

Seminario Regional: Análisis de las relaciones económicas, comerciales y de cooperación de América Latina y el Caribe con la República de Corea

***PERSPECTIVAS NACIONALES Y EMPRESARIALES DE COMERCIO, INVERSIÓN Y
COOPERACIÓN ENTRE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE Y COREA***

Luis Torres Paz

Director de Exportaciones - PROMPERÚ





Panorama del mercado

Nuestras exportaciones

Perspectivas & Oportunidades

Acercando nuestra oferta al mundo

Panorama del Mercado



3 400 Millones
de habitantes 2016



+ 6,4%
Crec. Económico 16-20



US\$ 48 Mil Millones
En importaciones de
frutas, hortalizas y
conservas

Australia



China



Hong Kong



India



Indonesia



Japón



Malasia



N. Zelanda



Filipinas



Singapur



Corea del Sur



Tailandia

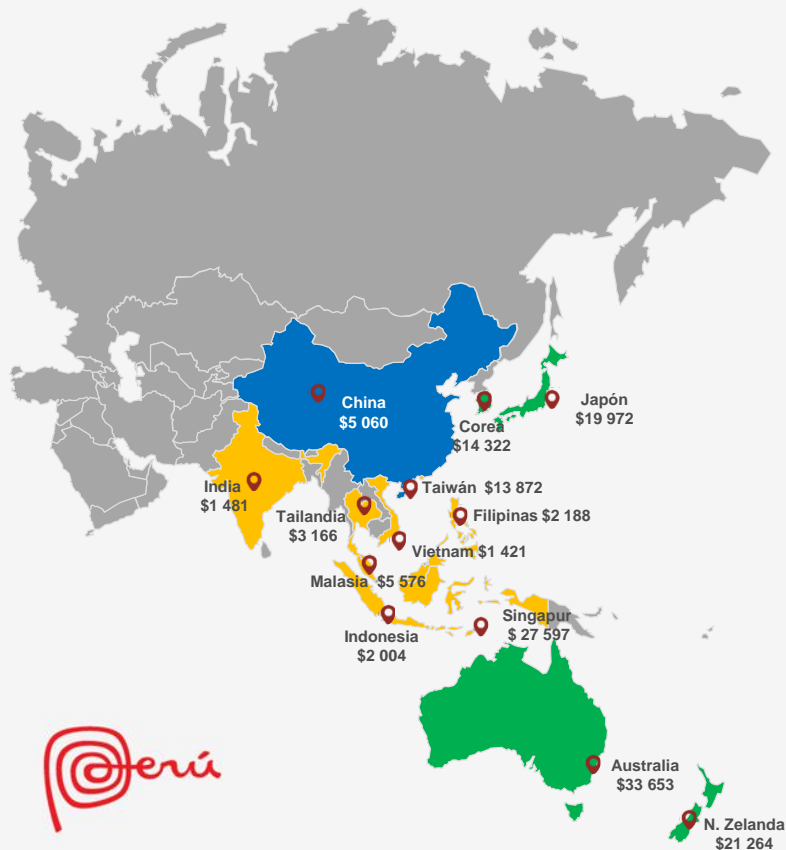


Vietnam



Características de demanda por región

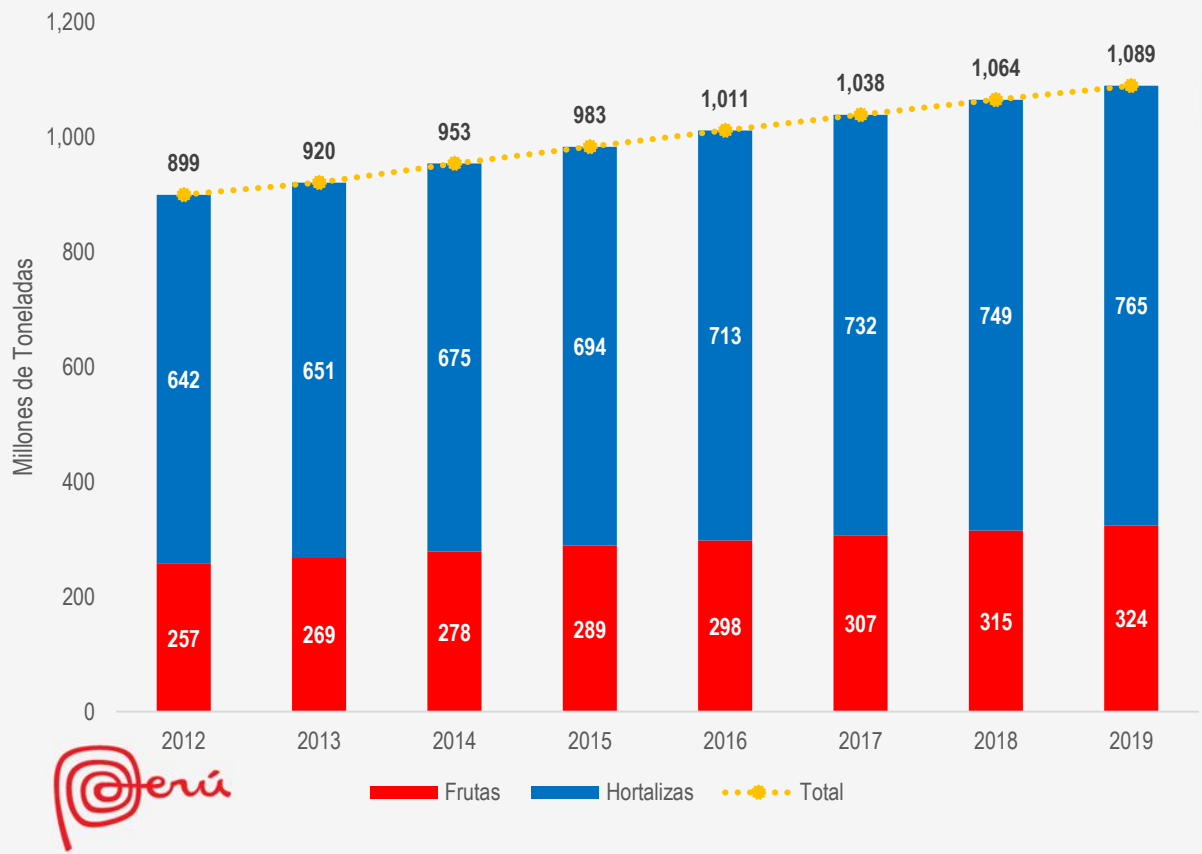
Ingreso Disponible per cápita en Asia Pacífico (2015)



- ✓ Alto grado de urbanización muestra patrón de consumo homogéneo entre ciudades
- ✓ Mercados maduros muestran mayor número de lanzamientos e innovaciones
- ✓ Presentaciones congeladas y refrigeradas ganan terreno
- ✓ Larga experiencia con productos importados peruanos

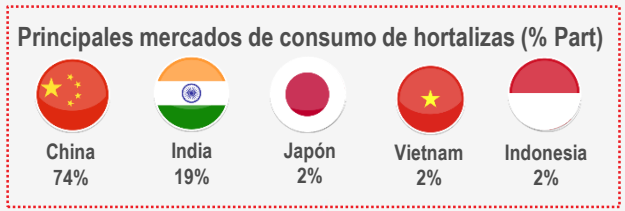
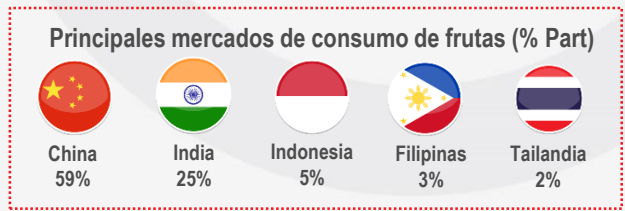


