

TLC

COLOMBIA - COREA DEL SUR

El camino hacia las
oportunidades
en el mercado
asiático



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

TLC Corea del Sur

La puerta de entrada al Asia

Este acuerdo comercial no solo es una oportunidad para llevar la oferta colombiana a 49 millones de surcoreanos, también es la puerta de entrada al mercado asiático.

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur es el primer acuerdo con el mercado asiático y sirve para estrechar lazos comerciales con los países orientales, atraer inversión productiva y acercar la oferta exportable de bienes y servicios colombianos a esta región, considerada la más dinámica del mundo en materia económica.

Asia resulta un territorio atractivo para los exportadores debido a que está integrada por países con orientación importadora, que han crecido de manera acelerada en los últimos años y cuya población tiene alto poder adquisitivo.

Por su parte, Corea del Sur es un actor fundamental de la economía mundial, puesto en el 2014

su Producto Interno Bruto (PIB) fue de US\$1.410.383 millones, ubicándose en el puesto 13 entre las mayores economías del planeta.

Este país cuenta con una población de 49 millones de personas y un PIB per cápita de US\$36.700, lo que lo convierte en un mercado importante, similar a la Unión Europea. Para el

período 2014-2017, se espera que el promedio de crecimiento de su economía sea de 3,9% anual, motivado especialmente por la demanda doméstica.

Otro dato relevante sobre Corea del Sur es su gran capacidad de compra que lo posiciona como el octavo importador del mundo. Solamente en 2015 el país adquirió bienes por US\$436.547 millones.

Los surcoreanos han contribuido a estas cifras y se han convertido en los consumidores más deseados por los empresarios, gracias al incremento en su capacidad de gasto: entre 2009 y 2011 el consumo per cápita se elevó en alrededor del 6%.

El aumento en las visitas a los centros comerciales y almacenes para hacer compras durante el fin de semana, junto con un mayor interés por lucir bien y sentirse saludables, ha aumentado el gasto en productos como prendas de vestir acordes con la moda, alimentos saludables y ropa deportiva.

Por lo tanto, un acuerdo comercial garantiza una relación preferencial y permanente de Colombia con ese país, aportará al aumento de la competitividad de los productos nacionales y favorecerá a las empresas de todos los sectores con la eliminación gradual de aranceles para materias primas, insumos y bienes intermedios.

Oportunidades por sector

ProColombia identificó las siguientes oportunidades para los productos colombianos en el mercado surcoreano.



Agroindustria

Azúcares y panela*, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, cacao*, café*, derivados del cacao*, cafés especiales*, flores frescas*, frutas frescas (banano, piña y pitahaya), frutas y hortalizas procesadas*, preparaciones alimenticias diversas, productos de confitería*, productos de panadería y molinería y quinua.



Manufacturas

Cosméticos y productos de aseo, productos químicos y artesanías*.



Prendas de vestir

Manufacturas de cuero*, ropa casual, ropa deportiva, ropa interior* y vestidos de baño*.



Servicios

Software* y contenidos digitales*

*Oportunidades identificadas con aprovechamiento a corto plazo.

Ministra de Comercio, Industria y Turismo
MARÍA CLAUDIA LACOUTURE

Presidente de ProColombia
FELIPE JARAMILLO

Vicepresidenta de Exportaciones
JULIANA VILLEGAS

Vicepresidente de Inversión
JUAN CARLOS GONZÁLEZ

Vicepresidente de Turismo
ENRIQUE STELLABATTI

Vicepresidenta de Planeación
MARÍA CECILIA OBANDO

Gerente de Mercadeo
DIANA HERAZO

Gerente de Información Comercial (E)
CLAUDIA PERDOMO

Contenido y diseño
Información Comercial
Comunicaciones

Dirección
Calle 28 No. 13 A - 15
Bogotá

Teléfono
+571 560 0100
Bogotá

Año: 2016

Si tiene preguntas o comentarios sobre los contenidos de esta publicación, por favor escribanos a bibliotecavirtual@ProColombia.co

Productos con acceso preferencial

Estos son algunos de los beneficios pactados en materia de preferencias arancelarias para Colombia, principalmente en los sectores agropecuario y agroindustrial, ya que Corea del Sur es un gran importador de este tipo de productos.

Café: acceso inmediato para el café verde. Por su parte, para las preparaciones de café como instantáneo y mezclas, se establecieron plazos entre 0 y 3 años.

Flores: claveles, rosas, y crisantemos, entre otras, estarán libres de aranceles en un plazo entre 3 y 5 años.

Banano: el arancel de 30% se reducirá en 5 años.

Las demás frutas: se acordó el desmonte de los aranceles en plazos que van entre 5, 7 y 10 años.

Hortalizas: estas se beneficiarán con la desgravación en períodos que van entre 5, 7 y 10 años.

Tabaco y cigarrillos: Colombia logró el desmonte de los aranceles en 10 años para el tabaco y para los cigarrillos entre 10 y 15 años.

Azúcar: se obtendrá el desmonte total del arancel de 35% en 16 años.

Alcohol etílico y etanol: para el alcohol etílico se logró la eliminación del arancel de 270% en un período de 16 años, con 2 años de gracia, y para el etanol en 5 años.

Carne de bovino y despojos*: se consiguió la apertura del mercado en 19 años, con contingente que se activa en el primer

año, en 9.900 toneladas con un crecimiento del 2% anual para los cortes finos.

Carne de cerdo*: se obtuvo el desmonte de los aranceles en un plazo entre 10 y 16 años.

Avicultura: se logró la eliminación de los aranceles en períodos que van entre 10, 12 y 16 años.

Derivados lácteos: para productos como lacto sueros, quesos, arequipes y leche descremada se eliminarán los aranceles en plazos entre 10 y 16 años. Para las bebidas lácteas, será inmediata. En leche en polvo se obtuvo un contingente de 100 toneladas fijas.

*Colombia aun no cuenta con acceso sanitario para este producto.



US\$436.547 millones

adquirió Corea del Sur en bienes durante 2015. El país asiático se caracteriza por su capacidad de compra que lo ubica como el octavo importador del mundo.

Ventajas del TLC entre Corea del Sur y Colombia

Las manufacturas de cuero, las confecciones y café tostado son algunos productos que obtendrán más ventajas en el corto plazo: actualmente cuentan con un arancel base promedio del 9%, 7% y 8%, respectivamente, y gozarán en su mayoría de una desgravación inmediata con la entrada en vigencia del TLC¹.

Otros productos, como frutas y hortalizas procesadas, flores frescas, derivados del café y qui-

micos, que actualmente tienen aranceles promedio de 33%, 25% y 7%, respectivamente, se verán beneficiados en un plazo entre 3 y 7 años.

Se estima que la entrada en vigencia de este tratado tendrá un impacto positivo en el corto plazo sobre las exportaciones nacionales, cercano a US\$9 millones, y en el mediano plazo de US\$1,5 millones, siempre y cuando las exportaciones actuales hacia este

mercado aumenten en la misma proporción que la eliminación arancelaria negociada.

Este acuerdo le ofrece oportunidades a los empresarios colombianos para exportar productos que antes no llegaban desde Colombia a Corea del Sur, pero sí a otros países de Asia². Algunos de estos, que tendrán desgravación inmediata, son: productos químicos orgánicos, extractos, pigmentos y pinturas, y aceites minerales y ceras.

Los temas que abarca el TLC con Corea

- Acceso a mercados de bienes industriales y agrícolas
- Reglas de origen
- Medidas sanitarias y fitosanitarias
- Obstáculos técnicos al comercio
- Defensa comercial
- Inversión
- Propiedad intelectual
- Comercio y desarrollo sostenible
- Cooperación
- Provisiones iniciales y definiciones
- Asuntos institucionales
- Política de competencia
- Administración aduanera y facilitación del comercio
- Compras públicas
- Comercio transfronterizo de servicios
- Entrada temporal de personas de negocios
- Telecomunicaciones
- Comercio electrónico
- Cooperación transparencia
- Solución de controversias
- Excepciones y provisiones finales

¹ La desgravación depende de cada producto por lo que se recomienda al empresario revisar el caso específico para sus productos.

² Se tuvieron en cuenta aquellos sectores que contaban con exportaciones superiores a US\$10.000 a países de Asia.

Relación comercial

Colombia y Corea del Sur EN CIFRAS

Colombia se ha convertido en un importante proveedor de productos agrícolas y agroindustriales. El café, las flores y los aceites y grasas están entre los productos que más se exportan hacia Corea del Sur. Así mismo, sectores como el textil y de

confecciones han multiplicado por diez sus ventas hacia este mercado en los últimos cinco años, dándole paso a la exportación de productos como abrigos, chaquetas, suéteres, pantalones, vestidos de baño y ropa de hogar, entre otros.

Exportaciones a Corea del Sur



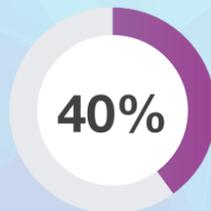
Corea del Sur es el tercer país destino de las exportaciones colombianas a Asia, después de Japón y China.



En 2015, el 62% de las exportaciones colombianas a Corea fueron de productos no minero energéticos.



Subsectores como el café, los productos de las industrias químicas, los derivados del café y las flores frescas fueron los más exportados en 2015.



En 2015, las exportaciones de productos como aceites y grasas, animales vivos (peces), manufacturas en cuero y confecciones presentaron un incremento significativo del más del 40%.



Agrícola

Más del 80% de las exportaciones no minero energéticas de Colombia a Corea se concentraron en dos sectores: agrícola (48,6%) y metalmecánica (34,5%).

