

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Guía de Mercado

Corea del sur



prom.
perú

Contenido

Resumen Ejecutivo

1. Información General

2. Situación económica y de coyuntura

2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

2.3. Nivel de Competitividad

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1. Intercambio Comercial de Corea del Sur con el Mundo

3.2. Intercambio Comercial de Corea del Sur con el Perú

4. Acceso al Mercado

4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías

5. Oportunidades Comerciales

5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

5.2. Productos con Potencial Exportador

6. Tendencias del Consumidor

7. Cultura de Negocios

8. Contactos de Interés

9. Eventos Comerciales

10. Bibliografía

Resumen ejecutivo

Corea fue una de las economías asiáticas más afectadas por la crisis internacional aunque pudo recuperarse de ella rápidamente. Las políticas de incentivo al consumo que el gobierno aplicó para disminuir los efectos de la crisis surtieron el efecto deseado. Se espera que el crecimiento de aproximadamente 6%, que experimentó Corea en 2010, disminuya a 4.1% para 2011, debido a medidas de normalización de las políticas fiscales y monetarias.

Aunque Corea del Sur es una de las diez economías más importantes para el Perú en términos de intercambio comercial y el tercero en Asia aún es pobre el avance que se ha tenido en este mercado con productos no tradicionales. El alto poder adquisitivo de su población de casi 50 millones de personas, logrado en base al desarrollo tecnológico y económico de las últimas cuatro décadas, y la reciente entrada en vigencia del acuerdo comercial lo convierten en una economía muy atractiva y que brinda muchas oportunidades para los exportadores peruanos.

Como consecuencia del Acuerdo Comercial, el café podrá ingresar al mercado coreano libre del pago de aranceles una vez que el acuerdo entre en vigencia. Los espárragos refrigerados y preparados así como la palta se desgravarán en tres años. Cabe indicar que los aranceles para estos productos son 27%, 20% y 30% respectivamente, por lo que la reducción arancelaria mejorará la competitividad de los productos peruanos en el mercado. De otro lado, los bananos y limones se desgravarán en cinco años mientras que los mangos, maíz gigante blanco y maíz morado lo harán en diez años. La naranja y la uva tienen programas de desgravación especial y estacional. Al respecto se debe indicar que el 17 de mayo de este año, el Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal de Corea autorizó el ingreso de la uva de mesa peruana. Las confecciones de algodón, t-shirts, polo shirt y prendas para bebe tendrán arancel cero en cinco años mientras que las confecciones de otras fibras tendrán desgravación inmediata. En el sector pesquero, los aranceles son muy variables y oscilan entre 5% y 22%. Los plazos de desgravación difieren con cada producto. Así, el arancel aplicado a la pota congelada (22%) será cero al iniciar el decimo año de vigencia del acuerdo. Lo mismo sucederá con las conchas de abanico, pota preparada, colas de langostinos y pulpos congelados cuyo arancel base es 20%. Otros productos como las anchoas saladas y preparadas y aletas de tiburón tendrán arancel cero en un plazo de tres a cinco años.

Lo que deben considerar los que tienen interés en proveer a este mercado es que los coreanos buscan productos Premium, de alta calidad, preferiblemente de la línea Gourmet en todo lo que es alimentos, mejor aún si les brinda propiedades nutritivas y funcionales. Con respecto al tema de las confecciones, se fijan en la terminación de la prenda, la fibra, la confortabilidad y las marcas.



1. Información general

La República de Corea (Corea del Sur) está situado en el noreste de Asia y ocupa la mitad sur de la península de Corea. Limita al norte con la República Democrática Popular de Corea, al este con el mar de Japón, al sureste y sur con el estrecho de Corea, y al oeste con el mar amarillo.

La población estimada es 49 millones de personas, aproximadamente, con una densidad demográfica de 488 habitantes por km². Posee un área de 99,720 km², similar a la del departamento de Ucayali. A pesar que la superficie coreana es aproximadamente 12 veces menor que la peruana, su población es 1.7 veces mayor.

El 80% de la población es urbana y la mitad vive en Seúl, la capital, que es una de las ciudades más pobladas del mundo. El rápido crecimiento económico que tuvo el país durante aproximadamente veinte años (1970-1990) influyó en la migración de miles de familias del campo hacia la ciudad. Otras ciudades importantes son Busan (3,7 millones), Incheon (2,6 millones), Daegu (2,5 millones), Gwangju (1,4 millones), Daejeon (1,5 millones) y Ulsan (1,1 millones).

El idioma oficial es el coreano y el comercial es el inglés, el cual es entendido y hablado en los negocios así como en áreas administrativas. Las personas altamente educadas a menudo hablan otros idiomas extranjeros.

En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 16% son menores de 14 años, el 73% se encuentra entre 15 y 64 años y el 11% tiene más de 65 años. La edad mediana es de 38 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.23%. En promedio, la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma. La esperanza de vida es 78 años.

El 26.3% de la población coreana profesa el cristianismo (Protestantes 19.7% y Romano Católicos 6.6%), el 23.2% budismo y otros 1.3%. Dentro de este último grupo se encuentran los practicantes del Islam y de nuevos movimientos religiosos como el jeungismo, el budismo won, el daesunismo y el cheondoísmo. Cabe destacar que casi la mitad de la población coreana no profesa religión alguna.

2. Situación económica y de coyuntura

En las últimas décadas, la economía sur coreana ha experimentado un rápido crecimiento económico que a su vez ha permitido disminuir los niveles de pobreza de manera significativa. La política económica ejecutada durante el proceso de industrialización priorizó la producción de bienes terminados de altísimo valor agregado. Además, dicha producción se orientó, desde un principio, al mercado externo. Entre 1962 y 1994, la tasa de crecimiento promedio del PBI fue alrededor de 10% anual. Durante el mismo período, el ingreso promedio per cápita se elevó de menos de \$100 a más de \$10,000.

Corea es el octavo país de mayor exportación a nivel mundial. Es el tercer socio comercial de China y de Japón, séptimo de Estados Unidos y octavo de la Unión Europea. Cuenta con el más grande astillero del mundo y es el mayor exportador de petróleo en Asia. Es también el mayor productor de pantallas (LCD, Plasma, etc.) y memorias (chips). Posee la más alta tasa

de conectividad a internet y en los últimos años se ha incrementado el número de registro de patentes. Cabe resaltar que Samsung Electronics es el mayor fabricante de productos electrónicos a nivel mundial.

Las ganancias de la mayoría de compañías coreanas, han recuperado sus niveles de pre crisis. Las empresas más importantes de Corea (Hyundai Motor Group, LG Chem y Samsung Electronics) lograron altos beneficios en el último trimestre de 2010. Sin embargo, existe incertidumbre con respecto a la pronta recuperación de la economía mundial.

Se estima que la incertidumbre con respecto a precios y tasa de interés se intensificará al igual que la competencia. Las empresas chinas se posicionarán en sectores determinados debido al rápido crecimiento económico de dicho país. Por lo tanto, el comportamiento de la economía coreana dependerá de los precios al consumidor y la tasa de interés. Sin embargo, el principal factor de riesgo que se percibe es el incremento en la volatilidad del tipo de cambio.

Se observa una creciente dependencia de la economía China. La proporción de exportaciones coreanas a dicho país alcanzó el 23% del total de las exportaciones coreanas en la primera mitad de 2011¹. Las exportaciones a Estados Unidos y a la Unión Europea representaron el 10% y 11% del total de las exportaciones coreanas respectivamente.

2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La economía coreana pudo soportar los embates de la crisis internacional y presentó un crecimiento importante en el 2010 que superó los seis puntos. Se debe tener en cuenta que esta economía es una de los principales fabricantes de productos de alta tecnología, las que suelen afectarse primero ante las crisis por la reducción de la demanda. En línea con el crecimiento de su economía, su PBI per cápita está creciendo y se encuentra cerca de los niveles alcanzados en el 2007. Los niveles de desempleo son bajos y se mantienen alrededor del tres por ciento al igual que la inflación.

Cuadro 1: Corea del Sur
Evolución de los indicadores macroeconómicos

Indicadores	2006	2007	2008	2009	2010
PBI (variación %)	5.2	5.1	2.3	0.2	6.1
PBI Per cápita (US\$)	19,707	21,653	19,162	17,074	20,300
Desempleo (variación %)	3.5	3.3	3.2	3.7	3.3
Inflación (variación %)	2.1	3.6	4.1	2.8	3.0

Fuente: World Economic Outlook, FMI

- **Tipo de cambio**

La unidad monetaria es el WON (KRW). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de los nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto².

¹ Korean Custom Services. World Trade Atlas.

