



**Dina Aurorita
Risco Carrero**

drisco@mincetur.gob.pe

Dirección de Desarrollo de Mercados
Internacionales



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

**Seminarios virtuales
Miércoles del Exportador**

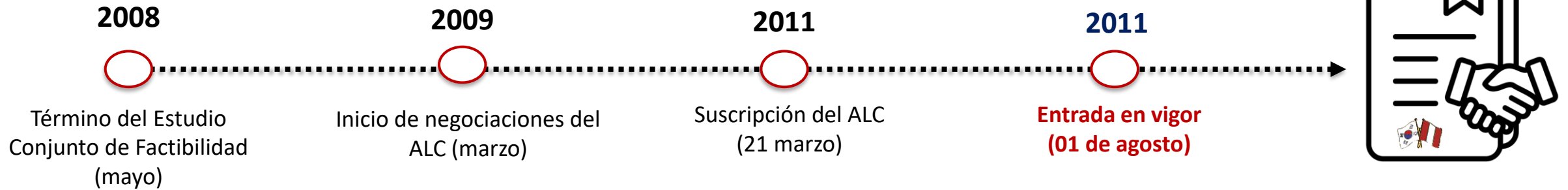
**Japón y Corea del Sur: TLC y
Oportunidades comerciales**

Lima, 8 de setiembre de 2021

CONTENIDO:

- Acuerdos Comerciales:** Japón y Corea del Sur
- Panorama actual:** Japón y Corea del Sur
- Comercio actual y potencial:** Japón y Corea del Sur
- Herramientas digitales**
- Recomendaciones**

Acuerdo de Libre Comercio (ALC) Perú - Corea del Sur



Bienes

- Incluye temas en desgravación arancelaria, reglas de origen y procedimientos aduaneros.
- Se regula los compromisos de medidas no arancelarias: medidas sanitarias y obstáculos técnicos al comercio.



Servicios e Inversiones

- Establece un marco transparente que promueve las negociaciones entre las empresas peruanas y coreanas, así como las inversiones en los sectores de tecnología, infraestructura, energía, entre otros.



Otros

- Incluye disposiciones para la facilitación de la entrada temporal de personas de negocio, telecomunicaciones, comercio electrónico, cooperación y contratación pública. Asimismo, contiene capítulos en materia de derechos laborales y ambientales.

Acceso de Mercancías

Oferta de Corea a Perú

Categoría	N° Líneas	Part. (%)
0	10,044	84.5
3	223	1.9
5	608	5.1
5 (4 de gracia)	1	0.0
7	170	1.4
10	526	4.4
Exclusión	107	0.9
Otros tratamientos	202	1.7
Total	11,883	100

Oferta de Perú a Corea

Categoría	N° Líneas	Part. (%)
0	5,001	67.9
3	58	0.8
4	2	0.0
5	934	12.7
7	40	0.5
8	11	0.1
10	1,240	16.8
Exclusión	5	0.1
Otros tratamientos	278	1.1
Total	7,370	100

- En el ALC, Corea concedió desgravación total de sus aranceles (en un plazo definido) al 100% de las exportaciones del Perú involucrando el 99% de líneas arancelarias.
- Los productos de interés de Perú como café, espárragos, camu-camu, aceite de pescado, hilados de pelo fino, camisas de algodón, entre otros, ingresaron de manera inmediata en 3 a 5 años al mercado coreano después de la entrada en vigor del ALC.
- Perú ofreció en desgravación inmediata y a 5 años producto de interés para Corea tales como: teléfonos celulares, computadoras, televisores, productos laminados de acero o hierro y automóviles.

Oportunidades para las exportaciones peruanas

- ❑ Corea del Sur es el 2° socio comercial más importante del Perú en Asia y 5° en el mundo.
- ❑ Es la 3° economía más importante de Asia y 9° del mundo, donde el ingreso per cápita supera los US\$ 40 mil.
- ❑ **Complementariedad económica:** Corea es el 9no mayor importador del mundo con más de US\$ 460 mil millones en importaciones (2020).
 - ✓ Corea es un proveedor estratégico de alta tecnología, equipos y maquinarias, asimismo es un gran consumidor de alimentos agrícolas frescos y pesqueros.
 - ✓ El Perú es un país cuyas principales actividades económicas son la pesca y la agricultura, y que en los últimos años ha venido desarrollando su industria y expandiendo sus mercados.



Acuerdo de Asociación Económica entre Perú y Japón

Suscripción: 31 de mayo del 2011

Entrada en vigencia: 01 de marzo del 2012

Acuerdo integral que permite establecer reglas claras, transparentes y predecibles a largo plazo, que fomenten el intercambio de bienes, servicios e inversiones.