El mercado de frutas y hortalizas frescas en ASIA



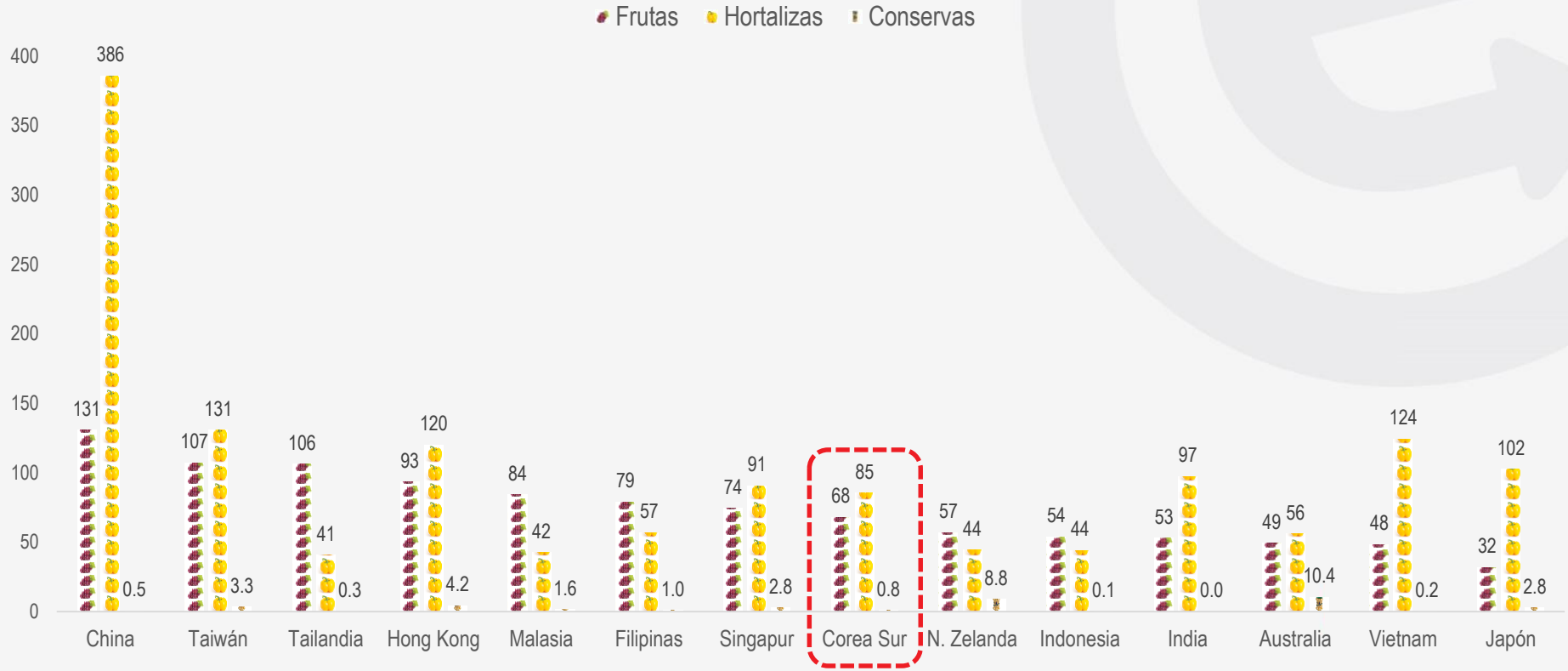
El mercado de frutas & hortalizas frescas en Asia Pacífico se incrementó en 8% entre 2012 y 2015

Durante el periodo 2015 – 2019 , las ventas de estos productos se dinamizarán en cerca de 10%



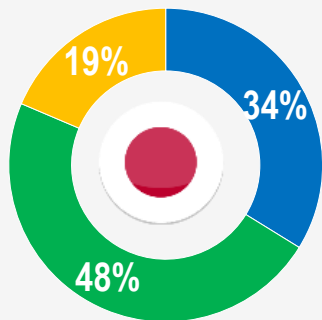
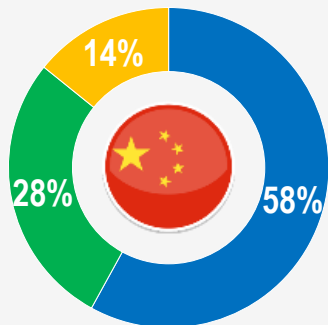
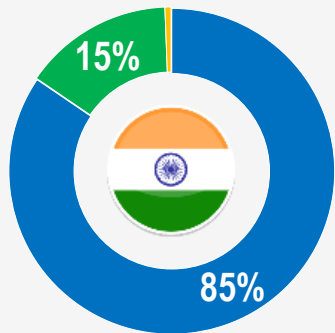
Consumo per cápita de productos agropecuarios

Consumo per-cápita de productos agropecuarios en Asia Pacífico 2015 (kg. / hab)



Fuente: Euromonitor Internacional / FAO Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

Distribución por formato



■ Retail ■ Foodservice ■ Institucional

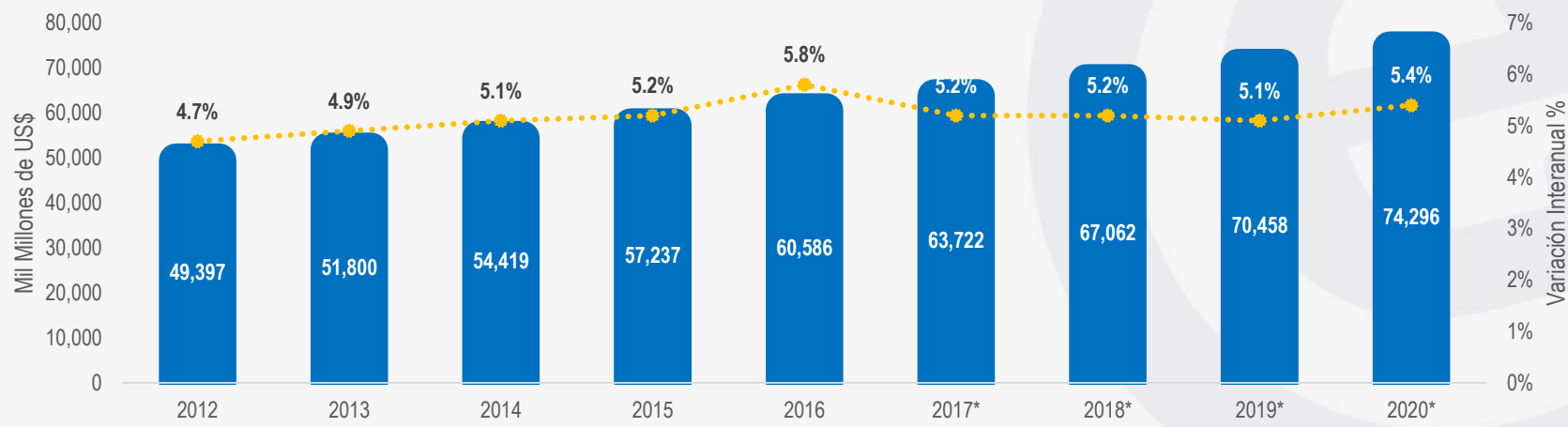
El **comercio minorista** sigue siendo el principal formato de distribución de productos pesqueros en APAC; donde predomina el **canal tradicional** en países en vías de desarrollo pero los **supermercados** ganan terreno