² Para mayor información: www.xe.com

Live rates at 2011.07.26 15:54:00 UTC

1.00 USD = 1,054.73 KRW
 United States Dollars South Korea Won
 1 USD = 1,054.73 KRW 1 KRW = 0.000948114 USD

Live rates at 2011.07.26 15:59:00 UTC

1.00 KRW = 0.00260122 PEN
 South Korea Won Peru Nuevos Soles
 1 KRW = 0.00260122 PEN 1 PEN = 384.436 KRW

- **Inversión extranjera**

El Ministerio de Conocimiento y Economía es el organismo responsable de la inversión extranjera directa en Corea. Mediante la Agencia Coreana de Comercio y Promoción a la Inversión (KOTRA), el ministerio se encarga de la difusión, apoyo a empresas, incentivos fiscales y coordinación de políticas regionales sobre temas de inversión. *Invest Korea* es el órgano dependiente directo para la realización de dichas funciones además de ser autoridad supervisora y de coordinación entre regiones.

El marco regulatorio sobre la inversión extranjera en Corea está contenido en *The Foreign Investment Promotion Act* (FIPA), ley que entró en vigor en septiembre de 1998. Según la FIPA, existen cuatro tipos de inversión directa:

- Adquisición de acciones nuevas, que se realiza por medio del establecimiento de una empresa conjunta (*joint venture*), al crear una empresa doméstica (tenga o no participación extranjera) o suscribir ampliaciones de capital.
- Adquisición de acciones ya existentes. El inversor extranjero puede comprar acciones directamente al accionista coreano, o adquirir más de un 10% del capital en Bolsa.
- Préstamos para un plazo de cinco años o más para empresas con capitales extranjeros o filiales de empresas extranjeras, que pueden convertirse en acciones.
- Adquisición de acciones en fusiones.

Con respecto a la aportación de capital, puede tomar las siguientes modalidades:

- Aportación de capital y de bienes de equipo, acciones de empresas extranjeras, dividendos no repartidos conforme a lo establecido en la ley (FIPA), ingresos de la venta de títulos o bienes inmuebles propiedad de inversores extranjeros.
- Aportación de derechos de propiedad intelectual y derechos equivalentes en relación a las tecnologías y al uso de las mismas.
- Préstamos para un plazo de cinco años o más para empresas con capital extranjero o filial de empresas extranjeras.

El capital mínimo de inversión debe ser de aproximadamente USD 45,900 (50 millones de wones) y la participación porcentual debe ser superior al 10%. En el caso que se sumen más inversores en una misma empresa, se debe respetar los mismos criterios para cada inversor. Cabe resaltar que no existe un límite al incremento del volumen de inversión. Además, si la inversión implica transferencia tecnológica, no es necesario un ratio de inversión mínimo. Tampoco es necesario en caso de establecerse un suministro de materias primas o si el contrato implica la designación de un directivo.

Corea reconoce, en la Korean Standard Industrial Classification (KSIC), 1.121 sectores de negocio. Se permite la inversión extranjera directa en 1,056 sectores (1,030 son abiertos y 26 parcialmente abiertos). Los demás sectores se relacionan con áreas en donde la inversión puede ser:

- Una amenaza para la seguridad nacional y el orden público.
- Perjudicial para la salud pública o la conservación del medio ambiente, o pueda atentar contra las costumbres y moral de la cultura de la República de Corea.

- Violar alguna ley de la República de Corea.

Existen las siguientes limitaciones a la inversión:

- En el sector pesquero, en la cría de ganado vacuno y en la distribución al por mayor de carne, la inversión extranjera no puede ser superior al 50% de las acciones con derecho a voto.
- La inversión en el cultivo de arroz y de cebada está totalmente prohibida.
- En el sector de las telecomunicaciones, puede alcanzar el 49% del total con derecho a voto, a excepción de la compañía pública Korea Telecom donde el máximo de participación es de un 5%. En este sector, el capital en manos de compañías coreanas, en las que empresas o gobiernos extranjeros posean más del 15%, tendrá la consideración de capital extranjero (Art. 36.3 de la *Securities Exchange and Transaction Act*).
- En la generación de electricidad, está prohibida la participación extranjera en las plantas nucleares. Además, el total de instalaciones de generación de la empresa pública Korea Electric Power Corporation (KEPCO) en manos de capital extranjero no puede superar el 30% del total nacional de capacidad instalada.
- En la distribución y transmisión de electricidad, el ratio de capital extranjero no puede ser superior al 50%. Además, está prohibido que los inversores extranjeros sean accionistas mayoritarios.
- En el transporte aéreo, tanto líneas regulares como vuelos *Charter*, el ratio de capital extranjero no puede ser superior al 50%.
- En el transporte marítimo de pasajeros y mercancías, la realización de una *joint venture* con una compañía local es obligatoria y la inversión sólo estará permitida si el ratio de capital extranjero es inferior al 50%.
- En lo que a prensa escrita se refiere, la inversión no puede ser superior al 30% en periódicos y 50% en revistas y ediciones periódicas.
- Por último, en la radiodifusión por cable, por satélite y las agencias de información los límites son del 50%, 33% y 25% respectivamente.

El sector de productos químicos, de componentes de automoción y de tecnologías de información son los principales puntos de concentración de la inversión extranjera directa en Corea. Dichos sectores representan el 75% de la inversión extranjera directa en dicho país.

Cuadro 2: Inversión Extranjera Directa en Corea del Sur por Industrias (Millones de US\$)

Industria	2009	2010
Manufactura	3,725	6,540
Componentes y Materiales	3,007	5,165
Servicios	7,594	6,226
Otros	165	109
Total	14,491	18,040

Fuente: Invest in Korea

*Otros se refiere a la industria primaria, electricidad, gas agua y construcción.

En el cuadro 2 se observa que la IED en Corea aumentó 24.5% durante 2010 con una inversión superior por US\$ 3,549 millones al 2009. El aumento de inversiones en el último año se explica por el crecimiento de los montos, en el sector Materiales y Manufactura, en 71.8% y 75.6% respectivamente. Aunque la inversión en el sector servicios disminuyó en 18%, explica el 35% de la IED en 2010. El sector Manufactura y Materiales explican el 36% y 29% respectivamente.

**Cuadro 3: Inversión Extranjera Directa en Corea del Sur
Por País de Procedencia
(Millones de US\$)**

País/Región	2009	2010
Unión Europea	5,297	3,087
Japón	1,933	2,084
Estados Unidos	1,487	1,907
Otros	2,766	5,798
Total	11,483	12,876

Fuente : Invest in Korea

En el cuadro 3 la Unión Europea se mantiene como el principal inversor (24.0%) a pesar que el monto de inversión de dicha región disminuyó en 41.7% con respecto a 2009. Le siguen Japón (16.2%) y Estados Unidos (14.8%) cuyos crecimiento en inversión fueron de 7.8% y 28.2% respectivamente.

**Cuadro 4: Inversión Extranjera Directa en Corea del Sur
Por Tipo de Inversión
(Millones de US\$)**

Tipo Inversión	2009	2010
Fusiones y Adquisiciones	3,375	2,011
Sucursales	8,109	10,865
Fábrica	2,686	4,096
Instalación	4,911	6,745
Total	19,081	23,717

Fuente : Invest in Korea

En 2010, las inversiones por tipo se concentraron principalmente en sucursales, instalaciones y fábricas. Las sucursales representan el 45.8%, las instalaciones el 28.4% y las fabricas, 17.3%. A pesar que la inversión en fábricas no pasa del 20% en 2010, el crecimiento que se registro fue de 52.5% con respecto al año anterior. Le siguen las instalaciones (37.3%) y sucursales (34.0%) en términos de variación.

2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

El sector servicios es la principal actividad económica del país. Dicho sector representa casi el 57.6% del PBI. Los principales subsectores son el de distribución, telecomunicación y turismo. Le sigue en importancia el sector Industria y Agricultura, que representan el 39.4% y el 3% respectivamente. La soya, el arroz, la cebada, la patata y el maíz son los productos agrícolas de mayor cultivo.

En agricultura, existe un descenso en el área cultivable debido al aumento de tierras para proyectos industriales y urbanos. A ello se suma el descenso del rendimiento agrícola y el envejecimiento de la población agrícola. Además, mantenimiento de barreras sanitarias y fitosanitarias, así como la prohibición de determinados productos agrícolas está resultando costoso para el país.