Bienes

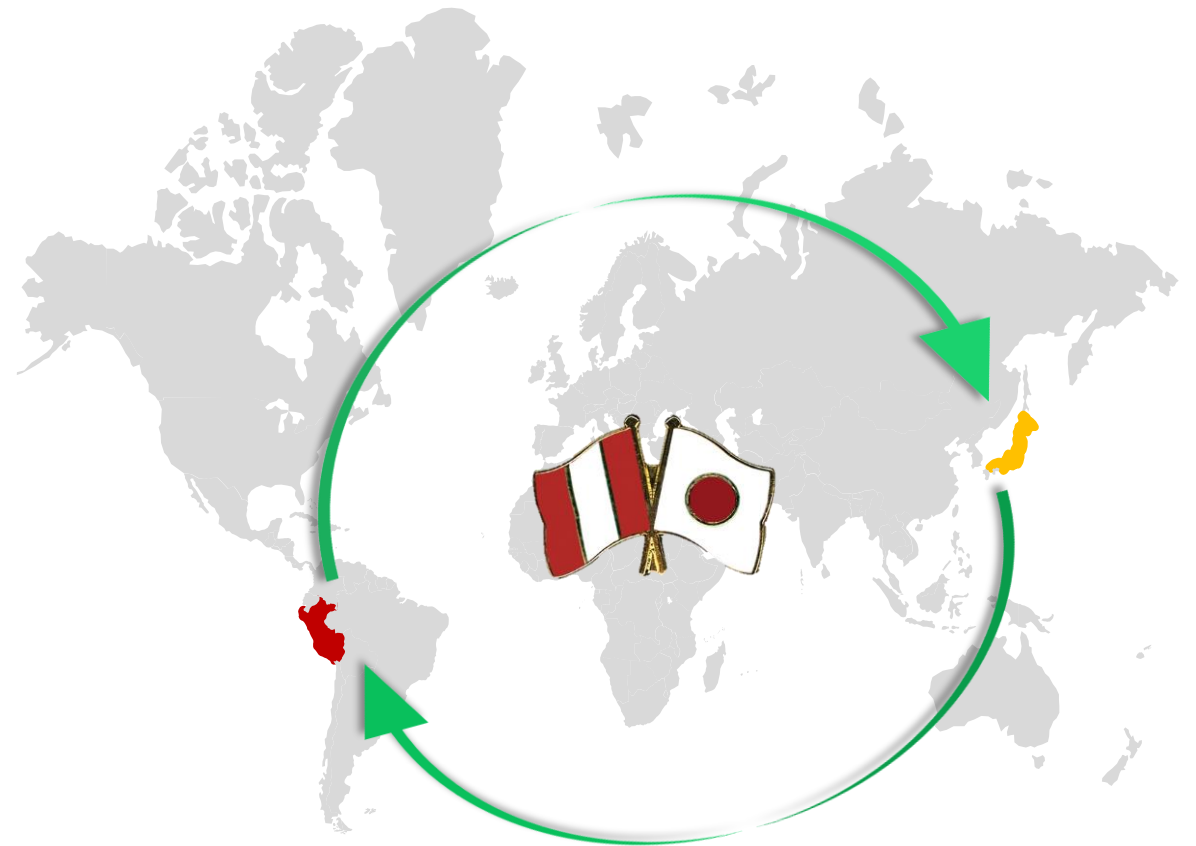
- Incluye temas en desgravación arancelaria, reglas de origen y procedimientos aduaneros.
- Se regula los compromisos de medidas no arancelarias: medidas sanitarias y obstáculos técnicos al comercio.

Servicios e Inversiones

- Establece un marco transparente que promueve las negociaciones entre las empresas peruanas y japonesas, así como las inversiones en los sectores de tecnología, infraestructura, minería, entre otros.

Otros

- Incluye disposiciones para la mejora del ambiente de negocios, cooperación y contratación pública.



Acceso de Mercancías

Oferta de Japón a Perú

Plazo	N° Líneas arancelarias	Part. %
0-6 años	7,371	82%
8-17 años	571	7%
Exclusión	997	10%
Otros	94	1%
Total	9,033	100%

Oferta de Perú a Japón

Plazo	N° Líneas arancelarias	Part (%)
0-6 años	6,361	86%
8-17 años	688	9%
Exclusión	318	5%
Otros	3	0%
Total	7,370	100%

- ▶ El Acuerdo Comercial reduce la desviación de comercio generada por los acuerdos que ha firmado Japón con otros países competidores del Perú.
- ▶ Japón ofrece desgravación total de sus aranceles al 88% de sus líneas arancelarias.
- ▶ Los **productos de interés de Perú** como mango, cítricos, café, espárragos, sachá inchi, pota, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, maíz morado, maíz gigante del Cuzco, pez espada, ingresan al mercado japonés con acceso preferencial.
- ▶ Perú ofrece desgravación inmediata y a 5 años a productos de interés de Japón como autos, computadoras, televisores, diversos aparatos electrónicos, entre otros.

Oportunidades para las exportaciones peruanas

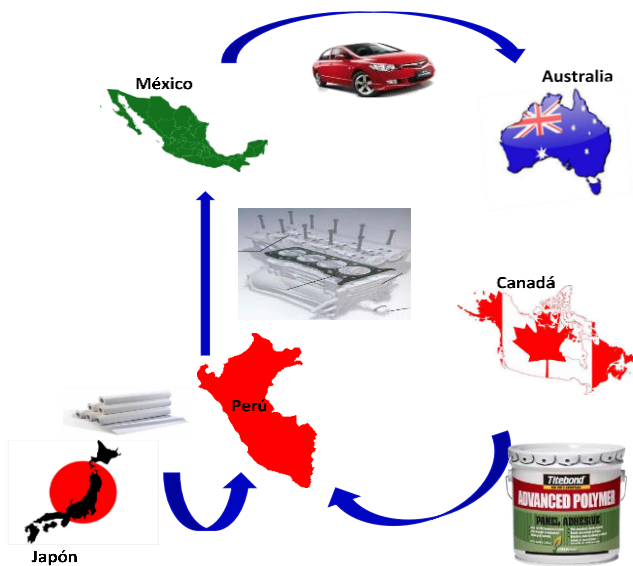
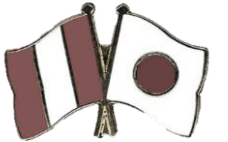
Webinar
Exportador

