



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

“Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

INFORME DE GESTIÓN II TRIMESTRE 2016 OCEX SEÚL

1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO

Las Exportaciones No Tradicionales (XNT) peruanas a Corea del Sur cayeron 30% durante los primeros 5 meses del año en comparación con el año anterior, explicadas por la caída de las exportaciones pesqueras, específicamente por la pota.

El menor envío de pota estaría explicado por la escases del producto debido a que al aumento de la temperatura del mar por el fenómeno del niño lo cual desplazo a la especie hacia el sur y con ello elevado su precio.

Sin embargo, hubo productos cuyas exportaciones aumentaron como: anguilas (7%), banano orgánico (76%), prendas de vestir (24%) y capsicums (432%)

De otro lado, es importante destacar durante este periodo, el ingreso de nuevos productos al mercado coreano como el mango fresco y en conserva, la kiwicha, maíz gigante del cuzco y cacao nibs.

1.2 REGULACIONES DE ACCESO

✓ **Solicitud de Revisión de Formatos de Certificación Sanitaria**

Según el artículo 11 de la nueva *Ley Especial sobre Control de Seguridad de Alimentos Importados*, entrada en vigor desde el 4 de febrero de este año, todos los productos pecuarios deben contar con el certificado de sanidad de importación, acordado entre el gobierno del país exportador y el Ministro de MFDS, no obstante, en caso de los productos pecuarios procesados no existía un formato determinado, de modo que se abrió un período de consulta pública sobre el borrador (Anexo1, en caso de Perú, sólo se corresponde a “Egg Products”) **hasta el 27 de junio.**

✓ **Inscripción de Facilidades de Alimentos Extranjeras**

La nueva *Ley Especial sobre Control de Seguridad de Alimentos Importados*, adoptó el sistema de registración de todas las facilidades de alimentos extranjeras que exportan sus productos a Corea:

- El operador de las facilidades de alimentos extranjeras o el importador debe registrar la información sobre las facilidades 7 días antes de la declaración de importaciones. (<https://impfood.mfds.go.kr/#!CFABB01F010>)
- De no registrarse, se podrá rechazar la declaración de importaciones.
- Se establece el período de gracia **hasta el 3 de agosto de 2016**, y se recomienda que todas las facilidades que tienen intención de ingresar sus productos a Corea estén registradas antes de esa fecha.

** *Hacer referencia al Anexo2 para consultar las preguntas más frecuentes al hacer el registro.*

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

✓ **Nueva Regulación sobre Designación de Entidades Certificadoras de Alimentos y Productos Pecuarios**

De acuerdo a las nuevas *Regulaciones sobre Designación de Entidades de Certificación y Garantía de Alimentos y Productos Pecuarios*, por las que se establece el proceso y manera como designar las entidades de certificación y de garantía (Anexo3), **desde el 1 de enero de 2017**, solo en caso que sean designadas como las entidades certificadoras por MFDS, se podrá poner o hacer publicidad de los logos de certificación, tales como KOSHER, HALAL, HACCP etc.

a. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES

La OCEX Seúl facilitó la participación de empresas peruanas en ferias y ruedas de negocio organizadas en Corea.

En el siguiente cuadro se presentan las actividades desarrolladas durante el presente trimestre

| Actividad | N° de Exportadores Apoyados | N° de Compradores participantes | N° de Productos Promocionados |
|-------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| PERU MODA | 50 | 7 | 20 |
| SEOUL FOOD & HOTEL 2016 | 10 | 100 | 30 |
| NORTE EXPORTA | 30 | 2 | 10 |
| CENTRO EXPORTA | 30 | 2 | 10 |
| FICAFE | 30 | 2 | 10 |
| TOTAL | 120 | 113 | 80 |

i. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

● **PERU MODA**

- Lima – del 20 al 22 de abril de 2016
- La OCEX Seúl facilitó la participación de 7 importadores de 6 empresas del sector textil, incluyendo KOLON INDUSTRIES, la cual cuenta con más de 20 marcas diferentes de líneas de vestimenta tanto para mujeres y hombres como para outdoor y deporte; así como diseñadores jóvenes que están formando nuevas tendencias del mercado de moda y accesorios de Corea.
- En especial, mediante esta ocasión, KOLON INDUSTRIES, quien tiene plan de abrir tiendas en línea dirigidas a los consumidores norteamericanos, viene negociando con los proveedores para solicitar muestras de camisas, zapatillas, bufandas etc., a fin de ver la reacción del mercado. Asimismo, GRANGE YARD, ya realizó compra de hilos y bufandas de alpaca desde Mitchell por valor de USD 5 mil, y planea volver a comprar el mismo monto, si todo va bien.
- Los diseñadores, en cambio, requieren de más tiempo antes de concretar proyectos. En el caso de la diseñadora One Choi, ha quedado en reunirse con los representantes de los fabricantes de hilado y telas de Alpaca en la próxima edición de la feria Piti en Italia.
- Venta estimada de USD 450 mil en los próximos 12 meses.

