mercado con potencial para Perú. (Ver tabla 40 del anexo V). Brasil ocupa la décima posición con el 1%. Perú no negoció la partida y Brasil posee una preferencia del 20%. El impuesto general de importación es 10%. (Ver tabla 7 del anexo IV).

En el renglón de “Juntas metaloplásticas” (848410) los Estados Unidos ocupa la primera posición, participando con el 83% de un total de importaciones de US\$ 39.4 millones, la segunda posición como proveedor la ocupa Alemania con el 5% y la tercera Canadá con el 3%. Brasil ocupa la sexta posición con el 1% y el Perú la doceava con menos del 0,5%. (Ver tabla 41 y gráficas 48, 49 y 50 del anexo V). Perú y Brasil tienen 100% preferencia arancelaria, Estados Unidos y Canadá están exentos. (Ver tabla 7 del anexo IV).

El total de importaciones de “Bombas Centrífugas” (841370) fue de US\$ 73.8 millones, Estados Unidos lidera la lista de proveedores con el 61%, siguiéndole Canadá e Italia con una participación del 7% cada uno. Brasil ocupa el octavo lugar con el 2%. Estos productos son nuevos para Perú. (Ver tabla 42 del anexo V). Perú tiene 100% preferencia arancelaria de acuerdo al ACE y Brasil del 20%. Estados Unidos exento. (Ver tabla 7 del anexo IV)

En “Partes para Máquinas (847490)” se importaron US\$ 44.7 millones, los tres primeros lugares son ocupados por Estados Unidos con el 55% de participación, Canadá con el 9% y Alemania con el 8% respectivamente. Chile la décima posición y Brasil la doceava con el 1%. Perú se encuentra posicionado en el lugar 25 con menos de 0.5%. (Ver tabla 43 del anexo V). Perú no ha negociado la partida. Estados Unidos, Canadá y Chile son exentos. Brasil tiene 20% de preferencia arancelaria. El impuesto general de importación es del 10%. (Ver tabla 7 del anexo IV)

El total de importaciones de “Partes de máquinas o aparatos sin conexiones eléctricas (retenes)” (848590) fue US\$ 65.8 millones. Estados Unidos encabeza la lista de proveedores con el 75% participación, le siguen Japón 7% y Alemania 5%. Producto nuevo para Perú. (Ver tabla 44 del anexo V). Perú no tiene negociada. Estados Unidos exento. El impuesto general de importación del 10%. (Ver tabla 7 del anexo IV)

En lo referente a la parte No Arancelaria, se tienen las siguientes normas que se pueden consultar a nivel de producto en la Tabla 8 del anexo IV: Anexo 8, regla 2.2.2 Mercancías de importación exentas de inscribirse al padrón de importaciones; Nom-050-SCFI-2004, norma oficial mexicana se refiere a información comercial del etiquetado

Minería No Metálica

“Boratos de Calcio” (252890), México importó US\$ 1.5 millones del cual Chile con el 43% ocupa la primera posición, seguido de Turquía 42% y Perú 4%. Argentina obtuvo el sexto lugar con el 1% (Ver tabla 45 y gráficas 51, 52 y 53). Chile está exento, Perú y Argentina poseen preferencia arancelaria del 100%. (Ver tabla 9 del anexo IV)

El valor de las importaciones para “Vidrios de seguridad templado” (700721) fue de US\$ 33.9 millones. Los primeros tres lugares los ocupan Estados Unidos con el 63%, Italia con el 9%, Finlandia con el 6% de participación. Brasil está en el quinto lugar con el 4%, Colombia en el décimo con el 1% y Perú en el onceavo lugar con el 1%. (Ver tabla 46 y gráfica 54 del anexo V). Perú no ha negociado la partida. Estados Unidos. Colombia aplica el 9.6%. Brasil exento únicamente para el sector automotriz El impuesto general es del 20%. (Ver tabla 9 del anexo IV)

“Guarniciones para freno” (681310), valor total de importaciones por US\$ 18.2 millones. Estados Unidos con 68%, Brasil con 13%, y España 3% de participación ocupan las tres principales posiciones. Perú está en el octavo lugar con el 1%. (Tabla 47 y gráfica 55, 56 y 57). Perú tiene 100% preferencia arancelaria, Estados Unidos exento. (Ver tabla 9 del anexo IV)

Se importaron de “Mármol, travertinos y albastrós” (680221) un total de US\$ 15.9 millones. España es el líder de proveedores con el 68% de participación seguido por Italia con el 17% y Estados Unidos con el 5%. Guatemala ocupó el cuarto lugar con el 4% y Perú la quinceavo con menos del 0.5%. (Ver tabla 48 y gráfica 58 del anexo V). Perú no tiene negociada esta partida. Estado Unidos está exento, y a Guatemala le corresponde el 0.5% de derechos. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 9 del anexo IV).

