



**EVALUACIÓN DEL PLAN
OPERATIVO (POI)
De PROMPERÚ**

AL IV TRIMESTRE 2007

Enero/diciembre de 2007

INDICE

Nº	DETALLE	PÁGINA
1.	Sector Exportaciones	3
1.1.	Análisis del Sector Exportaciones	3
1.2.	Ejecución de actividades del Sector Exportaciones	15
2.	Sector Turismo	53
2.1.	Análisis del Sector Turismo	53
2.2.	Ejecución de actividades del Sector Turismo	64
3.	Ejecución de actividades de las Áreas Administrativas	89
4.	Conclusiones y Recomendaciones	90
5.	Anexos del POI	93



1. SECTOR EXPORTACIONES

1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR EXPORTACIONES:

1.1.1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES TOTALES A DICIEMBRE DE 2007

Las exportaciones peruanas alcanzaron en el 2007 los US \$ 27 588,3 millones, valor superior en 16,3% respecto a lo exportado el año anterior. Cabe destacar que en diciembre último se logró la cifra record de US \$ 2 744,3 millones con lo que se alcanzó un crecimiento durante 70 meses consecutivos.

Exportaciones Peruanas Totales (Millones de US\$ FOB)

Sector	Dic-07	Var.%	Ene-Dic 07	Var.%	Part.%
Total Tradicional	2,041.3	-1.2	21,295.7	15.5	77.2
Total No Tradicional	703.0	39.6	6,292.5	19.1	22.8
TOTAL	2,744.3	6.8	27,588.3	16.3	100.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: Promperu.

Las exportaciones no tradicionales, que totalizaron US \$ 6 292,5 millones, fueron más dinámicas que las tradicionales al registrar un crecimiento de 19,1% contra 15,5% de las exportaciones tradicionales. Con respecto a la participación sobre el total exportado, las no tradicionales representaron el 22,8%, cifra similar a la registrada en el 2006. Los principales mercados de destino fueron: Estados Unidos que concentró el 19,0% de las ventas al exterior, China (11,0%), Suiza (8,5%), Japón (7,9%) y Canadá (6,5%) los cuales en conjunto representaron el 52,9% del total embarcado.

Entre enero y diciembre del 2007 se registraron 6 560 empresas exportadoras, 176 empresas más que las registradas en el 2006. De este total, 900 embarcaron productos por más de un millón de dólares. Cabe destacar que en este periodo incursionaron 1 508 nuevos exportadores¹, de los cuales 426 exportaron por un valor superior a los US \$ 50 mil.

Asimismo, las exportaciones representaron un total de 4 750 partidas arancelarias, entre enero y diciembre del 2007, de las cuales 638 sumaron más de un millón de dólares. En el mismo periodo, las ventas al exterior fueron a 174 mercados, 6 de los cuales superaron los mil millones de dólares, 26 los US \$ 100 millones y 111 registraron exportaciones por encima del millón de dólares.

Durante el último año, las **exportaciones no tradicionales** alcanzaron la cifra de US \$ 6 292,5 millones, lo que significó un incremento de 19,1%. En los doce últimos meses destacó el mayor crecimiento de los sectores Químico (33,6%), Metal Mecánico (31,2%) y Agropecuario (23,2%). Cabe destacar los montos record registrados en diciembre último en los sectores Textil, Agropecuario, Químico, Metal-Mecánico, Minería No Metálica, Piel y Cueros y Varios (incluye joyería).

Durante 2007, el continente Asiático, Latinoamérica y Estados Unidos constituyeron los principales destinos, al concentrar el 65,1% de las exportaciones totales peruanas. Al respecto, cabe destacar el importante crecimiento del bloque asiático en el año (43,4%), seguido por los países latinoamericanos (20,1%) y los países de la Unión Europea (5,3%).



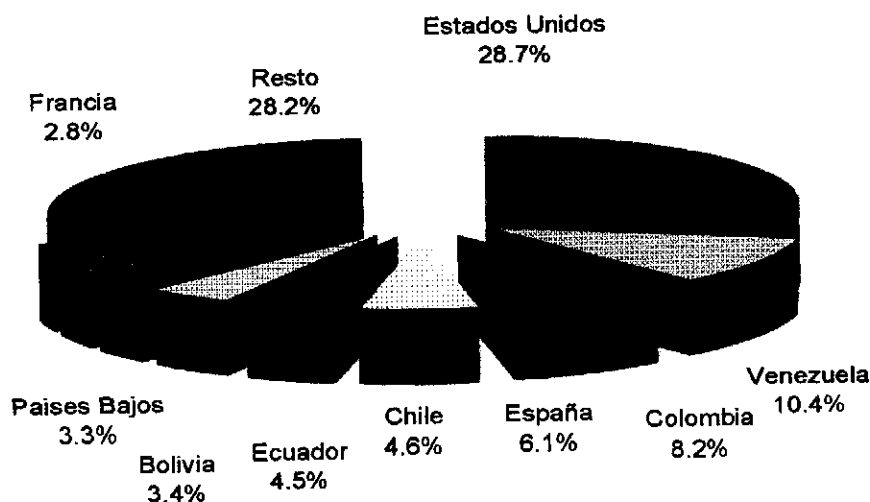
¹ Con exportaciones mayores a US \$ FOB 1 000,00.

Exportaciones No Tradicionales (millones de US\$ FOB)

Sector	Dic-07	Var.%	Ene-Dic 07	Var.%
Textil	214.9	71.3	1,729.8	17.5
Agropecuario	190.0	33.2	1,503.3	23.2
Sidero - Metalúrgico	72.3	-2.7	802.7	11.9
Químico	81.8	52.9	803.3	33.6
Pesquero	45.4	4.8	502.1	14.0
Maderas y papeles	37.4	41.5	360.4	6.2
Metal - Mecánico	21.6	63.8	215.4	31.2
Minería No Metálica	17.6	85.9	164.8	21.7
Varios (Inc. Joyería)	18.7	45.2	178.7	4.2
Piel y cueros	3.3	44.3	31.9	9.1
TOTAL	703.0	39.6	6,292.5	19.1

Fuente: SUNAT. Elaboración: Promperu

Destino de Exportaciones No Tradicionales 2007



Fuente: SUNAT. Elaboración: Promperu.

Con respecto a las ventas por países, Estados Unidos se ubicó nuevamente como el primer destino de las exportaciones peruanas en 2007, al alcanzar un valor de US \$ 5 250,1 millones, 8,0% menos que lo exportado en 2006, logrando una participación de 19,0% en las exportaciones peruanas. Tal reducción se explica por los menores embarques de minerales como oro (-56,5%); zinc (-16,9%); maderas y papeles (-18,7%) y textil-confecciones (-3,6%), principalmente.

El principal destino para los productos **no tradicionales** fue el bloque latinoamericano que concentró el 41,3% del total de los envíos del sector, destacando dentro de estos Venezuela (10,4% de participación) ante las mayores compras de textiles y confecciones (124,4%) y productos químicos (34,0%). Cabe destacar que a nivel de países Estados Unidos concentró el 28,7% de las exportaciones del sector, destacando los envíos agropecuarios (14,2% de incremento) y pesqueros (41,3%). Otros mercados que sobresalieron durante 2007 fueron Colombia (8,2%), España (6,1%), Chile (4,6%) y Ecuador (4,5%).

Los destinos no tradicionales que más crecieron durante 2007 fueron Islas Vírgenes Norteamericanas (4 982%, básicamente por las compras de cemento clinker tipo I), Togo (685,2% con leche evaporada sin azúcar), Sudáfrica (114,8% con conservas de jurel, filete de pota, espárragos frescos, tara), Guinea (104,7% con leche evaporada sin azúcar), Venezuela (99,8% con polos y blusas de algodón de punto, cinc sin alear, alambre de cobre refinado), y Bulgaria (96,9% por sus compras de caballa congelada).

1.1.2. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES POR SECTORES

a) Sector Agropecuario

Las exportaciones agropecuarias de productos tradicionales y no tradicionales ascendieron a US \$ 237,5 millones en diciembre último, con lo cual se acumularon durante el año ventas por US \$ 1 963,8 millones. Este monto, mayor en US \$ 170,3 millones respecto a 2006, es equivalente a un crecimiento de 9,5%.

Las menores ventas de productos agrarios tradicionales influenciaron en el moderado crecimiento de las exportaciones totales agropecuarias. Estas fueron US \$ 47,4 millones en diciembre y US \$ 460,4 millones durante el año, representando caídas de 26% y 19.7% respectivamente. Las exportaciones de café, producto que lidera las exportaciones tradicionales, fueron afectadas por la caída de la producción interna, la cual disminuyó en 32 por ciento durante este año.

De otro lado, las exportaciones de productos agrarios **no tradicionales** registradas en diciembre alcanzaron US \$ 190,0 millones, con lo cual se acumularon US \$ 1 500,30 millones durante 2007. Esta cifra representó un crecimiento de 23,2% respecto a 2006, el cual es explicado por los mayores volúmenes exportados y mejores cotizaciones internacionales; así como una mayor diversificación de los productos exportados.

Durante 2007, las exportaciones no tradicionales se dirigieron principalmente a Estados Unidos (32% de participación). Le siguieron España (11%) y Holanda (10%) como principales mercados de destino. Resalta el incremento de las exportaciones no tradicionales realizadas hacia Hong Kong y China, en 97% (uvas y fresas) y 69% (bananas y cebollas secas) respectivamente.

Sector Agrícola No Tradicional
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var%	2006	2007	Var%
Espárragos	42.46	56.94	34.0	318.55	422.15	35.0
Frescos	26.51	29.48	11.2	187.35	235.77	25.8
Conserva	12.55	23.14	84.4	104.54	156.00	49.2
Congelados	3.40	4.32	27.1	26.65	30.38	14.0
Páprika	5.09	7.24	42.4	73.5	96.26	31.0
Mangos	8.89	19.80	122.7	59.10	63.33	7.2
Maltas	0.08	0.13	60.8	38.79	47.34	22.0
Naranjas		0.02		0.52	3.65	604.1
Mandarinas				14.66	16.79	14.5
SUBTOTAL	51.43	76.89	49.50	431.62	553.26	28.2
Otros	91.27	113.11	23.93	788.18	950.04	20.5
TOTAL	142.70	190.00	33.2%	1,219.80	1,503.30	23.2%

Fuente: SUNAT, Elaboración: PROMPERÚ

- **Espárragos.** Las exportaciones de espárrago, en sus tres presentaciones, mostraron una tendencia creciente durante el 2007. Las ventas al exterior superaron los US \$ 400 millones, siendo los principales mercados de destino Estados Unidos (67%), Países Bajos (11%) y Reino Unido (8%). Los mayores volúmenes de producción, los mejores rendimientos registrados; así como la tendencia creciente por el consumo de espárrago fresco en Estados Unidos contribuyeron al buen desenvolvimiento de las exportaciones.
- **Mangos.** Las exportaciones de mangos mostraron un crecimiento de 122,7% en diciembre último; sin embargo en el acumulado el crecimiento fue de 7,2%. Esto como consecuencia de los problemas climáticos que afectaron la producción nacional la temporada pasada. Sin embargo, un incremento observado en el precio implícito logró atenuar la caída de las exportaciones.