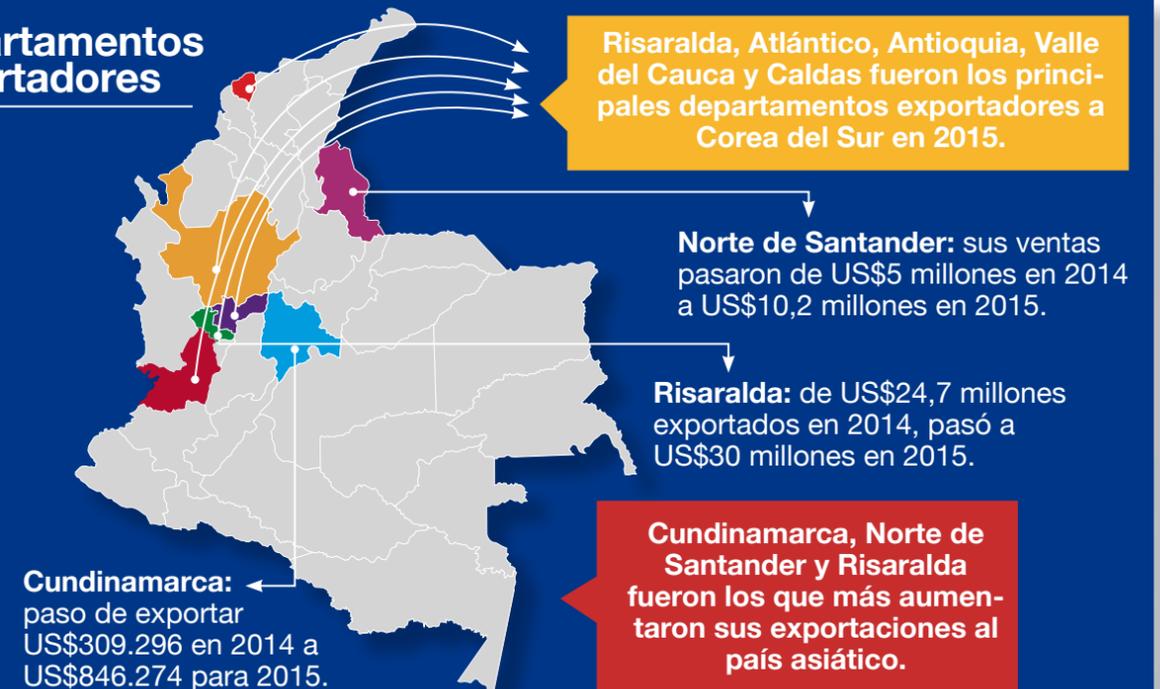


Metalmecánica

Exportaciones con más crecimiento

Aceites y grasas	Animales vivos (peces)	Confecciones	Manufacturas en cuero
2014	2014	2014	2014
US\$34.161	US\$73.884	US\$460.645	US\$955.125
2015	2015	2015	2015
US\$81.016	US\$166.276	US\$887.527	US\$1,4 millones

Departamentos exportadores



Importaciones mundiales de Corea del Sur



China, Japón, Estados Unidos, Alemania y Arabia Saudita son los principales socios comerciales de Corea del Sur. Estos participan con el 50,6% del total.



Circuitos eléctricos, sets de teléfonos y motores para vehículos corresponden a algunos de los productos más importados por Corea del Sur durante 2015.



En Latinoamérica y el Caribe, en 2015, su principal proveedor fue Chile. A este le siguieron Brasil, México, Perú y Argentina. Colombia es el 7mo proveedor.



Aceite de soja, maíz y habas de soja fueron los principales productos no minero energéticos importados por Corea desde Latinoamérica y el Caribe.

OPORTUNIDADES AGROINDUSTRIA



CAFÉ, FLORES, CACAO Y FRUTAS, ALGUNOS PRODUCTOS BENEFICIADOS CON EL TLC

Este acuerdo comercial es especialmente significativo para el sector agropecuario y agroindustrial colombiano, el cual exportó US\$76,5 millones en 2015.

El café, las flores, el cacao y frutas como el banano y la piña son algunos de los productos que ingresarán con preferencias arancelarias al país asiático.

A continuación ProColombia le cuenta algunos productos con oportunidades y sus tendencias de consumo.



CAFÉS ESPECIALES

El café es el principal producto agrícola nacional que se vende al mercado coreano. El año pasado las exportaciones sumaron los US\$69,6 millones.

Corea es uno de los países con potencial para el crecimiento de las exportaciones de cafés especiales de Colombia, debido al aumento en el consumo y la demanda por cafés certificados, sostenibles y de origen, reconocidos por sus altos estándares de calidad.

La cultura del café ha ido incrementándose en Corea. Los importadores prefieren comprarlo verde para posteriormente tostarlo, teniendo en cuenta las preferencias de los consumidores. El 70% del café

que se vende en este país es principalmente blends, mientras que otro 30% es de origen. En Corea existen más de 17.000 tiendas de café, entre las que se destacan Hollys Coffee, Starbucks, Tom&Toms Coffee y Café Bene, entre otras.

En este mercado el café instantáneo se ha diversificado en términos de sabores y a través de la oferta de ingredientes bajos en azúcar, calcio y colágeno, con el objetivo de cambiar la percepción de algunos consumidores que lo consideran poco saludable. Estos esfuerzos han ayudado a mantener el nivel de ventas al por menor de este tipo de producto.

El café recién molido es cada vez más popular, puesto que el cliente percibe que puede preparar en su casa una taza fresca, de la misma calidad y a un precio más bajo al que generalmente adquiere en cualquier tienda.

Canales de distribución

El canal on-trade (restaurantes, hoteles y plazoletas de comida) registró el 80% del volumen de ventas de café fresco, mientras que en el canal off-trade (supermercados, hipermercados y tiendas especializadas) registró el 99% de las ventas de café instantáneo. Los principales distribuidores son los supermercados e hipermercados.

Aranceles

Cafés especiales – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ³
09.01.21	Café tostado, sin descafeinar, molido o en grano	8%	0%	0
21.01.11	Extractos, esencias y concentrados de café	8%	5,3%	3

Fuente: MacMap

³ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales, de acuerdo con las negociaciones, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final.

CLAVELES, ROSAS Y CRISANTEMOS



Actualmente, el arancel promedio base para las flores frescas es de 25%, uno de los más altos, por lo que el acuerdo con Corea del Sur constituye una oportunidad significativa para que los floricultores amplíen su mercado en el país asiático.

Las flores frescas se destinan en su mayoría para los negocios, principalmente las ceremonias, como es el caso de bodas y funerales, o las decoraciones florales en hoteles. Para las celebraciones matrimoniales, las hortensias, las rosas y los claveles son las más demandadas.

Aranceles

Flores frescas – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁴
06.03.19	Flores y capullos frescos, cortados para ramos o adornos.	25%	20% - 22,5%	5-10
06.03.11	Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos	25%	20%	5
06.03.12	Claveles frescos, cortados para ramos o adornos.	25%	16,7%	3

Fuente: MacMap

⁴ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales, de acuerdo con las negociaciones, comenzando en la fecha en que este Acuerdo entre en vigor, y dichas mercancías quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final.



CACAO Y DERIVADOS

El cacao es uno de los productos que aunque no registró exportaciones hacia Corea del Sur en 2015, es un mercado con alto potencial debido al aumento de su consumo.

En la actualidad, las bebidas en polvo y cafés a base de cacao ganan popularidad entre niños y personas entre los 20 y 30 años. Además, cada vez es más común tomarse una bebida con sabor a chocolate después del almuerzo.

La mayoría de las ventas de bebidas calientes en el comercio minorista está representada por las que son a base de polvo. Este producto ha sido recibido positivamente por los consumidores más jóvenes y se vende principalmente en las tiendas premium, con una tendencia creciente dado que marcas importadas de primera calidad han ingresado al mercado.

Aranceles

...Continúa cacao y derivados

Los coreanos también han comenzado a adquirir barras de chocolates con frutos secos, como una manera de aumentar la energía y remplazar ciertas comidas, respondiendo así a las tendencias de salud y bienestar.

En ese sentido, el mercado cambió sus estrategias de marketing de este producto, para promoverlas como un alimento energizante, especialmente para los deportistas.

Así mismo, el incremento en las personas que hacen actividades al aire libre, como camping y senderismo, entre otros, ha impulsado el crecimiento de las ventas de este alimento.

Aranceles

Cacao y derivados – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁵
18.01.00	Cacao en grano	2% - 8%	0% - 6,4%	5
18.04.00	Manteca de cacao	5%	3,3%	3
18.06.20	Preparaciones alimenticias que contengan cacao	8%	5,3%	3

Fuente: MacMap

⁵ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo, comenzando en la fecha de entrada en vigor. Estas quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final según la categoría de desgravación.

BANANO, PIÑA Y PITAHAYA



Tanto el banano como la piña y la pitahaya no tienen restricciones sanitarias para ingresar al mercado surcoreano, lo cual representa una oportunidad para aumentar las exportaciones de estos productos, que registran las mayores importaciones por parte de Corea del Sur.

Las tendencias de consumo en el país asiático evidencian una mayor aceptación del coreano por las frutas importadas y en esa medida, ha crecido significativamente la demanda por nuevas variedades, lo cual abre las posibilidades para los productos colombianos.

Otro aspecto que influye en el consumo es que las familias son menos numerosas, por lo tanto el precio ya no es un factor decisivo a la hora de comprar y los consumidores están dispuestos a pagar más por obtener mejor sabor y calidad en los alimentos.

ProColombia tiene identificado otro grupo de frutas con potencial en el mercado coreano: pomelo, aguacate, mango, lima y pitahaya. En esta última se debe tener en cuenta que aunque tiene acceso, para exportarla se requiere el sistema de control fitosanitario de Tratamiento de Vapor Caliente.

Canal de distribución

Los alimentos a base de cacao se distribuyen principalmente a través de hipermercados con una cuota de participación del 56%. Mientras que los minoristas, como supermercados, tiendas de conveniencia, pequeños establecimientos independientes, farmacias y grandes almacenes, tienen una participación del 99% en artículos de chocolate de marcas Premium.

La venta por internet aún es muy pequeña y se compra de forma impulsiva cuando están navegando. Los consumidores compran el chocolate para los regalos después de ver el empaque, el embalaje y el diseño.

PULPA DE FRUTA



En el mercado se observa una tendencia de crecimiento para el consumo de bebidas y productos a base de pulpa de fruta. Los smoothies se han vuelto más populares debido a la promoción de los beneficios de salud que tienen.

Actualmente, estas preparaciones a base de jugo solo se pueden encontrar en tiendas de importación. Así mismo, una nueva opción que poco a poco atrae a los coreanos son las bebidas a base de pulpas de frutas y verduras licuadas. Las que venden este tipo de productos se encuentran generalmente dentro de las estaciones de trenes.