En “Espejos de vidrio enmarcados” (700992) se importaron US\$ 8.9 millones, ocupando el primer lugar China con el 49% de cobertura, le siguen Estados Unidos y España con el 34% y 5% respectivamente. Colombia está en la octava posición con el 1%. Perú participa en el lugar el 21 con menos del 0.5% de cobertura. (Ver tabla 49 del anexo V). Partida no negociada por Perú. Estados Unidos y Colombia exentos. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 9 del anexo IV)

El total de importaciones de las “Manufacturas de Amianto” (681290), fue de US\$ 2.8 millones. Estados Unidos es el líder de proveedores con 54% de participación, siguiéndoles en orden de importancia Alemania con el 8% y Japón con el 6%. Perú ocupó el cuarto lugar con el 6%, Brasil el sexto con el 4%, y Colombia noveno con el 2% de cobertura. (Ver tabla 50 del anexo V). Perú y Brasil no han negociado esta partida. Estado Unidos y Colombia están exentos. El Impuesto general de importación es del 15% (Ver tabla 9 anexo IV).

“Abrasivos naturales o artificiales” (680520), total importaciones US\$ 14.6 millones del cual Estados Unidos lidera con el 59% de participación seguido por Alemania con el 17% y Colombia con el 6%. En el séptimo lugar está Brasil con el 2% de cobertura. Perú ocupa la posición 21 con menos del 0.5%. (Ver tabla 51 del anexo V). Estados Unidos y Colombia exentos y Brasil tienen 20% de preferencia arancelaria. Perú no ha negociado esta partida correspondiéndole el Impuesto general de Importación del 15%. (Ver tabla 9 del anexo IV)

En el rubro No Arancelario aplica la Norma Oficial Mexicana NOM-050- SCFI-2004 de etiquetado; Anexo 10 de Sectores y Fracciones arancelarias, el anexo 17 de Mercancías por la que no procede al tránsito internacional por territorio mexicano. Para mayor detalle ver tabla 10 del anexo IV.

Sector Pesca

Las importaciones de “Pota, calamares y globitos” (030749) fueron por un monto de US\$ 5.2 millones. Estados Unidos es el principal proveedor con el 52% de participación seguido por China y Perú con el 17% y 10% respectivamente. Chile que ocupa la quinta posición con el 6% del total de importaciones. (Ver tabla 52 y gráficas 59 y 60 del anexo V). Perú posee 10% preferencia Arancelaria. Chile y Estados Unidos están exentos. (Ver tabla 11, del anexo IV)

“Filetes Congelados” (030420) con un total de US\$ 61.8 millones en importaciones, China encabeza la lista de proveedores con el 57% de participación, siguiéndole Viet Nam y Estados Unidos con el 16% y 8% respectivamente. Chile está en el séptimo lugar con el 1%, Costa Rica en el noveno lugar con el 1%, y

Argentina el décimo con el 1%. Perú ocupa el doceavo lugar con el 1% de cobertura. (Ver tabla 53 y gráfica 61 del anexo V). Perú no tiene negociada esta partida. Estados Unidos Chile y Costa Rica están exentos. Argentina y Brasil tienen una preferencia arancelaria del 20%. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 11 del anexo IV)

Moluscos en Conserva” (160590) con un total de USD 8.6 millones en importaciones es liderado por España con el 20%, Corea del Sur con el 19% y Estados Unidos 12% de participación. Chile está en el séptimo lugar con el 6% y Perú en el noveno lugar con el 3% de cobertura. (Ver tabla 54 y gráficas 62, 63 y 64). Perú tiene preferencia arancelaria del 75%, Chile y Estados Unidos exentos. (Ver tabla 11 del anexo IV).

“Peces Ornamentales” (030110), importación total 3.0 millones, Estados Unidos encabeza la lista de proveedores con 62% de participación seguido por Colombia y Tailandia con el 18% y 14% respectivamente. El Perú ocupó la quinta posición con el 2% de cobertura. (Ver tabla 55 del anexo V). Perú posee preferencia arancelaria del 100%; Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 11 del anexo IV).

“Pescados Congelados”, (030379). El total de fue de US\$ 19.0 millones. China ocupó la primera posición con el 81%, Taiwán el segundo lugar con el 8% y Estados Unidos el tercer lugar con el 3% de participación. Perú obtuvo el quinto lugar, Panamá en el sexto y Costa Rica en el séptimo con el 1% de cobertura cada uno. (Ver tabla 56 del anexo V). El Perú no tiene negociada esta partida, Costa Rica exento. El impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 11 del anexo IV).

“Carne de pescado (incluso picada)” (030490). Total US\$ 1.5 millones. Los primeros tres lugares los ocupan Estados Unidos con el 37%, Costa Rica con el 21%, China con el 14%. Panamá está en el sexto lugar con un 4% de participación y Chile en el octavo lugar con el 3%. (Ver tabla 57 del anexo V). Perú no ha negociado esta partida. Estados Unidos, Costa Rica y Chile están exentos. El Impuesto general de importación es del 20%. (Ver tabla 11 del anexo IV).

En “Conchas de abanico”, (030729) se importaron US\$ 149 mil, de los cuales Canadá participó con el 46%, Estados Unidos en el segundo lugar con el 26%, y Chile en el tercero con el 9%. (Ver tabla 58 del anexo V). El Perú tiene 100% de preferencia arancelaria. Canadá, Chile y Estados Unidos están exentos. (Ver tabla 11 del anexo IV).

