

Guía de Mercado: Corea del Sur



Índice

I.	Resumen ejecutivo	3
II.	Información general	4
III.	Situación económica y de Coyuntura	4
	3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
	3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
	3.3. Nivel de Competitividad	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	6
	4.1. Intercambio Comercial del mercado con el Mundo	6
	4.2. Intercambio Comercial del Mercado con Perú.....	7
V.	Acceso al Mercado	9
	5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	9
	5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio.....	11
VI.	Oportunidades Comerciales	11
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	11
	6.2. Productos con Potencial Exportador	12
VII.	Tendencias del Consumidor	12
VIII.	Cultura de Negocios	15
IX.	Links de Interés	16
X.	Eventos Comerciales.....	17
XI.	Bibliografía	17

I. Resumen ejecutivo

Corea es la decimo cuarta economía a nivel mundial y el quinto país de mayor exportación a nivel mundial en el 2016. Es el primer socio comercial de China en cuanto a importaciones y segundo y tercero para Japón y Estados Unidos. Las ganancias de la mayoría de compañías coreanas, han recuperado sus niveles de pre crisis. Se estima que la competencia se intensificará y habrá un mayor interés de ingresar al mercado en empresas chinas, entre otras, debido al rápido crecimiento.

La economía coreana ha registrado menores niveles de crecimiento en los últimos años, sin embargo fue uno de los mercados asiáticos más afectados por la crisis financiera mundial, llegando a tener un PBI de 2,6% en 2015 y de 2,7% en el 2016. El crecimiento permaneció estancado en 2016 y de acuerdo al FMI, debería llegar al 3% en 2017 gracias a la recuperación del consumo doméstico, las mejoras de los sectores inmobiliario y fiscal y las medidas de estímulo monetario, esfuerzo del gobierno hacia una política favorable de negocios y el crecimiento económico mezclando estímulos fiscales con una política monetaria flexible.

El intercambio comercial de bienes de Corea del Sur con el mundo sumó US\$ 902 millones en 2016, es decir tuvo una reducción de 6,4% con respecto al año anterior, y con estas cifras superó los niveles que tenía previo a la crisis económica internacional. Además, esta es una economía que tuvo superávit comercial en el último quinquenio. El comercio de bienes entre el Perú y Corea del Sur sumó US\$ 2 608 millones en 2016, mientras que en 2012 era US\$ 3 078 millones, es decir se redujo en 4,1% en promedio anual en ese periodo. Sin embargo desde 2012, cuando alcanzó el máximo valor del último quinquenio, disminuyó de forma continua hasta el 2016.

Las ventas peruanas de bienes a Corea del Sur pasaron de US\$ 1 546 millones a US\$ 1 393 millones entre los años 2012 y 2016, reduciéndose en 2,6%. Si bien históricamente las exportaciones peruanas a este mercado se concentraron en productos tradicionales (más del 85%), en los últimos cinco años fueron los productos con valor agregado los que más incrementaron envíos a Corea del Sur.

Los principales envíos no tradicionales a Corea del Sur corresponden a alimentos, tanto pesqueros como agrícolas, y también algunos productos textiles. Las ventas de papa a este mercado (procesada como congelada) sumaron US\$ 68 millones en 2016, y representaron 42% del total de exportaciones con valor agregado. Otros productos pesqueros que destacaron, entre los envíos a Corea del Sur, están filetes de anguila congelada (US\$ 7 millones).

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre el Perú y Corea fue suscrito el 21 de marzo de 2011 en la ciudad de Seúl-Corea por los Ministros de Comercio de ambas naciones, y entró en vigencia el 1 de agosto del mismo año. Productos como café, espárragos, camu-camu, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, hilados de pelo fino, camisas de algodón, entre otros, ingresaron libre de aranceles de manera inmediata, así como a tres o cinco años después de vigente el acuerdo.

De acuerdo a datos de Euromonitor, 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 beneficios para la salud y valoran 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. El principal gasto en los hogares coreanos (16,1%) es en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar (13,6%), y en tercer término se ubica el ocio y la cultura con 11,9% del gasto total.