- **Paltas.** Las exportaciones de palta se incrementaron 22% respecto a las realizadas en 2006, motivado por los mayores envíos realizados hacia Holanda y Chile, los cuales crecieron en 88% y 232% respectivamente. Las mayores exportaciones hacia el vecino país del sur, están asociadas con el permiso otorgado por el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile para el ingreso de palta peruana tipo *Hass*, procedente de algunos departamentos peruanos libres de mosca de la fruta.

b) Sector Pesquero

Durante 2007, las exportaciones del sector pesquero tradicional y no tradicional totalizaron un valor FOB de US \$ 1 958,1 millones; donde el 74,4% corresponde a las exportaciones tradicionales y el 25,6% a las no tradicionales. Este sector representa el 7,1% del total de las exportaciones peruanas. Cabe resaltar que las ventas se han incrementado en 10,4% con respecto a 2006.

Las exportaciones del sector pesquero **tradicional**, las cuales ascendieron a US \$ 1 456 millones, se incrementaron en 9,1% debido a un crecimiento de las exportaciones de harina y aceite de pescado.

Harina de pescado. En el caso de este producto, sus ventas se incrementaron en 6,2%. Pasó de exportar US \$ 1 138 millones a US \$ 1 206 millones en 2007. Esto, ante la mayor demanda de la industria acuícola mundial. China representó el principal mercado de destino de este producto con el 41,8% de participación seguido de Alemania (13,4%) y Japón (13,3%).

Los productos no tradicionales alcanzaron los US \$ 502,1 millones en 2007, 14,0% por encima del valor obtenido en 2006. Los mercados de destino más importantes del sub sector fueron España (19,6%), Estados Unidos (15,9%), China (10,5%), Corea del Sur (6,0%) y Francia (5,5%), los cuales representan el 57,5% del mercado. De los mercados señalados, las ventas a España y Estados Unidos evidencian un crecimiento favorable de 25,0% y 41,3%, respectivamente. Los productos más importantes en este sector fueron:

- **Pota y calamar congelados.** Las exportaciones de este producto durante el 2007 totalizaron US \$ 104,5 millones evidenciando un crecimiento de 14,7%. Se constituyen como los principales mercados: España (31,3%), Italia (13,8%), China (10,5%), Corea del Sur (17,6%) y Japón (7,3%); los mismos que totalizan el 70,4% del total de los destinos de exportación de este producto. Destacan las ventas a los mercados ruso y venezolano con tasas de crecimiento de 104,1% y 177,1% durante el 2007 respectivamente.

Pota preparada. En el periodo en estudio, las ventas de pota preparada ascendieron a US \$ 55,2 millones, 1,8% por debajo del valor obtenido en 2006. Destaca como principal mercado de destino China, el cual constituye el 65,0% del total exportado. Otros destinos de exportación fueron Corea del Sur, España, Estados Unidos y Alemania, los que en conjunto representaron el 30,1%.

- **Colas de langostino congeladas.** Es el tercer producto de importancia del sector pesquero no tradicional. Sus exportaciones ascendieron a US \$ 40,1 millones en el periodo Enero a Diciembre del 2007, luego de mostrar una recuperación de 17,4% con respecto a similar periodo del 2006. Los principales mercados de destino fueron Estados Unidos, que representa el 95,0% y España (2,8%).



Exportaciones del Sector Pesquero No Tradicional
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre				Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	Part. %	2006	2007	Var. %
Pota congelada	8.5	7.3	-13.9	16.1	91.1	104.5	14.7
Pota preparada	3.2	5.1	58.9	11.3	58.2	55.2	-1.8
Colas de langostino congeladas	2.8	4.1	49.0	9.1	34.1	40.1	17.4
Conchas de abanico congeladas	2.5	4.9	96.9	10.7	37.3	34.5	-7.4
Conservas de jurel	2.2	1.5	-32.9	3.2	19.7	27.4	39.3
SUBTOTAL	19.1	22.9	19.6	50.4	238.4	261.7	9.8
Otros	24.2	22.5	-6.9	49.6	201.9	240.4	19.1
TOTAL	43.3	45.4	4.8	100.0	440.2	502.1	14.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU - Exportaciones

c) Sector Textil Confecciones

En el 2007, las exportaciones peruanas del sector textil confecciones alcanzó el mayor registro histórico (US \$ 1 729,8 millones) lo que reflejó un incremento de 17,5% respecto al año pasado mientras que en el último mes del año el valor de los embarques ascendió a US \$ 214,9 millones, superior en 71,3% a diciembre de 2006.

Estados Unidos con una participación del 48,3% fue el principal destino de los productos de este sector, seguido de Venezuela (23,3%) y más alejados Colombia (3,0%), Chile (2,9%), Italia (2,9%) y Ecuador (2,0%). Las principales líneas de productos del sector durante el 2007 fueron las siguientes:

- Polos de algodón.** (HS6: 6109.10). Las exportaciones de polos de algodón alcanzaron los US \$ 466,9 millones lo que significó un incremento de 18,4% con respecto al 2006 debido al crecimiento de las compras de Venezuela que demandó productos de esta línea por un valor de US \$ 104,7 millones (124,7% de crecimiento) consolidándose como segundo mercado de mayor importancia después de Estados Unidos que con US \$ 309,1 millones concentró el 66,2% del valor total aun cuando su incremento no superó el 1%. Italia (3º), Colombia (6º) y Reino Unido (10º) quienes mostraron crecimientos de 129,2%, 170,4% y 94,1%, respectivamente; y su nivel de participación en esta línea de producto es inferior al 2% cada uno. Por otro lado, Canadá, España y Chile mostraron retrocesos de 16,9%, 6,4% y 10,6% respectivamente.
- Camisas de algodón.** (HS6: 6105.10). Estados Unidos con un ligero incremento (0,3%) fue el principal destino de las exportaciones de estos productos logrando concentrar el 72,5% del valor negociado, seguido por Venezuela (5,8% de participación) que presentó un crecimiento de 258,7% (alcanzando los US \$ 14,7 millones). A excepción de Países Bajos que presentó un descenso de 3,7% en su demanda, Francia, Alemania, España, Reino Unido e Italia, miembros de la Unión Europea que tiene el abastecimiento italiano, presentaron incrementos en sus importaciones desde nuestro país de 35,3%, 8,3%, 5,5%, 122,7% y 107,9%, respectivamente.
- Blusas de algodón.** (P.A: 6106.10). El valor embarcado de esta línea de productos se incremento en 20,8% y ascendió a US \$ 149,9 millones a pesar de la disminución de las ventas a Estados Unidos (-15,9% y 52,3% de participación). Venezuela logró detener una eventual caída de las exportaciones de estos productos al registrar compras por US \$ 57,1 millones lo que representó un incremento de 177,9% respecto al 2006, concentrando el 38,1% en valor. Cabe destacar que Colombia multiplicó 5 veces (534,5%) el valor de su demanda hasta llegar a US \$ 1,9 millones y se convierte en el tercer principal destino.

Sector Textil Confecciones (Millones de dólares)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Polos de algodón	36.9	57.3	55.3	394.4	466.9	18.4
Camisas de algodón	19.9	29.3	47.5	230.4	253.3	9.9
Blusas de algodón	10.9	24.3	122.7	124.1	149.9	20.8
Sueteres de algodón	7.2	8.1	11.6	92.7	84.8	-8.5
Prendas de vestir de algodón	5.8	6.2	7.5	70.3	46.5	-33.8
Otros	44.8	89.7	100.4	560.3	728.3	30.0
Total	125.4	214.9	71.3	1 472.3	1 729.8	17.5

Fuente: SUNAT.

Elaboración: PROMPERU.

d) Sector Pieles y Cueros

El sector pieles y cueros registró exportaciones por US \$ 39,3 millones, lo que significó un aumento de 15,2%, representando el 0,1 % de las exportaciones totales. España (23,2%), Nueva Zelanda (13,3%), Venezuela (12,8%), Estados Unidos (8,7%) y México (6,8%) constituyeron los mercados más importantes para los productos del sector; los países que más han incrementado sus compras son Venezuela (81,2%), España (31,7%) y Nueva Zelanda, mientras que México y Estados Unidos las redujeron en 29,9% y 9,8% respectivamente.

En el periodo de análisis, el 65,2% de las exportaciones de este sector recaen en las cinco principales partidas, las cuales crecieron en conjunto 13,4% respecto a similares meses de 2006. A continuación se detalla la evolución de las tres primeras.

Principales Productos Exportados del Sector Pieles y Cueros (US\$ Millones FOB)

	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Cuero de bovino en wet blue	0.5	1.0	95.9	7.6	8.8	15.9
Alfombra de alpaca	0.4	0.5	15.4	5.8	6.4	10.9
Cuero de bovino wet blue en flor	0.4	0.3	-31.8	5.1	4.1	-18.8
Bolsos, carteras de plástico, textil	0.2	0.3	47.8	2.2	3.2	49.0
Cueros de ovino crust	0.2	0.5	127.0	2.1	3.1	52.4
Subtotal	1.7	2.5	45.2	22.6	25.6	13.4
Otros	1.0	1.5	45.6	11.5	13.7	18.8
Total	2.8	4.0	45.3	34.1	39.3	15.2

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- La principal partida de exportación del sector, el 2007, fue **cueros de bovino wet blue** (partida 4104.19.00.00 – 22,3% de participación sectorial). Continuando el buen desempeño de las ventas al exterior de los últimos años, este producto totalizó US \$ 8,8 millones de embarques, 15,9% de aumento y tuvo a España (74,0%), Hong Kong (12,3%) y México (7,8%) como destinos más destacados, además fue el segundo de estos mercados el que incremento (218,1%) en mayor porcentaje sus compras del Perú.
- Las **alfombras de alpaca** (partida 4303.90.10.00 antes 4303.90.00.10 – 16,3% de participación sectorial) registraron envíos al exterior por un valor de US \$ 6,4 millones (10,9% de incremento); los cuales se dirigieron casi exclusivamente a Nueva Zelanda (79,4%), Estados Unidos (14,6%) y Australia (2,1%), cabe destacar que Nueva Zelanda aumento sus compras (26,6% más) respecto al año anterior, mientras Estados Unidos las redujo (27,0%).