Mientras **más desarrollada** sea la economía mayor es la participación de los formatos **foodservice e institucional**

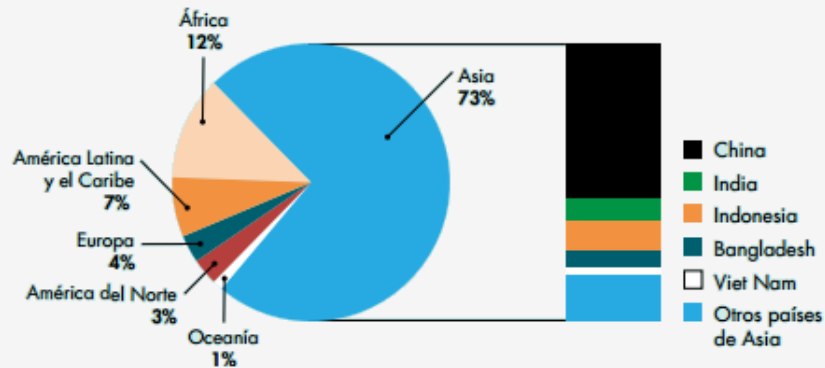
Tailandia, Vietnam e Indonesia buscan desarrollar nuevos **productos no orientales** enfocados en los gustos y preferencias del **mercado turístico** compuesto mayoritariamente por rusos, chinos y occidentales

En cuanto a variedad, el **mercado japonés** es el más desarrollado en el Asia – Pacífico. El **mercado de Tsukiji**, el mayorista pesquero más grande del mundo, recibe regularmente **400 diferentes especies** de pescados

Ventas de productos pesqueros en Asia Pacífico



Consumo Adicional de Pescado 2025



APAC representó 40% del mercado mundial de pescados & mariscos 2015

China, India, Japón, Tailandia & Australia son las principales plazas

APAC representará 70% de la demanda global de pesca en 2030

Fuente: FAO / Market Line Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

El mercado de productos congelados en APAC



Pescados
72%

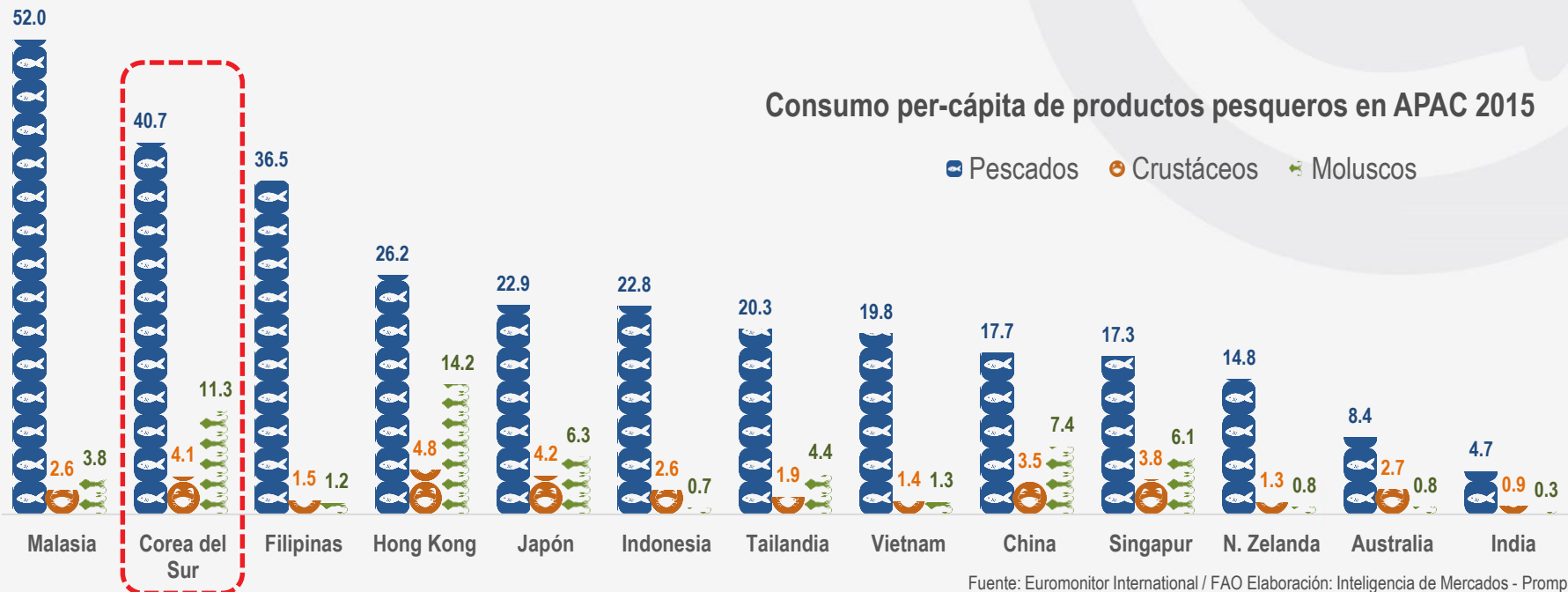


Moluscos
18%

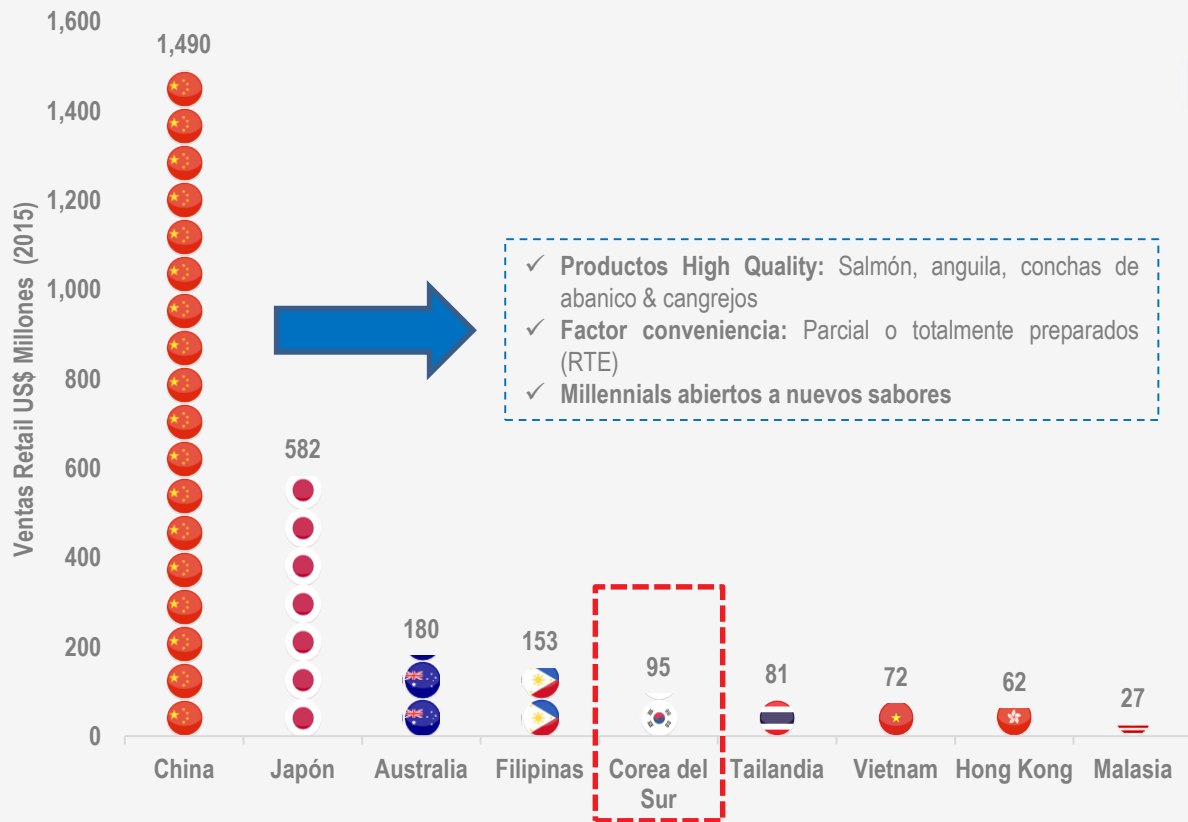


Crustáceos
10%

Consumo per-cápita de productos pesqueros en APAC 2015



El mercado de productos congelados en APAC



La Región Asia – Pacífico representa 26,8% de la demanda mundial

Liderará el crecimiento mundial de la línea (+ 4,7% TCP 2015 – 2020)