II. Información general



La República de Corea (Corea del Sur) está situado en el nordeste de Asia y ocupa la mitad sur de la península de Corea. La población supera los 51 millones de personas. El 83% de la población es urbana y la mitad vive en Seúl (10 millones), la capital, que es una de las ciudades más pobladas del mundo. Otras ciudades importantes son Busan (3,2 millones), Incheon (2,6 millones), Daegu (2,2 millones), Gwangju (1,5 millones) y Daejeon (1,6 millones).

En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 13% son menores de 14 años, el 73% se encuentra entre 15 y 64 años y el 14% tiene más de 65 años. La edad mediana es de 40 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.53%. En promedio, la distribución entre hombres y mujeres es casi la misma. La esperanza de vida es 81 años.

El 26,3% de la población coreana profesa el cristianismo (Protestantes 24% y Romano Católicos 7,6%), el 24,2% budismo y otros 0,9%. 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.

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.

III. Situación económica y de Coyuntura

Corea es la decimo cuarta economía a nivel mundial y el quinto país de mayor exportación a nivel mundial en el 2016. Es el primer socio comercial de China en cuanto a importaciones y segundo y tercero para Japón y Estados Unidos. Las ganancias de la mayoría de compañías coreanas, han recuperado sus niveles de pre crisis. Se estima que la competencia se intensificará y habrá un mayor interés de ingresar al mercado en empresas chinas, entre otras, debido al rápido crecimiento.

El comportamiento de la economía coreana dependerá de los precios al consumidor y la tasa de interés. De otro lado, el principal factor de riesgo que se percibe es la volatilidad del tipo de cambio. Aunado a ello, la resquebrajada relación con Corea del Norte debido a problemas políticos e ideológicos, ha originado que las expectativas de mejoría sean más conservadoras.

Se observa una creciente dependencia de la economía China. De acuerdo a cifras de Trademap, la proporción de exportaciones coreanas a dicho país alcanzó el 25% del total al término de 2016. Las exportaciones a Estados Unidos y Vietnam representaron el 13% y 7% del total de las exportaciones coreanas, respectivamente.

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La economía coreana ha registrado menores niveles de crecimiento en los últimos años, sin embargo fue uno de los mercados asiáticos más afectados por la crisis financiera mundial, llegando a tener un PBI de 2,6% en 2015 y de 2,7% en el 2016. El crecimiento permaneció estancado en 2016 y de acuerdo al FMI, debería llegar al 3% en 2017 gracias a la recuperación del consumo doméstico, las mejoras de los sectores inmobiliario y fiscal y las medidas de estímulo monetario, esfuerzo del gobierno hacia una política favorable de negocios y el crecimiento económico mezclando estímulos fiscales con una política monetaria flexible.

Cuadro 01

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos						
Indicadores Económicos	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Crecimiento real del PBI (%)	2,0	2,9	3,3	2,6	2,7	3,0
PBI per cápita (US\$)	22 589	25 998	27 989	27 222	27 633	29 806
Tasa de inflación (%)	2,2	1,4	1,3	0,7	1,0	1,9
Tasa de desempleo (%)	3,2	3,1	3,5	3,6	3,6	3,3

Fuente: World Economic Outlook, FMI. Elaboración PROMPERÚ

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 el cuadro adjunto¹.

1.00 KRW	=	0.000873070USD
South Korean Won	↔	US Dollar
1.00 KRW	=	0.00283974 PE
South Korean Won	↔	Peruvian Sol

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos²

La agricultura emplea el 7% de la fuerza laboral. La cantidad de tierra disponible para los agricultores ha disminuido de manera constante durante las últimas dos décadas. Sin embargo, los agricultores gozan de un alto nivel de protección y apoyo del gobierno. Casi dos tercios de los ingresos de los agricultores del sur de Corea se derivan de las subvenciones o de protección del Estado.

El sector manufactura representó el 39% del PIB de 2016 y emplea al 25,3% de todos los trabajadores. Las líneas que destacan dentro de este sector, se encuentran la electrónica del consumo, astilleros navales y el sector automotriz, donde Corea se ubica las primeras posiciones a nivel mundial.