● **SEOUL FOOD & HOTEL 2016**

- Seúl – del 13 al 16 de mayo de 2016



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

- Las Ocex Shanghai, Seúl y Beijing promovieron - juntos con ADEX – promovieron con éxito la participación de empresas peruanas en una Misión al Asia que incluyo la feria Sial Shanghai, la feria Seoul Food & Hotel y una misión a la ciudad de Beijing.
 - Seoul Food & Hotel es una de las 4 exhibiciones de alimentos más importantes de Asia La edición 2016 contó con la participación de más de 2,950 stands, 1,511 empresas de un total de 46 países, recibiendo la visita de aproximadamente 55,000 personas.
 - La OCEX Seúl facilitó la participación de 10 exportadores peruanos con una oferta compuesta por espárragos, mangos y banano orgánico frescos, frutas congeladas, diferentes presentaciones de maca, quinua y kiwicha; así como, mermeladas de productos naturales, camu camu, lúcuma, pota, calamar y pulpo.
 - En el marco de Seoul Food & Hotel, la OCEX Seúl agendó reuniones 1 a 1 con importadores potenciales quienes mostraron interés en productos peruanos, y organizó un programa de visitas a supermercados y almacenes a fin de darles la oportunidad de conocer las tendencias actuales del mercado coreano.
 - Se registró especial interés por Cacao Nibs, Mango, Maca, Kiwicha y Pota.
 - Venta estimada de USD 10 millones en los próximos 12 meses.
- **NORTE EXPORTA**
 - Piura – 26 de mayo de 2016
 - La OCEX Seúl facilitó la participación de las 2 empresas importadoras relevantes del sector pesca, quienes manifestaron su interés particular en importar pota y langostinos.
 - Cabe destacar que la empresa, LOTTE INTL, subsidiaria del grupo LOTTE (provee alimentos a sus cadenas de supermercados) gracias a la OCEX Seúl visitó la empresa CRIADOR EL GUAMITO en Tumbes y tiene previsto importar 3 contenedores de langostinos por el valor de USD 4 millones este septiembre. Por otra parte, CJ FRESHWAY estima que el valor de importación de pota en julio sería US\$ 6 millones.
 - Venta estimada de USD 10 millones en los próximos 12 meses
- **CENTRO EXPORTA**
 - Ica – 26 de mayo de 2016
 - La OCEX Seúl facilitó la participación de 2 empresas importadoras del sector agro (frutas frescas) además de una agenda personalizada con proveedores importantes de mango fresco, debido al gran interés despertado en el mercado coreano por el reciente ingreso de la fruta peruana.
 - Venta estimada de USD 2 millones en los próximos 12 meses
- **FICAFE**
 - Satipo, Junín – del 16 al 19 de junio de 2016
 - La OCEX Seúl facilitó la participación de 2 empresas importadoras del sector agro (café) quienes mostraron su alto interés en identificar nuevos proveedores de café especial y orgánico.
 - Venta estimada de USD 100 mil en los próximos 12 meses

ii. **OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

| Actividad | Nº de Compradores Participantes |
|--|---------------------------------|
| PROSPECCION DE FERIAS SEOUL SEAFOOD Y COFFEE EXPO SEOUL | - |
| SEMINARIO SOBRE REGULACIONES COREANAS – FERIA SEOUL FOOD & HOTEL | 30 |

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

| | |
|--|-----|
| CÓCTEL DE NETWORKING - FERIA SEOUL FOOD & HOTEL | 30 |
| DEGUSTACIÓN DE SABORES PERUANOS – FERIA SEOUL FOOD & HOTEL | 100 |
| ENTREVISTAS A IMPORTADORES COREANOS PARA ELABORACIÓN DEL PDM | 6 |
| ENTREVISTA CON PRENSA ESPECIALIZADA EN COSMÉTICOS | - |
| IV MACRORUEDA DE NEGOCIOS PARA PYMES | 1 |
| SEGUIMIENTO DE EMPRESAS PERUANAS | 7 |
| TOTAL | 174 |

iii. DESCRIPCIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD 1: PROSPECCIÓN DE FERIAS POTENCIALES**