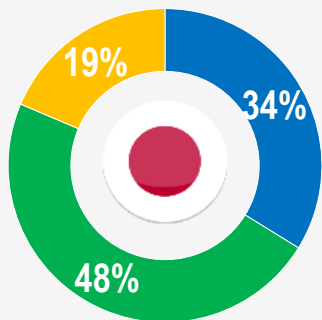
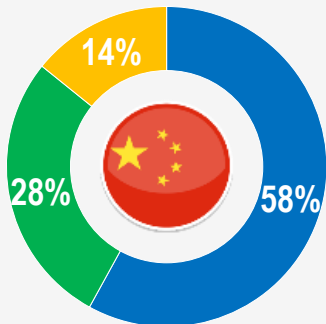
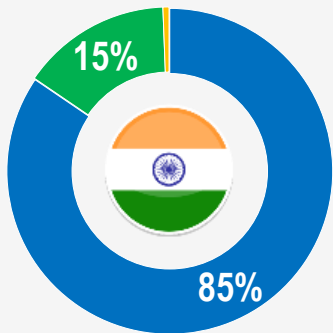
Innovación & diversificación de especies en mercados maduros

Incremento de la clase media y mejora de ingresos

Apertura a la inversión y extensión de red de acuerdos comerciales



Distribución de Productos Pesqueros por formato



El **comercio minorista** sigue siendo el principal formato de distribución de productos pesqueros en APAC; donde predomina el **canal tradicional** en países en vías de desarrollo pero los **supermercados** ganan terreno

Mientras **más desarrollada** sea la economía mayor es la participación de los formatos **foodservice e institucional**

Tailandia, Vietnam e Indonesia buscan desarrollar nuevos **productos no orientales** enfocados en los gustos y preferencias del **mercado turístico** compuesto mayoritariamente por rusos, chinos y occidentales

En cuanto a variedad, el **mercado japonés** es el más desarrollado en el Asia – Pacífico. El **mercado de Tsukiji**, el mayorista pesquero más grande del mundo, recibe regularmente **400 diferentes especies** de pescados

■ Retail ■ Foodservice ■ Institucional

¿Qué factores impulsan el consumo?

Consumo de alimentos

Aumento de los niveles de vida



Estilos de vida saludables



Cambios demográficos sociales



Distribución & mejora de la cadena de frío



Acuerdos Comerciales



- Panorama del mercado
- **Nuestras exportaciones**
- Perspectivas & Oportunidades
- Acercando nuestra oferta al mundo










Exportaciones Agropecuarias NT a Asia Pacífico

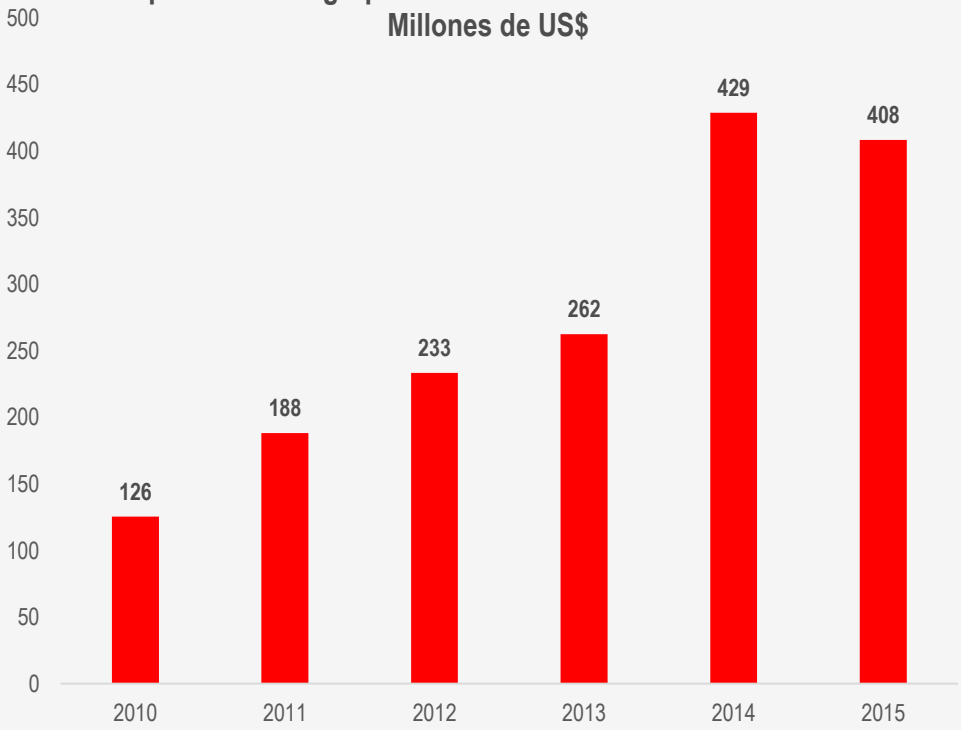
Export. 2016
US\$ 367 Millones

TCP % 2010 - 2015
26,6%

Top 7: Principales Mercados 2016

-  **China** (US\$ 77 Millones / 21% de participación)
-  **Hong Kong** (US\$ 86 Millones / 23%)
-  **Japón** (US\$ 51 Millones / 14%)
-  **Corea del Sur** (US\$ 49 Millones / 13%)
-  **Australia** (US\$ 25 Millones / 7%)
-  **Tailandia** (US\$ 21 Millones / 6%)
-  **Vietnam** (US\$ 17 Millones / 5%)