Dentro de los productos del sector agricultura se encuentran las frutas, vegetales, leche, huevos y pescado; para el caso del sector manufacturas lo constituyen las telecomunicaciones, autopartes, químicos, construcción de barcos entre otros.

El sector servicios representa el 58% del PIB, industria 39% y agrícola 3%. Seúl continúa ejerciendo gran influencia sobre el sistema bancario y se espera que se enfrenten a un proceso de restructuración a medio plazo, ya que la mayoría son demasiado pequeños para apoyar los acuerdos de exportación del país.

La economía coreana genera alrededor de 350 mil empleos al año, sin inflación y con unas finanzas públicas y balanza de pagos muy saneadas, lo que supone una garantía para un crecimiento sostenible en los próximos años. Su deuda pública no supera el 40% del PBI.

¹ Para mayor información: www.xe.com

² Fuente: Euromonitor International

3.3. Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Corea y para otros países similares.

Cuadro 03

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2017							
Criterios	Corea del Sur	Perú	Japón	China	Colombia	Chile	Singapur
Facilidad de hacer negocios	5	54	34	78	53	57	2
Apertura de un negocio	11	103	89	127	61	59	6
Manejo de permisos de construcción	31	51	60	177	34	26	10
Obtención de electricidad	1	62	15	97	74	64	10
Registro de propiedades	39	37	49	42	53	58	19
Obtención de crédito	44	16	82	62	2	82	20
Protección de los inversores minoritarios	13	53	53	123	13	32	1
Pago de impuestos	23	105	70	131	139	120	8
Comercio transfronterizo	32	86	49	96	121	65	41
Cumplimiento de contratos	1	63	48	5	174	56	2
Resolución de la insolvencia	4	79	2	53	33	55	29

Fuente: Doing Business 2013. Banco Mundial Elaboración PROMPERU

El Perú se encuentra en la posición 54^o en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que Corea del Sur se encuentra en la posición 5^o. Cabe recalcar que Corea bajó una posición con respecto al año anterior. La tendencia de Corea en el ranking se debe a la reducción a los manejos de permisos de construcción (bajó 3 puntos), obtención del crédito (bajó 2 puntos) y protección de los inversionistas minoritarios (bajó en 3 puntos).

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial de bienes Corea del Sur - Mundo

El intercambio comercial de bienes de Corea del Sur con el mundo sumó US\$ 902 millones en 2016, es decir tuvo una reducción de 6,4% con respecto al año anterior, y con estas cifras superó los niveles que tenía previo a la crisis económica internacional. Además, esta es una economía que tuvo superávit comercial en el último quinquenio.

Cuadro 04

Comercio de bienes Corea del Sur - Mundo (US\$ millones)							
Indicadores	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % Prom. 16/12	Var. % 16/15
Exportaciones	549	560	573	527	495	-2.5	-5.9
Importaciones	520	516	526	437	406	-5.9	-6.9
Balanza Comercial	29	44	48	90	89	32.4	-1.1
Intercambio Comercial	1 068	1 075	1 099	963	902	-4.2	-6.4

Fuente: Trademap Elaboración PROMPERU

Las importaciones coreanas de bienes se redujeron en 6,9% en promedio anual entre 2012 y 2016. En el último año, estas compras totalizaron US\$ 406 millones; y los principales mercados fueron China (21% de participación), Japón (12%), Estados Unidos (11%), Alemania (5%) y Arabia Saudita (4%).

Por otro lado, las exportaciones de bienes de Corea del Sur fueron US\$ 495 millones en 2016, y se redujeron en 2,5% en promedio cada año en los últimos cinco años. Los principales destinos de estas ventas, en 2016, fueron China (25% de participación), Estados Unidos (13%), Hong Kong (7%), Vietnam (7%) y Japón (5%).

4.2. Intercambio Comercial de bienes Corea del Sur - Perú

El comercio de bienes entre el Perú y Corea del Sur sumó US\$ 2 608 millones en 2016, mientras que en 2012 era US\$ 3 078 millones, es decir se redujo en 4,1% en promedio anual en ese periodo. Sin embargo desde 2012, cuando alcanzó el máximo valor del último quinquenio, disminuyó de forma continua hasta el 2016.