Venezuela lidera el rubro de “Camarones, Langostas y Langostinos” (030613) con el 44% de participación de un total de US\$ 24.2 millones en importaciones, el segundo lugar lo ocupa China con el 20% y el tercero Estados Unidos con el 10% de cobertura. Colombia está en el cuarto lugar con el 8% de participación, Guatemala en el quinto lugar con el 4% y Honduras en el séptimo con el 3% de cobertura. Nicaragua en el décimo lugar y Ecuador en el doceavo lugares participan con el 1% cada uno (Ver tabla 59 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 100%, Venezuela, Estados Unidos, Colombia, Guatemala y Honduras están exentos. Ecuador y Nicaragua tienen el 75% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 11 del anexo IV)

Para “Las demás Preparaciones y Conservas de pescado” (Jurel para Perú, 160419), el total importaciones fue de US\$ 1.9 millones. Estados Unidos tiene el primer lugar con el 47% de participación, seguido por España con el 23% y Canadá con el 13% de participación. Chile ocupa la séptima posición con el 2%, y Argentina la octava con el 1%, (Tabla 60 del anexo V). El Perú posee una preferencia arancelaria del 70%, Canadá y Chile están exentos; Argentina del 20% preferencia arancelaria. El impuesto general de importación es del 20% (Ver tabla 11 del anexo IV).

Del total de importaciones de “Preparaciones y conservas de Caballa” (160415) por un valor de US\$ 290 mil, Chile es el líder con el 92% de participación, le siguen Taiwán y Japón con el 2% (Ver tabla 61 del anexo V). El Perú tiene el 70% de preferencia arancelaria y Chile está exento. El impuesto general de importación es del 20%. Ver tabla 11 del anexo IV.

En relación al ámbito no arancelario, las importaciones están sujetas a los Permisos de SECOFI, relacionados con cupos; el Permiso SSA, relacionado con autorizaciones sanitarias: el Permiso SEMARNAP T1, que tiene que ver con autorizaciones de importación para ejemplares de vida silvestre; SEMARNAP T8, similar al anterior y dependiendo de los ejemplares de la lista en los apéndices de las CITES; Anexo 29, mercancías sujetas a horario de despacho aduanero; Permiso SAGAR A1, relacionado con inspecciones y certificados de sanidad acuícola. Para mayor detalle ver Tabla 12 del anexo IV.

Sector Piel y Cueros

El Perú es líder de importación de "Pieles curtidas de ovino en estado húmedo" (410510), de un total de US\$ 918 mil de importaciones participó con el 38%, seguido de España y Arabia Saudita con el 32% y 8% respectivamente. De los países de la Región están participando los Estados Unidos cuarto con el 8%, Bolivia quinto con el 6% y Venezuela séptimo con el 3%. (Ver tabla 62 y gráficas 65, 66 y 67 del anexo V). El Perú no tiene negociada esta partida. Estados Unidos, Bolivia y Venezuela están exentos, (ver tabla 13 del anexo IV)

El valor de las importaciones de "Artículos de Peletería" (430390) fue de US\$ 206 mil. Los primeros tres lugares los ocupan Italia con 27%, Francia el 15% y España con el 14% de participación. Brasil ocupa la cuarta posición con el 13% de cobertura y Estados Unidos la sexta con el 6%, Uruguay con el séptimo lugar con el 4% y Canadá es el octavo con el 3%. (Ver tabla 63 del anexo V). Perú y Brasil no tienen negociada esta partida; Estados Unidos y Canadá exentos. El impuesto general de importación es del 35%. (Ver tabla 13 del anexo IV).

En "Artículos de bolsillo o bolsos de mano con exterior de hojas de plástico" (420232) se importaron US\$ 10.1 millones, de los cuales China tuvo el 75% de participación seguida de Francia y España con el 5% cada uno. Estados Unidos ocupó el quinto lugar con el 3% de participación, Uruguay con el sexto lugar, con el 1% y Perú la novena posición con el 1%. (Ver tabla 64 y gráficas 68, 69 y 70 del anexo V). El Perú no ha negociado estos productos, el impuesto general que le corresponde es del 35%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 13 del anexo IV)

"Pieles curtidas de ovino en estado seco" (410530), total importaciones US\$ 337 mil, España con el 64%, Reino Unido con el 27% y Níger con el 4% y Estados Unidos en el cuarto lugar con el 3% (Ver tabla 65 del anexo V). Perú no negociada, aplica el impuesto general de importación del 10%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 13 del anexo IV)

El total de importaciones de "Artículos de Bolsillo o bolsos de mano con superficie exterior de cuero" (420231), alcanzó la cifra de US\$ 7.6 millones. China en primer lugar participa con el 33%, le siguen en el segundo lugar Alemania con el 15% y la tercera España el 12% de cobertura. Colombia obtuvo el séptimo lugar con un 6% de participación y Estados Unidos el octavo lugar con el 2%. (Ver tabla 66 del anexo V). Perú no negociado, impuesto general del 35%, Colombia y Estados Unidos exentos. (Ver tabla 13 del anexo IV).

De "Bolsos de mano con superficie exterior de hojas de plástico o materia textil" (420222) se importaron un total de US\$ 45.2 millones. Los primeros tres lugares fueron para China con el 75%, Francia con el 8%, España con el 5%. Perú ocupa el lugar 20 con menos 0.5%. (Ver tabla 67 en el anexo V). Perú no tiene negociada la partida, aplica el 35% de impuesto General. (Ver tabla 13 del anexo IV)

Para "Las demás manufacturas de cuero natural o regenerado" (420500) se importaron US\$ 278.1 millones. El principal proveedor fue Estados Unidos con el 92% de participación seguido por Argentina con el 3%, Costa Rica con el 2%. (Ver tabla 68 del anexo V). Perú no ha negociado esta partida. El impuesto general de importación es del 35%. Estados Unidos y Costa Rica exentos. Argentina tiene el 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 13 del anexo IV).