En el caso de las manufacturas, existe una disminución de la producción cuyo punto de quiebre se dió durante la crisis asiática. Tanto la disminución de la demanda como el aumento de la producción en países del Sudeste asiático y China, elevaron la competencia debido a una

disminución importante en los costos. A pesar de ello, Corea se mantiene como uno de los principales exportadores de textiles. La disminución en la fabricación de muebles se debe no tanto a los costos sino a la mayor disminución en la demanda debido a que se prefiriere, cada vez más, productos extranjeros.

Construcción Naval tiene 25 años de existencia y durante ese lapso se ha posicionado como el primer productor a nivel mundial. De las 10 empresas más importantes del sector, 7 son coreanas. El gobierno coreano lanzó un programa de rescate para las empresas del sector debido al fuerte impacto negativo que ocasionó la crisis financiera internacional. Con el fin de rescatar a la industria naviera, el gobierno compró barcos en uso y se subsidiaron créditos. A continuación se describen las principales empresas de este sector:

- Hyundai Heavy Industries es líder del sector a nivel mundial con el 20% del mercado mundial de fabricación de barcos.
- Samsung Heavy Industries es el segundo fabricante a nivel mundial. Posee el 50% de la cuota de mercado en la fabricación de buques offshore.
- Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering es líder mundial en la fabricación de buques LNGC, LNPC y grandes porta contenedores.
- Hanjin Heavy Industries & Construction es fabricante de buques de gran y mediano tamaño como porta contenedores, graneleros, quimiqueros, LNGC, dragas y buques militares.
- Hyundai Mipo Dockyard se especializa en la construcción de buques de pequeño y mediano tamaño.
- STX Shipbuilding tiene gran reputación internacional por la alta tecnología aplicada en su proceso de fabricación.
- Dae Sun Shipbuilding & Engineering se especializa en la fabricación de buques de pequeño y mediano tamaño, así como de su reparación.

La inversión extranjera en la industria automovilística se inició después de la crisis asiática de 1997. La cooperación de empresas japonesas (que se dio desde la década del setenta) fue reemplazada por la cooperación francesa. El grupo Renault se hizo cargo de Samsung Motors en el año 2000. Después de un largo proceso de fusiones, compra y venta de empresas que se dieron durante la última década, el sector tuvo que afrontar una nueva crisis mundial que la afectó fuertemente. Sin embargo, las ventas disminuyeron en una proporción menor con respecto a otros países (8%). A continuación se presenta las principales empresas de este sector:

- Hyundai Motors es la principal firma automovilística surcoreana. Abarca el 80% del mercado automovilístico surcoreano.
- Kia Motors fue adquirida por Hyundai Motors en 1998, durante la crisis asiática y adquirió el 51% de la empresa.
- GM Daewoo pertenece a la norteamericana General Motors desde el año 2002.
- Ssangyong Motors pertenece a la Shanghai Automotive Industry Corporation que posee el 60% de la empresa.
- Renault-Samsung pertenece a la francesa Renault. Desde el año 2000 quién posee el 70% de esta empresa.

El sector electrónico es el más importante de Corea debido a que es el sector de mayor productividad y donde se invierte más en tecnología y en investigación y desarrollo. Los principales productos de exportación son pantallas de ordenador, televisores digitales, teléfonos móviles, componentes de ordenador, chips y accesorios. A continuación se presenta las principales empresas de este sector:

- Samsung Electronics es la empresa más grande del Grupo Samsung y una de las más importantes del mundo. Posee una de las 10 marcas más reconocidas de fabricantes en el mundo.
- LG Electronics es la empresa líder en innovación tecnológica de consumo electrónico y es superada solo por Samsung.
- Pantech Co., Ltd se especializa en la fabricación de teléfonos móviles.

- Dongyan Telecom Co., Ltd ofrece soluciones totales en equipos de telecomunicación.
- Hynix Semiconductor Inc se dedica a la fabricación de semiconductores. En 1999 se fusiono con LG Semiconductor.

Cuadro 5: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2011

Criterios	Corea del Sur	Perú	Japón	China	Colombia	Chile	Singapur
Facilidad de hacer negocios	16	36	18	79	39	43	1
Apertura de un negocio	60	54	98	151	73	62	4
Manejo permiso de construcción	22	97	44	181	32	68	2
Registro de propiedades	74	24	59	38	55	45	15
Obtención de crédito	15	15	15	65	65	72	6
Protección de los inversores	74	20	16	93	5	28	2
Pago de impuestos	49	86	112	114	118	46	4
Comercio transfronterizo	8	53	24	50	99	68	1
Cumplimiento de contratos	5	110	19	15	150	68	13
Cierre de una empresa	13	96	1	68	29	91	2

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

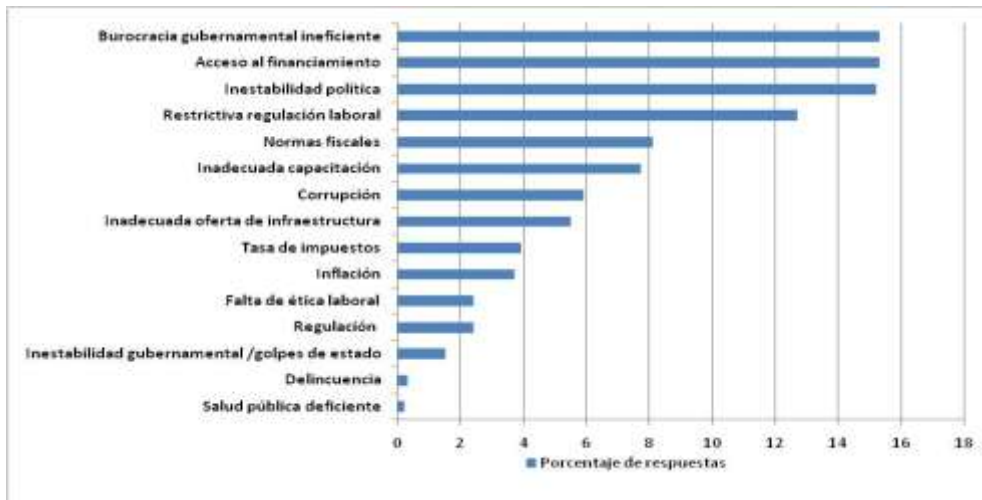
2.3 Nivel de Competitividad

En el Cuadro N° 5 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business* (Facilidad de hacer negocios entre 183 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Corea del Sur y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 36° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Corea se encuentra en la posición 16°. Perú subió 10 posiciones con respecto a 2010 principalmente por la mejora en apertura de negocios (subió 49 posiciones) y comercio transfronterizo (subió 27 posiciones).

Por otro lado, Corea disminuyó una posición con respecto a 2010 debido principalmente a una disminución en apertura de negocios (bajó 5 posiciones) y registró de propiedad (bajó una posición).

En el gráfico N° 1 se observa claramente que los dos principales problemas para hacer negocios en Corea del Sur son la burocracia, el acceso al financiamiento y la inestabilidad política. La restrictiva regulación laboral se ubica en el tercer lugar.

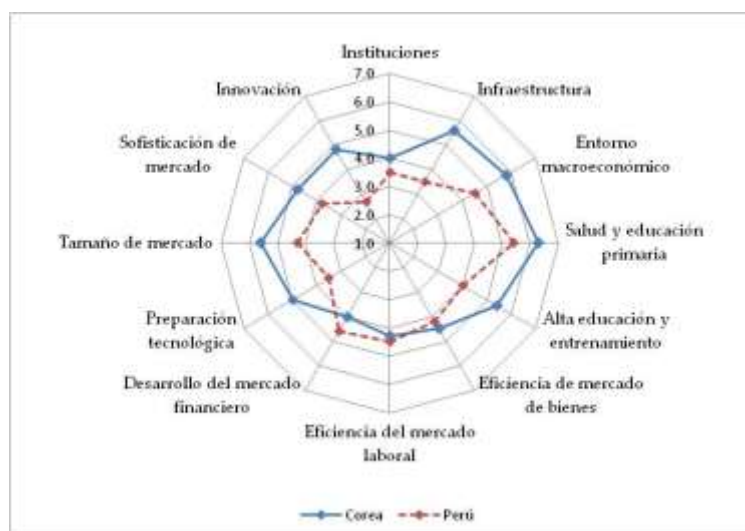
Gráfico 1: Factores problema para hacer negocios



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011
Elaboración: PROMPERU

En el ranking general de entre 133 países analizados, Corea del Sur ocupa el puesto 19 y Perú, el puesto 73. En términos de competitividad Corea del Sur y Perú obtuvieron 5.0 y 4.11 puntos respectivamente. Sin embargo cabe destacar que ambos países no se encuentran en el mismo nivel de desarrollo. Corea se encuentra en el tercer estado de desarrollo mientras que Perú se ubica en el segundo estado, según el último reporte de competitividad global 2010-2011 (World Economic Forum). Ello implica que tanto la estrategia como las políticas a utilizar serán diferentes ya que se deben cumplir etapas y procesos.