- ❑ Perú y Japón comparten la visión de que la política comercial de apertura es un elemento clave en el crecimiento económico de un país.
- ❑ Japón es la 3° economía más grande del mundo donde el ingreso per cápita supera los US\$40 mil– importantes oportunidades de inversión y negocios entre Perú y Japón.
- ❑ Complementariedad económica: Japón ocupa el 4to puesto de importación en el ranking mundial (2020): US\$ 635 mil millones.
- ❑ Además del Acuerdo de Asociación Económica, se comparte otros espacios de integración como APEC y CPTPP.



CPTPP- Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífica: Fortalecimiento de las relaciones bilaterales

- Profundización de beneficios respecto al acuerdo bilateral: 98% de los productos peruanos entrarán a Japón con un arancel preferencial, versus el 88% de los productos en el AAE.
- Oportunidades para que las empresas peruanas y japonesas se integren a las cadenas globales de valor.
- Permite diversificar la inversión japonesa en el Perú. Sectores: Comunicación, Servicios, Energía, entre otros)
- Actividades conjuntas para potenciar el rol de la mujer en la economía, así como desarrollar programas que optimicen la educación, ciencia y tecnología, investigación e innovación.



Ejemplo de Acumulación de Insumos:

- El Perú podrá importar insumos (sin aranceles) desde Canadá y Japón para la preparación de Juntas Metaloplásticas
- Dichos productos podrán ser exportados libres de aranceles a México, a pesar de que usen insumos de otros países, ya que estos serían países parte del CPTPP.
- A diferencia del CPTPP, en el TLC con México, dicha exportación no tendría beneficios porque requiere usar insumos peruanos o mexicanos.
- El Perú se integra a las cadenas regionales de valor, utilizando insumos de otros países del CPTPP, para exportar manufacturas con valor agregado y sin arancel.

Red de Acuerdos Comerciales del Perú

VIGENTES

 WTO OMC	 Canadá	 Unión Europea	 Reino Unido
 Comunidad Andina	 China	 Venezuela	
 MERCOSUR	 EFTA	 Singapur	
 Cuba	 Corea del Sur	 Costa Rica	
 México	 Chile	 Tailandia	
 Estados Unidos	 Japón	 Alianza del Pacífico	
 Honduras	 Panamá	 Australia	

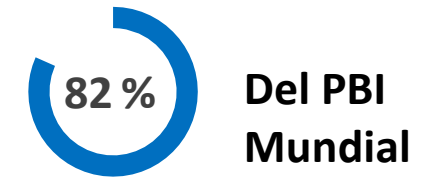
FIRMADOS

	CPTPP	
	 Perú	 Australia
	 Chile	 México
 Guatemala	 Canadá	 Nueva Zelanda
 Brasil	 Brunei	 Malasia
 TPP	 Japón	 Singapur
	 Vietnam	

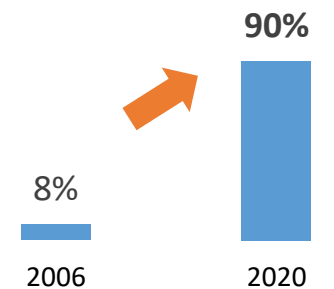
EN NEGOCIACIÓN

 India	 AP+6	 Nicaragua
OPTIMIZACIÓN		
 China		
PROFUNDIZACIÓN		
 Argentina		
POTENCIALES		
 Indonesia	 Rep. Dominicana	
 Uruguay	 El Salvador	

LOS MERCADOS REPRESENTAN



Cobertura de los acuerdos comerciales vigentes en las exportaciones totales



CONTENIDO:

- Acuerdos Comerciales:** Japón y Corea del Sur
- Panorama actual:** Japón y Corea del Sur
- Comercio actual y potencial:** Japón y Corea del Sur
- Herramientas digitales**
- Recomendaciones**

☐ Datos generales

	Japón	Corea del Sur	Perú
Proyecciones PBI real 2021	3.3%	3.6%	8.5%
PBI real per cápita 2019	US\$ 41,429 (45°)	US\$ 42,765 (41°)	US\$ 12,848 (124°)
Población estimada 2021	125 millones de habitantes (11°)	52 millones de habitantes (54°)	32 millones de habitantes (45°)
Tasa crecimiento de la población	↓ 0.37 %	↑ 0.26%	↑ 0.88%
Idiomas	Japonés	Coreano e Inglés	Castellano, Quechua,...
Rango de edades con mayor participación	25-54 años (37%) 65 a + años (29%)	25-54 años (45%) 65 a + años (17%)	0 a 14 años (25%) 25-54 años (41%)
Principales ciudades	Tokio (37 mill), Osaka (19 mill) y Nagoya (10 mill)	Seúl (10 mill), Busan (3 mill) y Incheon (3 mill)	Lima (10 mill) y Arequipa (1 mill)
Comparación con EE.UU.	Más pequeño que California	Más pequeño que Pensilvania y más grande que Indiana	Doble que Texas y más pequeño que Alaska
Facilidad para hacer negocios	29	5	76
Índice Competitividad Global 2019	6	13	65