"Los demás continentes con superficie exterior de hojas de plástico o de materias textiles" (420292) con un total USD 58.5 millones en importaciones está encabezado por China con el 71% de participación, le sigue en el segundo y tercer lugar Estados Unidos con el 15%, Filipinas con el 4% respectivamente. (Ver tabla 69 del anexo V). Estados Unidos exento. (Ver tabla 13 del anexo IV)

"Cuero y pieles depilados de Caprino en estado húmedo" (410621). Total de importaciones por US\$ 4.3 millones. Los primeros tres lugares los ocupan España con el 37%, Perú con el 11% y China con el 9%. (Ver tabla 70 y gráficas 71, 72 y 73 del anexo V). Perú posee preferencia arancelaria 100% (Ver tabla 13 del anexo IV).

En el ámbito No arancelario aplican las disposiciones: T3, Permiso Semarnap; T1 y T8 productos sujetos a presentación de certificados CITES de acuerdo a listas de productos para especies silvestres; CA, Certificado de cupo; Normas oficiales mexicanas NOM-050-SCFI-2004 sobre información comercial de etiquetado de cueros y pieles curtidas naturales; la NOM-050-SCFI referida a información comercial de etiquetado general de productos; Anexo 21, aduanas autorizadas para tramitar el despacho. (Ver tabla 14 del anexo IV).

Sector Químico

“Bixina (achiote) y Carmín de Cochinilla” (320300). Total importaciones USD\$ 20.4 millones. Los tres primeros lugares los ocupan China con el 28%, la India con el 27% y el Perú con 21% de participación. El cuarto lugar lo ocupa Estados Unidos con el 14% y Chile el sexto con el 2%. (Ver tabla 71 y gráficas 74, 75 y 76 del anexo V). Perú tienen 100% preferencia arancelaria. Estados Unidos y Chile están exentos. (Ver tabla 15 del anexo IV).

“Preparaciones a base de lacas” (320500). Total importaciones 5.6 millones. Estados Unidos líder de los proveedores con el 86% e participación seguido por Colombia con el 4% y Japón con el 3%; Perú está en la cuarta posición con el 1% de cobertura. (Tabla 72 y gráficas 77, 78 y 79 del anexo V). En Perú no ha negociado esta partida, se aplica un 15% de impuesto general de importación. Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Acido Ortobórico (ácido bórico) (281000). Total importaciones US\$ 5.4 millones. En el primer lugar está Estados Unidos con el 52% de participación seguido por Chile con el 38% y Perú con el 7%. (Tabla 73 y gráfica 80 del anexo V). Perú tiene 100% preferencia arancelaria en ACE, Estados Unidos y Chile exentos. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Preparaciones de maquillaje” (330499). Total importaciones US\$ 144.2 millones. Los primeros tres lugares los ocupan Estados Unidos con el 50%, Francia con el 24%, Colombia con el 4%. Canadá ocupa la cuarta posición con el 4%, Argentina la décima con el 2% de cobertura. Perú está en el quinceavo lugar con 0.26% de participación. (Ver tabla 74 del anexo V). Perú tiene 90% de preferencia arancelaria, sobre un impuesto general del 20%. Estados Unidos y Colombia exentos. Argentina tiene el 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Aceites esenciales de Limón” (330113). Total importaciones por US\$ 4.2 millones. Estados Unidos encabeza la lista de proveedores con el 51% de participación, Argentina 34%, Perú con el 7% en el segundo y tercer lugar respectivamente, (Ver tabla 75 y gráfica 81 del anexo V). Perú no ha negociado esta partida, el impuesto general es del 15%. Estados Unidos está exento y Argentina tiene 100% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Cajas, cajones, jaulas y artículos similares de plástico” (392310). Total de importaciones por US\$ 1017.6 millones. Los principales proveedores en orden de importancia son Estados Unidos con el 94%, China con el 2%, Japón con el 1% y en cuarta posición Canadá con el 1%. Perú ocupa la posición 19 con el 0.39% de cobertura. (Ver tabla 76 del anexo V). Perú no ha negociado partida. Estados Unidos y Canadá exentos (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Perfumes” (330300). Total de importaciones US\$ 114.0 millones. Los primeros lugares son para Francia con el 43%, Estados Unidos 34% y España 7% de participación. Colombia se ubica en el séptimo lugar y Perú en el octavo ambos con el 1% de participación. (Ver tabla 77 y gráfica 82 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 90% de un impuesto general del 20%. Estados Unidos y Colombia exentos. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Antioxidantes y demás estabilizantes compuestos para caucho” (381230), Total importaciones US\$ 31.1 millones. Los principales proveedores son Estados Unidos con el 71%, Alemania con el 6%, Italia con el 5% y en el cuarto lugar Canadá con el 4% de participación. Perú está en el noveno lugar y Brasil en el onceavo con el 1%. (Ver tabla 78 y gráfica 83 del anexo V). Partida no negociada por Perú, le corresponde el 15% del impuesto general de importación. Estados Unidos exento. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Preparaciones para el maquillaje de ojos” (330420), Total importaciones por US\$ 28.9 millones. Estados Unidos con el 40%, China con el 15% y Francia con el 14% ocupan las tres primeras posiciones. Canadá ocupa la quinta posición con el 6%, Colombia la séptima con el 4% y Argentina el octavo lugar con el 3% de participación. Perú está en la posición trece con el 0.40%. (Ver tabla 79 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 90% sobre un 15% de impuesto general de importación. Estados Unidos y Colombia están exentos. Argentina tiene el 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV).