Gráfico 2: Índice de Competitividad Global



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2010-2011
Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la metodología utilizada, se debe desarrollar la eficiencia en los procesos de producción y calidad del producto para avanzar al siguiente nivel de desarrollo en el caso de Perú. Para aumentar la competitividad, en este segundo estado, se debe enfatizar en mejorar el nivel de educación y entrenamiento laboral así como el desarrollo del mercado financiero, la eficiencia de mercado de bienes, la implementación de nuevas tecnologías e incrementar la participación en nuevos mercados.

3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

3.1 Intercambio Comercial de Corea del Sur con el Mundo

El monto total de las exportaciones coreanas, se situó en US\$ 467 mil millones, monto 28.3% superior al año anterior. En 2009, las exportaciones de Corea cerraron en US\$ 363 mil millones. Las importaciones se situaron en US\$ 425 mil millones durante el 2010. Dicho monto representó un aumento de 31.6% con respecto al 2009. A diferencia del monto exportado en dicho año, las importaciones no alcanzaron los niveles que se registraron en 2008.

En 2010, la balanza comercial de Corea tuvo un saldo positivo de US\$ 41,172 millones. A pesar que el crecimiento promedio de los últimos cinco años fue de 26.5 %, se observa que la diferencia entre exportaciones e importaciones aumentó en más del 100% el monto con respecto a los niveles pre crisis.

El intercambio comercial de Corea con el mundo sumó US\$ 892 mil millones en 2010, lo que representó un aumento de 29,9% con respecto al año previo superando los niveles de pre crisis financiera. Al igual que en el caso de las exportaciones, se observa una tendencia creciente con similar tasa de crecimiento (29.9%).

Cuadro 6: Intercambio Comercial de Corea del Sur
En miles de millones de US\$

Régimen	2006	2007	2008	2009	2010	Var% Prom. 2010 - 2006	Var% 2010 - 2009
Exportaciones	325	371	422	363	467	9.4	28.3
Importaciones	309	357	435	323	425	8.3	31.6
Balanza	16	14	-13	40	41	26.5	1.8
Intercambio	634	728	857	686	892	8.9	29.9

Fuente: World Trade Atlas

En el 2010, los cinco principales destinos de las exportaciones coreanas fueron China (25% de participación), Estados Unidos (11%), Japón (6%), Hong Kong- China (5%), Singapur (3%) y Taiwán (3%). Los dos principales mercados de destino representaron un poco más de la tercera parte del total exportado.

Como se observa en el cuadro 7, las exportaciones en general disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional. Sin embargo, los montos de las exportaciones que se registraron en 2010 superaron a los montos pre crisis (2008) en la mayoría de países, con excepción de Singapur y Rusia. Cabe destacar que, de los principales países que se muestran en el cuadro 5, solo cuatro países mostraron una variación superior al 40% en el período 2009-2010: Taiwán (56.1%), India (42.9%), Indonesia (48.0%), y Rusia (85.1%).

**Cuadro 7: Principales destinos de las exportaciones de Corea del Sur
(Miles de Millones de US\$)**

Países destino	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
China	69	82	91	87	117	35.1
Estados Unidos	43	46	47	38	50	32.6
Japón	27	26	28	22	28	29.9
Hong Kong	19	19	20	20	25	28.7
Singapur	9	12	16	14	15	12.1
China-Taipéi	13	13	11	10	15	56.1
India	6	7	9	8	11	42.9
Alemania	10	12	11	9	11	20.2
Vietnam	4	6	8	7	10	35.3
México	6	7	9	7	10	35.2
Indonesia	5	6	8	6	9	48.0
Rusia	5	8	10	4	8	85.1
Otros países	109	128	154	133	159	19.2
Total	325	371	422	364	467	28.7

Fuente: World Trade Atlas

**Cuadro 8: Principales proveedores de Corea del Sur
(Miles de Millones de US\$)**

Proveedores	2006	2007	2008	2009	2010	Var % 2009/2010
China	49	63	77	54	72	31.9
Japón	52	56	61	49	64	30.0
Estados Unidos	34	37	39	29	41	39.3
Arabia Saudí	21	21	34	20	27	35.7
Australia	11	13	18	15	20	38.4
Alemania	11	14	15	12	14	16.3
Indonesia	9	9	11	9	14	50.9
China Taipéi	9	10	13	10	14	38.5
Emiratos Árabes Unidos	13	13	19	9	12	31.2
Qatar	7	8	14	8	1	42.1
Kuwait	8	9	12	8	11	35.9
Rusia	5	7	8	6	10	71.1
Otros países	81	96	116	93	115	23.5
Total	309	357	435	323	425	31.6

Fuente: World Trade Atlas

Los cinco principales países proveedores son China (16,8%), Japón (15,1%), Estados Unidos (9,6%), Arabia Saudí (6,3%) y Australia (4,8%). Al igual que en el cuadro anterior, se observa una disminución general del monto importado de todos los países que comercian con Corea.

Los países de los cuales se limitó fuertemente el comercio durante la crisis fueron Arabia Saudí (-41,6%), Emiratos Árabes Unidos (-51,6%) y Qatar (-41,7%). Sin embargo, las variaciones que se registraron en el período 2009-2010 fueron superiores, en porcentaje, a los del período previo: 35.7%, 31.2% y 42.1% respectivamente.

3.2 Intercambio Comercial de Corea del Sur con Perú

Las exportaciones peruanas a Corea del Sur alcanzó US\$ 896 millones en 2010, valor superior 19.5% año anterior. Las importaciones alcanzaron US\$ 951 millones durante el mismo periodo y representó 58.4% de crecimiento.

La crisis internacional parece haber afectado de manera regular el comercio entre ambos países. Las exportaciones se vieron afectadas primero debido a una disminución temprana de la demanda. Corea fue uno de los primeros países en ser perjudicados por la crisis. Al siguiente año, las importaciones cayeron en US\$ 117 millones. Sin embargo, en 2010 las importaciones superaron los niveles de pre crisis.

La balanza comercial de Perú con Corea del Sur ha tenido un desempeño variable en los últimos años. Se registró un máximo de US\$ 404 millones en 2007 y un mínimo de US\$ 167 millones en 2008. Sin embargo, la balanza comercial fue deficitaria para nuestro país en el último año debido al fuerte crecimiento de las importaciones (55.3%).

El intercambio comercial entre ambos países sumó US\$ 1847.2 millones en 2010. Dicho monto representó un aumento de 36.8% con respecto al año previo. Se observa una tendencia creciente a pesar de la disminución que se registró en el año 2008.

Cuadro 9: Balanza Comercial Perú con Corea del Sur
Valores en millones de US\$

Régimen	2006	2007	2008	2009	2010	Var % Prom. 2010 - 2006	Var% 2010 - 2009
Exportaciones	548	888	551	750	896	13.1	19.5
Importaciones	363	484	718	600	951	27.3	58.4
Balanza	185	404	-167	149	-55	-26.1	-137.1
Intercambio	910	1372	1269	1350	1847	19.4	36.8

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Cuadro 10: Exportaciones por sectores económicos
Valores en millones de US\$

Sector	2009	2010	Var %
Total Tradicional	711	849	19.4
Mineros	658	762	15.9
Cobre	323	438	35.6
Plomo	183	185	1.3
Zinc	152	140	-8.0
Resto	1	0	-----
Pesquero	2	8	325.0
Harina de pescado	0	6	2519.0
Aceite de pescado	2	2	42.3
Petróleo y Gas Natural	32	44	36.2
Petróleo Derivados	32	0	-100.0
Gas Natural	0	44	-----
Agrícolas	19	35	84.8
Café	19	35	85.6
Total No Tradicional	39	47	20.8
Agropecuario	1	2	32.3
Textil	5	8	45.8
Pesquero	28	31	13.8
Químico	2	3	72.0
Sídero-metalúrgico	2	2	1.0
Minería no metálica	0	1	766.7
Total	750	896	19.5

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración. PROMPERU

En 2010, las exportaciones peruanas a Corea del Sur alcanzaron US\$ 896 millones, lo que significó un aumento de 19.5% respecto al año anterior. El 94.8% de las exportaciones corresponde a productos tradicionales (que sumaron US\$ 849 millones) y el 5.2%, a los no tradicionales (US\$ 47 millones).