Intercambio Comercial 2020



	Japón	Corea del Sur	Perú
Importaciones de bienes al mundo	635 mil millones	468 mil millones	36 mil millones
Exportaciones de bienes al mundo	641 mil millones	513 mil millones	39 mil millones
Principales Socios Comerciales	EE.UU China Corea del Sur Hong Kong Tailandia	China EE.UU Japón Vietnam Hong Kong	China EE.UU Canadá Brasil Corea del Sur
Oferta Exportable	Vehículos y repuestos, circuitos electrónicos, barcos...	Circuitos integrados, aceites de petróleo, aparatos eléctricos...	Concentrados de cobre, oro, concentrado de zinc...
Principales productos demandados	Petróleo, gas, circuitos integrados, aceites de petróleo...	Aceites crudos, gas de petróleo, combustibles sólidos...	Aceites de petróleo, automóviles, aparatos eléctricos...

Fuente: <https://www.jetro.go.jp/en/> y <http://english.kotra.or.kr/>



ENTORNO JAPONÉS

- Fuerza laboral disminuye y incrementa el número de jubilados.
- Incrementará la esperanza de vida, uno de los países con mayor esperanza de vida.
- Migrantes de China, Corea del Sur, Filipinas, Brasil y Vietnam.
- Presenta uno de los entornos más favorables para hacer negocios de todos los países del mundo, según el Índice de Competitividad Global 2019.
- Entorno regulatorio estable y transparente; infraestructura logística avanzada y alta capacidad de innovación.
- Rigidez en la regulación laboral, fuerza laboral en contracción.
- Es uno de los mayores emisores de carbono a nivel mundial.

Fuente: Euromonitor Internacional 2021



Estilos de vida y comportamiento del consumidor

Valoran su privacidad y tiempo a solas (+ 30% de los hogares no tienen hijos).

Consumidores están reduciendo sus gastos e incrementando sus ahorros.

El consumidor tradicional esta interesados en productos innovadores, y las generaciones más jóvenes están mucho más abiertas a probar nuevas experiencias y productos. (Por ejemplo, los millennials dedican tiempo a investigar sobre el producto que van a consumir).

Incremento de hogares con mascotas (Incremento de 15% de hogares con perros y gatos)

Incremento de la comida casera, consumo de alimentos saludables e incremento de alimentos tradicionales (tofu y arroz integral)

Bajo porcentaje de veganos y vegetarianos, pero se ha incrementado el consumo de vegetales

Ir de compras es una actividad de ocio importante para todas las generaciones, pero especialmente para la Generación Z y los Millennials

Buscan el equilibrio entre la vida laboral y social.

Incremento de compras en línea (Compra de alimentos al menos una vez al mes)

Pescados y mariscos, categoría impulsada por la Pandemia ya que se incrementó la preparación en casa y es considerado un alimento saludable.

Frutas frescas son más caras que las procesadas, preferencia por la fruta envasada (por higiene). El plátano y fresa son las frutas más populares (conveniencia y buen sabor).



FRESCOS

Frutos secos, castañas, cacahuets y las nueces (superalimento) son los más populares. Ayudan a combatir enfermedades cardíaca y diabetes. Ha incrementado su venta a través del canal minorista.

Empresas procesadoras:
Frutas frescas: JA Group, Tokio Seika Co Ltd y Osaka Daika
Pescado y mariscos: COUG Holdings Inc, huo Gyorui Co Ltd y Maruichi Co Ltd

Incremento del consumo de **Cereales**, cada vez más personas desayunan en casa y buscan opciones de conveniencia. Preferencia por los cereales calientes como la avena en el desayuno.

Incremento de **Frutas y hortalizas no perecederas** al inicio de la pandemia ya que los consumidores buscaban almacenar productos con vida útil larga. Las procesadas congeladas son particularmente populares, ya que son convenientes y tienen una vida útil más larga (ensaladas listas para comer y verduras listas para preparar).



PROCESADOS

La **carne y los productos del mar congelados y procesados** ofrecen un potencial de crecimiento, debido a la creciente demanda de las familias de ingresos dobles y hogares unipersonales que trabajan a tiempo completo.

Los productos **de confitería de chocolate** con sabores de pistacho y sabor a limonada son considerados atractivos por diferentes fabricantes.



ENTORNO COREANO

- Población con alta esperanza de vida. Sin embargo, por el estilo de vida cada vez más sedentaria la población ha comenzado a sufrir de obesidad y diabetes.
- Registra la tasa de natalidad más baja del mundo.
- Tasas de suicidios altas en adolescentes y personas mayores.
- Migrantes de China, Filipinas, Tailandia, Indonesia y Mongolia.
- Atractivo para hacer negocios gracias a su sector financiero estable, gran infraestructura, población conocedora de la tecnología y fuerza laboral calificada.
- Dependencia de los combustibles fósiles importados.
- El poder adquisitivo y el gasto de lujo se concentrarán entre las Generaciones Y y Z.

Fuente: Euromonitor Internacional 2021



Estilos de vida y comportamiento del consumidor

Los consumidores buscan experiencias auténticas y personalizadas que se adapten a sus gustos, preferencias y estilos de vida individual (Usar la tecnología como facilitador).