“Desodorantes y antitranspirantes” (330720), Total importaciones US\$ 54.7 millones. Primeros tres lugares: Estados Unidos con el 51%, Argentina con el 19% y Chile con el 16% de cobertura. En el octavo y el noveno lugar se encuentran Colombia y Brasil con el 1% respectivamente. Perú está en la posición diecisiete con el 0.029% de cobertura, (Ver tabla 80 del anexo V). Perú tienen preferencia arancelaria del

90%, Estados Unidos, Chile y Colombia exentos; Brasil y Argentina el 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Sulfatos” (283329). Total importaciones por US\$ 4.5 millones. Los proveedores líderes fueron Corea del Sur con el 25%, Estados Unidos con el 24% y Japón con el 23% de participación. Perú ocupa el octavo lugar con el 2%. (Ver tabla 81, gráfica 84, 85 y 86). Perú tiene 100% de preferencia arancelaria. Estados Unidos esta exento. (Ver tabla 15 del anexo IV).

“Sacos, bolsitas y cucurucho de polímeros de etileno” (392321). Total importaciones por US\$ 130.1 millones. Los proveedores más importantes son: Estados Unidos con el 86%, China con el 4%, República de Corea del Sur 2%. (Ver tabla 82 del anexo V). Partida no negociada por Perú y el impuesto general es del 15%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre de plástico” (392350), Total importaciones de US\$ 263.0 millones. Los primeros tres lugares son para Estados Unidos con el 85%, Alemania con el 2% y Francia con el 2%. En el octavo lugar está con el 1% Brasil y con el mismo porcentaje Chile en el noveno. (Ver tabla 83 del anexo V). Perú no a negociado la partida, el impuesto general es del 20%. Estados Unidos y Chile están exentos y Brasil tiene el 20% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Mezclas e hidrocarburos aromaticos” (270750), con un total de US\$ 5.9 millones tiene como único proveedor a los Estados Unidos. (Ver tabla 84 del anexo V). Partida no negociada por Perú. El impuesto general es del 10% y Estados Unidos está exento. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Champúes” (330510). Importaciones por US\$ 18.0 millones. Estados Unidos es el líder con el 67%, seguido por España y Argentina con el 5% cada uno. Colombia está en el sexto lugar con el 3%, Canadá y Chile en el séptimo y noveno lugar con el 2% respectivamente. Perú lugar 23 con mínima participación. (Ver tabla 85 del anexo V). Partida no negociada por Perú en el ACE, 90% de preferencia en ALADI, el impuesto general de importación es del 15%. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Sacos, bolsitas, cucurucho de plástico” (392329). Total importaciones por US\$ 200.3 millones. Estados Unidos con el 83%, China con el 11%, Francia con el 2% ocupan los primeros tres lugares. (Ver tabla 86 del anexo V). Partida no negociada por Perú. El impuesto general es del 15%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 15 del anexo IV).

“Preparaciones Capilares” (330590). Total importaciones por US\$ 65.3 millones. Principales proveedores: Estados Unidos con el 70%, España con el 9%, Brasil 8%. Mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 87 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 90% de un impuesto general de importación del 15%. Estados Unidos exento. Brasil tiene el 40% de preferencia arancelaria. (Ver tabla 15 del anexo IV)

“Artículos para transporte o envasado de plástico” (392390). Total importaciones por US\$ 331.1 millones. Principales proveedores: Estados Unidos con el 91%, China con el 2% y Japón con el 2%. (Ver tabla 88 del anexo V). Partida no negociada por Perú. El impuesto general de importación es del 20%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 15 del anexo IV)

En el ámbito no arancelario aplica la Norma oficial mexicana NOM-141-SSA1-1995, Bienes y Servicios etiquetado para productos de perfumería y belleza preenvasados; PERMISO SSA, el S3: registro sanitario para mercancías para el diagnóstico, tratamiento, prevención y rehabilitación de enfermedades en humanos; Anexo 9: fracciones arancelarias de la tarifa de la ley de impuestos generales de importación y de exportación correspondientes a sulfato de cadmio y sulfato de plomo. Permiso Cicloplafest: PF autorización de importación para el control del Proceso y uso de plaguicidas, fertilizantes y sustancias tóxicas. Para mayor detalle ver tabla 16 del anexo IV.

Sector Sidero Metalúrgico

“Barras y perfiles de Cobre refinado” (740710). Valor total de importaciones, US\$ 12.7 millones. Países proveedores más importantes: Estados Unidos con el 81%, Perú con el 9% y Chile con el 4%. (Ver tabla 89 y gráfica 87, 88 y 89 del anexo V). Perú posee preferencia arancelaria del 100% en el ACE. Estados Unidos y Chile exentos. (Ver tabla 17 del anexo IV)

“Alambre de aleaciones a base de cobre” (740821). Total importaciones por US\$ 6.4 millones. Los tres principales Países proveedores son Unidos con el 53%, Alemania con el 16% y Suiza con el 16% de

participación. Perú ocupa el sexto lugar con el 1% de cobertura. (Ver tabla 90 y gráficas 90, 91 y 92 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 100%. Estados Unidos exento (Ver tabla 17 del anexo IV).