De igual forma, el consumo de jugos empacados se hace más popular y las fuentes de soda van perdiendo terreno.

Canales de distribución

Los más comunes son a través de mayoristas y minoristas. Algunos jugadores en el mercado llegan al cliente final por medio de la venta directa y la mayoría realiza sus ventas a través de distribuidores. El canal de internet representa más oportunidades para que las empresas amplíen el mercado y superen las barreras con el fin de estar más cerca de sus consumidores.

Aranceles

Pulpas y conservas de frutas – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁶
20.08.99	Pulpas de frutas	45%	38,6%	7
20.07.99	Conservas de frutas	30%	24%	5

Fuente: MacMap

⁶ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo, comenzando en la fecha de entrada en vigor. Estas quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final según la categoría de desgravación.



BEBIDAS CON ALCOHOL

Las empresas presentes en el mercado coreano han desarrollado estrategias que impulsan nuevas tendencias, entre las que se destaca el consumo de bebidas con menor grado de alcohol, que buscan principalmente atender el público femenino, lo cual ha generado un crecimiento del sector en los últimos años. Incluso el soju, una de las más populares en Corea del Sur también está disponible en un formato bajo en alcohol con adición de extractos de frutas.

Un número importante de consumidores prefieren bebidas ligeras, como la cerveza y el vino espumoso. Por otro lado, los actores del mercado han comenzado a ofrecerlas en presentaciones más pe-

queñas y nuevos productos que tienen le apuntan al segmento de edad entre los 19 y 25 años.

Los surcoreanos tienen interés en productos con alcohol de marcas reconocidas en el mundo, por lo que se espera que los productos tradicionales continúen perdiendo participación.

Canales de distribución

Este nicho se inclina cada vez más al consumo en casa con amigos y familiares. Las ventas de cerveza y vino en canales como los hipermercados y las tiendas de conveniencia han presentado un comportamiento positivo en los últimos años.

Aranceles

Bebidas alcohólicas – Corea del Sur

Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁷
22.08.40	Ron y aguardiente de caña o ta a	20%	13,3%	3
22.08.70	Licores de anís	20%	16%	5
22.03.00	Cerveza de malta	30%	25,7%	7

Fuente: MacMap

⁷ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo, comenzando en la fecha de entrada en vigor. Estas quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final según la categoría de desgravación.



PRODUCTOS DE CONFITERÍA

La confitería ha ganado espacio dentro de los diferentes canales de comercialización en Corea. En este mercado, los que tienen chocolate se venden de acuerdo con la época o fecha especial que se celebre. Es común que el empaque se ajuste a la festividad.

Vale la pena destacar que los surcoreanos consumen productos de este tipo como snacks o como sustituto de alguna comida en el día, destacándose las barras de chocolate. Los productos que se

venden como energéticos, dirigido a las personas que están haciendo ejercicio o algún deporte, tienen gran acogida por los consumidores de este país.

Canales de distribución

La confitería de chocolate se distribuye principalmente en hipermercados y supermercados, los cuales representan más del 60%; seguidos por tiendas de comestibles, de conveniencias y de salud y belleza al por menor, como droguerías.

Aranceles

Confitería de chocolate – Corea del Sur

Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁸
18.06.90	Chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.	8% - 40%	5,3% - 36%	3 - 10
17.04.90	Bombones, caramelos, con tes y pastillas sin cacao.	8%	6,4%	5
17.04.90	Chicles y gomas de mascar, recubiertos de azúcar	8%	5,3%	3

Fuente: MacMap

⁸ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo, comenzando en la fecha de entrada en vigor. Estas quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final según la categoría de desgravación.

Antioquia

Azúcares y panela *
 Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Piña
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería
 Quinua

Atlántico

Azúcares y panela *
 Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería

Bogotá D.C.

Azúcares y panela *
 Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Piña
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería
 Quinua

Caldas

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Piña
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería
 Quinua

Chocó

Cacao *

Arauca

Cacao *

Bolívar

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Derivados del cacao *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería

Boyacá

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Cafés especiales *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Pitahaya
 Quinua

Cauca

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Quinua

Cesar

Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Flores frescas *
 Piña

Córdoba

Derivados del cacao *
 Cafés especiales *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de panadería y molinería

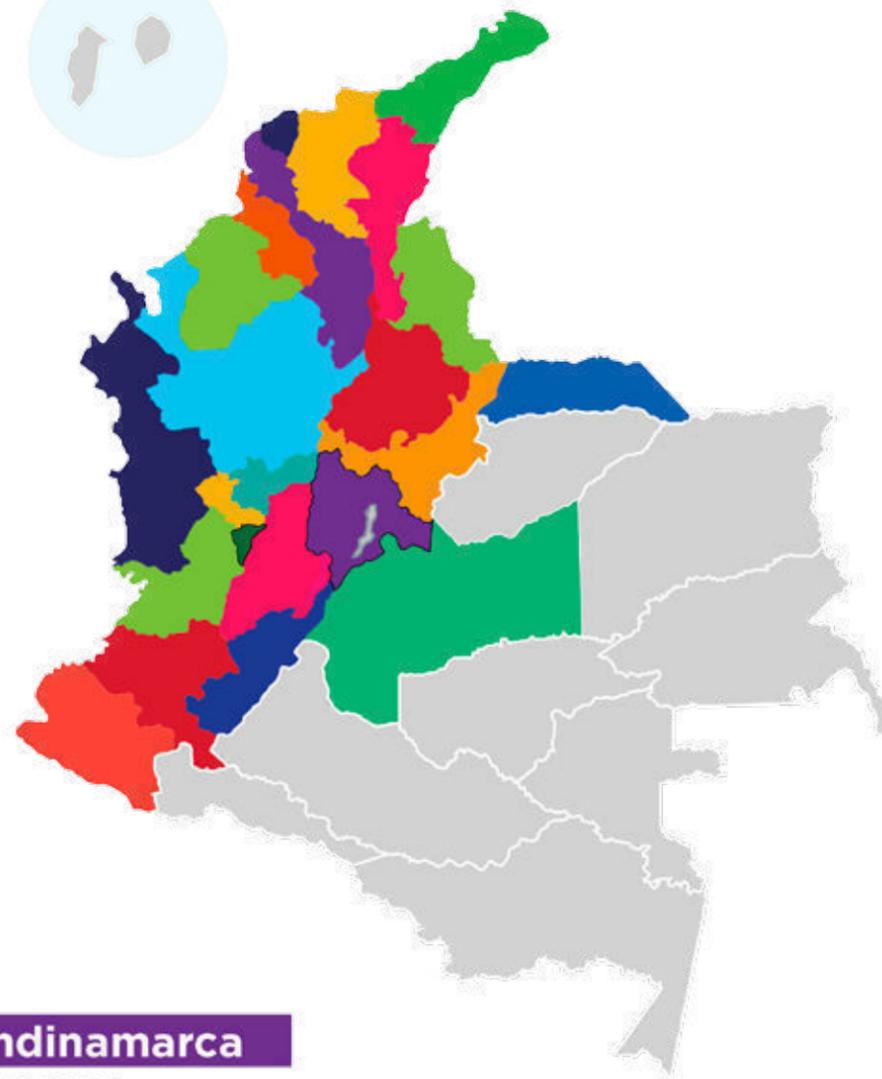
Huila

Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de panadería y molinería

Cundinamarca

Azúcares y panela *
 Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería

OPORTUNIDADES AGROINDUSTRIA COREA DEL SUR



* Oportunidades identificadas con aprovechamiento a corto plazo

La Guajira

Banano
 Cafés especiales *

Meta

Piña

Nariño

Azúcares y panela *
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Quinua

Quindío

Azúcares y panela *
 Café *
 Cafés especiales *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería

Santander

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Piña
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería

Magdalena

Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Café *
 Cafés especiales *
 Frutas y hortalizas procesadas *

Norte de Santander

Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de panadería y molinería

Risaralda

Azúcares y panela *
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de panadería y molinería

Sucre

Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de panadería y molinería

Valle del Cauca

Azúcares y panela *
 Banano
 Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
 Cacao *
 Café *
 Cafés especiales *
 Derivados del cacao *
 Flores frescas *
 Frutas y hortalizas procesadas *
 Piña
 Pitahaya
 Preparaciones alimenticias diversas
 Productos de confitería *
 Productos de panadería y molinería
 Quinua

OPORTUNIDADES MANUFACTURAS



GLOBOS Y QUÍMICOS INGRESARÁN LIBRES DE ARANCELES A COREA DEL SUR

A partir de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Corea del Sur, el 98% de las líneas arancelarias que clasifican los bienes industriales tendrán desgravación inmediata; el 2% restante se des-

montará en máximo 5 años. Es de resaltar que productos que aún no son exportados a Corea del Sur como químicos orgánicos; extractos, pigmentos y pinturas, y aceites minerales y ceras, tendrán cero

arancel a partir de la vigencia del TLC.

A continuación ProColombia le cuenta los plazos de desgravación y las oportunidades para el sector de manufacturas en el mercado surcoreano.

COSMÉTICOS



Los productos cosméticos y de cuidado personal han sido identificados como potenciales por ProColombia. Entre ellos se encuentran los de la piel, elaborados a base de ingredientes naturales, que son altamente demandados en el país asiático, especialmente por compradores jóvenes. También hay demanda por artículos para el pelo y salud bucal.

El consumidor de este mercado se destaca por la importancia que le da a la belleza, factores integrales en su estilo de vida, razón por la cual es un sector que a pesar de la desaceleración vista en la economía general del país, sigue creciendo.

Los surcoreanos buscan permanentemente artículos de belleza avanzados, compuestos de ingredientes sofisticados o que incluyan nuevos formatos de aplicación convenientes, fáciles de aplicar y multi-

funcionales que se acoplen al estilo de vida de una población que cuenta con cada vez menos tiempo de ocio.

De igual manera buscan productos con efectos de larga duración, en especial para cosméticos de color que cuentan con una alta demanda en este mercado, dado que los consumidores buscan evitar tener que hacer aplicaciones repetidas con regularidad.