Las ventas peruanas de bienes a Corea del Sur pasaron de US\$ 1 546 millones a US\$ 1 393 millones entre los años 2012 y 2016, reduciéndose en 2,6%. Si bien históricamente las exportaciones peruanas a este mercado se concentraron en productos tradicionales (más del 85%), en los últimos cinco años fueron los productos con valor agregado los que más incrementaron envíos a Corea del Sur.

Cuadro 05

Comercio de bienes Corea del Sur - Perú (US\$ millones)							
	2012	2013	2014	2015	2016	Var.% Prom 16/12	Var.% 16/15
Exportaciones	1 546	1 561	1 210	1 087	1 393	-2.6	28.2
Importaciones	1 532	1 471	1 284	1 203	1 215	-5.6	0.9
Balanza Comercial	14	90	-74	-116	178		-252.8
Intercambio Comercial	3 078	3 031	2 494	2 290	2 608	-4.1	13.9

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

En 2016, los sectores no tradicionales con mayores valores de ventas a este mercado de Asia fueron el pesquero y el agropecuario, al totalizar envíos por US\$ 86 millones y US\$ 49 millones, respectivamente. Mientras que los sectores que más incrementaron exportaciones a Corea del Sur, el año pasado, fueron químico (67,3%), sidero metalúrgico (62,4%), agropecuario (23,1%) y pesca (22,7%).

Cuadro 06

Sector	2015	2016	Var% 16 /15
Tradicional	954	1 233	29.3
Cobre	310	401	29.3
Plomo	291	387	33.2
Zinc	189	250	32.3
Petróleo	72	75	4.3
Gas natural licuado	11	54	389.9
Café	32	27	-16.3
Metales menores	15	18	20.0
Cobre refinado	15	12	-22.1
Aceite de pescado	1	4	205.4
Harina de pescado	9	4	-56.1
Zinc refinado	8	1	-92.1
Oro		1	-
Lanas	0.2	0.1	-65.6
Otros	0.1	0.1	2.4

No Tradicional	133	160	20.5
Pesquero	70	86	22.7
Agropecuario	40	49	23.1
Textil	12	9	-23.1
Químico	6	10	67.3
Sidero metalúrgico	3	4	62.4
Maderas y papeles	2	1	-19.3
Metal mecánico	0.3	0.2	-52.3
Varios (Incl. Joyería)	0.2	0.0	-88.3
Minería no metálica	0.1	0.1	-28.3
Pieles y cueros	0.0	0.0	234.4
Artesanías	0.3	-	-100
Total	1 087	1 393	28.2

Fuente: SUNAT
PROMPERÚ

Elaboración

Los principales envíos no tradicionales a Corea del Sur corresponden a alimentos, tanto pesqueros como agrícolas, y también algunos productos textiles. Las ventas de pota a este mercado (procesada como congelada) sumaron US\$ 68 millones en 2016, y representaron 42% del total de exportaciones con valor agregado. Otros productos pesqueros que destacaron, entre los envíos a Corea del Sur, están filetes de anguila congelada (US\$ 7 millones).

Por otro lado, las uvas, mango, bananos frescos, cacao en grano y crudo empezaron a ser exportados a este país con buena aceptación; y en 2016, las ventas sumaron US\$16 millones para las uvas, US\$ 8 millones para los mangos, US\$ 7 millones para los bananos y para el cacao en sus dos presentaciones se registró en conjunto US\$ 9 millones. En cuanto a los productos bienes textiles, los que registraron mayores ventas fueron hilados peinado de pelo de alpaca y llama por US\$ 4 millones.