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

- Las exportaciones de 2007 de **cueros de bovino wet blue en flor** (partida 4104.11.00.00 – 10,4% de participación sectorial), fueron por US \$ 4,1 millones y experimentaron un retroceso de 18,8% respecto al 2006; lo cual se explica por la no continuidad de las ventas a Brasil, Italia, Pakistán y los menores envíos a la China (-34,1%) y Chile (-12,4%). En el periodo anual, los mercados más importantes para estos productos fueron México (41,0% de contribución), Hong Kong (18,1%), Chile (17,0%), China (14,5%) y El Salvador (7,4%).

e) Sector Sidero Metalúrgico

Durante 2007, las exportaciones del sector sidero-metalúrgico totalizaron US \$ 802,8 millones, incrementándose en 11,9% con respecto al año anterior. Cabe señalar que la participación de este sector sobre el total de las exportaciones peruanas fue de 2,9%.

De los 53 mercados de destino de las exportaciones del sector, Colombia lidera las compras con una participación de 33,4%. Cabe mencionar que los cinco principales mercados de destino de este sector representan el 59,7%, Los principales productos fueron:

- Alambre de cobre.** Las exportaciones de este producto aumentaron en 9,0% con un valor de ventas por US \$ 263,2 millones 2007 convirtiéndose de esta forma en el primer bien exportado por Perú. Colombia, el cual viene creciendo a la tasa de 29,6%, es el principal comprador dado que representa el 72,3% de los envíos de este producto; Brasil en segundo lugar, el cual representa el 13,7% ha evidenciado una caída de 0,7%. Venezuela (12,1%) con una tasa de crecimiento de 336,6%. En conjunto, estos países representan el 98,1% del mercado.
- Cinc sin alear.** Las ventas al exterior de este producto mostraron un aumento de 7,3% al obtener la cifra de US \$ 106,5 millones en 2007. Los mercados de destino más importantes para este periodo fueron Colombia (51,2%), Japón (20,1%) y Portugal (18,9%). Destaca el ligero crecimiento de los envíos a Colombia con una tasa del orden de 6,0%.
- Barras y Perfiles de cobre refinado.** Sus exportaciones totalizaron en 2007 US \$ 44,9 millones, evidenciando un crecimiento de 62,6% respecto al año anterior. Estados Unidos fue el principal comprador de este producto con una participación de 63,2%. Este producto se exporta además a Taiwán y Reino Unido, los cuales representan el 31,2% del total.

Exportaciones del Sector Sidero-Metalúrgico
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre				Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	Part. %	2006	2007	Var. %
Alambre de cobre refinado	19.2	25.6	33.0	35.4	241.6	263.2	9.0
Cinc sin alear	13.8	7.0	-49.2	9.7	99.3	106.5	7.3
Barras y perfiles de cobre refinado	3.4	4.3	25.0	5.9	27.6	44.9	62.6
Bolas de cinc	5.3	4.6	-13.5	6.3	25.8	40.9	58.2
Barras laminadas de acero	5.7	3.6	-38.0	4.9	38.1	40.3	6.0
SUBTOTAL	47.5	45.0	-5.2	62.2	432.3	495.8	14.7
Otros	26.8	27.3	1.2	37.8	284.9	307.0	7.7
TOTAL	74.3	72.3	-2.7	100.0	717.2	802.8	11.9

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU - Exportaciones

f) Sector Maderas y Papeles

Durante el periodo de Enero a Diciembre del 2007, el sector maderas y papeles representó el 1,4% del total de las exportaciones peruanas en términos de valor FOB. Las exportaciones de este sector que ascendieron a US \$ 359,4 millones, 8,2% más con respecto a 2006, debido al mayor dinamismo del sub sector de papeles.

En términos de mercados, el comportamiento del sector se explica por las mayores ventas realizadas a Estados Unidos con una participación del 21,1%, México (20,1%), China (11,5%), Colombia (7,9%) y Venezuela (7,6%); los cuales representan en conjunto el 68,3%. Continúa en ascenso las exportaciones dirigidas a Colombia, las cuales fueron de 24,8%.

g) Sub Sector Maderas

Este sub sector representa el 57,3% del total de las ventas del sector maderas y papeles. Sus exportaciones se vieron afectadas ligeramente en 1,0% respecto a similar periodo del 2006. Los principales mercados de destino fueron México (32,7%), Estados Unidos (31,7%) y China (19,5%); los cuales representan el 83,9%. Destaca el crecimiento de las exportaciones de productos madereros dirigidos a México en un porcentaje de 23,7%; situación que le ha permitido ubicarse en la primera posición en el ranking de mercados de destino, por encima de Estados Unidos. Los principales productos de exportación lo constituyen:

- **Madera de cedro.** El mercado de exportación para la madera de cedro se encuentra altamente concentrada en dos mercados: Estados Unidos (45,1%) y México (40,6%). España y República Dominicana constituyen los segundos mercados más importantes. Las exportaciones de madera aserrada en el periodo de Enero a Diciembre del 2007 totalizaron el valor de US \$ 55,1 millones, cifra superior en 20,8% a la obtenida en el 2006.
- **Tablillas y frisos para parqués.** Las exportaciones de tablillas y frisos para parqués totalizaron US \$ 41,4 millones, 6,6% por debajo del valor obtenido el año anterior. El principal mercado de destino fue China (79,6% de participación); seguido por Hong Kong (8,6%) y Estados Unidos (3,6%).
- **Madera aserrada.** Las exportaciones de madera aserrada en las variedades de virola y balsa en 2007 ascendieron a US \$ 28.0 millones, 46,6% por debajo del valor exportado el año anterior. México (74,5%) y Estados Unidos (21,7%) representaron los principales mercados de destino de las exportaciones.

Exportaciones del Sub Sector Maderas
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre				Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	Part. %	2006	2007	Var. %
Madera de cedro	4.0	4.8	21.4	22.5	45.6	55.1	20.8
Tablillas y frisos de parque	4.1	4.3	5.2	20.1	44.3	41.4	-6.6
Madera aserrada de virola y balsa	1.6	4.5	186.9	21.3	52.5	28.0	-46.6
Madera aserrada shihuahuaco	1.1	2.3	108.7	10.8	16.8	21.4	27.4
Muebles de madera	0.9	0.5	-43.1	2.4	9.0	9.8	9.5
SUBTOTAL	11.7	16.5	41.4	77.1	168.1	155.7	-7.4
Otros	3.8	4.9	29.6	22.9	45.9	56.3	22.5
TOTAL	15.4	21.4	38.6	100.0	214.0	211.9	-1.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU - Exportaciones

h) Sub Sector Papeles

El Sub Sector de Papeles representa el 42,7% del total de las ventas del sector maderas y papeles y sus envíos al exterior se incrementaron en 24,7%. Los principales mercados de destino corresponden al bloque Latinoamericano: Colombia (19,1%), Ecuador (17,6%), Venezuela (17,3%) y Chile (11,4%); los cuales en conjunto representan el 75,3%. Merece destacar las ventas efectuadas a Venezuela, Ecuador, Chile y Colombia, las cuales se incrementaron en 77,5%, 50,3%, 26,4% y 25,6%, respectivamente. Los principales productos del subsector fueron:

- **Impresos publicitarios.** Se ha constituido como el principal producto en el sub sector con un valor de exportación de US \$ 34,9 millones y una participación de 23,7%. Los países latinoamericanos fueron los principales mercados de destino, destacan Colombia (37,7%), Venezuela (29,8%), Ecuador (11,0%), Bolivia (6,4%) y Chile (5,9%); los que en conjunto representan el 90,8%.

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

- **Libros.** Fue el segundo producto del sub-sector representando el 18,2% del valor exportado. Las exportaciones alcanzaron la cifra de US \$ 30,1 millones y evidenciaron un crecimiento de 76,7%. Los principales mercados de destino fueron Venezuela (18,2%), Chile (13,2%), Estados Unidos (6,9%), Guatemala (6,7%) y Brasil (6,0%).
- **Pañales.** Tercer producto de exportación con exportaciones de US \$ 20,5 millones que significó una caída de 10,8%. Los principales mercados de destino fueron Ecuador (47,7%), Bolivia (43,7%) y Colombia (5,5%); que en conjunto representaron el 96,6%.

Exportaciones del Sub Sector Papeles
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre			
	2006	2007	Var. %	Part. %	2006	2007	Var. %
Impresos publicitarios	2.1	4.0	90.5	25.0	27.7	34.9	25.9
Libros	0.5	2.3	374.2	14.6	17.0	30.1	76.7
Pañales para bebés	2.2	1.3	-39.8	8.1	23.0	20.5	-10.8
Cuadernos	3.0	2.9	-3.9	18.3	9.7	9.5	-2.1
Papel higiénico	0.5	0.8	85.5	5.3	6.1	7.7	27.6
SUBTOTAL	8.2	11.4	38.2	71.2	83.5	102.7	23.0
Otros	2.7	4.6	70.2	28.8	34.7	44.7	28.8
TOTAL	10.9	16.0	46.1	100.0	118.2	147.5	24.7

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU - Exportaciones

i) Sector Metal Mecánico

Las exportaciones del sector metal mecánico se alcanzaron los US \$ 215,1 millones lo que significó un incremento de 31,3%. De los 110 mercados de destino a los que se dirigió el sector, doce más que los registrados en el mismo período del año anterior, los de mayor importancia fueron Estados Unidos (19,6%), Venezuela (19,3%), Ecuador (14,0%), Chile (9,9%) y Colombia (7,1%).

Exportaciones del Sector Metalmeccánico No Tradicional
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Conductores eléctricos entre 80 v y 1000v	0.6	0.3	-46.3	5.8	18.9	226.8
Partes de máquinas para triturar y similares	1.0	1.6	53.0	11.2	17.6	57.5
Manufacturas de fundición de hierro	0.3	0.6	118.7	4.3	8.6	101.3
Bolas y similares de fundición de hierro	0.1	0.4	643.7	10.6	8.2	-23.1
Partes de bombas, excepto elevadores de líquidos	0.2	0.5	257.9	3.2	4.9	51.6
SUBTOTAL	2.1	3.4	61.9	35.1	58.2	65.8
Otros	11.0	18.0	64.2	128.7	156.9	21.9
TOTAL	13.1	21.5	63.8	163.8	216.1	31.3

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Los **conductores eléctricos entre 80V y 1000V** (partida 8544.49.10.90 – 8,8% de participación sectorial) fue el principal producto de exportación del sector con US \$ 18,9 millones; lo que significó un crecimiento de 226,8%. Este producto se dirigió a 10 mercados, dos más que en 2006, destacando Venezuela (59,4% de participación), Ecuador (27,5%), Estados Unidos (6,8%), Panamá (3,1%) y Bolivia (2,0%).
- Las **partes de máquinas para triturar y similares** (partida 8474.90.00.00 – 8,2% de participación sectorial) fue el segundo producto de exportación del sector con US \$ 17,6 millones, 57,5% mas que en 2006. Este producto se dirigió a 39 mercados, cinco más que en 2006, destacando Estados Unidos (44,6%), Alemania (10,7%), Bolivia (8,3%), Dinamarca (5,4%) y Venezuela (3,9%).



EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

- Las **manufacturas de fundición de hierro** (partida 7325.10.00.00 – 4,0% de participación sectorial) fue el tercer producto de exportación del sector con US \$ 8,6 millones de ventas, 101,3% más que en 2006. Este producto se dirigió a 24 mercados, cuatro más que en 2006, destacando Estados Unidos (53,5%), Dinamarca (22,9%), México (6,6%), Canadá (2,9%) y Alemania (2,8%).

j) **Sector Minería No Metálica**

Las exportaciones del sector minería no metálica alcanzaron los US \$ 164.6 millones lo que significó un incremento de 21,8%. De los 89 mercados de destino, cinco más que los registrados el año anterior, los de mayor importancia fueron Estados Unidos (39,0 %), Chile (10,0%), Colombia (9,0%), Ecuador (8,8%) y Panamá (6,3%).

Exportaciones del Sector Minería No Metálica No Tradicional
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Mármol y travertinos	2.6	2.3	-10.6	32.7	36.0	10.1
Placas y baldosas de cerámica	2.2	2.7	23.5	19.0	27.5	44.8
Cemento portland	0.1	1.7	1,356.6	24.3	17.8	-26.7
Cemento clinker	0.0	2.7	--	7.9	17.2	118.7
Vidrio de seguridad	0.6	0.8	40.5	7.1	9.0	27.0
SUBTOTAL	5.4	10.1	85.9	90.9	107.5	18.2
Otros	4.0	7.4	86.1	44.2	57.1	29.1
TOTAL	9.4	17.5	85.9	135.2	164.6	21.8

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- El **mármol y travertinos** (partida 6802.21.00.00 – 21% de participación sectorial) fue el principal producto de exportación del sector con US \$ 36,0 millones de ventas, 10,1% más que en 2006. Este producto se dirigió a 32 mercados, uno menos que en 2006, destacando Estados Unidos (79,6%), Venezuela (4,3%) y Canadá (2,5%).
- Las **placas y baldosas de cerámica** (partida 6908.90.00.00 – 16,7% de participación sectorial) fue el segundo producto de exportación del sector con US \$ 27,5 millones, 44,8% más que en 2006. Este producto se dirigió a 14 mercados, tres menos que en 2006, destacando Chile (35,2%), Estados Unidos (17,9%), Colombia (17,7%), Ecuador (11,9%) y Puerto Rico (7,1%).
- El **cemento Pórtland** (partida 2523.29.00.00 – 10,8% de participación sectorial) fue el tercer producto de exportación del sector con US \$ 17,8 millones, -26,7% menos que similar periodo de 2006. Este producto se dirigió a cinco mercados, cinco menos que en 2006, destacando Estados Unidos (63,9%), España (18,9%) y Bahamas (17,1%).

k) **Sector Químico**

Las exportaciones del sector químico alcanzaron los US \$ 706,1 millones, lo que significó un incremento de 29,0%. De los 112 mercados de destino a los que se dirigió el sector, uno menos de los registrados el año anterior, los de mayor importancia fueron Colombia (14,1%), Chile (12,9%), Ecuador (10,7%), Bolivia (9,7%) y Venezuela (8,5%).

Exportaciones del Sector Químico No Tradicional
(US\$ Millones FOB)

Producto	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Demás lacas, hojas de polipropileno	5.8	8.9	52.7	50.7	91.9	81.3
Oxido de zinc	6.4	7.8	21.4	59.6	79.4	33.1
Bombonas, botellas, frascos y similares	3.0	5.3	76.2	49.3	57.9	17.5
Sulfato de cobre	1.6	3.9	138.1	29.7	34.3	15.8
Soda caústica	1.7	2.9	72.3	19.8	24.8	25.1
SUBTOTAL	18.6	28.8	54.9	209.0	288.2	37.9
Otros	34.6	52.5	51.6	389.0	509.8	31.0
TOTAL	53.2	81.3	52.7	598.0	798.0	33.4

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

- Las **demás lacas, hojas de polipropileno** (partida 3920.20.00.00 – 11,5% de participación sectorial) fue el primer producto de exportación del sector con US \$ 91,9 millones, 81,3% más que en 2006. Este producto se dirigió a 29 mercados, igual número que los registrados en 2006, destacando Colombia (17,8%), Venezuela (17,7%), Brasil (13,2%), Argentina (10,7%) y Ecuador (7,9%).
- El **óxido de zinc** (partida 2817.00.10.00 – 9,9% de participación sectorial) fue el segundo producto de exportación del sector con US \$ 79,4 millones, 33,1% más que en 2006. Este producto se dirigió a 42 mercados, cuatro más que los registrados en 2006, destacando los Países Bajos (23,5%), Alemania (16,6%), Reino Unido (11,7%), Bélgica (9,4%) y Chile (7,4%).
- Las **bombonas, botellas, frascos y similares** (partida 3923.30.90.00 – 7,3% de participación sectorial) fue el tercer producto de exportación del sector con US \$ 57,9 millones, 17,5% más que en 2006. Este producto se dirigió a 30 mercados, tres más que en 2006, destacando Venezuela (30,3%), Colombia (13,6%), Bolivia (13,5%), Ecuador (12,1%) y República Dominicana (7,1%).

Varios (incluye Joyería)

Los productos "Varios" concretaron ventas al exterior por US \$ 178,3 millones, con lo que experimentaron un incremento de 4,0% respecto al año anterior; mientras que su nivel de participación en las exportaciones totales fue de solo 0,6%.

Los mercados más importantes fueron Estados Unidos (54,6%), Venezuela (10,1%), Ecuador (7,2%), Colombia (7,1%) y Bolivia (4,3%). Las ventas hacia Estados Unidos han disminuido en 12,8%, comparadas con el 2006, en contraste países como Venezuela, Bolivia y Ecuador han incrementado las compras de estos productos en 155,3%, 42,8% y 38,1% respectivamente.

A nivel de productos, los cinco primeros representaron el 63,9% de las exportaciones el 2007. A continuación se detalla la evolución de los tres más importantes:

Principales Productos Exportados del Rubro Varios
(US\$ Millones FOB)

	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Joyería de oro	5.1	8.3	62.2	92.5	80.9	-12.6
Bisutería de metales comunes	0.9	1.7	98.1	10.4	14.2	35.8
Rotuladores y marcadores	0.7	0.9	22.9	5.8	7.0	20.4
Cierres de cremallera	0.2	0.8	406.3	2.4	6.8	181.7
Boligrafos	0.4	0.2	-43.5	5.0	6.4	29.2
Subtotal	7.3	12.0	64.6	116.2	115.3	-0.7
Otros	5.5	6.8	22.9	55.2	63.0	14.1
Total	12.8	18.8	46.6	171.4	178.3	4.0

Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERU

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

- **Joyería de oro** fue la principal partida de exportación del rubro (partida 7113.19.00.00 – 44,3% de participación sectorial). Después de experimentar un crecimiento continuo desde 2001, las exportaciones de joyería de oro han descendido en 12,6% totalizando US \$ 80,9 millones de ventas al exterior; lo cual obedecería al mayor precio internacional del oro. Sin embargo, se muestra signos recuperación ya que en diciembre último las ventas crecieron 62,2% cerrando en US \$ 8,3 millones.
- Por tercer año consecutivo, la **bisutería de metales comunes** (partida 7117.19.00.00 – 7,9% de participación sectorial) incrementó sus envíos al exterior; al registrar US \$ 14,2 millones y una variación positiva de 35,8%. En el año, los principales mercados para este producto fueron países de la CAN como Ecuador (37,7%), Bolivia (16,3%), Venezuela (15,1%), Colombia (9,5%), además de Chile (7,8%); de estos países los que mostraron incrementos importantes en sus compras fueron Venezuela (US \$ 1,5 millones adicionales), Ecuador (US \$ 1,5 millones) y Bolivia (US \$ 0,9 millones).



1.2. EJECUCION DE ACTIVIDADES DEL SECTOR EXPORTACION

1.2.1 Ejecución Presupuestal

Al IV Trimestre del 2007 se ejecutó el 95,55% de la meta en términos de recursos presupuestales, alcanzando la suma de S/. 19 016 246 nuevos soles sobre el presupuesto Institucional Modificado de S/.19 901 000 nuevos soles por toda fuente.

Durante este periodo se registran 2 881 apoyos a empresas, algunas de las cuales continuarán siendo apoyadas durante el siguiente año, dado que hay actividades de duración mayor al trimestre, como en el caso de adelanto de actividades.

Esta cifra representa una mayor atención del 60% respecto a la meta anual programada para el año 2007 en el PEI (1 800 empresas).