Exportaciones Agropecuarias No Tradicionales 2010 – 2015
Millones de US\$



Principales productos agropecuarios exportados



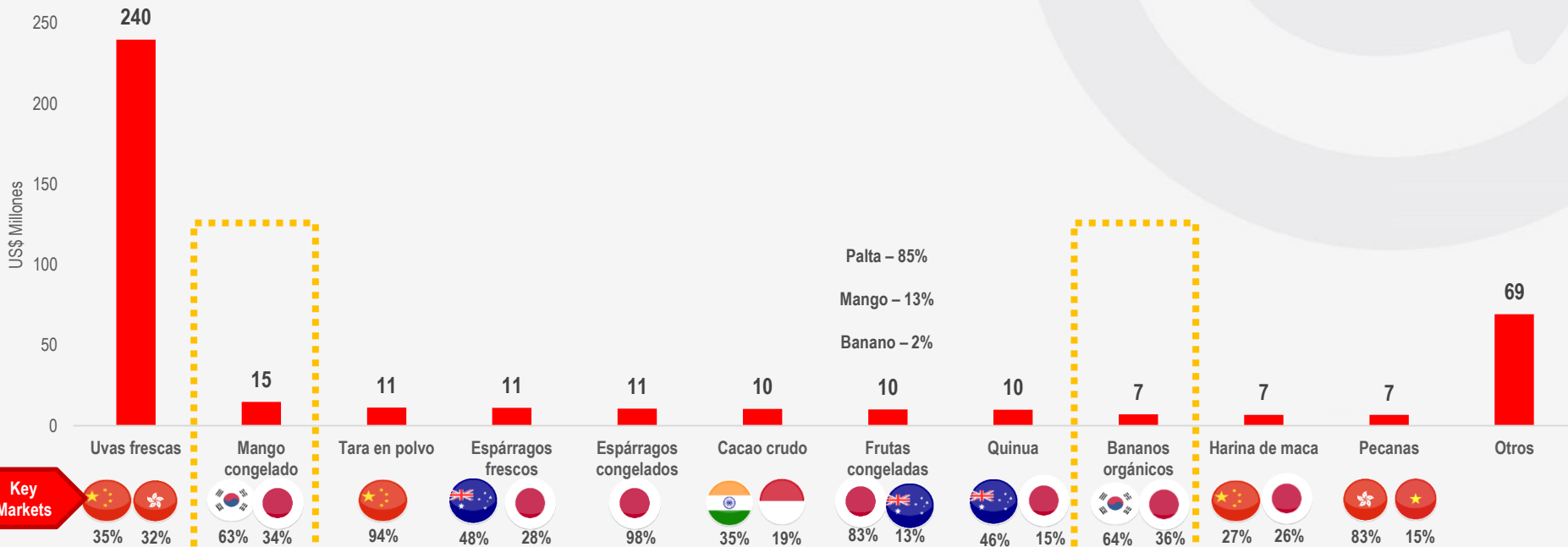
Frutas
72%



Hortalizas
7%



Otros
21%



Exportaciones peruanas a Asia Pacífico

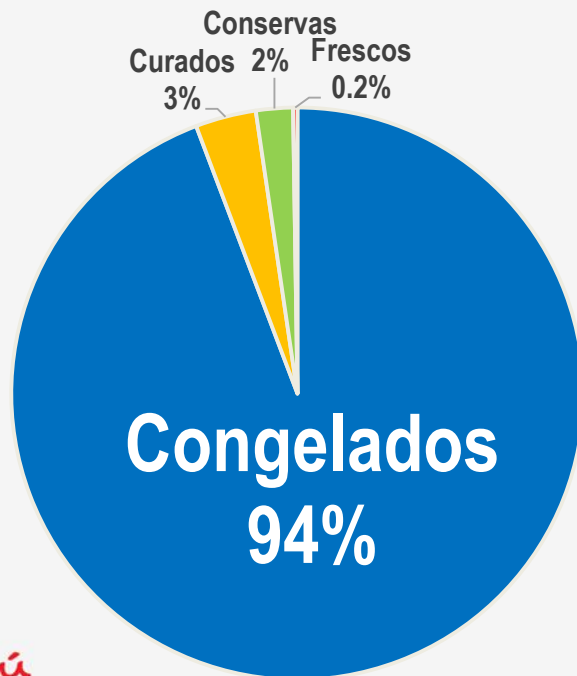
Export. 2016

US\$ 253 Millones

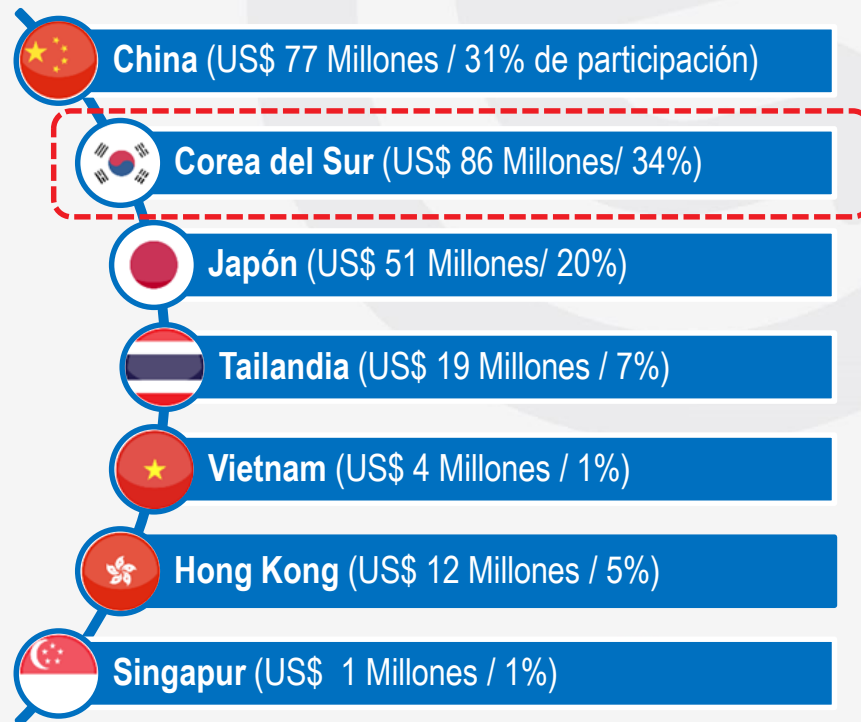
Export. Ene – Mar 17'