Cuadro 07
Corea del Sur: Principales productos no tradicionales
US\$ millones

Subpartida	Descripción	2012	2013	2014	2015	2016	Var.% prom 16/12	Var.% 16/15
1605540000	Pota procesada	28	22	36	33	58	19.8	76.0
0806100000	Uvas frescas	9	13	17	22	16	15.6	-27.1
0307490000	Pota congelada	27	20	34	21	10	-22.3	-51.7
0811909100	Mango congelado	0.2	0.5	3	9	8	140.3	-20.2
0304890000	Filetes de anguila congelada	2	3	4	6	7	37.8	12.4
0803901100	Bananas tipo «CAVENDISH VALERY»	2	2	3	5	7	44.9	50.4
0304690000	Filetes congelados excepto de tilapias	3	5	6	6	6	17.4	-0.5
1801002000	Cacao en grano					5	-	-
1801001900	Cacao crudo	0	0	0	0	4	492.3	151 882
5108200000	Hilados de pelo fino refinado	2	2	4	4	4	26.6	-0.7
Total		93	81	129	133	160	14.6	20.5

Fuente: SUNAT. Elaboración PROMPERÚ

v. Acceso

al

Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

La Aduana coreana y el Ministerio de Estrategia y Finanzas regulan los regímenes en su totalidad. Sin embargo, la formulación y aplicación de las políticas comerciales en Corea del Sur incumbe fundamentalmente al Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio (MOFAT). El Ministry of Knowledge and Economy (MKE) reglamenta las importaciones, exportaciones y la inversión directa extranjera. La Korean Trade Commission (KTC), dependiente del MKE, asesora en materia comercial e investiga prácticas comerciales desleales haciendo el seguimiento de los compromisos en la OMC.

La mayoría de los aranceles son Ad Valorem, aunque 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 de valor de transacción sobre la base del precio efectivamente pagado o por pagar por el comprador. De acuerdo a la Aduana coreana, los rangos promedio de aranceles establecidos en el país son los siguientes:

- 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%)

Cuadro 08

RK	Subpartida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia arancelaria
1	1605540000	Pota procesada	1	China 20.9% Tailandia 2.4% Vietnam 0.4%	20%	0%
2	0806100000	Uvas frescas	2	Chile 76.9% Perú 13.6% Estados Unidos 8.9%	45%	0%
3	0307490000	Pota congelada	3	Vietnam 34.9% Chile 21.1% Perú 19.2%	10%	0%
4	0811909100	Mango congelado	5	Chile 21.8% Estados Unidos 20.1% China 18.4%	30%	0%
5	0304890000	Filetes de anguila congelada	1	Perú 35.8% China 24.5% Noruega 13.4%	10%	0%
6	0803901100	Bananas tipo «CAVENDISH VALERY»	3	Filipinas 90.5% Guatemala 5% Perú 2.2%	30%	0%
7	0304690000	Filetes congelados excepto tilapia	-	China 97.6% Turquía 1.7% Filipinas 0.4%	10%	0%
8	1801002000	Cacao en grano	14	Ghana 91.1% Ecuador 8% Francia 0.4%	2%	0%

9	1801001900	Cacao crudo	14	Ghana 91.1%	2%	0%
				Ecuador 8%		
				Francia 0.4%		
10	5108200000	Hilados peinados de pelo de alpaca y llama	1	Perú 61.3%	8%	2.2%
				Italia 30.3%		
				China 7.9%		

Fuente: SUNAT, Trademap Elaboración PROMPERÚ

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 puede ingresar al mercado coreano libre del pago de aranceles desde la entrada en vigencia del acuerdo. Los espárragos refrigerados y preparados, así como la palta, ya se han desgravado totalmente. Cabe indicar que los aranceles para estos productos originalmente eran de 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 hasta dentro de un año aún; mientras que los mangos, maíz gigante blanco y maíz morado lo harán en seis años.

- **Sector confecciones:** Para productos confeccionados en algodón de punto como t-shirts, polos shirt para damas y caballeros, suéteres y prendas para bebé la desgravación arancelaria se ha completado casi en su totalidad. Asimismo, los productos indicados, pero confeccionados con tejidos de fibras diferentes al algodón, consiguieron ingresar sin pagar arancel desde que el acuerdo entró en vigencia.

- **Sector pesquero:** Los aranceles en este sector son muy variables y oscilan entre 5% y 22%. Los plazos de desgravación en el acuerdo difieren por producto pesquero. Así, el arancel aplicado a la pota congelada (22% inicialmente) será cero al iniciar el décimo año de vigencia del acuerdo. Lo mismo sucederá con las conchas de abanico, pota preparada, colas de langostinos y pulpos congelados cuyo arancel base era de 20%. Otros productos como las anchoas saladas ya se han desgravado, o las aletas de tiburón que lo harán a su totalidad en 2015.