Cuadro 11: Principales productos de exportación no tradicional a Corea del Sur
Valores en US\$

Nº	Partida	Descripción	2010	Var %	Arancel %
1	1605909000	Pota preparada o conservada	11.9	8.6	20.0
2	0307490000	Pota congelada	10.3	-0.3	10.0
3	0304299000	Filete de anguila congelado	8.0	85.1	10.0
4	5112901000	Tejidos de lana peinada	1.9	96.1	13.0
5	5108200000	Hilados de pelo fino peinado	1.9	76.7	8.0
6	3203002100	Carmín de cochinilla	1.5	123.6	6.5
7	7602000000	Desperdicios de aluminio	0.8	-36.6	0.0
8	5112904000	Tejidos de alpaca o de llama	0.8	-1.9	13.0
9	5105391000	Pelo fino cardado de alpaca	0.7	102.9	0.0
10	7905000099	Chapas, hojas y tiras de cinc	0.7	80.4	8.0
11	2301209000	Harina, polvo y pellets de pota	0.5	390.5	5.0
12	2508500000	Andalucita, cianita y silimanita	0.4	-	3.0
13	6105100041	Camisas de algodón para hombre	0.4	-12.5	13.0
14	0303800000	Huevera de pescado, congelado	0.4	-59.4	10.0
15	1806320000	Chocolates en bloques	0.4	-	8.0
16	7905000091	Discos, hexágonos de cinc	0.3	40.3	8.0
17	2810001000	Ácido ortobórico	0.3	-37.4	5.5
		Otros	5,5	6.4	
		Total	46,5	21.0	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración. PROMPERU

Las exportaciones tradicionales muestran un decrecimiento de 19.4%. Entre los productos tradicionales destacan los minerales (cobre, plomo y zinc), el gas natural y el café, mientras que en los no tradicional destacan los sectores pesquero (US\$ 31.4 millones) y textil (US\$ 7.6 millones) y en menor medida el sector químico (US\$ 2.8 millones), sidero-metalúrgico (US\$ 2.1 millones) y agropecuario (US\$ 1.7 millones). Los tres sectores tienen una participación de 0.31%, 0.23%, 0.19% respectivamente. Entre los principales productos no tradicionales exportados a Corea del Sur figura la pota, filetes de anguila, tejidos de lana, carmín de cochinilla, entre otros.

En el cuadro N° 12 se observa que las exportaciones totales de las grandes empresas mantuvieron una tendencia creciente a pesar de la crisis de 2009. La variación entre 2008 y 2009 fue de aproximadamente US\$ 238 millones y entre 2009 y 2010 fue US\$ 131 millones. El monto exportado de las empresas medianas en 2010 no alcanzó los niveles de pre crisis a pesar de haber aumentado en 19.5%. Caso contrario se observa en los montos exportados de la pequeña y micro empresa en donde las micro registraron la mayor variación porcentual en el último año.

Cuadro 12: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	Número de Empresas	Exportaciones Millones de US\$ 2008	Exportaciones Millones de US\$ 2009	Exportaciones Millones de US\$ 2010	Var % 2010/2009
Grande	33	427	665.30	796.80	19.8
Mediana	75	105	66.03	78.92	19.5
Pequeña	140	17	15.85	17.22	8.6
Micro	374	2	2	2.98	23.3

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT
Elaboración: PROMPERU

4. Acceso al Mercado

4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

Corea del Sur aplica el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (HS). La Aduana coreana y el Ministerio de Estrategia y Finanzas regulan los regímenes en su totalidad. La mayoría de los aranceles son Ad Valorem sin embargo existen tasas específicas y combinaciones de dichas tasas con aranceles Ad Valorem. Las importaciones se calculan sobre el valor CIF y se utiliza el método valor de transacción, sobre la base del precio efectivamente pagado o por pagar por el comprador.

- Productos Industriales (8%)
- Productos Agrícolas (entre 30% y 50%) excepto ajos (360%), castañas (219%), cebollas (135%)
- Productos para uso educativo, software, maquinaria y materiales de alta tecnología (Exentos de impuestos o régimen reducido)
- Cerveza y Whisky (30%)
- Cigarrillos (40%)
- Vehículos importados (10%)
- Importación de artículos personales (entre 25% y 65%)

En el cuadro N° 13 muestra los diez principales productos peruanos, no tradicionales, exportados a Corea del Sur, la participación porcentual de los principales competidores y el porcentaje de arancel aplicado. Se espera mejoras arancelarias cuando entre en vigencia a mediados de junio de 2011.

Cuadro 13: Arancel y participación de las exportaciones no tradicionales a Corea del Sur

Nro.	Partida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores	Arancel %
1	1605909000	Pota preparada	3	China (35,4%), R.Unido (11,2%), Perú (10,2%)	20
2	0307490000	Pota congelada	2	Vietnam (54,2%), Perú (11,8%), China (8,8%)	10
3	0304299000	Filete de anguila congelado	3	Rusia (33,6%), China (24,4%), Perú (5,3%)	10
4	5112901000	Tejidos de lana peinada	3	Italia (42,9%), China (28,9%), Perú (16,1%)	13
5	5108200000	Hilados de pelo fino peinado	1	Perú (60,1%), Italia (17,0%), China (16,4%)	8
6	3203002100	Carmín de cochinilla	3	China (38,9%), Japón (21,2%), Perú (14,4%)	6.5
7	7602000000	Desperdicios de aluminio	54	Estados Unidos (27,8%), Australia (6,8%), R.Unido (6,6%)	0
8	5112904000	Tejidos de alpaca o de llama	3	Italia (42,9%), China (28,9%), Perú (16,1%)	13
9	5105391000	Pelo fino cardado de alpaca	2	Sudáfrica (40,3%), Perú (23,0%), China (20,6%)	0
10	7905000099	Chapas, hojas y tiras de cinc	18	Francia (38,3%), Alemania (35,1%), Holanda (18,2%)	8

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP
Elaboración: PROMPERU

El primero de agosto de 2011 entró en vigencia el Acuerdo entre Perú y Corea del Sur, que otorga importantes desgravaciones arancelarias a los productos peruanos. A continuación algunos productos de la oferta peruana con sus procesos de desgravación respectivo.

- **Sector agroindustrial.** Como resultado de la negociación, el café podrá ingresar al mercado coreano libre del pago de aranceles una vez que el acuerdo entre en vigencia. Los espárragos refrigerados y preparados así como la palta se desgravarán en tres (03) años. Cabe indicar que los aranceles para estos productos son 27%, 20% y 30% respectivamente, por lo que la reducción arancelaria mejorará la competitividad de los productos peruanos en el mercado.

De otro lado, los bananos y limones se desgravarán en cinco (05) años mientras que los mangos, maíz gigante blanco y maíz morado lo harán en diez años. La naranja y la uva tienen programas de desgravaciones especiales y estacionales. Así, el arancel aplicado a las naranjas peruanas que ingresen a Corea durante el 1 de mayo y 31 de octubre se desgravará en diez años. En tanto que el aplicado a la uva que ingrese entre el 1 de noviembre al 30 de abril del año siguiente se

desgravará en un plazo de cinco años. Al respecto se debe indicar que el 17 de mayo de este año, el Servicio Nacional de Cuarentena Vegetal de Corea autorizó el ingreso de la uva de mesa peruana.

- **Sector confecciones.** El arancel promedio actual es de 13%. Para productos confeccionados en algodón de punto como t-shirts, polos shirt para damas y caballeros, suéteres y prendas para bebé la desgravación arancelaria será en cinco años. Es decir, una vez que el acuerdo entre en vigencia el arancel se reducirá a 10.4% y disminuirá en 2.6% cada año hasta llegar a cero. Los productos indicados, pero confeccionados con tejidos de fibras diferentes al algodón, podrán ingresar sin pagar arancel desde que el acuerdo entre en vigencia.
- **Sector pesquero.** Los aranceles en este sector son muy variables y oscilan entre 5% y 22%. Los plazos de desgravación del acuerdo difieren por producto. Así, el arancel aplicado a la pota congelada (22%) será cero al iniciar el decimo año de vigencia del acuerdo. Lo mismo sucederá con las conchas de abanico, pota preparada, colas de langostinos y pulpos congelados cuyo arancel base es 20%. Otros productos como las anchoas saladas y preparadas y aletas de tiburón tendrán arancel cero en un plazo de tres a cinco años.

- **Medidas No Arancelarias**

Para realizar negocios de exportación e importación de productos se requiere de un registro de empresa en la *Korean International Trade Association* (KITA). La mayoría de los productos pueden ser importados en Corea del Sur sin ninguna licencia de importación. La antigua licencia de importación ha sido reemplazada por una declaración de importación. Existe asimismo un sistema de control de los productos al ingresar al territorio. Dependiendo de la clasificación del importador dada por Aduanas, los productos serán controlados en mayor o menor medida. Si el importador se ha visto involucrado en una situación de no conformidad, sus productos tenderán a ser controlados sistemáticamente.