US\$ 98 Millones

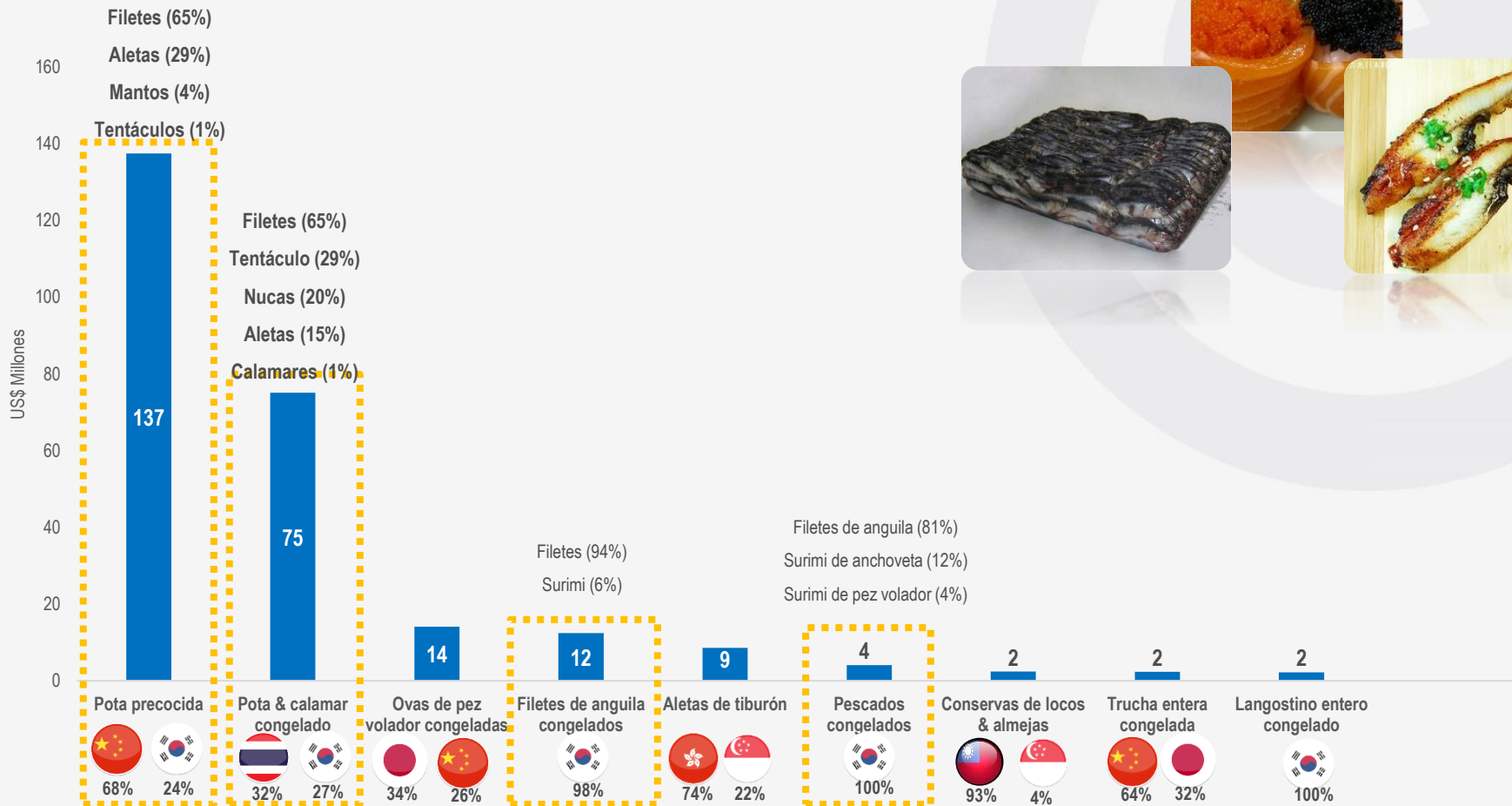
Exportaciones por presentaciones



Top 7: Principales Mercados 2016



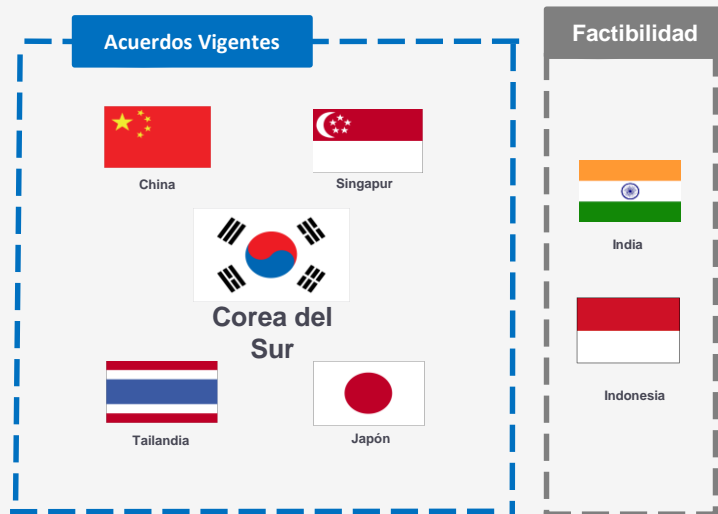
Principales productos exportados





- Panorama del mercado
- Nuestras exportaciones
- **Perspectivas & Oportunidades**
- Acercando nuestra oferta al mundo

Red de Acuerdos Comerciales con APAC

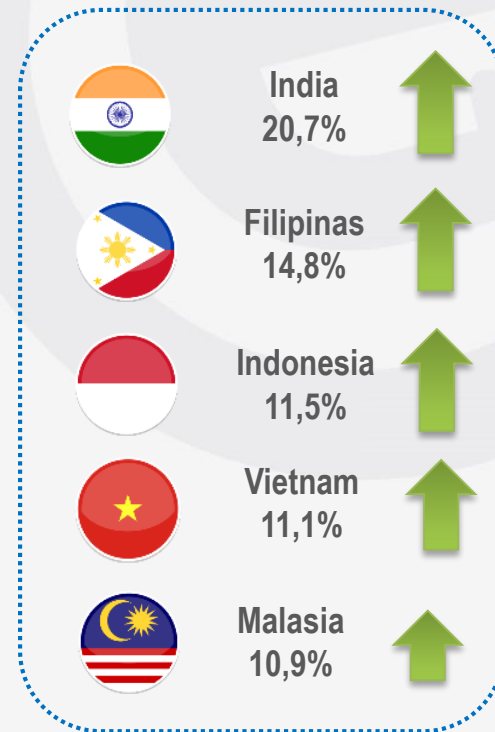
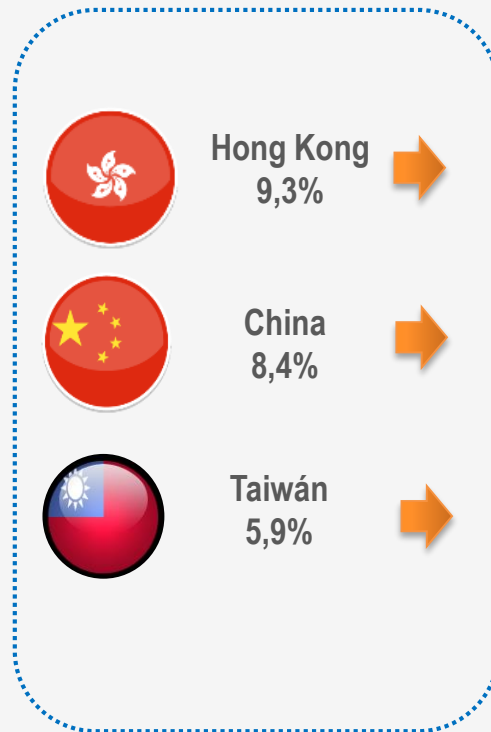
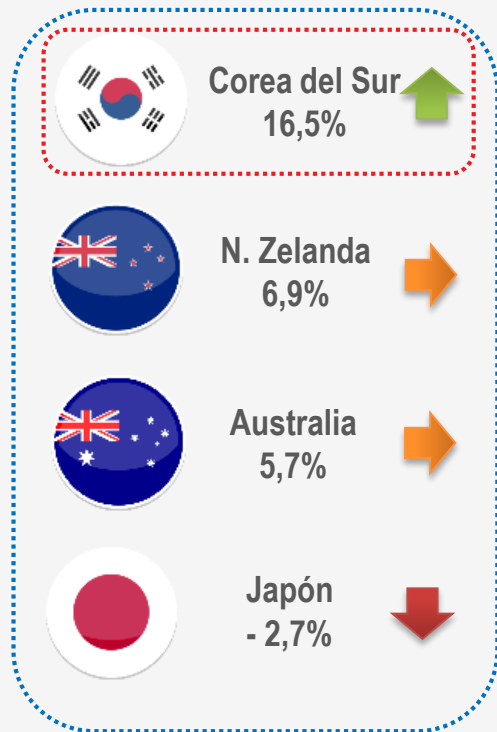


- ✓ 95% de nuestros productos pesqueros cuentan con beneficios arancelarios
- ✓ Los aranceles promedio sin Acuerdos Comerciales para productos pesqueros varían desde 5,7% (Japón) hasta 16,4% (Corea del Sur)