Los Millennials están más dispuestos a gastar dinero para ahorrar tiempo, mediante la adopción de productos que hacen que su vida sea más fluida y menos estresante.

Los consumidores se preocupan más por el valor nutricional de los alimentos que consumen (Ejemplo, leen las etiquetas).

Los consumidores vegetarianos y veganos han incrementado (dieta a base de vegetales).

Al momento de realizar la compra, son influidos por amigos y/o familiares como fuente de información.

+ 30% de hogares son unipersonales, priorizan la vida profesional y ocio sobre todo lo demás.

El equilibrio entre el trabajo y la vida personal se ha convertido en un gran problema social con más personas que priorizan el tiempo personal y familiar.

Consumidores adoptan medidas preventivas, consumen productos que apoyen el sistema inmunológico y brindan beneficios nutricionales.

El reciclaje es promovido por el gobierno y los consumidores lo tienen siempre presente.

Utilizan la inteligencia artificial en las experiencias comerciales.

Preferencia por las **frutas** exóticos como los mangos, bananas, uvas y piñas. Los factores decisivos de compra es la frescura, seguido del precio, contenido de azúcar, lugar de origen y las certificaciones.

Las nueces y almendras representan el 90% de **frutos secos** consumidos por los coreanos. Y EE.UU es el principal proveedor. Demanda creciente para las pecanas y pistachos.



FRESCOS

Alto consumo de los **productos del mar**, sin embargo, todavía hay oportunidades para seguir adaptándose al el eCommerce y a las nuevas tendencias, como nuevos formatos que permitan un consumo más rápido.

El mercado de **frutas frescas** competitivo. Preferencia por frutas fáciles de comer (conveniencia). Por ejemplo, sin semillas. Fresa, arándanos y melocotones representan +50% de los congelados.

Las ventas de **los cereales inflados** (quinua pop) han presentado crecimiento, pero este será temporal ya que es un mercado maduro.

Fresa, arándanos y melocotones representan +50% de las **frutas congeladas**. Utilizadas como insumo de otras presentaciones.



PROCESADOS

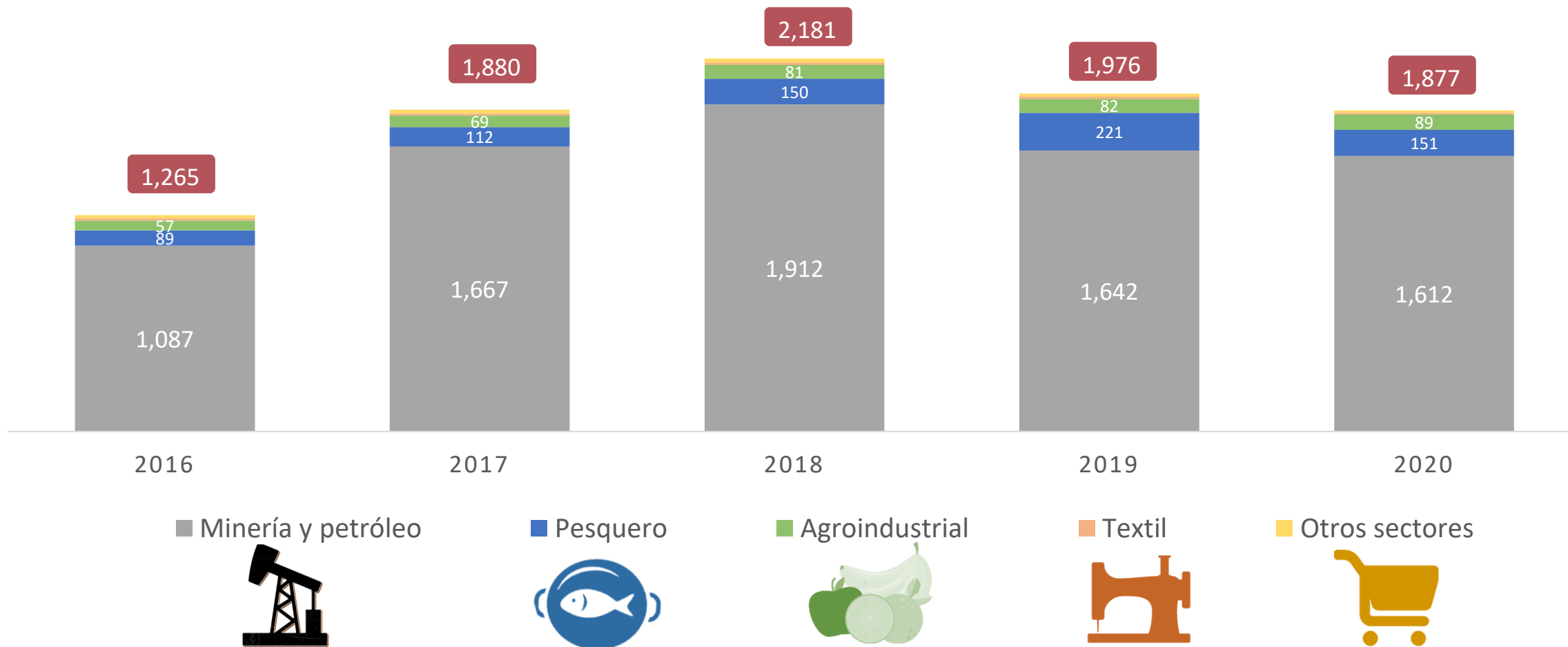
La creciente penetración de las freidoras en los hogares coreanos provocará la contracción en las ventas de **aceites de cocina** a largo plazo; y la necesidad de nuevos envases (aerosoles). Preferencia por el aceite de oliva.