Los procedimientos de controles no solo consisten en verificar la correspondencia de productos importados con los documentos presentados, sino también en constatar que los productos cumplan con las reglas coreanas (estándares, reglas fitosanitarias y/o fumigaciones). Al importar alimentos perecibles, el detalle de los componentes de productos (porcentaje de cada ingrediente) debe estar adjunto a la declaración de importación.

Solo algunos productos incluidos en la "lista negra" (nota de exportación e importación) se encuentran regulados o prohibidos. Las licencias de estos productos se expiden dependiendo del tipo de importación, tras un estudio realizado por el ministerio competente y a través de la consulta de las asociaciones profesionales correspondientes. Puede suceder que estas asociaciones estén constituidas por empresas locales rivales de los productos importados.

Señalar el origen de los productos es asimismo obligatorio y debe ser indicado en coreano, chino o inglés. El nombre del país de origen, precedido por "hecho en" o "producido en". Sin embargo, si existiesen algunas excepciones en esta obligación, se aconseja preguntar con antelación a los servicios de Aduanas de Corea.

Las licencias de importación tienen validez de un año. Las solicitudes de licencia de importación deben estar acompañadas por el contrato de compra y otros documentos exigidos por el banco respectivo o ministerio y solo los comerciantes registrados se encuentran autorizados para importar artículos en su nombre. Las importaciones se encuentran controladas por el Ministerio de Comercio, Industria y Energía y se clasifican en tres categorías: prohibidas, restringidas y aprobación automática.

4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Los impuestos en Corea son administrados por el Servicio Nacional de Impuestos. El 99% de los productos se encuentran liberalizados y el resto puede ser importado con autorización previa. Los aranceles a la importación de Corea son relativamente bajos y se sitúan en promedio en 8% (Hasta 2.0% para materias primas, 5.0% para productos semi-manufacturados, 8.0% para productos manufacturados). Por el contrario, los productos agrícolas presentan un arancel más elevado entre el 30% y 50%. La importación de algunos productos agrícolas está sometida a cuota. Si el valor importado excede el nivel de cuota permitido, es necesario pagar aranceles, los cuales son altos.

Cabe señalar que la importación de arroz se encuentra completamente controlada por el gobierno que acepta el ingreso de arroz sólo con fines industriales y rechaza la venta del arroz importado. Además, Corea aplica un sistema de "derechos de adaptación" a fin de proteger ciertas actividades del sector. Como regla, estos aumentos en las tasas son aplicables para 12 meses. En el 2000, se aplicaron a 27 productos, principalmente alimentos marinos, productos agrícolas y textiles.

Otros impuestos:

- Impuesto especial agrícola y pesquero – 20% de exención de impuesto
- Impuesto local – 10% de impuesto corporativo
- Impuesto al residente (impuesto local) – 10% impuesto a la empresa o impuesto por ingreso personal
- Impuesto a las adquisiciones (bienes inmuebles) – 3.6% del precio de compra (incluye impuesto a la educación)
- Impuesto a la tierra – 0.2% - 0.5% del precio de tierra
- Impuesto a la propiedad 0.3% - 7.0%
- Impuesto sobre consumo específico en una serie de artículos para clientes y artículos de lujo, incluyen joyería, piel, equipo de golf, aire acondicionado, televisores, videocámaras, entre otros. Las tasas se encuentran entre 10% y 30%.
- 5% de un impuesto de inscripción y 2% de un impuesto de adquisición aplicada a todos los vehículos de pasajeros (en caso sean importados o producidos en el país)

En el caso de los productos fitosanitarios, farmacéuticos, cosméticos y otros que se consideran como susceptibles de crear riesgos para la salud humana o animal, existe un complejo régimen de autorización y licencias, basado en estrictos y costosos análisis, que supone una fuerte barrera a la importación³.

4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de mercancías**

La liberalización del mercado de distribución comercial entró en vigencia el 1 de enero de 1996, en Seúl y Busan, y ocasionó una reorientación en la estructura del mercado de distribución basado en tiendas por departamento y mercados tradicionales. La mejora del estándar de vida en los últimos años, sumado al surgimiento y consolidación de la clase media, ha generado una expansión considerable de la demanda interna. Las costumbres y los estilos de vida se han orientado a lo occidental, especialmente, en las nuevas generaciones quienes han cambiado sus hábitos de consumo. Los coreanos sienten un mayor atractivo por marcas extranjeras fabricados en Corea o en el extranjero.

El sector de tiendas por departamento, en donde se distingue los grupos como Lotte, Hyundai, Shinsegae y la tienda por departamentos Samsung, se encuentra en proceso de transformación.

³ En caso se desee mayor información sobre los aranceles en Corea, ingresar a <http://english.customs.go.kr/>

Los negocios tradicionales y tiendas locales han disminuido y han sido reemplazados por las franquicias que se encuentran administrados por grandes grupos de distribución. Sin embargo, el negocio tradicional todavía mantiene una participación de 71% del mercado. Además, existe una fuerte mejora de venta puerta a puerta, venta por catálogo y telemarketing.

Corea también es uno de los países más avanzados en términos de velocidad de conexión a internet y penetración de celulares en el mercado. Debido a dichas características, el comercio on-line y las compras por televisión han registrado un alto crecimiento. El comercio on-line se ha vuelto popular entre vendedores y compradores, mientras que el sistema de pagos on-line ha evolucionado en sofisticación y seguridad.

Es importante tomar en consideración las particularidades del país respecto a las redes de distribución y las técnicas de promoción de ventas. Por ejemplo, numerosos intermediarios intervienen en la cadena de distribución. Estos incrementan considerablemente los precios finales. La mayoría de las importaciones se llevan a cabo por los intermediarios comerciales tanto como agentes o compañías comerciales.

- **Transporte de mercancías**

La red de carreteras de Corea del Sur está compuesta por 52,000 km asfaltados, entre las cuales 16,000 km son carreteras principales y 1,900 km son autopistas. Por otro lado, cabe mencionar que importantes proyectos de mejora gubernamental se encuentran en pleno desarrollo.

Debido a la situación de Corea y al cierre de la única frontera terrestre con Corea del Norte, el medio habitual de transporte de mercaderías es por vía marítima. La infraestructura portuaria es adecuada y Corea dispone de una importante flota mercante. Corea tiene dos puertos principales: Busan e Incheon. Otros puertos importantes son Tonghae, Masan, Yosu, Kunsan, Mokpo, Pohang, Ulsan y Cheju. Las empresas marítimas más importantes en Corea son Hanjin, Hyundai, entre otras.

El aeropuerto de Seúl, Kimpo, ocupa la séptima posición a nivel mundial en términos de carga. Los otros dos aeropuertos internacionales importantes del país son Busan y Cheju⁴.

5. Oportunidades Comerciales

5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Corea del Sur es miembro de la OMC, OECD, ANSEAN y APEC (Cooperación Económica Asia-Pacífico) cuyo principal objetivo para 2020 es el de establecer una zona común de libre comercio en los países que lo integran. Los principales puntos de interés se enfocan en temas sobre desregulación, inversión, aranceles y compras del estado. Asimismo, dicho país mantiene Tratados de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein), Chile, Singapur, India, Estados Unidos y la Unión Europea. Además, Corea se encuentra en proceso de negociación con Canadá, México, Nueva Zelanda, Australia y países del Consejo de Cooperación del Golfo (Bahréin, Kuwait, Omán, Qatar, Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos). Por último, se están iniciando negociaciones con China, Japón, Turquía y MERCOSUR.

Las conversaciones sobre la posibilidad de suscribir un tratado comercial entre Perú y Corea se iniciaron a finales de 2006. Dos años después, durante la reunión presidencial del APEC, que se llevó a cabo en Perú, los presidentes de ambas naciones anunciaron el inicio de las negociaciones. Sin embargo, el proceso de negociación formal se inició en marzo de 2009. El 21 de marzo de 2011 se suscribió el TLC entre Perú y Corea y entrará en vigencia desde el 1º de agosto de 2011.