Dado el rápido envejecimiento de la población, hay un creciente interés por artículos de belleza que ayuden a preservar su juventud. Muchos prefieren utilizar algunos que sean integrales con el fin de recibir el máximo de beneficios en un solo producto, otros buscan reducir el consumo de productos químicos por lo que se inclinan cada vez más por los compuestos de ingredientes naturales.



Canales de distribución

Generalmente los cosméticos importados ingresan a través de importadores/distribuidores, quienes los distribuyen a varios grupos de compradores, como tiendas de departamento, almacenes especializados, así como a canales de tele-venta. Estas personas están en la capacidad de cubrir todo el país.

Las principales filiales internacionales venden a un grupo diverso de compradores directamente, usando su propia red de venta o a través del mercadeo multinivel. Los canales de venta minorista de productos cosméti-

cos en Corea se caracterizan por la amplia red de tiendas y por la dominante posición de las tres principales por departamento: Hyundai, Lotte, y Shinsegae.

Una pequeña parte del mercado está conformada por las ventas a través de los hipermercados, ventas online y canales de tele-venta. Los cosméticos importados son generalmente vendidos a través de tiendas por departamento. No obstante, expertos prevén que las ventas online y la tele-venta, seguirán incrementándose en los años venideros.

Aranceles

Cosméticos y productos de aseo - Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ¹¹
33.04.99	Las demás preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	6,5%	0%	0
33.05.90	Las demás preparaciones capilares	5%	0%	0
33.05.10	Champús	5%	0%	0

Fuente: MacMap

¹¹ Los aranceles de las mercancías originarias deberán ser eliminados en etapas anuales iguales de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo, comenzando en la fecha de entrada en vigor. Estas quedarán libres de aranceles a partir del 1 de enero del año final según la categoría de desgravación.



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

**¿EXPORTA?
EXPORTE MÁS,
PROCOLOMBIA
LE DICE A DÓNDE Y CON QUIÉN.**

**¿DEJÓ DE
EXPORTAR?
VUELVA A INTENTARLO,
PROCOLOMBIA
LE ACOMPAÑA.**

**¿NO HA
EXPORTADO?
ES EL MOMENTO
DE EXPORTAR,
PROCOLOMBIA
LE DICE CÓMO.**



PROCOLOMBIA, EN PRO DE LOS QUE QUIEREN GANAR MÁS. LE OFRECEMOS HERRAMIENTAS PARA COMPETIR EN MERCADOS INTERNACIONALES.

OPORTUNIDADES MANUFACTURAS COREA DEL SUR



Antioquia

Artesanías *
Cosméticos y productos de aseo *
Productos químicos

Atlántico

Artesanías *
Productos químicos

Bogotá D.C.

Artesanías *
Cosméticos y productos de aseo *
Productos químicos

Bolívar

Productos químicos

Caldas

Cosméticos y productos de aseo *

Cundinamarca

Artesanías *
Cosméticos y productos de aseo *
Productos químicos

Huila

Artesanías *

Norte de Santander

Artesanías *

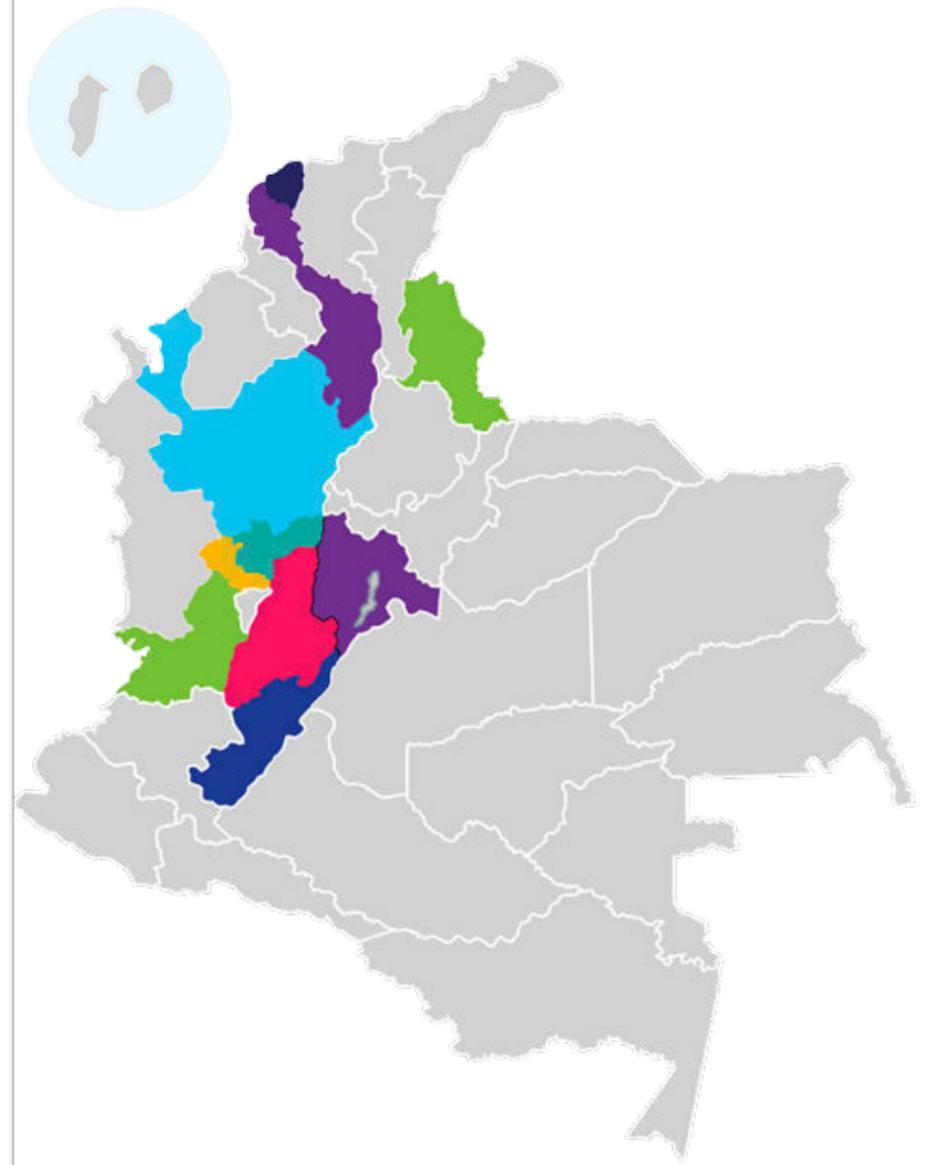
Risaralda

Artesanías *

Tolima

Artesanías *

* Oportunidades identificadas con aprovechamiento a corto plazo



Valle del Cauca

Artesanías *
Cosméticos y productos de aseo *
Productos químicos

OPORTUNIDADES PRENDAS DE VESTIR



VESTIDOS DE BAÑO, ROPA INTERIOR Y BOLSOS DE CUERO INGRESARÁN CON CERO ARANCEL

A partir de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Corea del Sur cerca del 90% de productos del sector entrará al país oriental libre de aranceles o con desgravaciones importantes. Calzado, manufacturas de cuero, vestidos de baño, sostenes, ropa casual, ropa deportiva son algunas oportunidades identificadas por ProColombia con potencial en el mercado asiático.

En el caso de los sostenes (corpiños), Colombia aún no registra exportaciones a ese mercado. Sin embargo, los coreanos compran al año unos US\$145 millones, un país con potencial para la industria nacional que exportó al mundo cerca de US\$45 millones de estas prendas en 2015.

Igualmente, dentro de la oferta colombiana exportable en prendas de vestir, ProColombia ha

detectado oportunidades para ropa casual. Corea importa unos US\$436.500 millones en promedio en confecciones al año y Colombia exporta a ese destino un poco más de US\$887.000 en promedio.

A continuación conozca los plazos de desgravación, las oportunidades y tendencias para el sector de prendas de vestir en el mercado surcoreano.

MANUFACTURAS DE CUERO



En el caso de las manufacturas de cuero, ProColombia ha visto interés por parte de los compradores coreanos en cueros exóticos como cocodrilo o caimán. Aunque usualmente los consumidores buscan productos de lujo y de marcas reconocidas que les den estatus, también los atraen artículos que tengan factores diferenciadores y estén en línea con las últimas tendencias de la moda.

Es así como los bolsos de cueros exóticos han tenido gran éxito en este mercado, debido a la alta diferenciación y el estatus que generan. Este tipo de artículos no son exclusivos de las mujeres, pues se ha

detectado que también hay un mercado importante para los bolsos masculinos, los cuales han aumentado significativamente su popularidad.

La tendencia de los surcoreanos por adquirir marroquinería de lujo aumenta cada año. Por ejemplo, en 2015 las ventas bolsos de cuero de lujo aumentaron 10%. Las mujeres son las principales consumidoras con un 77% del mercado. Las surcoreanas también están buscando cada vez más accesorios hechos a mano que se centran en la practicidad y en el estilo de moda. La atención al detalle es lo que ha conseguido la popularidad de las marcas en este país.

Los artículos de marroquinería hechos a mano pueden tener potencial si se muestran con una imagen de alta calidad, confort y practicidad en comparación con los productos fabricados en masa. Para este segmento se han destacado los bolsos grandes, con capacidad para guardar aparatos electrónicos y artículos personales. En este caso, los más populares son los morrales, forros para las tabletas o portátiles, así como los maletines.

Colombia exportó en bolsos y maletines a Corea del Sur aproximadamente unos US\$2,7 millones el año pasado.

Canales de distribución

El canal de distribución de artículos de lujo con mayores ventas en Corea del Sur son las tiendas por departamento. Sin embargo, también se recomienda tener presencia en otros canales como, por ejemplo, las ventas online, pues teniendo en cuenta la alta inversión que

implica una boutique propia en este mercado, comercializar a través de internet se convierte en una opción muy interesante. Para hacerlo, se debe contar con una página web en coreano, fotos de excelente calidad y descripciones del producto específicas y bien escritas.

Aranceles

Manufacturas de cuero - Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años)
42.02.21	Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado de cuero barnizado.	8%	0%	0

Fuente: MacMap

ROPA INTERIOR Y VESTIDOS DE BAÑO



Debido a la recuperación económica de los últimos años, los consumidores surcoreanos han ganado confianza y las compras de ropa interior y vestidos de baño de alta gama han aumentado. La popularidad de marcas elaboradas a partir de materias primas de alta calidad, como algodón orgánico, también ha crecido.