“Telas metálicas, redes y rejillas” (731441). Importaciones por US\$ 3.1 millones. Estados Unidos es el líder con el 39%, seguido por China con el 23% y Colombia con el 14%. Perú obtiene el cuarto lugar con el 13%, sexto Venezuela con el 1% y Chile en el noveno con el mismo porcentaje. (Ver tabla 91 y gráfica 93 del anexo V). Perú no tiene negociada esta partida, el impuesto general de importación es del 15%. Estados Unidos, Chile, Colombia y Venezuela exentos. (Ver tabla 17 del anexo IV).

“Chapas y Tiras de Cobre refinado” (740919). Total de importaciones por US\$ 7.2 millones. Encabeza la lista de proveedores Estados Unidos con el 74%, Corea del Sur 16% y Colombia 4%, ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente. Chile ocupa el cuarto lugar con el 2% y el Perú la quinta posición con el 2% (Ver tabla 92 y gráfica 94 del anexo V). Perú tiene una preferencia arancelaria del 60%. El impuesto general de importación es del 10%. Estados Unidos, Colombia y Chile están exentos. (Ver tabla 17, del anexo IV)

“Alambre de aleaciones de cobre” (740829) con un total de importaciones por US\$ 10.1 millones es liderada por Estados Unidos con el 65%, en el segundo lugar está Singapur con el 13% y el tercero es ocupado por Canadá con el 5%. Perú está en el octavo lugar con el 1%. (Ver tabla 93 y gráfica 95 del anexo V). Perú tiene una preferencia arancelaria del 100%. Estados Unidos está exento. (Ver tabla 17 del anexo IV)

En el ámbito no arancelario se aplica el anexo 10, Sectores y Fracciones arancelarias a la partida de “Las demás telas metálicas, redes y rejillas cincadas” (731441). (Ver tabla 18 del anexo IV).

Sector Textil y Confecciones

“Bragas de punto de algodón para mujeres o niñas” (610821). Del total de importaciones US\$ 7.8 millones, Colombia es el proveedor líder con el 23% de cobertura seguido por Indonesia con el 19% y en tercera posición el Perú con el 15% de participación. Estados Unidos ocupa el cuarto lugar con el 11%, Canadá el sexto con 5%. (Ver tabla 94 y gráficas 96, 97 y 98 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00. Impuesto general de importación del 35%. Colombia y Estados Unidos exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“T-shirts” y camisetas interiores de punto de algodón” (610910), con un total de importaciones de US\$ 190.9 millones, Estados Unidos 67%, Portugal con el 4% y Honduras con el 3% son los tres principales proveedores. Luego siguen en orden de importancia El Salvador en sexto lugar con el 2%, Colombia en el noveno con 2%. Perú está en la posición doce con el 1% de cobertura. (Ver tabla 95 y gráfica 99 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Estados Unidos, Honduras, El Salvador y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Camisas de punto de algodón para hombres o niños” (610510). De un total de importaciones por US\$ 26.2 millones, India con el 21% ocupa el primer lugar seguido de China con el 16% y Estados Unidos con el 8% de participación, Perú ocupa el octavo lugar con el 3% y Colombia el décimo con el 3%. (Ver tabla 96 y gráficas 100, 101, y 102 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%. Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Camisones y Rjamas de punto de algodón para mujeres o niñas” (610831). Total importaciones fue de US\$ 4.4 millones, los primeros tres lugares los ocupan Estados Unidos con el 27%, El Salvador con el 21%, Canadá con el 11%. Perú está en la cuarta posición con el 7% de cobertura seguido por Colombia en la quinta. Brasil está en el noveno lugar con el 2%. (Ver tabla 97, gráfica 103, 104 y 105 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%. Estados Unidos, El Salvador, Canadá y Colombia están exentos; Brasil no ha negociado esta partida. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebés” (611120). Total importaciones US\$ 16.4 millones. Los tres principales competidores son Tailandia con el 12%, Portugal con el 11%, India con el 11%. Colombia el séptimo lugar con el 6%, Estados Unidos en el octavo con el 5%, Chile en el noveno con el 5%. Perú ocupa el lugar doce con el 3%. (Ver tabla 98 y gráfica 106 del anexo V). Perú tiene

preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Colombia, Estados Unidos y Chile están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV),