- a) Actividades del Objetivo "Apoyo al Desarrollo del Mercado"
- b) Al IV Trimestre se ejecutó el 99,60 % (S/. 11 211 397,57) del presupuesto programado para esa actividad (S/.11 256 287).
- c) Actividades del Objetivo "Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora"
- d) Al IV Trimestre se ejecutó el 83,49 % (S/.2 650 483,46) del presupuesto programado para esa actividad (S/. 3 174 623).
- e) Actividad: "Facilitación del Comercio Exterior"
- f) Al IV Trimestre se ejecutó el 90,18 % (S/.77 642,84) del presupuesto programado para esa actividad (S/. 86 097)
- g) Actividad: "Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable"
- h) Al IV Trimestre 2007 se ejecutó el 50% (S/. 274 880) del presupuesto programado para esa actividad (S/.550 000)



1.2.2 Ejecución de Ferias por Sector

Actividad	Lugar (País)	Sector	Nº Emp	Nº Citas	Vtas. Estim. (miles US\$)	Principales Productos Exhibidos	Nº Prod.	Mercados (Compradores)
Madrid Fusión	España	Agro y Agroindustrias	8	300	of.export.	aceitunas, ají, comida preparada, chicha, coctales, postres, quinua, salsas, snacks	67	of.export.
Fruit Logística	Alemania	Agro y Agroindustrias	8	500	30,000	prod.frescos: paltas, bananos, espárragos, mandarinas, mangos, uvas	6	Europa: Alemania, Bélgica, España, Hungría, Grecia
Biofach	Alemania	Agro y Agroindustrias	10	1,700	4,000	maca, yacón, cacao, café, banano, lúcuma, mango, pisco, granos andinos, trucha	13	Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Portugal, UK
Fancy Food	EE.UU.	Agro y Agroindustrias	22	2,500	9,950	espárragos, pimientos piquillos, jalapeños, menestras, aceite de sacha inchi, palmitos	17	EEUU
Foodex	Japón	Agro y Agroindustrias	4	1,500	2,000	banano, lúcuma, maca, king kong, panetón, quinua, prep.aliment.cereales	7	China, Japón, Corea, Malasia, Singapur, Tailandia
SCAA	EE.UU.	Agro y Agroindustrias	12		2,500			
ICE	China	Agro y Agroindustrias	10	2,500	35,000	mango, orégano, frutas, espárragos, aceite de oliva, pimiento piquillo, pota, trucha, pisco, maca, comidas deshidratadas, papas prep.	14	China
Anuga	Alemania	Agro y Agroindustrias	23	1,910	43,000	espárragos, alcachofas, mangos, pimientos piquillo, aceite sacha inchi, camu camu, aguaymanto, quinua, maíz gigante, pisco,	20	Países de América y Europa en general
Perú Moda	Perú	Textil, Confecciones	350	5,000	61,600	confecciones textiles, calzado y joyería		EEUU, Venezuela, Ecuador, Francia
Magic Show (Febrero)	EE.UU.	Textil, Confecciones	8	500	8,860	t-shirts, polos, camisas de algodón, prendas de bebé en algodón pima y prendas interiores	3	EEUU
Magic Show (Agosto)	EE.UU.	Textil, Confecciones	11	1,000	8,200	accesorios de alpaca, camisas de algodón, t-shirts, sweaters damas	4	EEUU, Canadá, México
Pret a Porter	Francia	Textil, Confecciones	9	NA	0	prendas de alpaca punto y plano		Francia
Material World	EE.UU.	Textil, Confecciones	4	200	1,500	confecciones tejido plano y de punto algodón	2	EEUU
WSA (Febrero)	EE.UU.	Cuero y Calzado	6		500	calzado confort, calzado de cuero damas	4	EEUU, Canadá, México
WSA (Agosto)	EE.UU.	Cuero y Calzado	6		800	calzado confort, calzado de cuero damas	4	EEUU, Canadá, México
IFLS	Colombia	Cuero y Calzado	6	95	300	botines, calzado de cuero	4	Reg.And:Colombia, Ecuador, Bolivia, Chile, Venezuela

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

Actividad	Lugar (País)	Sector	Nº Emp	Nº Citas	Vtas. Estim. (miles US\$)	Principales Productos Exhibidos	Nº Prod.	Mercados (Compradores)
Boston Seafood	EE.UU.	Pesca y Acuicultura	4	200	2,775	calamar, caballa, langostinos, perico, conchas, atún, trucha, jurel, anchoas	15	Estados Unidos, China, Canadá, México, Japón, Corea del Sur, Rusia, Brasil.
China Fisheries & Seafood Expo	China	Pesca y Acuicultura	6	408	11,600	pota, jurel, caballa, calamar, pulpo, moluscos bivalvos y pejerrey	55	China, Japón, Corea del Sur, Rusia, Estados Unidos, Taiwán y España
Conxemar	España	Pesca y Acuicultura	6	140	1,240	sardina, pota, jurel, conchas, almejas, caballa, empanizados	84	España, Italia, Portugal, Europa del Este, Alemania
Peruvian Gift Show	Perú	Artesanía y Joyería	140	126	3,800	decoración del hogar, artesanías utilitarias	11	EEUU, Alemania, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, España, Francia, Holanda, Japón, México
Ambiente	Alemania	Artesanía y Joyería	11	150	1,000	cerámica decorativa y utilitaria, textiles del hogar, tallado en piedra, vidrio pintado	9	Europa, USA, Japon y Arabia Saudita
World Market Center	EE.UU.	Artesanía y Joyería	8		450	textiles del hogar, espejos de vidrio pintado, cerámica decorativa y muebles del hogar.	8	EEUU, Canadá, México
Feria de Joyería JCK	EE.UU.	Artesanía y Joyería	3	27	145	joyería de plata		EEUU
World Market Center	EE.UU.	Maderas y sus Manufacturas	6	520	1,700	marcos con espejo	8	EEUU
FEICOBOL	Bolivia	Manufacturas Diversas	16	80	450	abrasivos, alambres, ballestas, máq. de encuadernación, máq. de panadería	8	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile
Expocomer	Panamá	Manufacturas Diversas	7	150	250	platería, textiles, mat. y acabados construcción, maq. agroindustriales	16	EEUU, Costa Rica, Salvador, Guatem., Honduras, Nicaragua
Expo Construcción y Diseño	Colombia	Manufacturas Diversas	7	70	405	chapas, calaminas, mármol, tubos caucho, válvulas, máq. encuadernación, máq. panadería	10	Venezuela, México, Ecuador, Colombia
Automechanika	Emiratos Arabes	Manufacturas Diversas	4	200	500	autopartes: conexiones tuberías cobre, autopartes	10	Países de Africa y Asia
Feria del Libro de España - LIBER	España	Manufacturas Diversas	16	150	250	libros gastronomía, literatura latina, cuentos infantiles andinos, antropología y sociología	5	España, Centroamérica y Caribe, México, Europa
TOTAL			747	20,326	269,451		502	

1.2.3 Sector Agro y Agroindustria

Actividad	Logros o Resultados	Situación
01. Feria Fruit Logística 2007		Finalizada
02. Feria Biofach 2007	Se tuvo la presentación de 13 empresas en el pabellón peruano dentro del hall 2 del centro de convenciones de Nuremberg quienes a su vez presentaron productos como Maca, Yacón, Cacao, Café, Frutas, Granos andinos, Trucha entre otros.	Finalizada
03. Feria Foodex 2007	No cumplieron con la meta de 6 empresas	Finalizada
04. Feria Fancy Food 2007	Las 22 empresas asistentes tienen expectativas de crecimiento para los próximos seis meses en 9 950 000 dólares. Las empresas beneficiadas: Miembros del sector agroexportador Sectores de Incidencia: Agro e Hidrobiológicos Productos beneficiados: espárragos, pimientos piquillos, jalapeños, panes precocidos, menestras, aceite de sachá inchi, palmitos, miel, pisco, snacks, aceitunas, jaleas, maíz gigante, granos andinos, productos hidrobiológicos gourmet, etc.	Finalizada
05. Feria Anuga 2007	A seis meses de la feria, las ventas sólo por la ANUGA ascenderían a más de 43 millones de dólares.	Finalizada
06. Feria Fruit Logística 2008	Adelanto 2008	Finalizada
07. Feria Fancy Food 2008	Adelanto 2009	Finalizada
08. Feria Sial Paris 2008	Adelanto 2010	Finalizada
09. Misión de prospección del mercado de Países Árabes		Cancelada
10. Misión de prospección al mercado del Caribe		Cancelada
11. Apoyo a la implementación de los planes operativos por mercado.		Cancelada
Feria Alimentaria Barcelona 2008	Pago adelantado por separación de Stand	No Programada Proceso
Feria BIOFACH 2008	Pago adelantado por separación de Stand	No Programada Proceso
Feria FOODEX 2008	Pago adelantado por separación de Stand	No Programada Proceso
12. Identificación de productos con potencial exportador		Cancelada
13. Capacitación en temas de agro exportación en regiones	No se registra indicadores. Se participó en Conferencias, Charlas y Capacitaciones	Finalizada
14. Formulación de Planes de Negocios para empresas con potencial exportador		Cancelada
15. Apoyo a la formación y fortalecimiento de asociaciones agro exportadoras	Se apoyó a AGP, Junta Nacional del Café y PROVID en la feria SCAA. No se concretó formación de PROOLIVO	Finalizada
16. Difusión de información comercial sectorial y de mercados	Elaboró Boletín Sectorial II Trimestre. Elaboración y Guía Comercial de Productos Orgánicos. Reportes varios	Finalizada
17. Elaboración de Normas Técnicas Peruanas	Se apoyó NTP de la Páprika. Se difundió SCNTP del Limón, Palta y Cítricos. Se apoyó elaboración ENTP de la Nuez del Brasil y del Maíz Blanco Gigante del Cuzco.	Finalizada
18. Participación en comités de normalización, elaboración de Normas Técnicas Peruanas	Se elaboró 4 PNTP y se aprobó 7 NTP: 1) Café Verde-Requisitos 2) Café y sus Derivados 3) Café Verde-Examen Olfativo y Visual 4) Espárragos-Control de la Estabilidad de conservas vegetales 5) Espárrago en Conserva 6) Pimiento del Piquillo 7) Lúcumá Fresca - Requisitos	Finalizada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

19. Difusión, Promoción e Implementación de Normas, Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura y Sistema de Calidad	Se realizaron eventos de presentación de Normas Técnicas de productos de agroexportación. Capacitación en requisitos sanitarios, fitosanitarios y de calidad para la exportación de alimentos. Se actualizó el portal Web de Calidad y Normatividad. Participación en Comités Multisectoriales en temas de regulaciones para alimentos de exportación.	Finalizada
20. Promoción de la imagen país en el exterior	Esta actividad no corresponde con el Objetivo. Se realizaron avances en el contenido del catálogo y diseño tentativo, quedando pendiente para el 2008 la toma de fotografías, diseño final e impresión del documento.	Proceso
21. Sistema de Información de Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas (LMR)	El portal ha sido visitado a la fecha por 2 632 personas de 22 países: Argentina, Austria, Bélgica, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, EEUU, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Reino Unido, República Dominicana, Suecia, Venezuela. El portal tuvo dos actualizaciones: enero y setiembre.	Finalizada
22. Call Center para regulaciones de calidad e inocuidad	Se atendió consultas vía presencial, telefónica y por correo electrónico sobre: a) regulación de bioterrorismo: 190 consultas b) otras regulaciones (embalaje de madera, LACF, plaguicidas, etc. c) 205 consultas. Se participó como expositor en seminarios relativos a regulaciones sanitarias, fitosanitarias y de inocuidad, donde se atendieron consultas de los participantes. Esta actividad programó 200 empresas, pero en realidad son atenciones a empresas. Por lo que no es válido su indicador de 200 empresas.	Finalizada
23. Participación en Reunión del CODEX Alimentarius	Se aprobó la Norma CODEX para la uva de mesa, el Anteproyecto de Norma Codex para algunas hortalizas en conserva (espárragos) y el Anteproyecto de Directrices del CODEX para la Inspección y certificación de conformidad de las frutas y hortalizas frescas. - Se aprobaron todas las normas CODEX que se encontraban en el Trámite 8 y el Trámite 5/8 (con omisión de los Trámites 6 y 7).	Finalizada
24. Participación en mesas de trabajo, comités y reuniones inter institucionales	Participación activa en reuniones de CONAPO, CONAPISCO, COPROBA.	Finalizada