- Seúl – del 6 al 8 de abril de 2016 / del 14 al 17 de mayo de 2016
- La OCEX Seúl realizó visitas de prospección a las ferias Seoul International Seafood Show (SSS), así como a Coffe Expo Seoul (CES) a fin de analizar la conveniencia de participación en futuras ediciones (como lo hicieramos el año 2014 en la SSS) no obstante, se llegó a la conclusión de que la dimensión de la feria y el número de visitantes fueron reducidos y no se aprecia mucha potencialidad en comparación a las ferias en las que anualmente la OCEX participa. No obstante ello, la visita a CES permitió estrechar relaciones con la empresa Almacielo importadora de cafés especiales, a quién se le viene proveyendo de muestras de oferta peruana y con la que se augura el inicio de negocios en los próximos meses.

- **ACTIVIDAD 2: SEMINARIO INFORMATIVO SOBRE REGULACIONES COREANAS**

- Seúl – el 14 de mayo de 2016
- En el marco de la feria Seoul Food & Hotel, los 4 países miembros de Alianza del Pacífico organizaron un seminario informativo a fin de dar a conocer tanto a exportadores como a importadores las nuevas regulaciones sobre importación de alimentos así como una mirada al mercado orgánico en coreano.

- **ACTIVIDAD 3: CÓCTEL DE NETWORKING**

- Seúl – el 14 de mayo de 2016
- Tras haber terminado el seminario, se celebró un cóctel donde se presentaron aperitivos típicos de los 4 países, tales como pisco, tequila, vino, empanadas, snacks de maíz gigante, etc., y los asistentes al seminario tuvieron oportunidad de hacer networking entre ellos, disfrutando de los sabores de la Alianza.

- **ACTIVIDAD 4: DEGUSTACIÓN DE SABORES PERUANOS**

- Seúl – del 13 al 16 de mayo de 2016
- Durante los 4 días de la feria de Seoul Food & Hotel, se ofreció tanto a las empresas visitantes del pabellón peruano, como a las empresas peruanas exhibidoras, platos y bebidas de la gastronomía peruana 2 veces al día a las horas designadas.
- La mayoría de los visitantes que probaron varios platos peruanos opinaron que todos eran muy ricos y no les parecen muy distintos a los de Corea, al contar con ingredientes similares.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

- **ACTIVIDAD 5: ENTREVISTAS A IMPORTADORES COREANOS PARA ELABORACIÓN DEL PDM**
 - Seúl – mayo de 2016
 - La OCEX Seúl realizó entrevista con los importadores de quinua, papa y confecciones, a fin de obtener información requerida para elaborar los informes para el PDM. Además, se les solicitó que llenen encuestas sobre las tendencias actuales del mercado, prácticas de negocio con Perú, condiciones de pago, etc.

- **ACTIVIDAD 6: ENTREVISTA CON PRENSA ESPECIALIZADA EN COSMÉTICOS**
 - Seúl – el 19 de mayo de 2016
 - Tras haber finalizado con éxito el Primer Webminar de Cosméticos organizado por los países miembros de la Alianza del Pacífico en marzo, la revista BEAUTYNURI, especializada en cosméticos solicitó una entrevista con el Consejero Económico Comercial (CEC) y donde se tuvo oportunidad de presentar materias primas naturales y productos finales de diferentes empresas peruanas del sector, entrevista que fue publicada en línea el día 15 de junio.
<http://www.beautynury.com/news/view/72608/cat/10/page/1>

- **ACTIVIDAD 7: IV MACRORUEDA DE NEGOCIOS PARA PYMES**
 - Seúl – del 22 al 23 de junio de 2016
 - En el marco de Alianza del Pacífico, se celebró la IV Macrorueda de Negocios para Pymes en Santiago de Chile, a fin de promover la exportación de amplia gama de productos de los 4 países miembros.
 - La OCEX Seúl facilitó la participación de un importador de alimentos procesados, cuyos productos principales son jugos concentrados de frutas. Al momento del cierre de este informe no fue posible contactar a la empresa por el corto tiempo transcurrido desde su regreso a Corea.

- **ACTIVIDAD 8: SEGUIMIENTO DE EMPRESAS PERUANAS**
 - Empresas que entablaron sus negocios por primera vez en Corea
 - 1) PHOENIX: Mangos en conserva. Empresa contactada durante la feria Asia Fruit Logistica (Hong Kong, Sept 2015) y a la que se le facilitó una lista de importadores.
 - 2) ECOANDINO: Camu Camu en polvo. Empresa que asistió a la feria Seoul Food & Hotel (Ilsan, May 2016) y a la que se le facilitó una agenda de reuniones.