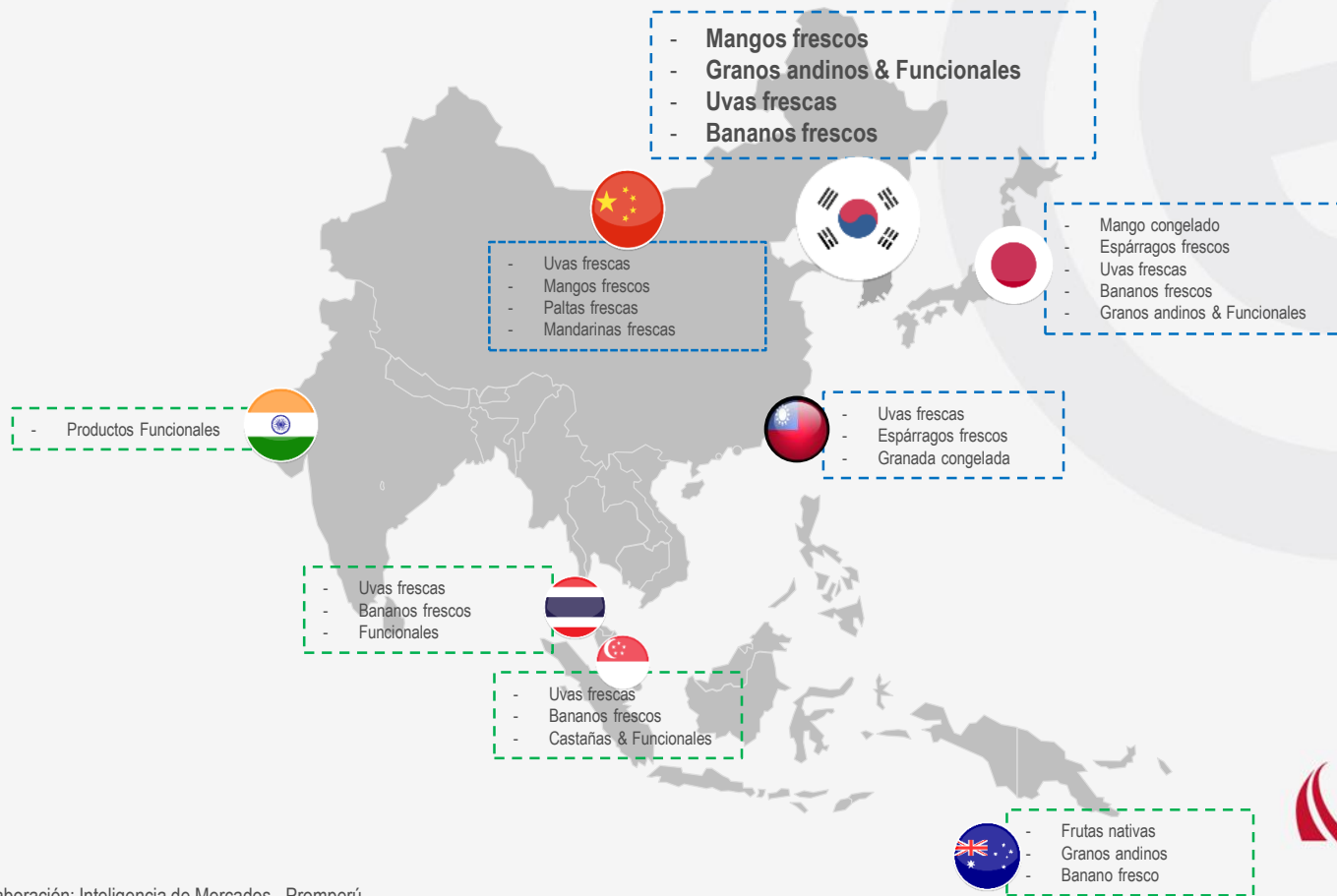


Perspectivas del mercado de frutas en Asia Pacífico

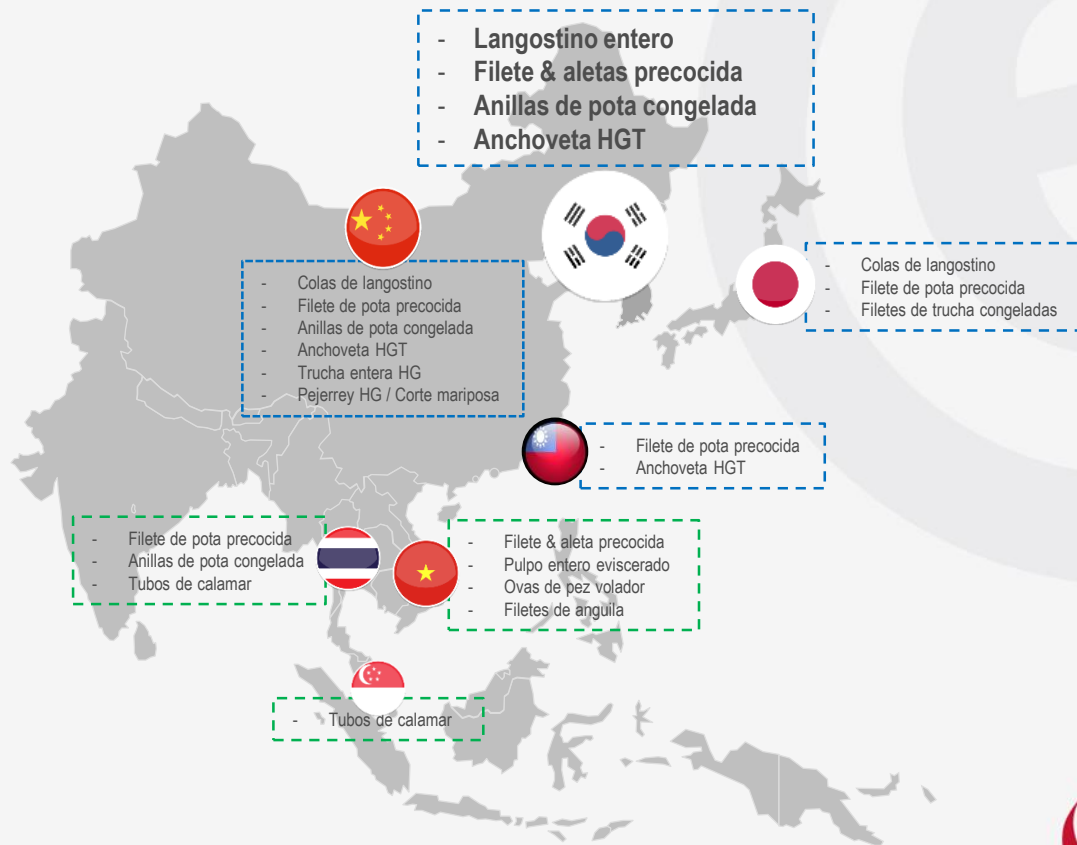
Comportamiento de los mercados de frutas frescas de APAC 2016 - 2020