“Prendas de vestir y complementos de vestir de punto de algodón” (611420). Total importaciones US\$ 19.1 millones. Estados Unidos con el 27%, Hong Kong con el 10%, India con el 7% son los proveedores líderes. Canadá se ubicó en el cuarto lugar con el 6% y Colombia en el quinto con el 6% de participación. Perú ocupó la quinceava posición con el 2%. (Ver tabla 99 y gráfica 107). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto de algodón para mujeres y niñas” (610610). Total de importaciones US\$ 50.8 millones. Los tres países líderes fueron Estados Unidos con el 65%, China con el 4% y Portugal con el 4%. Colombia ocupó la posición décima con el 2%. El Perú se colocó en el lugar diecinueve con el 0.39%. (Ver tabla 100 y gráfica 108). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Suéteres (Jerseys) pullovers, de punto de algodón” (611020). Total importaciones US\$ 179.6 millones. Estados Unidos fue el principal proveedor con el 80% de participación seguido de Hong Kong con 5%, y Corea del Sur 2%. Perú ocupó la posición 23 con una baja participación. (Ver tabla 101 y gráfica 109 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos está exento. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón para mujeres o niñas” (610462). Total importaciones US\$ 18.4 millones. Los proveedores líderes fueron Estados Unidos con 34%, Taiwán el 11% y Portugal con el 6% de participación. Perú ocupa el décimo lugar con el 3%. Colombia en el onceavo y Brasil en la doceava posición con el 2% de cobertura cada uno. (Ver tabla 102, gráfica 110, 111 y 112). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos, Colombia están exentos; Brasil no ha negociado la partida. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Calzoncillos para hombres o niños de punto de algodón” (610711). Total importaciones US\$ 10.0 millones. Los principales proveedores fueron Estados Unidos con el 24%, El Salvador con el 18%, Colombia con el 17% y en cuarto lugar Honduras con el 10% de participación Perú ocupa la onceava posición con el 2%. (Ver tabla 103 y gráfica 113). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos, El Salvador, Colombia y Honduras están exentas. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Camisones, Pijamas de punto de algodón para hombres o niños” (610721). Total importaciones US\$ 6.8 millones. Los primeros tres lugares son Estados Unidos con 83%, El Salvador con el 8% y la India con el 2%. Perú se ubica en el sexto lugar el Perú con el 1% (ver tabla 104 y gráfica 114 y 115 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos y El Salvador están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Abrigos, chaquetones, capas de punto de algodón para mujeres o niñas”. (610220). Total importaciones US\$ 5.2 millones. Los principales proveedores: Turquía con el 15%, Indonesia con el 30% y Portugal con el 9%. Del resto de países considerados Estados Unidos ocupó el cuarto lugar con el 9% y Colombia el doceavo con el 3% de cobertura. Perú se ubica en el dieciseisavo lugar con el 2% de participación. (Ver tabla 105 y gráfica 116 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Pantalones, pantalón con peto y pantalones de algodón para mujeres o niñas” (620462). Total importaciones US\$ 154.5 millones. Estados Unidos con el 51%, Hong Kong con el 15% y España con el 4% se ubican en los primeros tres lugares. Colombia ocupó la cuarta posición con el 4% de cobertura. Mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 106 del anexo V). Partida no negociada por Perú, el impuesto general de importación es del 35%. Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Pantalones, pantalón con peto y pantalones cortos para hombres o niños” (610342). Total importaciones US\$ 12.4 millones. Estados Unidos 88% se ubicó en primer lugar seguido por Turquía con el 25%. Perú ocupó la quinta posición con el 1% (Ver tabla 107 y gráficas 117, 118 y 119 del anexo V). Perú tiene

preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos está exento. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebés” (611190). Total importaciones US\$ 25.0 millones. Las primeras tres posiciones las ocuparon España con 36%, Colombia con el 32% y Francia con el 16%. (Ver tabla 108 del anexo V). Partida no negociada en el ACE, el impuesto general es del 35%. Colombia está exenta (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Vestidos de punto de algodón para mujeres o niñas” (610442). Total importaciones US\$ 1.0 millones. Estados Unidos 38% encabeza la lista de proveedores seguido de España con 8% y China el 7% de participación. En el séptimo lugar se encuentra Colombia con el 4%. Mercado nuevo para Perú. (Ver tabla 109 y gráfica 120). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% y cupo asignado al ítem 6101.20.00; Impuesto general del 35%; Estados Unidos y Colombia exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Camisas, blusas y blusas camiseras de algodón para mujeres o niñas” (620630). Total importaciones US\$ 36.0 millones. Los primeros lugares en la lista de proveedores los ocupan la India con el 25%, Estados Unidos el 15% y España con el 10% de participación. Colombia ocupa el décimo lugar con el 3% de cobertura y Perú el lugar veintiuno con mínima participación. (Ver tabla 110 y gráfica 121 del anexo V). Perú no ha negociado esta partida, el impuesto general es del 35%. Estados Unidos y Colombia están exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas” (620342). Total importaciones US\$ 116.8 millones. Estados Unidos se ubicó en primer lugar con el 71% de participación seguido de Hong Kong con el 7% de participación y Colombia con el 5% de cobertura. Chile se ubicó en la octava posición con el 2% de participación (Ver tabla 111 del anexo V). Perú tiene preferencia arancelaria del 80% Impuesto general del 35%. Unidos, Colombia y Chile exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV)