2.4 Sector Pesca y Acuicultura

Actividad	Logros o Resultados	Situación
01. Participación en la Feria International Boston Seafood Show (USA)	En total se exhibieron 13 especies en 37 presentaciones distintas y también conservas de anchoveta y nuggets a base de pota del ITP. Se superó lo previsto en un 63%. El nivel de transacciones concretas y encaminadas a causa del evento supera el nivel previsto ya que llegarían a los US \$ 3 500 000.00. Se alcanzaron 170 citas de negocios, la mayor parte de empresas nuevas: 71%	Finalizada
02. Participación en la Feria European Seafood Exposition (Bélgica)	Participaron 16 empresas, 15 de las cuales reportan transacciones por US \$ 29,4 millones.	Finalizada
03. Participación en la Feria Conxemar (España)	Participaron 6 empresas (con un alcance regional en Piura, Ancash, Lima y Tacna). Se exhibieron 18 especies en diversas presentaciones como congelado (pota, calamar, pulpo, almeja semele, almeja tivel, almeja taca, palabritas, navajuela, navaja, conchas de abanico, merluza, perico, caballa, jurel, anchoveta, pejerrey, caracol, langostinos), curado (anchoas), conservas y pouches (anchoveta, anchoas, caballa, jurel) y harina (pota), por lo que se tratan de unos 70 productos finales. Se realizaron aprox. 140 citas de negocios (29 con clientes actuales y 111 con clientes nuevos), generando al momento un nivel de negociaciones de alrededor de US \$ 1 240 millones.	Finalizada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

04. Participación en la Feria China Fisheries & Seafood Expo (China)	Participaron 7 empresas con oferta provenientes de Piura, Ancash, Lima, Moquegua y Tacna. Se habrían realizado 408 citas de negocios (76 con clientes actuales y 332 con clientes nuevos), generando al momento un nivel global de negociaciones de alrededor de US \$ 11 625 000 (sin incluir ni harina ni aceite de pescado; \$ 13775,000 incluyendo tales productos). Se exhibieron 18 especies en diversas presentaciones como congelado (pota, calamar, pulpo, almeja semele, almeja tivela, almeja taca, palabritas, navajuela, navaja, conchas de abanico, merluza, perico, caballa, jurel, anchoveta, pejerrey, caracol, langostinos), curado (anchoas), conservas y pouches (anchoveta, anchoas, caballa, jurel) y harina (pota), por lo que se tratan de unos 70 productos finales - Los principales productos demandados han sido la pota en sus diferentes presentaciones, jurel, caballa, calamar, pulpo, moluscos bivalvos y pejerrey.	Finalizada
05. Avance para la participación en la Feria International Boston Seafood Show 2008 (USA)	Adelanto en la separación de Stand para el 2008	Proceso
06. Avance para la participación en la Feria European Seafood Exposition 2008 (Bélgica)	Adelanto en la separación de Stand para el 2009	Finalizada
07. Apoyo a la implementación de los Planes Operativos por Mercado (POM), PENX y PERX	Se plantearon dos nuevos términos de referencia, en el marco del POS Pesca, los cuales fueron posteriormente cancelados. Se replantea actividad.	No Programada Proceso
08. Difusión del Catálogo de la Oferta Exportable de Pesca y Acuicultura	Se realizó la impresión de 500 ejemplares del catálogo y se difundió en las ferias de Boston, Bruselas, Conxemar y China, así como a los Consejeros Comerciales, importadores y potenciales importadores así como inversionistas.	Finalizada
09. Presentación de la campaña		No Programada Cancelada
10. Difusión y Promoción del Sello de Calidad	Se coordinó con el gremio ALPE (Asociación Langostinera Peruana) para ser contraparte. Se contrató una consultora para el estudio preliminar a y la factibilidad de desarrollar e implementar un sello de calidad o de conformidad para productos de Pesca y Acuicultura, el cual estaría finalizando en enero 2008.	En Proceso
22. Feria Aquarama 2007 (Singapur)		Cancelada
23. Promoción en revistas especializadas		Cancelada
11. Realización de actividades para promover la Asociatividad Empresarial		Cancelada
12. Apoyo al desarrollo de la Oferta Exportable de trucha	Se participó de una rueda de negocios con productores de distintas regiones. Se pudo determinar el estado actual de desarrollo de esta cadena productiva y conocer su problemática. El desarrollo de la cadena productiva de centros para el procesamiento de los productos es imprescindible (plantas de congelado, empacadoras al vacío) y centros de producción de semilla. La planta del PETT en Puno continúa inoperativa por falta de presupuesto y problemas de abastecimiento de agua.	Finalizada
13. Apoyo al desarrollo de la Oferta Exportable de especies amazónicas	Se publicó un documento con aspectos de producción y comercialización de peces amazónicos. Se participa activamente en el impulso para desarrollo de acuicultura amazónica (reuniones de trabajo descentralizadas y talleres).	Finalizada
14. Apoyo al desarrollo de Oferta Exportable de peces ornamentales	Mediante visitas realizadas y la organización de un taller, se pudo apreciar el nivel de desarrollo de la cadena de valor de peces ornamentales. Los problemas de financiamiento y logísticos (referido a horarios y fletes de los envíos aéreos) son citados como primordiales.	Finalizada
15. Promoción para desarrollo de productos con valor agregado		Cancelada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

16. Realización de Actividades de Asistencia Especializada	Se realizaron visitas de campo y seminarios para promover los estándares desarrollados por SIPPO para la certificación orgánica de cultivos de conchas de abanico. Se coordinó y auspició la visita de expertos internacionales para su participación en la Segunda Convención Nacional de Acuicultura, organizada conjuntamente con ADEX.	Finalizada
17. Apoyo en la Formulación de Normas Técnicas y BPA	INDECOPI autorizó la publicación de las NTP. Se llevó a cabo unas reuniones entre la SNP (Comité Técnico de Normalización de Pescados, Mariscos y Productos Derivados), INDECOPI y PROMPEX para acordar la modalidad de impresión y su difusión. Posterior a ello se coordinó con la SNP e INDECOPI sobre la publicación de las normas técnicas de langostinos, anchoas y pota. Se publicará las NTP en el transcurso del I trimestre del 2008.	Proceso
25. Apoyo en la Formulación de Normas Técnicas y BPA	No se ejecutó la actividad	Pendiente (C)
18. Participación en la CNA (Comisión Nacional de Acuicultura)		No Programada Cancelada
19. Realizar actividades como Secretaría Técnica de la CEP	Se participó en dos reuniones de trabajo.	No Programada Finalizada
20. Participación en las reuniones del Codex Alimentarius y Comité de Pescados y Productos Pesqueros	Se participó en dos reuniones de trabajo.	Finalizada
21. Difusión de reportes mensuales y boletines trimestrales sobre el desenvolvimiento del Sector	Se han elaborado y difundido reportes mensuales sobre el desenvolvimiento de las exportaciones del Sector, así como el Informe Anual con un análisis más detallado. No se indica cuantos reportes ni como se ha difundido.	No Programada Finalizada

1.2.5 Sector Textil, Confecciones y Accesorios - Sector Textil y Confecciones

Actividad	Logros o Resultados	Situación
TEX.01. Feria Magic Show (Febrero)	Se estima un promedio de ventas en un año de US \$ 8 860 000, cifra record alcanzada en esta feria. Con el objeto de difundir PERU MODA, a través del stand de oferta exportable, se logró captar un total de 40 fichas de importadores.	Finalizada
TEX.02. Feria Pret a Porter Feb	Se presentaron 3 empresas y 6 diseñadores (Ani Álvarez Calderón, Jack Abugattas, José Miguel Valdivia, Fátima Arrieta, Sumy Kujon y Titi Guiulfo) que también presentaron sus colecciones. Cada diseñador tuvo un maniquí con una tenida, tres empresas líderes del sector alpaquero tuvieron también cada una tres tenidas. Se difundió la fibra de alpaca en el mercado francés. Esta feria permitió la identificación de potenciales compradores para invitar al evento Perú Moda.	Finalizada
TEX.03. Participación en la Feria Perú Moda - Abril	Se estiman negociaciones por US \$ 53 millones Delegación de EEUU, Venezuela, Ecuador, Francia. Es importante el apoyo de los consejeros comerciales en la identificación de compradores, los expositores fueron 350, el total de stands fue 314.	Finalizada
TEX.04. Feria Material World	Se presentó muestras de la oferta exportable peruana de confecciones y accesorios. Igualmente, se recogió información sobre la aceptación de las diferentes líneas de productos que se presentaban.	Finalizada
TEX.05. Feria Magic Show (Agosto)	Proyección de ventas estimada de US \$ 3,34 millones a 6 meses y US \$ 6,59 millones a 12 meses, principalmente en t-shirts, polos, camisas de punto y de tela plana, sudaderas, prendas de niños. La feria registró menos visitantes que la edición anterior, por la incertidumbre en realizar pedidos por la falta de certeza sobre el TLC.	Finalizada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