A los artículos de joyería además se les aplica un impuesto a los productos de lujo y un impuesto educacional. Se aplica una tasa del 20% para valor por encima de 2 millones de wones de todos los productos que cuesten 2 millones de wones o más. Adicionalmente, se impone una tasa educacional del 30% al valor resultante del impuesto a los productos de lujo.

Los aranceles preferenciales aplicados para distintos productos de la oferta exportable peruana pueden ser ubicados en la página web del SIICEX (www.siicex.gob.pe), en la sección de aranceles preferenciales.

Medidas No Arancelarias³

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. 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.

Existe asimismo un sistema de control de los productos al ingresar al territorio. Dependiendo de la clasificación del importador otorgada 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.

³ Según un estudio elaborado por ICEX España Exportación e Inversiones.

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 prohibidos⁴. 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.

En cuanto al etiquetado, Corea del Sur mantiene la obligatoriedad del etiquetado con indicación del país de origen para todas las mercancías y en la menor unidad de producto. El MKE exige que dichas indicaciones no sean de quita y pon y tengan un carácter de impresión permanente. La Korean Food and Drug Administration (KFDA) es responsable de las normas de etiquetado y envasado de alimentos según marcan las directrices de la Food Sanitation Act.

En los envases de los alimentos deben figurar los ingredientes y en cuanto al idioma, se aceptan las etiquetas con caracteres chinos, en las que figure también la información en lengua coreana y en principio no se imponen restricciones al uso de etiquetas en idiomas extranjeros. Por otro lado existen prescripciones obligatorias en materia de etiquetado de productos nacionales o importados modificados genéticamente en concreto para el maíz, la soja y la patata fresca, así como para otros alimentos que contengan estos productos, y para los productos orgánicos y funcionales.

5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

Los impuestos en Corea son administrados por el Servicio Nacional de Impuestos. El tipo general del Impuesto sobre Valor Añadido (VAT) es del 10%, mientras que determinados productos de consumo incorporan un gravamen del 5 al 20% en concepto de impuestos especiales, y otros están exentos, como es el caso de los bienes de primera necesidad. Otros impuestos que suelen aplicarse en el país son:

- 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%
- 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).

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre el Perú y Corea fue suscrito el 21 de marzo de 2011 en la ciudad de Seúl-Corea por los Ministros de Comercio de ambas naciones, y entró en vigencia el 1 de agosto del mismo año. Productos como café, espárragos, camu-camu, aceite de pescado, cobre, plomo, zinc, hilados de pelo fino, camisas de algodón, entre otros, ingresaron libre de aranceles de manera inmediata, así como a tres o cinco años después de vigente el acuerdo.

⁴ Para mayor información: http://asiaenglish.visitkorea.or.kr/ena/GK/GK_EN_2_1_3.jsp

6.2 Productos con potencial exportador

El Perú puede aprovechar el potencial derivado de la creciente relación comercial con Corea del Sur y los beneficios obtenidos con el TLC. Para ello, se han analizado las oportunidades en cuanto a productos de la oferta exportable peruana en el mercado coreano.

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Corea de Sur. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Corea del Sur (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, 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. De otra parte, 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.

Cuadro N° 8: Sector Agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella	155	0%	EE UU 35.7% China 20.3% India 8.9%
080450	Mangos frescos o secos	Prometedor	48	9%	Tailandia 51.8% Filipinas 27.6% Vietnam 1.3%
080550	Limones "Citrus limon, Citrus limonum" y limas	Prometedor	37	0%	EE UU 72.8% Chile 23.2% México 3.3%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Prometedor	26	0%	Ghana 91.1% Ecuador 8% Francia 0.4%
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	Prometedor	12	0%	EE UU 62.3% N. Zelanda 26.7% México 11%
091011	Jengibre, sin triturar ni pulverizar	Prometedor	7	0%	China 99.9% EE UU 0.1%
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético	Prometedor	7	0%	España 75.8% Italia 12.8% EE UU 9%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Si bien es cierto existen preferencias por los alimentos frescos en Corea del Sur, al ser percibidos como más naturales y saludables que las presentaciones procesadas; las conservas de hortalizas y de frutas han experimentado un crecimiento total en sus ventas de 12,0% y 6,2%, respectivamente, entre 2009 y 2014.