⁴ FITA (The Federation of International Trade Associations)

El tratado contempla los siguientes temas:

- Trato Nacional y Acceso de Mercaderías al Mercado
- Reglas de Origen y Procedimientos de Origen
- Defensa Comercial
- Obstáculos Técnicos al Comercio
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- Procedimientos Aduaneros y Facilitación de Comercio
- Comercio Transfronterizo de Servicios
- Telecomunicaciones
- Entrada Temporal de Personas de Negocios
- Servicios Financieros
- Inversión
- Comercio Electrónico
- Propiedad Intelectual
- Políticas de Competencia
- Compras Públicas
- Cooperación y Fortalecimiento de Capacidades Comerciales
- Laboral
- Medio Ambiente
- Solución de Controversias
- Asuntos institucionales

De esta manera el Perú suma su tercer tratado bilateral en el mercado asiático después de suscribir lo propio con China y Singapur.

5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Para aplicar la metodología se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones de Corea (del período comprendido entre los años 2006 y 2010). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella. Si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Para este mercado se han priorizado el sector agrícola, textil y pesquero. La siguiente tabla muestra algunos productos potenciales como resultado del análisis, el sector al que pertenecen y su clasificación. Las cifras representan las importaciones mundiales de Corea del Sur por partida.

Cabe destacar que productos del sector agroindustrial y pesquero como los espárragos, café, uva, maíz gigante y papa, también mantienen un alto potencial debido a que la participación relativa aún es baja en el mercado coreano.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta aquellos productos que se han considerado con oportunidades en el corto, mediano y largo plazo. Dichos productos están incluidos en el Plan Operativo de Desarrollo de Mercados (POM) de Corea del Sur.

Cuadro 14: Productos peruanos con potencial exportador en Corea del Sur
Valores en miles de US\$

Partida	Descripción	Sector	Clasificación	Arancel %
210690	Preparaciones alimenticias	Agropecuario	Estrella	8
610910	Camisetas de punto de algodón	Textil	Estrella	13
620462	Pantalones de algodón para hombre	Textil	Estrella	13
520523	Hilados sencillos de algodón	Textil	Estrella	8
620342	Pantalones de algodón	Textil	Estrella	13
510529	Las demás lanas peinadas	Textil	Estrella	0
30379	Pescados congelados	Pesquero	Estrella	10
30613	Camarones, langostinos	Pesquero	Estrella	20
30759	Pulpos, congelados	Pesquero	Estrella	20
160590	Crustáceos preparados	Pesquero	Estrella	20
30192	Anguilas vivas	Pesquero	Prometedor	0
30269	Pescados frescos o refrigerados	Pesquero	Consolidado	20
080510	Naranjas frescas	Agropecuario	Estrella	50
080610	Uvas frescas	Agropecuario	Prometedor	45
200410	Patatas preparadas	Agropecuario	Prometedor	18

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, TRADE MAP
Elaboración: PROMPERU

6. Tendencias del Consumidor

El consumidor coreano presenta una alta sensibilidad en temas de marca-producto. Valoran la calidad y están dispuestos a pagar por ello. Tienen especial interés en productos que involucren a la salud así como el servicio post venta. Además, se observa un mayor consumo de productos extranjeros, en todos los estratos socioeconómicos, lo que revela la poca influencia que tiene el nacionalismo como determinantes de consumo. Como consecuencia, existe un mayor consumo de productos suntuosos o lujosos con mayor preferencia hacia las marcas internacionales.

La palabra bienestar para los coreanos se extiende no sólo a la adquisición de productos sino además a la posición de una mejor vivienda en términos de infraestructura y mejores condiciones de salud. Los coreanos se encuentran interesados en conservar una vida saludable, es decir presentar una apariencia de ser personas muy jóvenes, que gozan de muy buena salud. Esta situación los lleva a comer saludablemente adquiriendo productos orgánicos, dejando de lado el consumo del tabaco y el alcohol. En esta tendencia, existe además el consumo de productos ecológicos, naturales y dietéticos con su debida certificación. Los productos que son modificados genéticamente deben considerar en el empaque respectivo el sello de autorización sanitaria.

Los coreanos presentan un alto grado de selección y evaluación por los productos naturales, que considera no sólo la calidad de los mismos sino además los efectos que ellos poseen para conservar la salud. Se prefiere aquellos productos que incrementen el nivel intelectual de los estudiantes, que aumente la estatura genética en niños, que sean más saludables, entre otras características.

En los sectores vivienda, alimentos, bebidas no alcohólicas, transporte, otros productos alimenticios y servicios se observa un mayor gasto por parte de la población. En el 2005, los surcoreanos gastaron el 18.0% de sus ingresos en vivienda, 14.0% en alimentos, 12.0% en transporte y 13.0% en otros productos y servicios. Otra tendencia de interés es que las personas usan mas servicios de salud preventiva y médicos, incluyendo seguro médico privado, tratamientos sin receta médica y medicinas complementarias. Asimismo, se estiman que los gastos en artículos de salud y servicios médicos presenten un fuerte crecimiento entre el 2000 y 2015, siendo el principal motor del consumo el adulto mayor. Como resultado de ello, los artículos estimados a alcanzar un crecimiento considerable son servicios del cuidado de la salud en casa, medicina herbal, y equipos de medicina.

Se estima que los gastos en vestimenta y artículos de calzado será el segundo sector en crecimiento entre el 2000 y 2015. Existe un aumento en la variedad de prendas de vestir y calzado importados hacia Corea, principalmente de China (artículos de baja calidad) y de Estados Unidos (productos de alto valor) para cumplir con la demanda de cada población que sigue las tendencias de moda.

El crecimiento en el gasto en educación se encuentra entre los más altos en el periodo señalado. Ello es percibido como factor clave para el éxito particularmente entre los consumidores de altos ingresos.

Los productos alimenticios y las bebidas no alcohólicas representan una de las principales áreas en el gasto del consumidor y este consumo se ha elevado en los últimos años. Los consumidores han incrementado su preferencia por productos extranjeros y de alta calidad. Asimismo, tanto los hipermercados como la competencia entre las tiendas de descuento bajan los precios de los alimentos, especialmente en productos adquiridos en cantidad⁵.

⁵ Fuente: Euromonitor

Cuadro N° 15:
Gasto del consumidor de Corea: 1990-2015
(Cifras en miles de millones de won)

Rubro	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas no alcohólicas	21,736	34,952	44,988	57,654	66,498	74,527
Bebidas alcohólicas y tabaco	3,244	4,613	6,583	9,247	9,707	10,857
Prendas de vestir y calzado	536	11,757	11,902	17,327	20,304	24,450
Vivienda	1,199	31,238	51,278	72,865	81,965	96,652
Artículos del hogar y servicios	5,499	12,127	13,416	17,806	20,152	22,963
Art. salud y servicios médicos	6,487	13,411	2,955	32,464	38,252	44,126
Transporte	1,593	25,459	35,874	48,576	54,392	63,627
Comunicaciones	1,397	4,636	13,569	19,691	23,101	26,021
Ocio y recreación	7,686	18,152	23,322	34,359	37,782	42,745
Educación	4,087	9,196	13,960	20,838	25,190	27,849
Hoteles y catering	6,838	14,281	20,437	28,705	31,166	36,634
Art. diversos y servicios	7,929	21,807	37,396	55,766	59,199	65,107
TOTAL	91,955	201,630	293,678	415,295	467,705	535,557

Fuente: Euromonitor

7. Cultura de Negocios

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Es importante entender que, a pesar de ser un país moderno, Corea ha mantenido su cultura por más de 500 años. Es por ello que el protocolo, tanto en las relaciones sociales como empresariales, es muy importante.

Debido a su ubicación geográfica y superficie reducida, Corea fue invadida y ocupada por chinos y japoneses a lo largo de su historia. Japón, que ocupó Corea a inicios de 1910, no pudo eliminar la identidad coreana a pesar de haber prohibido la enseñanza de la lengua coreana reemplazándola por el japonés. Después de terminada la segunda guerra mundial y tras la caída de Japón, se inició en Corea una guerra civil que terminó en un armisticio y la división de Corea en dos partes hasta nuestros días. Por lo tanto, dada la relación histórica que el país tiene con sus vecinos, no se debe asumir que comparten una cultura de negocios similar.

Existe desconfianza hacia todo lo relacionado al exterior a nivel empresarial y comercial. Es por ello que se prefiere negociar con bienes y productos coreanos. Incluso en el ámbito laboral los

coreanos prefieren trabajar para empresas nacionales. Por lo tanto es indispensable que un tercero, de preferencia coreano (símbolo de confianza), sea el intermediario.