 - Empresas que ingresaron nuevos productos a Corea
 - 1) PERUPEZ: Colas de langostinos. Empresa que asistió a la feria Bisfe (Busan, Oct 2015) y a la que se le facilitó una agenda de reuniones.
 - 2) ECOACÚCOLA: Langostinos enteros. Empresa a la que se le facilitó el contacto con la empresa Lotte International.
 - 3) ALGARROBOS ORGÁNICOS: Cacao Nibs y Lúcumo en Polvo. Empresa que asistió a la feria Seoul Food & Hotel (Ilsan, May 2015) y a la que se le ha venido facilitando contactos de importadores coreanos.
 - 4) ECOMMODITIES: Cacao Nibs. Empresa que asistió a la feria Seoul Food & Hotel (Ilsan, May 2016) y a la que se le ha venido facilitando contactos de importadores coreanos.

 - Empresas que regresaron después de un cierto tiempo
 - 1) HERSIL: Antibióticos (después de 3 años). Empresa a la que se le proveyó información sobre condiciones de ingreso al mercado coreano.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**b. ATENCIÓN DE CONSULTAS**

| Sector | Exportadores | | Compradores | |
|-----------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------------|
| | Nº de Consultas atendidas | Nº de empresas atendidas únicas | Nº de Consultas atendidas | Nº de empresas atendidas únicas |
| Agro | 16 | 21 | 51 | 57 |
| Textil | 2 | 2 | 8 | 10 |
| Manufacturas Diversas | 0 | 0 | 9 | 9 |
| TOTAL | 18 | 23 | 68 | 76 |

2. PROMOCIÓN DE TURISMO**a. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS**

| | |
|---|--|
| Agencia Promotora - País | MÉXICO |
| Acción de Promoción | Seminario de Turismo (2016 Mexico Summer Caravan) |
| Público Objetivo | Operadores turísticos y prensa especializada de Corea |
| Descripción del formato de la actividad | Organizaron un evento de promoción turística en Seúl y Busan dirigido a los Campamentos de Verano para estudiantes. Presentaron Recursos Turísticos de México y Rueda de Negocios. |
| Productos Promocionados | Destinos emblemáticos |

| | |
|---|---|
| Agencia Promotora - País | MÉXICO |
| Acción de Promoción | Feria Hana Tour y Feria KOTFA |
| Público Objetivo | Público, operadores turísticos y prensa especializada |
| Descripción del formato de la actividad | En la primera participó con stand sencillo y en la segunda con mayor diseño pero en ambas sin empresas. |
| Productos Promocionados | México como destino |

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

1.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

| Actividad | N° de empresas / exhibidores atendidos | N° de participantes / personas atendidas |
|---|--|--|
| Feria Hana Tour International Travel Show | 2 | 95,000 |
| Campaña de Marca Perú Great Moments in Peru | 3 | 2,900,000 |
| TOTAL | 0 | 2,995,000 |

Número total de empresas / operadores atendidos: A la feria Hana Tour International Travel Show 2016 participaron 2 empresas peruanas: Viajes Pacíficos y Hotel San Agustín. Este año se registraron 95,000 visitantes a la feria donde se comprobó el aumento en la venta de viajes a Perú gracias a la campaña de promoción turística a través de canales de internet.

1.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **Feria Hana Tour International Travel Show, HITS 2016**

Hall 7, 8 y 10 de KINTEX Exhibition Center II, 9 al 12 de junio 10:00 – 18:00

Este año se celebró la décima edición de la feria Hana Tour International Travel Show, HITS 2016. La OCEX SEÚL participó con un pabellón decorado con imágenes de destinos turísticos del Perú y con presencia de dos empresas: Viajes Pacíficos y Hotel San Agustín. En esta edición la feria creció en tamaño y el pabellón peruano se localizó en la zona central junto con EE.UU, Canadá y Sudamérica y frente a la ventanilla de venta de paquetes.

En el marco de la Alianza Estratégica entre Promperú y Hana Tour, el organizador preparó un seminario de promoción turística sobre Perú, invitando a socios, operadores y agencias de viaje de Corea, donde se presentó Perú, rutas aéreas, productos y paquetes ofrecidos por Hana Tour y nuevos destinos. Durante el seminario los asistentes consultaron sobre el virus ZICA, seguridad durante el viaje, etc., y mostraron interés creciente en Perú.

Este año se registró aproximadamente 95,000 visitantes, comparando con el número registrado (56,000) el año pasado, se dio un aumento de ventas on/offline de 82%. La mayoría de visitantes a la feria contaba con un plan definido de compra de viaje aprovechando ofertas especiales y la visitan para obtener mayor información de los destinos escogidos.