Un comportamiento similar ha registrado las prendas íntimas que puede ser utilizada también como exterior. Este grupo de personas maneja un estilo conservador, no obstante, la influencia de los medios de comunicación los acercan a las tendencias de la moda.

Canales de distribución

Las tiendas por departamento son un canal importante para entrar con marca a Corea del Sur. Este canal se basa en una propuesta multimarca de lujo, con gran acogida en los consumidores con mayores ingresos. Los hipermercados han ampliado su participación al ofrecer ropa interior con marca propia y marcas internacionales del segmento medio en descuento. Las ventas por internet son el canal que más crece en este mercado por su incremento en los hogares.

Aranceles

Ropa interior y vestidos de baño – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años)
61.12.41	Bañadores, de punto, de bras sintéticas, para mujeres o niñas	13%	0%	0
62.12.10	Sostenes (corpiños), incluso de punto	13%	0%	0

Fuente: MacMap



ROPA CASUAL Y DEPORTIVA ▼

Corea del Sur se ha convertido en un país líder en Asia con respecto a la influencia de la moda “Hallyu” (K-pop). Las marcas se han inclinado en utilizar la enorme influencia de las estrellas, con un rápido aumento de ventas gracias a campañas con personajes famosos, con imágenes de Instagram o menciones en las redes sociales. Además, muchas compañías están colaborando en las colecciones especiales, incluso para las marcas globales que buscan penetrar en el mercado de Corea del Sur.

La ropa deportiva está creciendo en popularidad, ya que los surcoreanos usan cada vez más este tipo de prendas para uso cotidiano. Esta tendencia también está siendo impulsada por celebridades a través de series de televisión, así como espectáculos de variedades.

Canales de distribución

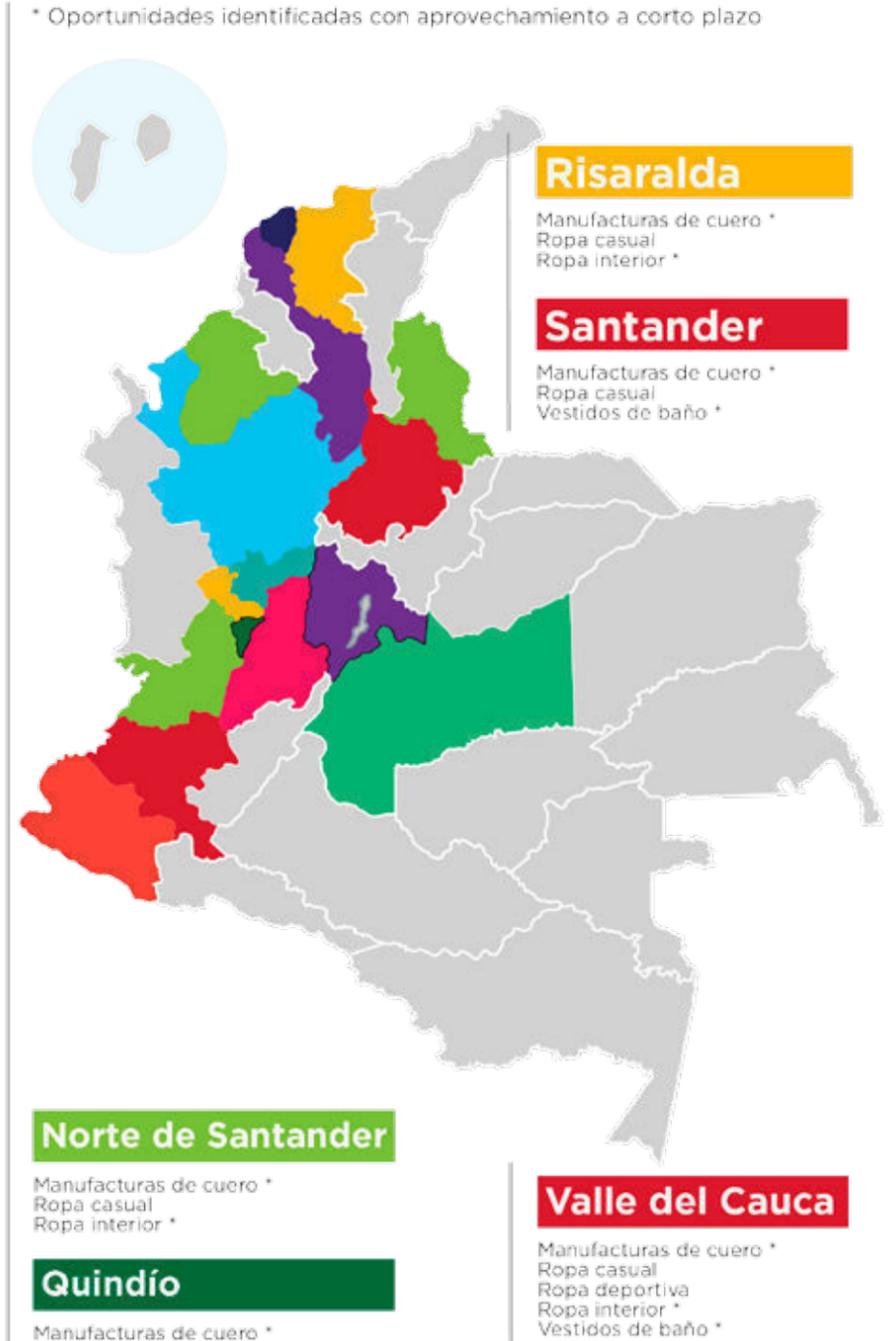
Los fabricantes y comercializadores de prendas expandiendo su formato multimarca con “centros comerciales en línea”. Gmarket y 11Street son ejemplos de algunos centros comerciales en línea muy populares para la ropa de moda en Corea del Sur.

Aranceles

Confecciones – Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años)
62.02.92/62.01.92	Anoraks, cazadoras y artículos similares de algodón para hombres y mujeres	13%	0%	0
61.10.30	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares de punto.	13%	0%	0

Fuente: MacMap

OPORTUNIDADES PRENDAS COREA DEL SUR



Requisitos sanitarios y fitosanitarios

¿Cómo acceder al mercado de Corea del Sur?

ProColombia le cuenta cuáles son los requerimientos que exige este mercado para el ingreso de productos, especialmente agrícolas y agroindustriales.



Corea del Sur se caracteriza por tener un control estricto para el ingreso de productos, particularmente agrícolas y agroindustriales. ProColombia lo orienta sobre los requerimientos a tener en cuenta antes de una exportación. Uno de ellos es la declaración de aduana, que puede hacerse en tres procesos diferentes: automático, inmediato y después de la inspección.

Documentos requeridos para el ingreso de mercancías

Envíos comerciales: para esta categoría las autoridades de Corea del Sur exigen documentos como factura comercial, factura consular (cuando es requerida por el oficial de aduana), licencia de importación, certificado de origen, carta de garantía del banco.

Envíos de muestras: para este tipo de envío tenga en cuenta el envío de dos facturas Pro Forma.

¿Cómo ingresar alimentos a Corea del Sur?

En el caso de productos alimenticios se debe cumplir con las regulaciones que exige la Korea Food and Drug Administration. Las exportaciones con destino al

país asiático deben cumplir con cuatro grandes requerimientos, en términos de legislación, para poder acceder a este mercado:

Licencias de importación: aunque en la mayoría de los casos los productos se pueden exportar sin necesidad de licencia previa, sí es necesario presentar la declaración de importación al momento de ingresar al país.

Notificación: debe hacerse ante la Korea Food and Drug Administration (KFDA), entidad que hará una inspección de acuerdo con la Ley de Inocuidad Alimentaria.

Registro de importadores: se efectúa ante la Korea Food and Drug Administration y su aprobación depende de la seguridad en ingredientes y embalaje, las instalaciones del sitio de fabricación, higiene del personal, administración de la seguridad de alimentos durante su manufactura, procesamiento y seguridad para productos terminados.

Proceso de inspección: los productos alimenticios que in-

gresan a Corea del Sur deben cumplir con un proceso de inspección, y si el caso lo amerita, de cuarentena. Los alimentos procesados y aditivos alimentarios están sujetos únicamente a inspección. Estos procesos se llevan a cabo por la Agencia de Inspección y Cuarentena de Animales, Plantas y Productos de la Pesca y la Korea Food and Drug Administration (KFDA)

Regulación

El acceso de alimentos a Corea del Sur está regido por la Ley Marco sobre Seguridad Alimentaria (Framework Act on Food Security) y la Ley de Inocuidad Alimentaria (Food Sanitation Act), que buscan garantizar la calidad de los alimentos que circulan en el mercado local. Así mismo, la inocuidad alimentaria en Corea del Sur busca el cumplimiento de tres grandes aspectos:

Los productores deben contar con un sistema de análisis de riesgo y puntos de control,

el cual maneja requerimientos como la administración de los establecimientos, las prácticas de higiene, el manejo del equipo para manufactura, proceso y embalaje, el manejo del agua utilizada en la producción, el almacenamiento y transporte, las auditorías y otros procedimientos.

El alimento no debe superar los límites máximos de residuos químicos y contaminantes, los cuales se encuentran establecidos en el Código Alimentario de Corea del Sur.

Finalmente, existe un requerimiento voluntario de presentar trazabilidad de la cadena del producto. Este requerimiento está sustentado en el artículo 49 de la Ley de Inocuidad Alimentaria de Corea del Sur. Los interesados en validar los procedimientos de trazabilidad, lo pueden hacer ante la Korean Food and Drug Administration. La aprobación del proceso permite ubicar un logo oficial del sistema de trazabilidad en los productos, con vigencia de tres años.

Normatividad para embalaje

Recuerde la exigencia del cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria para la cual en Corea del Sur aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de junio de 2005.

Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.

Para ampliar información de interés visite la web de la aduana coreana: www.customs.go.kr.