TEX.06.Promoción de Confecciones Exporta	Por esta actividad de han elaborado 11 agendas de negocios, realizándose 107 citas con empresas nacionales.	Pendiente(C)
TEX.07.Avance para la participación en Feria Magic 1 - 2008	Separación de Stands para el 2008.	Pendiente(C)
TEX.08a.Realización de Prueba de venta en Puerto Rico	El Consejero económico Comercial en Miami Sr. Fernando Albareda tuvo citas con compradores de Puerto Rico con muestras de cinco empresas, se difundió el evento Perú Moda. La actividad fue coordinada con cancillería, el consejero comercial realizó una prospección con muestras de prendas de tejido plano y punto, existió mayor interés en prendas de niño y bebe, la mayoría de importadores están trabajando con China y Centro América.	Finalizada
TEX.08b.Realización de Prueba de venta en Alemania		Cancelada
TEX.08c.Realización de Prueba de venta en España		Cancelada
TEX.08d.Realización de Prueba de venta en Italia		Cancelada
TEX.09.Instalación de Centros de Distribución en el Mercado Americano		Cancelada
TEX.10.Realización de Perfiles de Mercado para prendas de Alpaca y Algodón para el mercado Europeo		Cancelada
TEX.11.Apoyo a la Implementación de los Planes Operativos por Mercado		No Programado Cancelada
TEX.12.Campaña Internacional de la Industria Peruana de la Moda	Hasta finales del mes de Marzo se ha colocado publicidad en los siguientes medios: Condast, California Apparel News, Journal Du Textile, Fashion Daily News. En el evento Perú moda se organizo un press tour con 10 periodistas extranjeros, así mismo se ha realizado difusión en medios especializados dirigidos a consumidor final y consumidor intermedio (industria textil)	Finalizada
TEX.13.Campaña de Difusión y Organización de la Feria Perú Moda 2008	Se ha participado, gracias a la cooperación europea, en ferias y fashion shows latinoamericanos (Brasil, México, Colombia, Argentina) donde se ha promovido la imagen de la industria peruana, así como difundiendo la feria Perú Moda.	Pendiente(C)
Campaña de difusión del diseño peruano: Cibeles y Pret a Porter 2008	Adelanto	No Programado Proceso
Feria Pret a Porter 2008	Adelanto	No Programado Proceso
TEX.14.Programa Exporta Perú - BPMM	Se capacitó y se realizó el seguimiento al proceso de implementación de BPMM a las empresas participantes de Lima, Arequipa, Trujillo y Huancayo. De las 103 empresas del sector, inscritas en el Programa de Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufacturas - BPMM, 63 son empresas de textil y Confecciones y 40 son empresas del rubro de calzado y accesorios. - La metodología fue propuesta por el Consorcio SGS-Investing SAC.	Finalizada
TEX.15.Programa Exporta Perú - Planes Exportadores	Pendiente Informe. La actividad se encuentra en plena ejecución, se está trabajando con 3 grupos de empresas de Lima, 1 de Huancayo, 1 de Chiclayo, 1 de Arequipa y 1 de Trujillo.	Finalizada
TEX.16.Promoción de la Asociatividad Empresarial en Empresas de Confecciones.	Se está realizado un proceso de estandarización de producto, técnicas de negociación y asociatividad con empresas de confecciones que trabajan en el área de Gamarra con miras a su participación en la feria Perú Moda 2007.	Finalizada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

TEX.17.Realización del Programa de Adecuación de Confecciones Textiles al Mercado Europeo.		Cancelada
TEX.18.Apoyo en la Elaboración de Normas Técnicas en la Cadena del Algodón y la Alpaca.	Se coordinó con la SNI a fin de elaborar las normas técnicas de hilados de alpaca.	Cancelada
Organización Feria Perú Moda 2008		Proceso
Adelanto Feria IFLS 2008		No Programado Proceso

1.2.6 Sector Textil , Confecciones y Accesorios – Sub Sector Cuero y Calzados

Actividad	Logros o Resultados	Situación
CC.01. Participación en la Feria WSA - Febrero	Participaron 5 empresas de calzado en la principal feria de calzado en EEUU. Se difundió el evento Perú Moda. WSA es la principal feria especializada de calzado en el mercado americano convoca principalmente a compradores de EEUU, Canadá y México, se estiman negociaciones por medio millón de dólares.	Finalizada
CC.02.Participación en la Feria IFLS - Febrero	La Feria IFLS es uno de los espacios de negocios más importantes de la Región Andina. Permitió la difusión de la Feria Perú Moda, entre potenciales importadores de calzado y accesorios. Congrega además de fabricantes de calzado, a los proveedores más importantes de cuero, accesorios y maquinaria, lo que permite a las empresas visitantes contar con información de nuevas tendencias en cuanto a diseño, material y accesorios, lo cual contribuye a las mejoras e innovaciones de sus productos.	Finalizada
CC.03.Feria WSA Agosto 2007	Participaron 6 empresas de calzado se estima negociaciones por US \$ 500 000 para el mercado EEUU Canadá y México. La presentación del stand se realizó en el área de calzado confort y calzado de dama de vestir.	Finalizada
CC.04. Feria WSA - 2008 Adelanto para la Participación en	Se esta realizando la convocatoria y coordinaciones con el operador ferial a fin de reservar el espacio para la versión de febrero 2008.	Proceso
Feria IFLS 2008	Actividad compartida con el sector Textil y Confecciones	No Programado Proceso
CC.05.Promover Consorcios de Exportación	Participaron 2 consorcios de exportación en actividad comercial. Participación del Consorcio A&G, especializado en la fabricación de calzado de niño. Empresa chilena, interesada en la línea de calzado de niños.	Finalizada
CC.06.Promoción del Desarrollo de Oferta en Confecciones Textiles en Junín	Asesoría y asistencia técnica a empresas de Huancayo para participar en la feria Perú Moda 2007. Actividad coordinada con el Gobierno Regional de Junín. Desarrollo de diseños (bocetos) para la elaboración de colecciones de 10 empresas textiles de Huancayo. Actividad financiada por el Gobierno Regional de Junín y PROMPERÚ aportó con la cobertura de parte de los viáticos de la Consultora.	Finalizada
CC.07.Realización del Proyecto Pro-Calidad Textiles Cajamarca	Actividad pendiente de la firma de un convenio con FONDOEMPLEO. Actualmente se está realizando un estudio para determinar la línea base del proyecto una se inicie éste.	Proceso



1.2.7 Sector Manufacturas Diversas y Artesanías-Sub Sector Artesanía y Joyería

Actividad	Logros o Resultados	Situación
ART.01.Feria de Joyería JCK Las Vegas	Las empresas expositoras se reunieron con diferentes importadores mayoristas y minoristas de joyería en USA lo que les permitió realizar contactos de negocios concretos a corto y mediano plazo. Los productos de mayor acogida fueron: joyería de plata y joyería de plata con piedras semipreciosas.	Finalizada
ART.02.Feria World Market Center	Los productos que tuvieron mayor aceptación durante la feria fueron: cerámica decorativa y utilitaria, textiles del hogar, tallado en piedra, vidrio pintado, entre otros. Se pudo difundir la Feria Peruvian Gift Show a los importadores en la feria. Se presentó en la versión de Verano de la feria, líneas adicionales (artículos de regalo y decoración y muebles del hogar) en donde participaron empresas del sector de muebles y artesanía. En esta versión han participado más de 1 550 empresas,	Finalizada
ART.03.Feria Ambiente	Se tuvo cita de negocios con compradores de Europa, USA, Japón y Arabia Saudita. Productos que tuvieron aceptación: cerámica decorativa y utilitaria, textiles del hogar, tallado en piedra, vidrio pintado. Se contactó con diferentes importadores sobre las ferias PERUMODA y PERUVIAN GIFT SHOW.	Finalizada
ART.04. Peruvian Gift Show	Asistieron 126 empresas importadores (52 nuevos visitantes). Se registraron 97 empresas extranjeras de los siguientes países: USA (60), Alemania (2), Argentina (2), Bélgica (1), Brasil (1), Canadá (3), Chile (1), Colombia (1), España (5), Francia (5), Holanda (1), Japón (3), México (2), UK (7), Sud África (1), Suecia (1) y Venezuela (1). Además se presentaron 14 compradores de Perú para empresas extranjeras. Participaron como expositores más de 130 empresas. El 78% de los que entregaron las encuestas afirmaron estar seguros de continuar relaciones comerciales con los contactados en la feria. Más del 30% considero satisfactoria su participación y el 42% respondió haber concretado acuerdos comerciales.	Finalizada
ART.05. Perú moda	El presupuesto destinado a esta actividad fue transferido al Sector Textil y Confecciones para poder tener un solo APEX, el cual estaba a cargo de dicho sector. Participaron en Perú moda 2007 36 empresas formalmente inscritas en el catálogo de empresas con productos de joyería en oro y plata entre su oferta exhibida.	Finalizada
ART.06.Misión Compradores de Artesanía	Esta actividad ha sido suspendida por la falta de financiamiento para realizarla. Se estima llevarla a cabo en el primer semestre del 2008.	Cancelado
ART.07.IberJoya 2008	Esta actividad se desarrolla dentro del marco del apoyo de la Unión Europea, el cual estamos a la espera de su aprobación. Según lo indicado por la Unión Europea esta actividad se llevará a cabo en Septiembre 2008.	Pendiente (Por Postergación)
ART.08.Feria Inorgenta 2008	Esta actividad se desarrolla dentro del marco del apoyo de la Unión Europea, el cual estamos a la espera de su aprobación. Según lo indicado por la Unión Europea esta actividad se llevará a cabo en Febrero 2008.	Pendiente (Por Postergación)
ART.09.Prospección Feria Maison Objet	Esta Actividad fue postergada para llevarla a cabo en la versión de la feria en el 2008 ya que no se llevo a conseguir los fondos para realizarla	Pendiente (Por Postergación)
ART.10.Prospección Feria Berlín	Esta Actividad fue postergada para llevarla a cabo en la versión de la feria en el 2008 ya que no se llevo a conseguir los fondos para realizarla.	Finalizada
ART.11. Apoyo Implementación de Planes Operativos por Mercado	Se coordinó reuniones de trabajo con los consultores de los 3 POMs (USA, México y Europa) y asimismo se organizaron entrevistas con empresas de artesanía y joyería en Lima y provincias. Se prestó todo el apoyo respectivo a la elaboración de los Planes Operativos de USA, México y Europa, los cuales trabajaron los productos de artesanía o joyería.	No Programada Finalizada



EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

Feria Ambiente 2008		No Programada En Proceso
Feria Atlanta 2008		No Programada En Proceso
Prospección de la Feria Atlanta Internacional Gift & Home Furnishings Market	Se llevo a realizar la prospección de la feria a través del Consejero Económico Comercial de Perú en Miami y de esta forma permite conocer el tipo de cliente que asiste a este importante evento, quienes son: Representantes de tiendas de venta al por menor, cadenas de tiendas, diseñadores y mayoristas.	No Programada Finalizada
Prospección de la Feria Craft and Hobbie Asociation	Se identificó tipo de cliente que asiste a esta: comerciantes minoristas (60%), mayoristas (15%), cadenas de tiendas (5%), productores profesionales de hobbies (8%) y los tipos de productos con mayor potencial: productos de cerámica, piedras básicas, semi-preciosas talladas, madejas de madera, papel decorativo, elementos para elaborar tarjetas, artículos de carpintería para el hogar y jardinería, cuadros sombreados, entre otros.	No Programada Finalizada
ART.12. Desarrollo Programa Pro-Calidad Cajamarca - Textiles y Piedra Tallada	Esta actividad fue suspendida ya que se iba a contar con el financiamiento de Fondoempleo, pero hasta el momento no han confirmado dicho apoyo.	Cancelada
ART.13. Programa de Desarrollo Joyería	Se coordinó con las diferentes instituciones, gremios y asociaciones del sector joyería para las diferentes actividades del sector. Se capacitó a empresas de joyería para su participación en diferentes ferias internacionales (Perú moda, Peruvian Gift Show, JCK Las Vegas, entre otras).	Finalizada
ART.14. Promover la Capacitación	Se culminaron cuatro etapas de capacitación en 12 regiones del Perú <ol style="list-style-type: none"> 1. Etapa de sensibilización (400 empresas). 2. Etapa de capacitación en gestión empresarial (280 empresas). 3. Etapa de diseño y desarrollo de productos. (40 artesanos de: Junín, Ayacucho y Arequipa). 4. Etapa de Negociación con importadores. Se realizó en las 12 regiones. Se realizó en coordinación con la Dirección Nacional de Artesanía y con el apoyo de: MYPECOMPETITIVA, FONCODES, la Cooperación Técnico Belga, Ongs, Gobiernos Regionales y DIRCETURS. Se contó con una etapa de Sensibilización y se complementó con 3 fases: La primera fase de Capacitación en Gestión Empresarial, la segunda la fase de Diseño y desarrollo de Productos y la tercera fase de Negociación con Importadores. Se programaron las capacitaciones de la primera fase en 12 regiones (Piura, Cajamarca, Huancavelica, La Libertad, Lambayeque, Junín, Ucayali, Cusco, Puno, Ayacucho, Arequipa y Lima La capacitación en Diseño se programa en 3 regiones (Junín, Arequipa y Ayacucho). La fase de negociaciones se realizó en 12 regiones (Piura, Cajamarca, Huancavelica, La Libertad, Lambayeque, Junín, Ucayali, Cusco, Puno, Ayacucho, Arequipa y Lima) Se cuenta con un grupo de cerca de 310 empresas en las regiones, que se debe constituir en el grupo base de desarrollo del sector en las regiones. Cuentan con líneas de productos potenciales. Sin embargo necesitan apoyo en el desarrollo de Productos e información de tendencias de mercado, costos y precios de exportación. No cuentan con información sobre temas de calidad. 	Finalizada
ART.15. Comité Técnico de Normalización	Se elaboraron 3 Proyectos de Normas Técnicas de Bisutería, 2 de ellas han sido aprobadas por INDECOPI como Norma Técnica y 1 esta a la espera de su aprobación. Se desarrollaron 10 sesiones del Comité Técnico de Normalización de Bisutería	Finalizada



1.2.8 Sector Manufacturas Diversas y Artesanías – Sub Sector Maderas y sus Manufacturas

Actividad	Logros o Resultados	Situación
MAD.01.Feria International Home Furnishing Center - High Point – USA	Esta actividad fue suspendida por no contar con el número mínimo de participantes y retraso en la preparación de muestras por los fabricantes. transfiriéndose los fondos al APEX N° 050 Feria Peruvian Gift Show	Cancelada
MAD.02.Feria Internacional de Amoblamiento para el Hogar World Market Center Las Vegas USA	Participaron 6 empresas del sector muebles de madera para el Hogar. Según encuestas, las empresas peruanas habrían efectuado ventas que fluctúan entre US \$ 430 000 a US \$ 900 000; y entre US \$ 500 000 a US \$ 1 050 000 de ventas a 12 meses. Asimismo, todos los participantes peruanos consideraron que la feria fue buena por el número de contacto conseguidos (480) y captación de nuevos negocios.	Finalizada
MAD.03.Prospecciones de mercado en Ferias Internacionales en la UE para búsqueda de nuevas oportunidades de mercados	Se identificó oportunidades de mercado en la Unión Europea para los productos de madera especialmente nuevas especies forestales en madera aserrada, puertas, pisos y partes y piezas de muebles. Así mismo se establecieron contactos con principales empresas importadoras en España y Alemania.	Finalizada
MAD.04.Apoyo a la implementación de Planes Operativos por Mercados	Se prestó el apoyo a los consultores contratados por el MINCETUR para la realización de los Planes Operativos de mercado especialmente del sector maderas y sus manufacturas: México- UE- y Japón.	Finalizada
Feria High Point 2008	Adelanto	No Programada Proceso
Feria World Market Center 2008	Adelanto	No Programada Proceso
Feria World Market Center 2008	Adelanto	No Programada Proceso
MAD.05. Programa de Misiones Tecnológicas a Brasil, Colombia, Chile y Bolivia	19 empresas peruanas realizaron pasantías en Brasil, Colombia y Bolivia, visitando 25 empresas fabricantes de muebles, 10 empresas proveedoras de máquinas, equipos e insumos para la industria del mueble y la madera en los 3 países destino. Asimismo los empresarios peruanos recibieron en promedio 3 charlas de capacitación en los países visitados, siendo los temas tratado aquellos que competen al tema de diseño de muebles, acabado de muebles y tendencias del muebles en el 2008.	Finalizada
MAD.06.Propiciar la participación de las empresas en el manejo sostenido, forestación, reforestación certificación forestal y cadenas de custodia	Se coordinaron actividades de capacitación y asesoría a empresas del sector forestal con la WWF- Perú, Confederación peruana de la madera AIMAL- APRUFU y la consultora Tropical Forest, especialmente de nuevas concesiones forestales	Finalizada
MAD.07.Apoyo a la formación y consolidación de grupos empresarial y Consorcios de Exportación a Nivel Nacional	Se formó 2 asociaciones en Arequipa: Consorcio COECHA formado por 8 asociados y Consorcio CONCEBA formado por 10 asociados. En Tacna se identificó red empresarial y se preseleccionó 7 empresas fabricantes de muebles. Así mismo se desarrolló 2 visitas de sensibilización. Se realizaron cursos de capacitación en diseño de muebles, secado de madera y acabados de muebles de madera así como 2 pasantías en la ciudad de Lima.	Finalizada
MAD.08. Apoyo al Comité del Muebles en la Confederación Peruana de la Madera	En coordinación con la Confederación Peruana de la Madera se desarrollaron 2 cursos de capacitación en Secado de la madera, Usos de desperdicios y captura de carbono. Se proporcionó información estadística y se entregaron informes de consultores de Planes Operativos de Mercados - POMs así como los informes de los resultados de las prospecciones de mercado en feria internacionales. a la Asociación de Industriales Madereros de Ucayali, Asociación de Industriales madereros de Loreto.	Finalizada

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO (POI) AL IV TRIMESTRE 2007

MAD.09.Elaboración de materiales gráficos y electrónicos de promoción de la oferta exportable de productos de madera mediante boletines, CD, catálogos.	Se elaboraron 4 ediciones de boletines de negocios forestales PRONFOR distribuidas a más de 600 empresas por edición ligados al sector, entre fabricantes de muebles, puertas, pisos y madera aserrada, tanto de la ciudad de Lima como de otras 10 ciudades del país. Asimismo se confeccionaron Dípticos, Banners, Afiches Banderolas para la promoción de actividades del sector realizadas por ADEX, Confederación Peruana de la Madera, APROFU, y Tropical Forest.	Finalizada
MAD.10.Elaborar y difundir Boletín Informativo de la oferta del sector exportable	Con la colaboración de la Confederación Peruana de la madera se distribuyeron 4 boletines Electrónicos informativos del sector forestal	Finalizada
MAD.11.Levantamiento, adecuación y cuantificación de la oferta exportable de concesiones forestales.	Se identificó empresas con capacidad de presentación de una real oferta exportable así como admitir socios inversionistas en sus concesiones forestales lo que permitirá ampliar, diversificar y adecuar su oferta exportable a los mercados internacionales.	Finalizada

1.2.9 Sector Manufacturas Diversas y Artesanías - Sub Sector Manufacturas Diversas

Actividad	Logros o Resultados	Situación
MFD.01.Desarrollo del Programa Latino Exporta	El programa se enfocó en invitar compradores internacionales de la industria gráfica y editorial. Estos compradores mostraron su interés de asistir al Perú durante la Feria Internacional del Libro-FIL Lima, que se viene constituyendo en uno de los principales de Latinoamérica y es de interés para todos aquellos profesionales que ofrecen libro en español. Para el caso del rubro de Materiales y Acabados para la Construcción (MAC), se trasladaron fondos a un nuevo APEX, para organizar una Rueda de negocios en el marco de la EXCON, la principal feria del sector en el país.	Finalizada
MFD.02.Participación en la Feria Internacional Construcción y Diseño - Colombia	Las empresas participantes lograron contactarse con las principales empresas importadoras distribuidoras del sector constructor colombiano. Adicionalmente contactaron con importadores interesados para los países de Venezuela, México y Ecuador. El tipo de participación compartida con la Cámara Peruana de la Construcción brinda la posibilidad de realizar una mejor presentación tanto en el aspecto económico como de fortalecimiento interinstitucional. Se logró contactar con el principal distribuidor de los productos del sector para los mercados de MEXICO, EEUU y CANADA (Home Depot), con quien estaremos en contacto con el fin de lograr el ingreso de los productos peruanos a los mercados antes mencionados.	Finalizada
MFD.03.Realización de la Rueda de Negocios Mac Perú 2007	Participaron 32 empresas del sector de Materiales y Acabados para la Construcción, de las cuales 19 empresas fueron exportadoras y 13 empresas importadoras invitadas. Del total de empresas participantes 9 de las 19 empresas nacionales participaron por primera vez en este evento, del mismo modo 12 de las 13 empresas, es decir que existe un 65% de empresas que participan por primera vez en éste tipo de eventos. El Tipo de importador invitado fueron las principales cadenas mayoristas y tiendas por departamento, como es el caso de SODIMAC de Colombia, The Home Depot de México, quienes cuentan gran poder adquisitivo y canales de comercialización propios a nivel nacional en cada uno de sus países. Se logró concretar un total de 156 citas de negocios, alcanzando un promedio de 8.2 citas de negocios por empresa peruana participante. A la fecha el monto de ventas estimadas para los próximos 6 meses, asciende a US \$ 1 200 000.00.	Finalizada
MFD.04.Participación en Feria Internacional de la Industria Química en Europa	El Cd para difusión de la Oferta Exportable del Sector Químico ha sido elaborado, pero la prospección a la feria ha sido cancelada para replantearla en el 2008. Todo esto es en coordinación con el Comité Químico de la S.N.I.	Cancelada