Los visitantes - tanto jóvenes como mayores - comentaron que la tendencia de viaje al exterior de la población coreana apunta a nuevos destinos, con énfasis en la seguridad y prefieren los vuelos más cortos posibles para llegar a Perú.

También se registró la visita de prensa y empresas de relaciones públicas para proponer la promoción de nuevos destinos peruanos (diferentes de Machu Picchu y Nazca) mediante ediciones especiales y a través de una aplicación móvil (VOLO).

Se pudo verificar una serie de casos de éxito de activaciones y ayudas visuales implementadas por otros países y que podrían servir para futuras participaciones peruanas en dicha feria.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

- **Campaña de promoción turística – Great Moments in Peru**

Dingo Travel en Facebook, 01 de mayo al 26 de junio (Semanal)

Como resultado de viaje a Perú de un equipo de filmación de contenidos de parte de la empresa Make Us, se difundieron videos y contenidos en una de las cuentas de Facebook de su marca Dingo Travel, principalmente.

Del 1ro de mayo al 26 de junio, se cargaron videos y contenidos de imágenes con información turística de Perú de forma única e innovadora a saber: Actividad 101 Slingshot (deportes extremos), 10 días en Perú, Travel DJ (dibujando lugares turísticos), Gastronomía, 10 lugares maravillosos, Sandboarding en Cerro Blanco, 360° VR de Machu Picchu e Imágenes de paisaje en Perú.

Make Us, en coordinación con la empresa de relaciones públicas GEOCM, preparó una agenda de difusión con el fin de obtener mayor atención de los usuarios de Facebook y promocionó eventos para compartir videos y contenidos turísticos. De la misma manera, se cargaron los videos y contenidos en la cuenta oficial de Facebook Visit Perú en coreano, previa aprobación de Promperú.

Con el primer video sobre deportes extremos en Cuzco (Actividad 101 Slingshot) se registró el mayor número de vistas 1.5 millones mientras que los 7 restantes registraron un promedio 400,000 vistas sólo en la cuenta de Facebook de Dingo Travel. Luego de revisar el número de vista de los contenidos, se constató que los millennials reaccionaron a los nuevos contenidos y los compartieron con sus contactos lo cual promovió un importante impulso a la promoción turística.

3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

La promoción de inversiones la realiza la OCEX Seúl en base al portafolio de proyectos de infraestructura y servicios públicos que maneja PROINVERSIÓN.

a. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

| Actividad | N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos | N° de empresas peruanas promovidas |
|---------------------------------------|--|------------------------------------|
| WEBMINAR SOBRE EL SECTOR FARMACEÚTICO | 12 | 1 |
| TOTAL | 12 | 1 |



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las
Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

b. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

• WEBMINAR SOBRE EL SECTOR FARMACEÚTICO

- Seúl – el 2 de junio de 2016
- En el marco de la *Alianza del Pacífico*, los países miembros organizaron un evento de promoción del sector farmacéutico mediante una video conferencia que conectó empresas coreanas en Seúl con las capitales de los cuatro países. En dicho evento se difundieron las posibilidades de nuevos negocios del sector, así como escuchar los casos de éxitos de las empresas internacionales en la región.
- La OCEX Seúl facilitó la participación de 12 laboratorios.
- Inversión estimada de USD 100 mil en los próximos 12 meses.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las XNT de Perú a Corea del Sur cayeron en 30% en los primeros 5 meses del año explicado por la caída en los envíos de papa, en contraste con el aumento en los envíos de anguila, banano orgánico, prendas de algodón y productos naturales.

En este trimestre se produce la feria de alimentos más importante organizada por la OCEX (Seoul Food & Hotel), la misma que cuenta con la participación de empresas de los principales sectores de alimentos con presencia en Corea: frutas frescas y congeladas, productos naturales y pesca. Por tercer año consecutivo el pronóstico de ventas muestra una tendencia al alza y ofrece oportunidades para nuevos productos.

Se recomienda replicar en otras actividades a lo largo del año, la estrategia aplicada por las OCEX Shanghai, Seúl y Beijing de promoción conjunta.

Las empresas coreanas han respondido positivamente a las invitaciones realizadas por la OCEX Seúl a participar de misiones en Perú y ferias en Corea.

Las actividades de promoción turística han mostrado un importante impacto en población coreana, por lo tanto se recomienda una mayor coordinación con Promperú para optimizar recursos.

La feria Hana Tour representa una oportunidad para mostrar los destinos del Perú.