Conectividad y logística

La ruta hacia el mercado coreano

Para la exportación desde Colombia hacia Corea del Sur se encuentra una oferta en transporte marítimo y aéreo, compuesta por 34 empresas de transporte, con 46 rutas marítimas y 13 rutas aéreas. Estas las componen 19 navieras, 3 consolidadores y 12 aerolíneas.



Conectividad aérea

Se han identificado 12 aerolíneas, con servicios en aviones cargueros y de pasajeros con cupo de carga hacia 2 ciudades en Corea del Sur. Aunque no existen servicios directos desde Colombia, hay rutas regulares

con frecuencias diarias que realizan conexión con buenos tiempos de tránsito, principalmente en aeropuertos de Estados Unidos, Canadá, Chile, Reino Unido, Alemania, Luxemburgo y Países Bajos.

Algunas de las principales aerolíneas que ofrecen servicios de carga aérea a este destino son: Air Canada, United Airlines, Martinair, Cargolux, American Airlines, Delta, Latam, Fedex, Lufthansa, Air France, KLM y Avianca.

Conectividad marítima

Desde los puertos ubicados en la Costa Atlántica: Cartagena, Barranquilla y Santa Marta, Colombia cuenta con rutas en conexión hacia este destino, teniendo así tiempos de tránsito que van desde los 26 días, las conexiones se realizan principalmente en puertos de Panamá y México.

Desde la Costa Pacífica las rutas existentes son ofrecidas por parte de 18 navieras que prestan servicios directos y manejan tiempos de tránsito que se pueden encontrar desde los 23 días.

Origen	Destino	Conexiones	Tiempo de tránsito (días)
Pusan-Busan	Cartagena	Manzanillo-Panamá	26
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	29
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá	28
	Buenaventura	Directo	23

Fuente: Líneas navieras procesada por ProColombia. La información de carácter referencial, está sujeta a cambios sin previo aviso.

Principales navieras

Compañía Chilena de Navegación-CCNI
Cma-Cgm
China Shipping Container Lines
Hamburg Sud
Hapag Lloyd
Hanjin Shipping
Kawasaki Kisen Kaisha -K-Line
Maersk Line
Cosco Container Lines
Mediterranean Shipping Company
Mitsui OSK Lines
Pacific International Lines
Wan Hai Lines
Hyundai Merchant Marine
Evergreen
Zim Container Service
American President Lines
Yang Ming y
Nippon Yusen Kaisha Line-NYK

Consolidadores de carga

Mahe Neutral Shipping
Eculine
Consolcargo

Seis datos que debe saber sobre la logística de Corea del Sur

1

Corea se encuentra en la parte sur de la Península de Corea, limitando al norte con la República Democrática Popular de Corea, al este con el Mar del Este (o Mar de Japón), y al oeste con el mar Amarillo.

2

Por su ubicación, los principales socios comerciales, en términos de exportaciones, son China, Hong Kong, Vietnam y Japón.

3

Para las importaciones se considera a Arabia Saudita, China, Japón, Estados Unidos y Alemania, como los proveedores más destacados del mercado surcoreano.

4

Corea del Sur está compuesta por una red de carreteras de 104.983 km., que conecta los más importantes centros urbanos. Tiene 3.460 km. de ferrocarril, que cubren casi todo el país.

5

En 2016 se ubicó en el puesto 24 de 160 países, en el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial.

6

Para el ingreso de mercancías es importante contar con los siguientes documentos:

- Factura comerciales
- Factura consular cuando es requerida por el oficial de aduana.
- Licencia de importación.
- Certificado de origen.
- Carta de garantía del banco.

Fuente: TACT (The Air Cargo Traffic) 2016

Inversión

Metalmecánica, automotriz, servicios y sistema moda, sectores con potencial para atraer inversión

El acuerdo comercial permitirá a compañías coreanas instaladas importar con beneficios comerciales y desde Colombia expandirse hacia países de la región.

El TLC con Corea del Sur abre las oportunidades para la inversión coreana en Colombia, debido a que la desgravación de materias primas y bienes de capital implica la posibilidad de instalar en el país la manufacturación de bienes intermedios y finales, especialmente en los sectores de metalmecánica, automotriz, químicos y sistema moda.

Es de destacar que los flujos de inversión surcoreana en el país se triplicaron en los últimos seis años al pasar de US\$15,9 millones en 2010 a US\$42,6 millones en 2015.

Los flujos de inversión de Corea del Sur a Colombia se triplicaron en los últimos 6 años al pasar de US\$15,9 millones en 2010 a US\$42,6 millones en 2015.

En esa medida, las multinacionales pueden aprovechar la entrada en vigencia del TLC para instalarse en Colombia, importar insumos de producción desde su casa matriz y utilizar al país como plataforma exportadora de sus productos en América Latina y el Caribe.

Latinoamérica es un mercado atractivo para el país asiático. En 2015, se convirtió en la tercera región destino de proyec-

tos de inversión de Corea del Sur en el mundo, superando a destinos tradicionales como Estados Unidos, Canadá, Medio Oriente, entre otros.

Así mismo, durante el periodo 2010 – 2015, Corea del Sur puso en marcha en América Latina y el Caribe un total de 103

proyectos de inversión, cifra superior en 53,7% a la registrada entre 2004-2009 (67 proyectos de inversión). Los principales sectores en los que ha invertido en los últimos cinco años son metalmecánica (38,8%), automotriz (30,1%) y químicos (5,8%).

Adicionalmente, el acuerdo comercial resulta conveniente para las multinacionales de otros países que pueden beneficiarse con la reducción en el valor de impor-

tación de los insumos de producción desde Corea del Sur. Las cifras muestran que entre 2011 y 2015, en promedio, el 51% de las compras colombianas desde Corea del Sur fueron realizadas por multinacionales.

El 36,5% de las importaciones correspondieron a bienes de capital y materias primas, sumando un total de US\$1.201,9 millones CIF.

Otro dato importante de la dinámica comercial entre ambos países es que en 2015 el valor de los productos desgravados por el TLC

representó el 67,8% del total de las importaciones colombianas desde Corea del Sur, cifra equivalente a US\$783,66 millones CIF.

Durante el periodo 2011 – 2015, las importaciones de Colombia desde Corea del Sur registraron un valor de US\$6.474,34 millones CIF; concentrándose en vehículos (36,3%), plásticos en formas primarias (10,3%) y manufacturas de hierro o acero (7%).

Oportunidades de inversión por sectores

Agroindustria

• Aceites y grasas

Incorporar nuevas líneas de productos con contenido de aceites y grasas que actualmente no se producen en el país (Aceites para snacks, para chocolates, cubiertas de helados, aceites rellenos de quesos, aceite rojo de palma, shortenings líquidos etc.).

Manufacturas

Automotriz

- Autopartes
- Instalación de plantas de producción de autopartes.
- Ensamble
- Montaje de plantas de ensamble de vehículos utilitarios, comerciales (buses), de carga y motocicletas para atender mercado local y exportar a la región.

Metalmecánica

- Instalación de plantas para la producción de aceros planos en

caliente, de aceros largos y barras sin alear que no se producen en Colombia.

- Producción de tubos sin costura para el sector petrolero.
- Alianzas estratégicas con empresas colombianas en el sector con necesidades de tecnología y recursos para crecer.

Sistema moda

- Establecer unidades de producción de textiles para abastecer la creciente industria de confecciones y sustituir las importaciones de textiles.
- Establecer centros de distribución logística hacia América Latina y el Caribe que aprovechen la ubicación estratégica del país y los acuerdos comerciales con los que cuenta el país.

Servicios

BPO y/o KPO

- Instalar centros de BPO de voz especializados en Telemercadeo,

Cobranza, Ventas, Servicio al cliente y Call Centers.

- Instalar centros de BPO no voz concentrados en Back Office, Tercerización de servicios financieros y contables, Recursos Humanos, Centros de Servicios Compartidos, Servicios Logísticos y Help Desk para satisfacer las necesidades de negocios como el sector financiero, logístico y petrolero.
- Construir centros de Outsourcing de Servicios de Ingeniería, Telemedicina, I+D+i, Diseño Gráfico, Business Analytics.

Software y servicios TI

- Desarrollar software para diferentes sectores en particular, tales como agroindustria, salud, financiero, logístico y energético.
- Desarrollar aplicaciones móviles, software y contenidos digitales, tomando ventaja del apoyo que está brindando el gobierno a través del programa Vive Digital y Apps.co que busca promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC.



Aceites y grasas



Sistema moda



BPO y/o KPO

ProColombia promociona la oferta turística colombiana en Corea del Sur.

Planes de **agroturismo** y gastronomía, especialmente en destinos patrimoniales y ciudades capitales, llaman la atención de este viajero.



Turismo

Viajero surcoreano busca vivir experiencias en cultura y naturaleza

El turista de este país busca vivir experiencias en lugares con riqueza natural, patrimonial y gastronómica. Visitan más de destino durante sus viajes.

A la hora de viajar, los surcoreanos buscan destinos que les brinden experiencias relacionadas con la cultura y la naturaleza. En la primera buscan actividades participativas que les permita interactuar y aprender de la gente, las costumbres y la gastronomía local, mientras que la segunda es considerada una alternativa para el descanso y la relajación.

ProColombia promociona la oferta turística colombiana en Corea del Sur. Planes de agroturismo y gastronomía, especialmente en destinos patrimoniales y ciudades capitales, llaman la atención de este viajero que se caracteriza por visitar más de un destino durante sus vacaciones, que pueden durar de 20 a 25 días según la compañía en la que se trabaje.

Otras motivaciones de viaje identificadas son las compras, el golf,

las convenciones, los lugares con sol y playa y la diversión nocturna. Conocer los platos típicos del lugar que visitan es uno de sus principales intereses; la comida ocupa un espacio importante en su tradición, puesto que en Surcorea se considera que es la mejor medicina.

Cinco datos sobre el turista surcoreano

1 Temporadas de viaje: su tiempo disponible para viajar suele ser a final de año, en el año nuevo lunar y a mediados del otoño (septiembre).

2 Viajeros tienen entre 31 y 50 años: estos turistas viajan principalmente por motivos de ocio, en periodos vacacionales.