Si bien más del 70% del consumo de alimentos en Corea es importado, la fruta es la que más se consume, el consumo aproximado superó lo \$63% en el 2014, los lugares de compra de dichos productos son principalmente pequeños supermercados del barrio, los hipermercados y los mercados tradicionales. En cuando a la frecuencia de compra, cabe mencionar que el 23.1% compra por lo menos una vez al mes fruta, asimismo los factores decisivos de compra son: estado fresco (29%), lugar de origen 12%, certificación orgánica 2% entre otros.

Todos los productos alimentarios importados deben ser etiquetados en coreano, incluyendo toda la información necesaria. Estas etiquetas pueden ser colocadas en el puerto de destino, de manera que no puedan ser removidas con facilidad, que no cubran las etiquetas originales (en inglés o español) y con letras lo suficientemente grandes para una lectura sencilla

Cuadro N° 9: Sector Pesca

Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030559	Pescado seco, incluso salado, sin ahumar	Estrella	86	0%	Rusia 81.9% Vietnam 8% China 7.9%
030487	Filetes congelados de atún "del género Thunnus"	Estrella	85	0%	España 22% Italia 17.2% Francia 13.7%
030627	Camarones y langostinos, incluso ahumado, incluso pelados, vivos, frescos,	Estrella	43	0%	China 83.2% Tailandia 11.1% Vietnam 4.1%
160415	Preparaciones y conservas de caballa, enteros o en trozos	Prometedor	1	0%	Vietnam 53.2% China 33.5% Tailandia 8%
030366	Congelados de merluza	Prometedor	1	0%	Canadá 83.8% Sudáfrica 10.5%
030520	Hígados, huevas y lechas, secos, salados, en salmuera o ahumados	Prometedor	0.2	0%	Vietnam 48.8% China 27.9% Canadá 16.3%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Las importaciones de productos pesqueros a Corea del Sur deben pasar por la inspección sanitaria establecidas por el MFDS. Todos los productos pesqueros deben cumplir con los requisitos del Código Alimentario (Food Code) y el Código de Aditivos para Alimentos (Food Additives Code). Las inspecciones buscan determinar el contenido de sustancias tóxicas o residuos químicos utilizados en el tratamiento de los productos y verificar que no se han pasado los límites máximos establecidos.

Cuadro N° 10: Sector Textil – Confecciones

Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil (exc. de algodón)	Estrella	306	0%	China 51.9% Vietnam 18.7% Bangladesh 4.4%
611030	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto	Estrella	286	0%	China 45.4% Vietnam 24.1% Indonesia 9.9%
621210	Sostenes "corpiños" de todo tipo de materia textil, incl. elásticas y de punto	Estrella	172	0%	China 58.4% Indonesia 9.9% Vietnam 9.8%
620453	Faldas y faldas pantalón, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Prometedor	42	0%	China 56.7% Vietnam 20.6% Sri Lanka 4.5%
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés	Prometedor	42	0%	China 65.7% Vietnam 5.7% Bangladesh 3.6%
610712	Calzoncillos de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños	Prometedor	41	0%	China 49.5% Egipto 12.9% Camboya 9.3%
611012	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo fino	Prometedor	40	0%	China 56.4% Italia 26.7% Reino Unido 7.9%
611610		Prometedor	39	0%	Vietnam 70.6%

	Guantes, mitones y manoplas, de punto, impregnados, recubiertos o revestidos con plástico				China 20.7% Indonesia 4%
611595	Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón	Prometedor	23	0%	China 75.9% Vietnam 8.9% Pakistán 2.6%
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Prometedor	22	0%	China 55.5% Vietnam 10.2% Indonesia 7.7%

Fuente : TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

En el 2015, marcas con renombre como Chanel y Dior presentaron sus colecciones con mucho éxito, en su intento de conquistar Asia. La moda coreana es una de las modas más variadas que existe en el mundo, las tendencias de este mercado llaman bastante la atención y llegan a poder verse diferentes de esas tendencias en un mismo año, cosa que en el resto del mundo no ocurre, es decir, la variedad se destaca en el mercado coreano.