Incremento de la demanda de **jugos** 100% naturales. Preferencia por sabores a base de frutas no azucaradas, agua embotellada con sabor esta reemplazando al jugo como una alternativa más saludable.

CONTENIDO:

- Acuerdos Comerciales:** Japón y Corea del Sur
- Panorama actual:** Japón y Corea del Sur
- Comercio actual y potencial:** Japón y Corea del Sur
- Herramientas digitales**
- Recomendaciones**

Exportaciones peruanas a Japón, Millones de US\$



PERÚ: Exportaciones de bienes a Japón

(Part % 2020)



Minero y Hidrocarburos (85%)

- Cobre (61%)
- Zinc (6%)
- Nafta -Gas Natural (6%)
- Gas natural licuado (6%)



Pesquero (8%)

- Harina de pescado (4%)
- Pota (2%)
- Ovas de pez volador (1%)
- Trucha (1%)



Agropecuario (5%)

- Frutas –palta (2%)
- Esparrago (1%)
- Café (1%)



Textil (1%)

- Prendas de vestir de algodón (0.5%)
- Productos de lana y pelo fino (0.5%)

PERÚ: Importaciones de bienes desde Japón

(Part % 2020)

Industria Automotriz (33%)

- Automóviles (16%)
- Vehículos mercancías (11%)
- Partes de vehículos (3%)



Maquinaria Pesada (15%)

- Maquinaria para la industria (10%)
- Palas mecánicas (1%)
- Niveladoras (1%)



Productos de Acero (13%)

- Productos laminados (12%)



Combustible (4%)

- Diesel 2 (3%)



Tecnológica de información (3%)

- Máquinas para imprimir (3%)

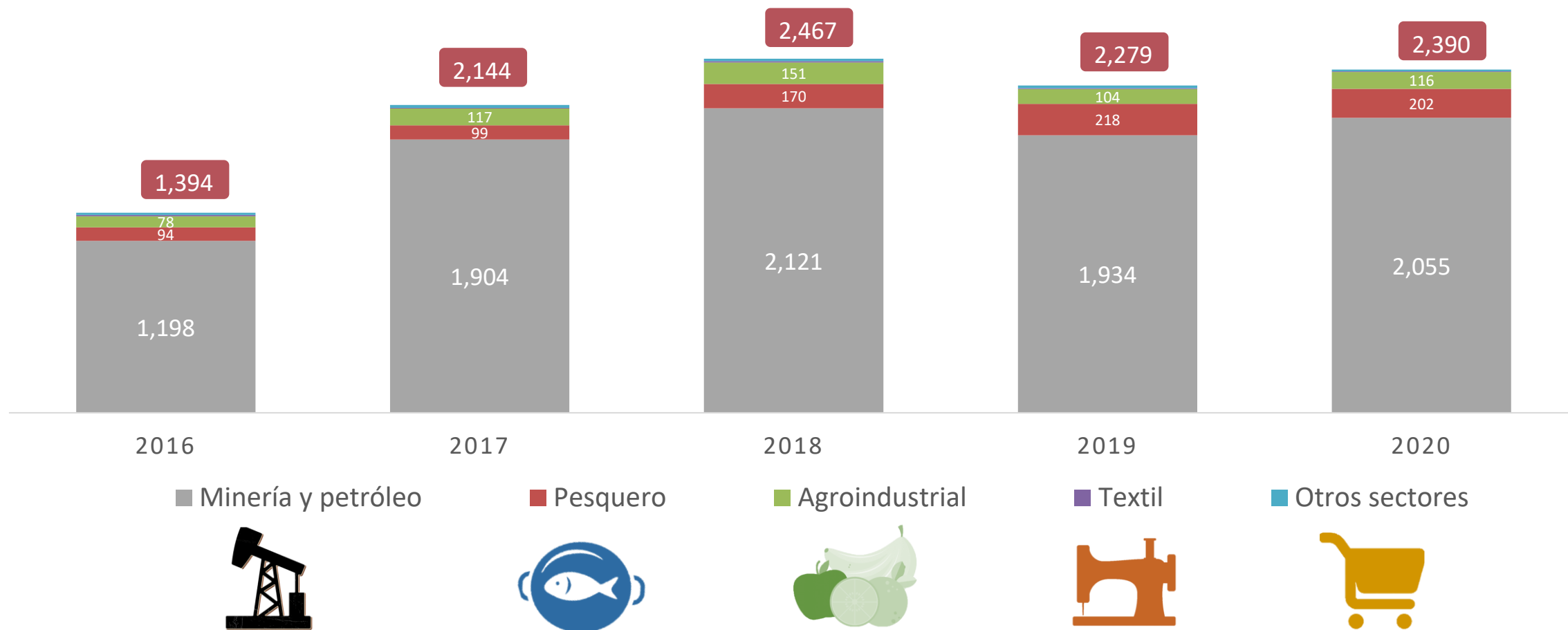


Productos peruanos con mayor potencial en Japón



Fuente: ITC Export Potential Map 2021, (exportpotential.intracen.org)

Exportaciones peruanas a Corea del Sur , Millones de US\$



PERÚ: Exportaciones de bienes a Corea del Sur

(Part % 2020)