3 Alojamiento: suelen hospedarse en hoteles de categoría media-alta cuando viajan a destinos asiáticos y norteamericanos. En

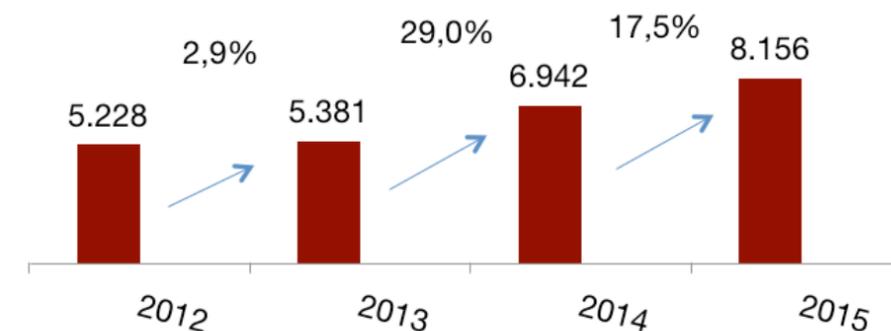
Europa optan por aquellos de nivel medio-bajo. Según el Centro de Inteligencia en Viajes y Turismo, gastan más en transporte que en alojamiento.

4 Siempre están conectados: las tendencias de consumo muestran que los surcoreanos pasan mucho tiempo conectados a su teléfono móvil. Corea del Sur es país hipertecnológico y especialmente los jóvenes turistas son usuarios activos de las redes sociales, lo cual debe ser tenido en cuenta en la estrategia de promoción.

En general, el turista de mayor edad prefiere informarse en fuentes escritas en coreano, mientras que los jóvenes utilizan canales de comunicación en inglés.

5 Les gusta el entretenimiento: el surcoreano se deja influenciar fácilmente por artistas y programas de televisión.

Llegadas de residentes en Corea del Sur a Colombia, 2012- 2015





Cultura empresarial

Ocho tips para negociar con empresarios de Corea del Sur

Al momento de hacer negocios, el respeto, la puntualidad y el conocimiento sobre su cultura son aspectos básicos para crear una relación duradera y efectiva.

1 En la población asiática es de gran valor la palabra. Por eso, antes de comprometerse sea claro con los compromisos que asume y asegúrese de que podrá cumplirlos, así como los tiempos de entrega que se fijen.

2 Este mercado ofrece estabilidad en la medida en que el empresario coreano prefiere hacer negocios de largo plazo. Suele estar muy bien informado y es hábil a la hora de negociar, también es confiable y cumplidor. Por eso se le recomienda al empresario prepararse muy bien y llevar la mayor cantidad de información de su empresa y productos escritos en inglés.

3 El respeto de las jerarquías es importante en la cultura surcoreana, y en general en la

asiática. Se recomienda tener claro quién va a representar a la empresa compradora, para incluir en su equipo negociador a una persona del mismo rango.

4 En este mismo sentido es fundamental tener en cuenta que cuando se habla en español se sienten ofendidos si un subordinado o alguien más joven los tutea.

5 La mayoría de los coreanos no se sienten cómodos hablando en inglés. Para crear una relación más estrecha se recomienda invertir en un traductor español-coreano

6 La edad define la forma del lenguaje que se usa y quién habla primero. Aunque no es tan estricto para el extranjero,

es posible que pregunten por su edad y estado civil.

7 Las tarjetas de presentación deben entregarse con la mano derecha o con las dos manos y al recibirla no la guarde de inmediato (nunca en el bolsillo del pantalón) y tampoco escriba sobre ella. En los nombres coreanos primero se escribe el apellido, luego el nombre generacional y después el nombre propio. Lleve sus tarjetas de presentación en inglés.

8 Los coreanos son muy puntuales y procuran estar antes de la hora pactada. Si tiene inconvenientes en llegar temprano, no dude en informarlo. Así como en concretar una fecha futura específica para reunirse de nuevo.

Casos de éxito

Empresas exportadoras cuentan sus experiencias

Productos de agroindustriales, servicios y prendas, son algunos de los bienes que Colombia ya exporta a los consumidores coreanos.



El Valle exporta panela orgánica pulverizada

Ecorgánicos es una empresa que comercializa pulpas de fruta, yacón (tubérculo que se usa para endulzantes) y panela orgánica. Éste último producto conquistó a Corea del Sur.

La primera exportación que se hizo a este mercado asiático fue en 2011 y se logró gracias a un trabajo activo de la web de la empresa para promover sus productos mediante e-marketing. “Posicionamos la página, asistimos a ruedas de negocio, viajamos a Corea e invitamos a nuestro potencial comprador a que conociera Colombia y nuestro producto”, dijo Luis Betancur, representante.

La panela orgánica pulverizada de Ecorgánicos que se envía a Corea representa 90% de las ventas que se hacen al exterior. También venden a Estados Unidos y España.

Para cerrar el negocio con el comprador de Corea del Sur, Ecorgánicos tuvo que hacer varios procesos de certificación y calidad, dándole más valor agregado al producto y con niveles de exigencia más altos que los de Colombia.

Kaanas: Tejido Wayúu de exportación

Inspirado en la cultura Wayúu, nace la empresa barranquillera Kaanas. Una compañía dedicada a la confección de alpargatas, loafers y sneakers hechos a mano.

En 2014 comenzaron exportaciones tras atender a la feria Sole Commerce de Nueva York, con el apoyo y asesoría de ProColombia. La experiencia, según Liliana Acevedo, gerente de la compañía, “fue importante para medir qué tan acertada era la propuesta de diseño que teníamos y abrir puertas en el mercado internacional”.

Sus productos se exportan actualmente a Estados Unidos, Corea del Sur, Filipinas, Japón, Rusia y Australia.



Foto: Kaanas



CONOZCA EL SIMULADOR DE COSTOS



¿Qué es?

El Simulador de Costos Logísticos es una herramienta web que ofrece ProColombia a empresarios. En ella es posible consultar los costos desde que la mercancía sale de la fábrica hasta que se hace su entrega.

¿Para qué sirve?

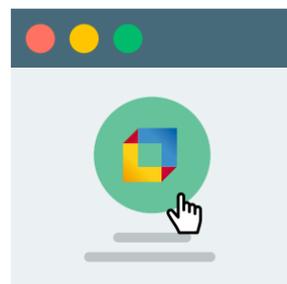
Analiza en detalle los costos de distribución física internacional y de producción, apoyando la toma de decisiones en el proceso de exportación.

¿A quién va dirigido?

A todos los empresarios exportadores y a los que están en proceso de preparación para exportar.

¿Cómo ingresar?

- Ingrese a la pagina web: simuladordecostos.procolombia.co
- A través de los portales: www.procolombia.co - www.colombiatrade.com.co - www.procolombia.co/ruta-exportadora/



¿Qué puede encontrar en el SCL*?

- Simulación paralela de varios productos.
- Catálogo de productos.
- Crear cuatro alternativas de transporte.
- Generación de factura proforma.
- Análisis de plan de internacionalización.

* Simulador de Costos Logísticos



Bienvenido a la Ruta Exportadora

A través de cinco pasos, PROCOLOMBIA presenta las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización; además, explica procedimientos, requisitos y presenta instrumentos de orientación para avanzar en su interés de llegar a otros mercados.

1. PREPÁRESE PARA EXPORTAR



Evalúe su potencial exportador



Examine cuál de sus productos tiene mayor potencial exportador



Fortalezca sus conocimientos en comercio exterior

3. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO Y COMPRADOR



Oportunidades y tendencias

4. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL



Logística internacional



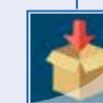
Aspectos logísticos para la exportación de perecederos



Términos de negociación INCOTERMS 2010



Simulador de costos y lista de chequeo



Empaques y embalajes



seguros



Alianzas de transporte

5. GESTIÓN COMERCIAL Y HERRAMIENTAS PROCOLOMBIA



Programación de eventos



Seminarios



Telepresencia



Programas de adecuación oferta y mercado



Macrorruedas



Ferias internacionales



Publicaciones

2. IDENTIFIQUE EL POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LOS REQUISITOS PARA SU PRODUCTO



Encuentre los mercados potenciales para sus productos.



Identifique la posición arancelaria de sus productos



Conozca las condiciones de acceso (certificaciones y otros requerimientos)



SERVICIOS DE PROCOLOMBIA, A LA MEDIDA DE LOS EMPRESARIOS

La entidad tiene un amplio portafolio de servicios y herramientas diseñadas especialmente para orientar a los empresarios colombianos en el proceso exportador y en la búsqueda y consecución de nuevos negocios. Conozca las ayudas que la entidad ofrece para llegar a los mercados internacionales.

INFORMACIÓN, DIVULGACIÓN Y CAPACITACIÓN

La entidad tiene un amplio portafolio de servicios y herramientas diseñadas especialmente para orientar a los empresarios colombianos en el proceso exportador y en la búsqueda y consecución de nuevos negocios. Conozca las ayudas que la entidad ofrece para llegar a los mercados internacionales.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN EXPORTADORA

El primer paso para que los empresarios se capaciten en todo lo relacionado con el proceso exportador tiene lugar en los Centros de Información de ProColombia. Allí pueden acceder a programas que incluyen seminarios básicos especializados y de profundización dictados por conferencistas expertos.

Los temas abordados van desde marketing, régimen cambiario, acuerdos comerciales, logística y costos de exportación, medios de pago internacional, trámites y documentos para exportar, hasta servicio al cliente.



Ingrese a www.colombiatrader.com.co/herramientas/programas-de-formacion-exportadora para conocer más sobre los Programas de Formación Exportadora.

SEMINARIOS DE DIVULGACIÓN

Fueron creados para difundir las oportunidades comerciales, los requisitos de acceso a los mercados, sectores potenciales que tienen las regiones para exportar u ofrecer servicios turísticos, información técnica especializada, tendencias de mercado, canales de distribución y cultura de negocios. Son gratuitos, presenciales en algunas ciudades y se transmiten por internet.



Consulte en <http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/calendario-seminarios-de-divulgacion> el Calendario Seminarios de Divulgación.

PÁGINAS WEB ESPECIALIZADAS

Son herramientas virtuales donde los empresarios pueden conocer más oportunidades de negocios y los beneficios de los tratados comerciales.

www.colombiatrader.com.co
Micrositio del acuerdo comercial
Colombia – Unión Europea.
Micrositio Tratado Libre Comercio
Colombia – EE.UU.