“Chaquetas (sacos) de algodón para mujeres o niñas” (620432). Total de importaciones US\$ 7.6 millones. España 28%, Marruecos 17% y Portugal con el 10% de participación ocupan las tres primeras posiciones. Estados Unidos se ubicó en el cuarto lugar con el 6% de cobertura (Ver tabla 112 del anexo V). Perú ha negociado la Partida. Estados Unidos exento. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Faldas y faldas pantalón de algodón para mujeres o niñas” (620452). Total importaciones US\$ 14.0 millones. Los proveedores líderes fueron Estados Unidos con el 28%, España con el 13% y Hong Kong con el 12% de participación. En la séptima posición se ubica Colombia con 5% de cobertura. (Ver tabla 113 del anexo V). Partida no negociada por Perú, Estados Unidos y Colombia exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Camisones y Pijamas de algodón para mujeres o niñas” (620821). Total importaciones US\$ 951 miles. India es el líder con 37% de participación, siguiéndole en orden de importancia España con el 21% y Mongolia con el 14% de cobertura. Perú ocupó la cuarta posición con el 5% del total de importaciones. Colombia se ubicó en el quinto lugar con el 5% y Honduras en el noveno con el 2%. (Ver tabla 114 y gráficas 122, 123 y 124 del anexo V). Partida no negociada por Perú. Colombia y Honduras exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Conjuntos de punto de algodón para mujeres o niñas” (610422). Total de importaciones de US\$ 1.5 millones. Canadá ocupa la primera posición con el 17% de participación, Estados Unidos con el 17% y Hong Kong con el 15% se ubicaron en la segunda y tercera posición respectivamente. En el quinto lugar se ubica El Salvador con el 7%. (Ver tabla 115 del anexo V). Partida no negociada por Perú. Estados Unidos y El Salvador exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

“Abrigos Chaquetones, Capas de algodón para mujeres o niñas” (620292). Total importaciones US\$ 7.1 millones. Hong Kong con el 25%, Indonesia el 17% y Mongolia con el 10% de participación encabezan la lista de proveedores. En el séptimo lugar se ubica Colombia con el 3% de cobertura y Estados Unidos en el décimo lugar con el 2%. (Ver tabla 116 del anexo V). Perú no ha negociado esta partida, el impuesto general es del 35%. Colombia y Estados Unidos exentos. (Ver tabla 19 del anexo IV).

En relación al ámbito no arancelario, la Tabla 20 del anexo IV, describe las diversas normas y anexos aplicables según el caso a los productos priorizados. Las normas 004-SCFI- 1994 y 015- SCFI-1998 se refieren a información comercial de etiquetados de textiles, prendas de vestir y juguetes. El anexo 10, contiene sectores y fracciones arancelarias. El Anexo 17 mercancías que no procede tránsito internacional

por territorio mexicano ; el anexo 18, sobre datos de identificación individual de las mercancías; el anexo 21, referido a los textiles clasificados en las fracciones arancelarias de los Capítulos 50 al 63 de la TIGIE; RMCE, Regla de Carácter General en materia de Comercio Exterior; Unidades de medidas tarifarias; Regla 2.8.1, requisitos para autorizar la inscripción en el registro de empresas certificadas a las personas morales que cumplan con los requisitos establecidos; Regla 2.1.8 , determinan los días y horas que se consideran hábiles para la entrada al territorio mexicano, de mercancías y medios de transporte.

BIBLIOGRAFÍA

Acuerdo de Complementación Económica N° 8 suscrito entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Perú y Anexos.
Plan Operativo Exportador Pesca y Acuicultura
Plan Operativo Exportador Joyería y Orfebrería
Plan Operativo Exportador del Sector Artesanía
Plan Operativo Exportador Sector Servicios
Plan Operativo Exportador del Sector Textil y Confecciones
Plan Operativo Exportador Forestal y Maderable
Plan Operativo Exportador del Sector Agroindustrial
Plan Estratégico y Operativo de Exportación de Servicios de Consultoría en Gestión 2005– 2009
Plan Estratégico y Operativo de Exportación de Servicios de Consultoría de Ingeniería 2005– 2009
Plan Estratégico y Plan Operativo de Exportación de Software 2005 – 2009
Plan Estratégico y Plan Operativo de Exportación de Servicios de Salud Electivos
Plan Estratégico Regional de Exportaciones:

- Ancash
- Arequipa
- Ayacucho
- Cajamarca
- Piura
- Cusco
- Huancavelica
- Ica
- Junín
- La Libertad
- Lambayeque
- Loreto
- Pasco
- San Martín
- Tacna
- Ucayali

Banco Mundial. Indicadores de Desarrollo mundial, abril 2006.
INEGI, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Información. México de un vistazo 2005.
INEGI, II Censo de Población y Vivienda, 2005.
INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.
INEGI, Banco de Información Económica.
Banco de México, Indicadores Financieros y Económicos.
Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión, bases de datos.
Secretaría de Educación Pública. Base de Datos.
Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Dirección General, adjunta de deuda pública, bases de datos.
Bancomext, base de datos (Banco Nacional de Comercio Exterior)
Diario Oficial de la Federación (DOF).
Resolución Miscelánea de Comercio Exterior.
Reglamento a la Ley de Comercio Exterior.
Reglamento a la Ley Aduanera de México.
Bases de datos de la Secretaría de Economía, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Salud, Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes.
Normas Oficiales Mexicanas.
Compendio de Comercio Exterior 2006.
Ley del Impuesto General de Importación y Exportación.
Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación.
Acuerdo Latinoamericano de Integración.
Tratados de Libre Comercio firmados con México.
Acuerdos de Complementación Económica firmados con México.
Programas de Fomento para empresas exportadoras establecidas en México.
Grocery retailing in Mexico. E-intelligence on global retailing/M+M PlanetRetail Ltd.2005
Consumer Lifestyle in Mexico. Euromonitor International Junio 2005.
Enciclopedia Encarta, Microsoft Corporation.