Minero y Hidrocarburos (86%)

- Cobre (47%)
- Plomo (15%)
- Zinc (10%)
- Gas natural (11%)



Pesquero (8%)

- Pota (6%)
- Langostino (2%)
- Trucha (1%)



Agropecuario (5%)

- Uva fresca (1%)
- Mango (1%)
- Palta (1%)
- Nueces de Brasil (1%)



Textil (0%)

- Tops de alpaca
- Hilados

PERÚ: Importaciones de bienes a Corea del sur

(Part % 2020)

Metal Mecánico (46%)

- Vehículos (23%)
- Excavadora y cargadoras (4%)
- Partes de autos (2%)



Químico (34%)

- Polímeros (9%)
- Reactivos de diagnóstico (3%)
- Manufacturas (2%)
- Vacunas (2%)



Sidero - metalúrgico (8%)

- Acero plano (4%)
- Vigas de acero (2%)



Hidrocarburos (4%)

- Jet fuel (2%)
- Aceites lubricantes (2%)



Productos peruanos con mayor potencial en Corea del Sur



CONTENIDO:

- Acuerdos Comerciales:** Japón y Corea del Sur
- Panorama actual:** Japón y Corea del Sur
- Comercio actual y potencial:** Japón y Corea del Sur
- Herramientas digitales**
- Recomendaciones**

¡Ahora las MIPYME del Perú tienen una **Ventana de Oportunidades!**
En esta herramienta encontrarán lo que necesitan para empezar a exportar o continuar haciéndolo.



PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

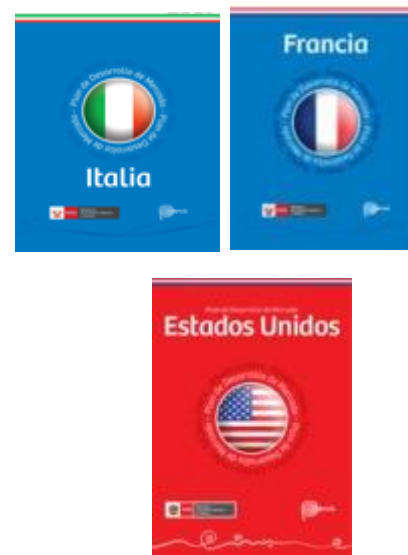
VENTANA DE OPORTUNIDADES

BICENTENARIO PERÚ 2021



[Ver vídeo tutorial](#)

ESTUDIOS DE MERCADO



ESTADÍSTICAS



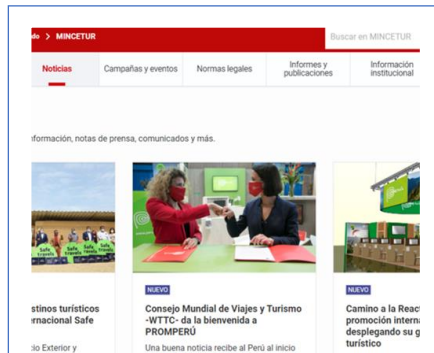
Enlace:

<https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/sig/PDMGis/Index/main>



[Ver](#)

EXPORTEMOS.PE



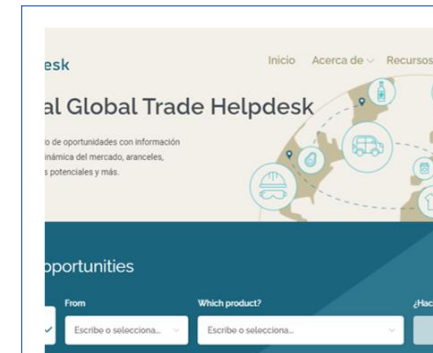
[Ver](#)

MINCETUR



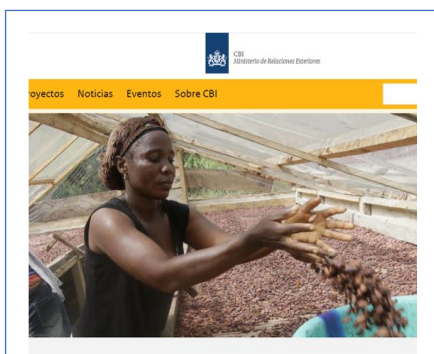
[Ver](#)

HERRAMIENTAS DEL ITC



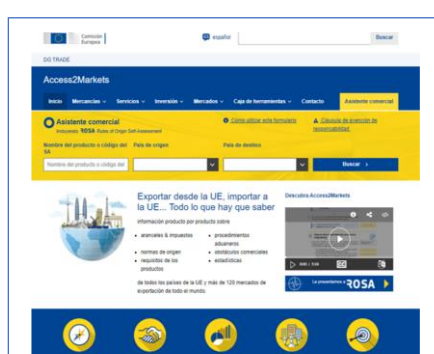
[Ver](#)

GLOBAL TRADE HELPDESK



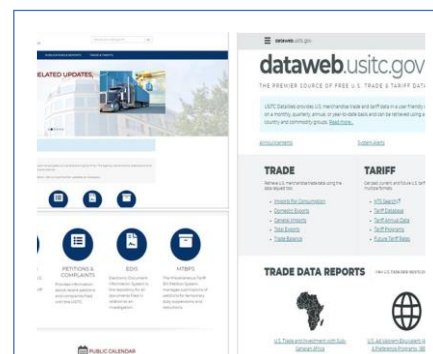
[Ver](#)