CARTILLAS, PERIÓDICOS Y OPORTUNIDADES 'EN LÍNEA'

ProColombia cuenta con diferentes canales de comunicación para mantener informados a los empresarios como los periódicos y las cartillas de las oportunidades. En estas los empresarios encuentran información técnica especializada, oportunidades de negocio, información de aranceles, canales de distribución, condiciones de acceso, tendencias de mercado, etc. De igual forma, está la Comunicación Empresarial por medio de la cual los empresarios reciben vía correo electrónico información especializada sobre nuevas opciones de negocio para su producto.



Encuentre en www.procolombia.co/publicaciones los diferentes recursos informativos que le ofrece ProColombia.

RUTA EXPORTADORA

A través de cinco pasos, PROCOLOMBIA presenta las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización; además, explica procedimientos, requisitos y presenta instrumentos de orientación para avanzar en su interés de llegar a otros mercados.

Descúbrala accediendo al siguiente enlace:
<http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/>



VALIDACIÓN Y ADECUACIÓN DE LA OFERTA

PROGRAMAS DE ADECUACIÓN

Según la necesidad del empresario, los Programas de Adecuación le permitirán adaptar su producto o servicio (incluido el de turismo) a las exigencias de los países con oportunidades para exportar. En ese proceso, podrá ampliar su conocimiento con la asesoría de expertos en etiquetado, empaques, imagen corporativa, estrategia de marca y responsabilidad social, entre otros. Además, podrá participar en talleres y agendas con expertos.



MISIONES EXPLORATORIAS

Los empresarios colombianos, en calidad de observadores, viajan con ProColombia a países con oportunidades para conocer tendencias, normas aduaneras y de exportación, y así como los productos de la competencia y el funcionamiento del mercado. De esta manera, se valida el potencial de sus productos en el mercado objetivo.



PROGRAMA MENTOR EXPORTADOR

Es uno de los programas lanzados por ProColombia para contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial exportador y que tiene como fin preparar a las empresas para que se conviertan en exportadoras a través de alianzas con empresas con experiencia exportadora. En esta estrategia participan como mentoras AKT, Orbis, Familia, Haceb y Grupo Éxito.



PROGRAMA MIPYME INTERNACIONAL

Este programa fue diseñado para que las empresas pequeñas y medianas del país participantes creen su área de comercio exterior y que empiecen a exportar de forma constante o incrementar sus ventas al exterior.



ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

ProColombia abre otros espacios para promover a las empresas exportadoras. Se trata de las ferias internacionales, las macrorruedas de negocios, agendas comerciales, misión de compradores, presstrip, entre otros en las que los empresarios pueden acercarse a clientes potenciales.

OPORTUNIDADES EN TIEMPO REAL

También se destaca como actividad de promoción esta herramienta que permite conocer de manera ágil cuál es la demanda de productos en el exterior y además, postularse como un potencial proveedor.



TELEPRESENCIA

Así mismo, ProColombia ofrece este servicio para realizar encuentros virtuales con clientes potenciales internacionales mediante el uso de esta tecnología conocida como telepresencia, la cual simula el ambiente de una reunión presencial.



CENTROS DE INFORMACIÓN

ANTIOQUIA

• Sede Aburrá.
Calle 48 No. 50 – 16 Itagüí – Antioquia.
Tel.: 57 (4) 4442344, ext. 130.

• Sede Medellín.
Calle 4 Sur No. 43A - 30, Oficina 401,
Edificio Formacol.
Tel.: 57 (4) 3525656.

ARMENIA

• Sede Cámara.
Dirección: Carrera 14 No. 23 – 15 Piso 4.
Tel.: 57 (6) 746 2646 Ext. 222.

• Sede Universidad.
Carrera 14 No. 05 – 29 Primer piso.
Tel.: 57 (6) 746 2646 Ext. 222.

BARRANQUILLA

• Sede Universidad.
Universidad del Norte Km. 5 Vía Puerto
Colombia Bloque G - Piso 4.
Tels.: 57 (5) 3509784/ 3509710.

• Sede Cámara.
Vía 40 No. 36 – 135 Antiguo Edificio
de la Aduana – Estación tranvía.
Tel.: 57 (5) 3303749.

BUCARAMANGA

Carrera 19 N°, 36-20, Piso 2.
Tel.: 57 (7) 652 7000 Ext. 265 y 209.

BOGOTÁ

• Sede Centro.
Calle 28 No. 13A - 15 Piso 1 Local 108.
Tel.: 57 (1) 307828.

• Sede Norte.
Calle 75 # 15-22 piso 1.
Tel.: 57 (1) 3257500, ext. 2190.

BOYACÁ

• Duitama.
Transversal 19 No. 23 – 141. Edificio Cámara
de Comercio de Duitama.
Tel.: 57 (8) 7602596, ext. 127.

• Sogamoso.
Carrera 11 No. 21 – 112 Piso 1. Edificio
Cámara de Comercio de Sogamoso.
Tels.: 57 (8) 7702954/ 7703492.

• Tunja.
Calle 21 No. 10 – 52 Piso 1 Edificio Cámara
de Comercio de Tunja.
57 (8) 742 0099 Ext. 114.

CALI

Dirección: Calle 8 No. 3 – 14 Piso 6.
57 (2) 886 1373.

CARTAGENA

Centro Histórico - Calle Santa Teresa
No. 32 - 41.
Tels.: 57 (5) 650 1110/ 650 1111 ext. 210.

CÚCUTA

Calle 10 No. 4 – 26 Edificio Cámara de
Comercio de Cúcuta Torres A – Piso 4.
Tel.: 57 (7) 5829527, ext. 324.

IBAGUÉ

Calle 10 No. 3 – 76 Piso 1 Mezzanine.
Tel.: 57 (8) 2772000, ext. 1031.

MANIZALES

Carrera 23 No. 26 – 60, Piso 3, Edificio
Cámara de Comercio de Manizales.
Tel.: 57 (6) 884 4913 Ext. 121

NEIVA

Carrera 5 No. 10 – 38 Piso 1 Oficina
Invest in Huila.
Tel.: 57 (8) 8713666, ext. 125.

PASTO

Calle 18 A No. 25-16 Pasaje Corazón
de Jesús. MiCITio.
Tel.: 57 (2) 7294896 Ext. 113.

PALMIRA

Calle 28 No. 30 – 15 Ofc. 30.
Tel.: 57 (2) 2734658.

PEREIRA

Edificio Cámara de Comercio de Pereira
Carrera 8 No. 23 – 09 Piso 2.
Tels.: 57 (6) 3386675/ 3386640/ 3387800,
exts. 142/ 176/ 106.

POPAYÁN

Dirección: Carrera 7 No. 4 – 36.
Tel.: 57 (2) 8243625, exts. 110/ 126.

SAN ANDRÉS

Avenida Colon Edificio Dread Fruit
Oficina 203 – 204.
Tel.: 57 (8) 5120345.

SANTA MARTA

Avenida Libertador No. 13 – 94.
Tel.: 57 (5) 4230828, ext. 159.

VALLEDUPAR

Calle 15 No. 4 – 33
Centro, Primer piso Local 1,
Cámara de Comercio de Valledupar.
Tel.: 57 (5) 589 7868 Ext. 169.

VILLAVICENCIO

Avenida 40 No. 24 A – 71 Piso 3.
Tel.: 57 (8) 6817777, ext. 170.

PROCOLOMBIA EN COLOMBIA

BARRANQUILLA

barranquilla@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (5) 360 4000
Dirección oficina:
Calle 77B No 59 - 61
Centro 2, Oficina 306

BOGOTÁ

bogota@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (1) 560 0100
Dirección oficina:
Calle 28 No. 13A - 15.
Pisos 35 y 36

BUCARAMANGA

bucaramanga@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (7) 679 3206 - 679 6367 -
679 3167 - 679 0676
Dirección oficina:
Km 2, 176 Anillo vial Floridablanca-
Girón Eco Parque Empresarial Natura, Torre 3

CALI

cali@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (2) 6687222
Dirección oficina:
Calle 6N No. 1N 42.
Centro Empresarial Torre Centenario.
Oficina 803

CARTAGENA

cartagena@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (5) 654 4320
Dirección oficina:
Centro de Convenciones de
Cartagena

CÚCUTA

cucuta@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (7) 571 7979 - 5835998 – 5724088
Dirección oficina:
Calle 10 No 4 - 26, Piso 4, Torre A,
Edificio Cámara de Comercio de
Cúcuta

MEDELLÍN

medellin@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (4) 352 5656
Dirección oficina:
Calle 4 Sur No 43AA- 30, Oficina 401,
Edificio Formacol Of. 401

PEREIRA

amarquez@procolombia.co
Teléfono oficina:
+57 (6) 338 6640 o 338 7800 Ext. 142, 106
Dirección oficina:
Edificio Cámara de Comercio de Pereira –
Carrera 8 No. 23 – 09 Piso 2

PROCOLOMBIA EN EL MUNDO

ALEMANIA (Frankfurt) • ARGENTINA (Buenos Aires) • BRASIL (Sao Paulo) • CANADÁ (Toronto, Vancouver y Montreal) • CARIBE (San Juan de Puerto Rico, Santo Domingo y Puerto España) • CENTROAMÉRICA SUR (San José de Costa Rica y Panamá) • CHILE (Santiago) • CHINA (Beijing, Shanghai) • COREA DEL SUR (Seúl) • ECUADOR (Quito) • EMIRATOS ÁRABES (Abu Dhabi) • ESPAÑA (Madrid) • ESTADOS UNIDOS (Washington, Atlanta, Chicago, Los Ángeles, Nueva York, Houston, Miami y San Francisco) • FRANCIA (París) • INDIA (Nueva Delhi) • INDONESIA (Yakarta) • JAPÓN (Tokio) • MÉXICO (Ciudad de México y Guadalajara) • PERÚ (Lima) • PORTUGAL (Lisboa) • REINO UNIDO (Londres) • RUSIA (Moscú) • TURQUÍA (Estambul) • TRIÁNGULO NORTE (Guatemala) • VENEZUELA (Caracas)