Oportunidades comerciales por producto






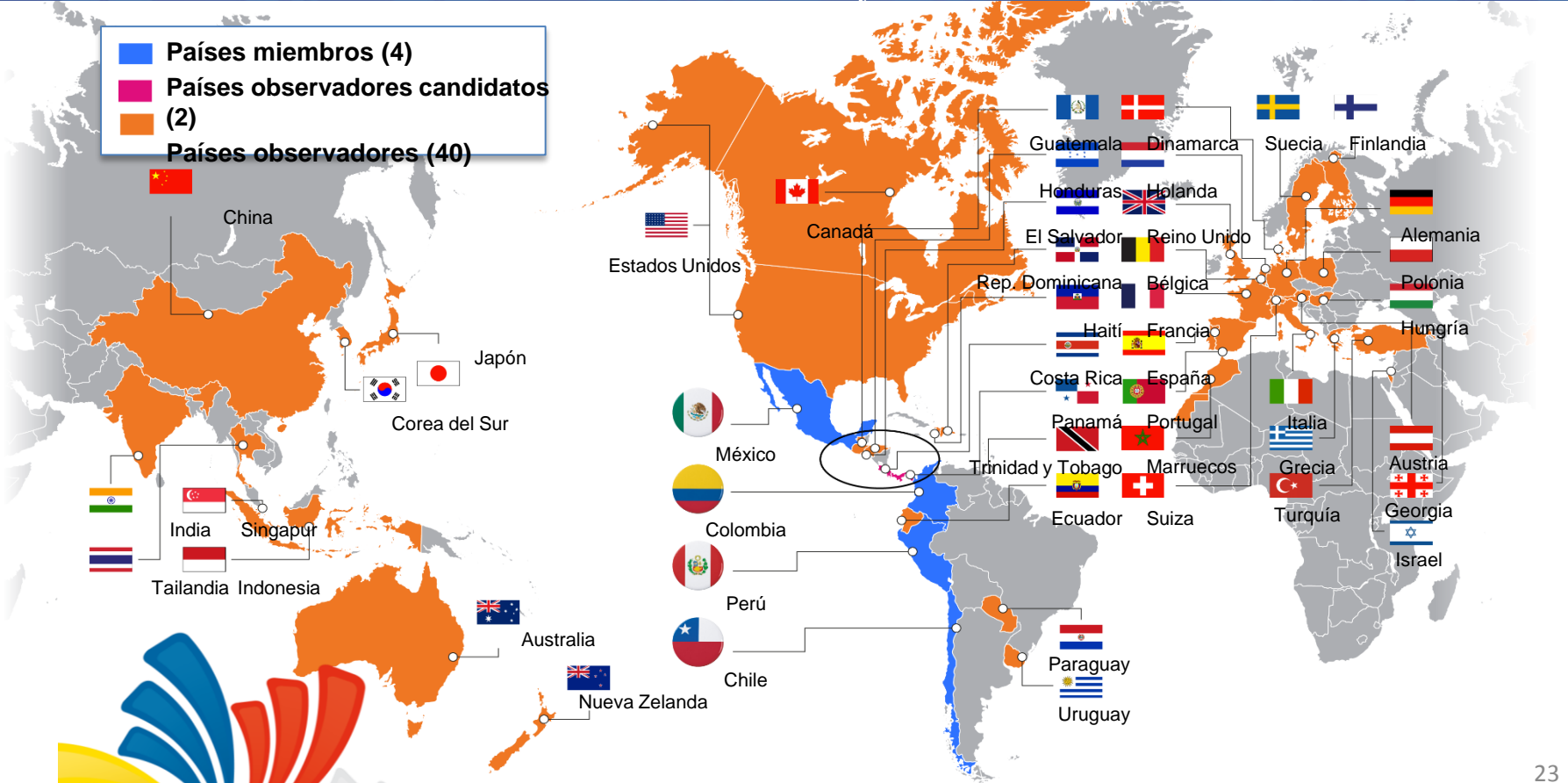
Oportunidades comerciales por producto



ALIANZA DEL PACÍFICO

– Países miembros y observadores

-  Países miembros (4)
-  Países observadores candidatos (2)
-  Países observadores (40)



Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico

El CEAP tiene como objetivo promover a la Alianza del Pacífico entre la comunidad empresarial de los cuatro países como con el resto del mundo, además de hacer recomendaciones a los gobiernos de los países de la Alianza.



Servicios



Inversiones

En cuanto a servicios e inversiones, el CEAP ha alcanzado importantes logros en el camino de la integración de los países miembros.

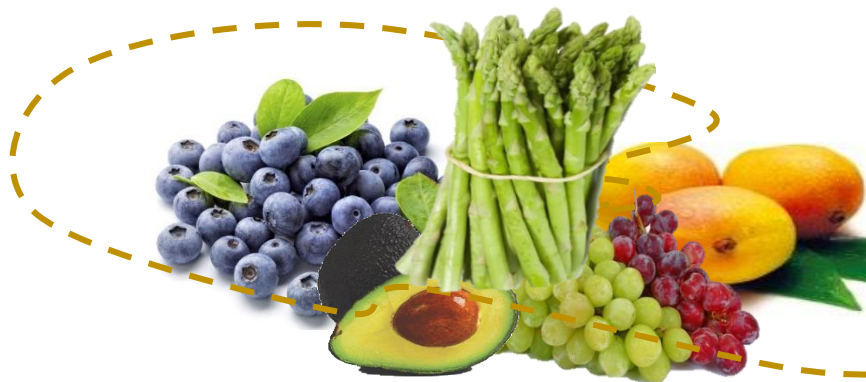


- Panorama del mercado
- Nuestras exportaciones
- Perspectivas & Oportunidades
- **Acercando nuestra oferta al mundo**

Misión Comercial Expoalimentos Asia (Seúl) 2016

Fecha: 5 de septiembre 2016

Se realizó el seminario para las empresas coreanas y la rueda de negocios con las empresas peruanas participando **5 empresas productoras de uvas, mangos, espárragos, paltas y arándanos.**



Cafe
2017
Show
S E O U L

Se realizó un encuentro de coordinación con **representantes** de la feria **Seoul Coffee Show** y el **campeón de barismo** para organizar en el **2017** un **press tour** y visita de **compradores de cafés especiales.**

Perú Moda en Asia (Seúl) 2017

14 empresas de la línea de alpaca y textiles del hogar sostuvieron reuniones con **24 compradores coreanos** principalmente retailers y distribuidores.

Estos compradores representan el **17%** del total de **140** compradores del **Perú Moda en Asia** (Tokio, Seúl, Beijing).



La exhibición se realizó bajo la presentación de stands y la cena se acompañó con un desfile de la Marca Alpaca del Perú.

SIICEX: Información de Inteligencia Comercial

SIICEX

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior

¿Qué es el SIICEX? Preguntas Frecuentes Glosario Herramientas de Análisis Buscar Partida

Boletín de Inteligencia de Mercado

Notas Especiales

Sectores productivos

Documentos

Boletines de Inteligencia de Mercados

Véalo aquí

1 2 3 4 5

12 de febrero del 2015

Inteligencia de Mercados

Informes de las exportaciones peruanas por sectores

Q - I

Twitter

Ruta exportadora

Test Exportador

Regiones

Sectores Productivos

Calidad

Regulaciones

Acuerdos Comerciales

Estadísticas

Exporta Fácil

Directorios

Enlaces de Interés

Calendario de Actividades

Comuníquese

Síguenos en:   

PRODUCTO / MERCADO

Búsqueda de producto

Buscar

Lista Completa | Búsqueda Avanzada

Búsqueda por mercado

Afganistán

Buscar

CAPACITACIONES

- Capacitaciones Organizadas por PROMPERU
 - Miércoles del Exportador
 - Talleres Especializados ADOC-PERU
 - Programa Exporta Perú - PLANEX
- Aprendiendo a Exportar
 - Guía Interactiva
 - Flujo Exportador

FACILITACIÓN DE EXPORTACIONES

- Documentos para Exportar
- Logística de Exportación
- Beneficios Aduaneros y Tributarios
- Herramientas Financieras
- Simulador Financiero - Nuevo
- Rutas Marítimas - Nuevo

ESTUDIOS Y PERFILES DE MERCADO

Ingrese el nombre del Estudio a buscar:

Ver

Búsqueda Avanzada

SEVICIOS AL EXPORTADOR



Seminario Regional: Análisis de las relaciones económicas, comerciales y de cooperación de América Latina y el Caribe con la República de Corea

PERSPECTIVAS NACIONALES Y EMPRESARIALES DE COMERCIO, INVERSIÓN Y COOPERACIÓN ENTRE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE Y COREA

Luis Torres Paz

Director de Exportaciones - PROMPERÚ