CBI MINISTRY OF FOREIGN AFFAIR



[Ver](#)

ACCES2MARKET



[Ver](#)

USITC DATAWEB



[Ver](#)

JETRO

Herramienta de Financiamiento de Comercio Exterior

Programa de Apoyo a la Internacionalización



PAI 1.0
2017-2020

185 Empresas
13 Regiones
S/. 25 millones

PAI 2.0
2021-2023

150 Empresas
S/. 20 millones

Herramienta de Promoción Comercial Digital



**La plataforma
oficial de comercio
electrónico del Perú**

www.perumarketplace.com

Programa de comercio electrónico - Promperú

Programa especializado para incrementar las exportaciones a través de los canales digitales.



Capacitaciones y asesorías especializadas



Mejora la estrategia digital y logística de la empresa

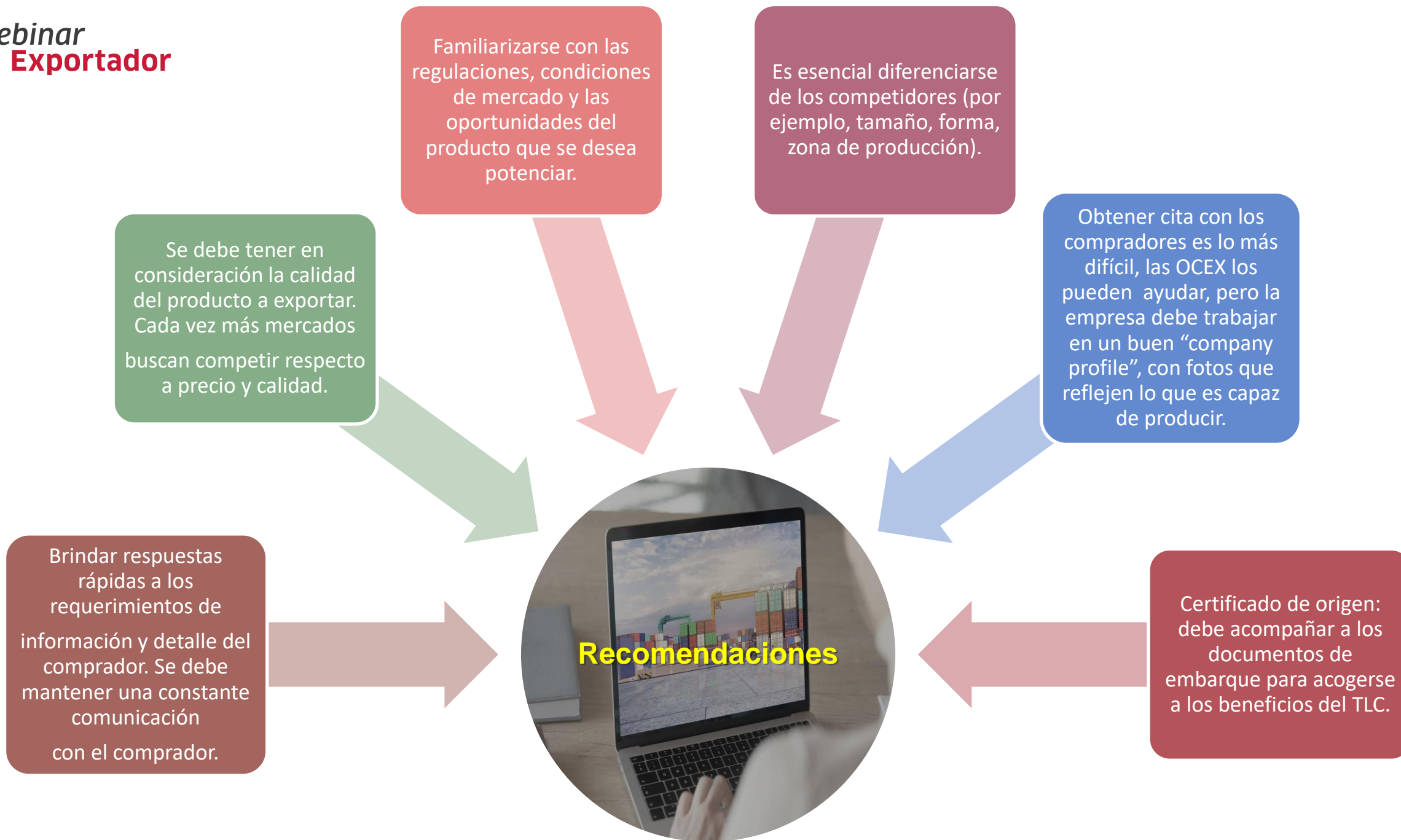


Asistencia para ventas en principales e-marketplaces internacionales

CONTENIDO:

- Acuerdos Comerciales:** Japón y Corea del Sur
- Panorama actual:** Japón y Corea del Sur
- Comercio actual y potencial:** Japón y Corea del Sur
- Herramientas digitales**
- Recomendaciones**

Webinar Exportador





**Dina Aurorita
Risco Carrero**

Dirección de Desarrollo de Mercados
Internacionales



**Seminarios virtuales
Miércoles del Exportador**

Japón y Corea del Sur: TLC y Oportunidades comerciales

Lima, 8 de setiembre de 2021