Un punto importante a tener en cuenta es el tema del estatus. Con la adopción del Confucianismo (en reemplazo del budismo) como ideología oficial, el grado de autoridad cobró un significado más importante. Dicha ideología busca la *armonía en las relaciones* sociales y familiares. Ello implica que el comportamiento variará ante autoridades y personas de mayor edad. Por ello, al iniciar una conversación, los coreanos preguntan por la edad para determinar la posición jerárquica y por lo tanto, el trato que se tiene que adoptar. Es necesario entonces conocer al representante de las negociaciones coreanas para "igualar el rango" de los individuos en la negociación.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- ✓ Aquella persona de menor estatus deberá reverenciar a aquella de mayor estatus.
- ✓ La persona quien inicia la reverencia del saludo debe decir "man-na-suh-pan-gop-sumnida", que quiere decir "encantado de conocerlo".
- ✓ En lo social se debe esperar a ser presentado y al despedirse es necesario hacer una reverencia a cada persona por separado.
- ✓ Si es invitado a una casa coreana, se deberá regalar fruta, flores o chocolates
- ✓ El número 4 o múltiplos se consideran de mala suerte mientras que el 7 es de buena fortuna.
- ✓ No envuelva los regalos en colores verde, blanco o negro. Utilice los colores amarillo y rosado en su reemplazo.
- ✓ Ofrezca los regalos con las dos manos ya recibirlos no se deben de abrir frente al otro.
- ✓ Los coreanos son extremadamente directos en lo que respecta la comunicación. Suelen preguntar varias veces para estar seguros del tema y tienden a ser concisos.
- ✓ Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación.
- ✓ Es recomendable que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general. El material debe estar disponible tanto en inglés como en coreano.
- ✓ Es importante tener en cuenta que el objetivo principal, en la primera reunión, es el conocerse mutuamente.
- ✓ La puntualidad es muy apreciado en la cultura coreana. Es común que lleguen con antelación a una reunión.

El tema de la tarjeta de visita es un caso particular. El intercambio de tarjetas es obligatorio. Se debe entregar con la mano derecha o con las dos manos. Nunca utilice la mano izquierda ya que se considera una falta de respeto. Una vez que reciba una tarjeta, nunca se la guarde en el momento. La costumbre dicta dejar la tarjeta sobre la mesa, enfrente de uno mismo.

Se recomienda que uno de los lados de la tarjeta este en coreano. Examine la tarjeta de negocios que recibe de forma cautelosa. Nunca escriba sobre la tarjeta de alguien con quien acaba de intercambiar. Por último es necesario recordar que, en la cultura coreana, la forma como se trata a tarjeta es un indicador de cómo será tratado el propietario de la tarjeta.

8. Contactos de Interés

ADUANA COREANA

<http://english.customs.go.kr/>

AGENCIA COREANA PARA LA TECNOLOGÍA

<http://ats.go.kr/english/index.asp>

AGENCIA DE PROMOCION AL COMERCIO E INVERSION EN COREA

www.kotra.or.kr/wps/portal/dk , www.investkorea.org

ASOCIACION INTERNACIONAL DE COMERCIO

<http://www.kbiz.or.kr/english/>

BANCO CENTRAL DE COREA

www.bok.or.kr

CAMARA COREANA DE COMERCIO E INDUSTRIA

<http://english.korcham.net/>

CAMARA DE COMERCIO DE LA UNION EUROPEA EN COREA

<http://www.euccck.org/>

FEDERACION DE INDUSTRIAS COREANAS

<http://www.fki.or.kr/en/Default.aspx>

FEDERACION DE PEQUENAS Y MEDIANAS EMPRESAS

<http://global.kita.net/>

KOREA FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

<http://kfda.go.kr/index3.html>

KOREA TOURISM ORGANIZATION

<http://spanish.visitkorea.or.kr/spa/index.kto>

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y COMERCIO

<http://www.mofat.go.kr/english/main/index.jsp?lang=eng>

MINISTERIO DE ECONOMIA Y CONOCIMIENTO

<http://www.mke.go.kr/language/eng/index.jsp>

NATIONAL PLANT QUARANTINE SERVICE

<http://www.npqqs.go.kr/homepage/english/>

9. Eventos Comerciales

Las ferias comerciales toman cada vez mayor importancia, en especial en el sector automotriz, industrial y tecnológico. Los usos, gustos y preferencias pueden ser medidos y ponderados para estimar una tendencia en un determinado mercado. Andong (1), Busan (11), Changwon (1), Daegu (3), Goyang (18), Incheon (1) y Seúl (36) son las siete ciudades que concentran los eventos comerciales de mayor importancia.

Es importante destacar que, las grandes empresas gastan alrededor del 10% de su presupuesto en ferias comercial. Además, dicha asignación de recursos se eleva a 40% en aquellas empresas que operan en la esfera B2B. A continuación se presenta el cronograma de los próximos eventos a desarrollarse en 2011 y que .

Cuadro 16: Calendario de Eventos 2011

Nº	Evento	Fecha	Sector	País
1	Seoul Seafood Show	Marzo 31-Abril 2	Agrícola y Forestal	Seúl - Corea
2	Seoul Motor Show	Abril 1-10	Automotriz	Goyang - Corea
3	SMT/PCB Packaging & Nepcon Korea	Abril 6-8	Electrónico y Eléctrico	Seúl - Corea
4	Korea International Jewellery & Watch Fair	Abril 14-17	Joyería	Seúl - Corea
5	Photo & Imaging	Abril 21-24	Publicidad y Comunicación	Seúl - Corea
6	Seoul Food & Hotel	Abril 26-29	Turismo	Goyang - Corea
7	Busan International Machinery Expo	Mayo 25-29	Maquinaria	Busán - Corea
8	Korea World Travel Fair	Junio 2-5	Turismo	Seúl - Corea
9	Environmental Technologies Exhibition	Junio 8-10	Servicios	Seúl - Corea
10	Korea International Packaging Exhibition	Junio 14-17	Servicios	Goyang - Corea
11	Korea Railway Fair	Junio 15-18	Transporte	Busán - Corea
12	Seoul International Book Fair	Junio 15-19	Editorial	Seúl - Corea
13	NANO KOREA Exhibition	Agosto 24-26	Industrial	Goyang - Corea
14	LED/OLED Lighting Fair	Septiembre 21-23	Electrónico y Eléctrico	Seúl - Corea
15	Korea International Art Fair	Septiembre 22-26	Artesanía	Seúl - Corea
16	Seoul Gift Show	Octubre 6-9	Artesanía	Seúl - Corea
17	BUSAN INTERNATIONAL TEA & CRAFT FAIR	Octubre 13-16	Alimentario	Busán - Corea
18	Korea Energy Show	Octubre 20-23	Servicios	Seúl - Corea
19	International Robot Industry Show	Octubre 27-30	Industriales	Seúl - Corea
20	Welding Korea	Noviembre 2-5	Industriales	Goyang - Corea
21	Seoul International Food & Food Tech Expo	Noviembre 9-12	Alimentario	Incheón - Seúl
22	Busan International Seafood & Fisheries Expo	Noviembre 10-12	Pesca	Seúl - Corea
23	International Machine Tools & Parts Fair	Noviembre 16-19	Industriales	Busán - Corea

24	International Beauty Expo-Korea	Noviembre 25-27	Industriales	Seúl - Corea
----	---------------------------------	-----------------	--------------	--------------

Fuente: Biztradeshows

10. Bibliografía

ASOCIACION COREANA DE EQUIPOS MARITIMOS

<http://www.komarine.or.kr>

ASOCIACION COREANA DE FABRICANTES DE AUTOMOBILES

<http://www.kama.or.kr>

ADUANA DE COREA

<http://english.customs.go.kr>

AGENCIA DE PROMOCIÓN DE INVERSIÓN Y COMERCIO DE COREA

<http://english.kotra.or.kr>

AGENCIA DEL CONSUMIDOR

<http://www.kca.go.kr>

ASOCIACIÓN COREANA DE COMERCIO INTERNACIONAL

<http://global.kita.net/>

ASOCIACIÓN DE AGENTES COMERCIALES EXTRANJEROS DE COREA

www.aftak.or.kr

BANCO CENTRAL DE KOREA

<http://www.bok.or.kr/>

BUSINESS TRADE SHOWS AND EXHIBITIONS PROMOTION SERVICES

www.biztradeshows.com

GOBIERNO DE COREA

www.korea.net

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

www.icex.es

INVERTIR EN COREA

www.investkorea.org

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y ENERGIA

www.mocie.go.kr

MINISTERIO DE INFORMACION Y COMUNICACIONES DE COREA

www.mic.go.kr

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y COMERCIO DE KOREA DE SUR

<http://www.mofat.go.kr>

SERVICIO DE INFORMACION ESTADISTICA DE COREA

<http://www.kosis.kr/>

WORLD ECONOMIC FORUM

www.weforum.org