Los colores vivos están muy presentes en la moda coreana, es por esto que los jóvenes de dicho país visten con ropas abiertas, chalecos y pantalones de colores bastante llamativos.

Cuadro N° 11: Sector Manufacturas Diversas

Sector Manufacturas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
848630	Máquinas y aparatos para la manufactura de paneles	Estrella	2 021	0%	Japón 54.8% China 37.7% EE UU 7.1%
848690	Máquinas y aparatos de un tipo usadas principalmente para la manufactura de galletas	Estrella	1 674	0%	EE UU 41% Japón 29.4% Países Bajos 12.6%
851660	Hornos; cocinas, calentadores, incl. las mesas de cocción, parrillas y barcacoas "parrillas"	Estrella	171	0%	China 69% Alemania 10.6% Malasia 6.5%
691010	Fregaderos "piletas para lavar", lavabos, pedestales de lavabo	Prometedor	149	0%	China 96.8% EE UU 1.4% Finlandia 0.4%
850780	Acumuladores eléctricos	Estrella	143	0%	China 56.2% Vietnam 26.9% Japón 4.5%
940350	Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios	Prometedor	134	0%	China 69.6% Vietnam 18% Indonesia 3%
850151	Motores de corriente alterna, polifásicos, de potencia > 37,5 W pero <= 750 W	Prometedor	124	0%	Japón 51.2% China 19.2% Alemania 7.8%
848291	Bolas, rodillos y agujas para rodamientos	Prometedor	120	0%	China 53.8% Japón 25.8% Alemania 5.7%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

En el caso de las manufacturas, existe una disminución de la producción cuyo punto de quiebre se dio 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.

VII. Tendencias del Consumidor

De acuerdo a datos de Euromonitor, 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 beneficios para la salud y valoran 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. El principal gasto en los hogares coreanos (16,1%) es en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar (13,6%), y en tercer término se ubica el ocio y la cultura con 11,9% del gasto total.

El concepto de "sanación" se ha filtrado en los consumidores surcoreanos, influyendo cada vez más de todo. Los consumidores de ese país intentan escapar del estrés de la sociedad y del ritmo acelerado del país. Sobre todo en los centros urbanos, un número creciente de consumidores han sido incitados a ir hacia una búsqueda más profunda del bienestar espiritual, y esto se ha reflejado en una amplia gama de nuevas propuestas en productos.

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 cantidad. Por su parte, el comercio móvil continúa creciendo con el mayor uso de teléfonos inteligentes, y se espera que esta tendencia continúe.

Dentro de las marcas más reconocidas en este mercado se encuentran: Gap, Zara, Gucci, Tommy Hilfiger, Giordano, Calvin Klein. El nombre es un factor importante en la decisión de compra y asocian los precios mayores con mayor calidad. Incluso, las marcas de moda con tendencias formales están migrando a la producción de ropa casual para posicionarse en otros nichos de mercado. Asimismo, es importante mencionar que Corea del Sur tiene un alto uso del internet, por lo que tiendas importantes como Lotte, Hyundao o Shinsegae están reforzando los canales de venta on line, esto como respuesta al ingreso de marcas como Zara, Uniqlo y H&M, empresas que están ganando una gran posición en el mercado principalmente en la moda para jóvenes.

Asimismo, es importante mencionar que si bien se están incrementando las ventas on line, aun así existe la tendencia a acudir a las tiendas físicas para verificar la calidad de producto antes de comprarlo y que si bien el público objetivo femenino tiende a renovar constantemente su armario, se ha incrementado el interés en la moda para los varones en Corea del Sur.

En la actualidad, los consumidores buscan siempre variedad de productos, prefiriendo piezas con estilos y detalles únicos, lo que está llevando a una fuerte competencia, ya que los compradores cada vez piden más piezas exclusivas y personalizadas a su gusto, como una forma de expresar su personalidad, por lo que todas las marcas se están especializando en personalización.

VIII. Cultura de Negocios

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. Al momento de negociar, con frecuencia existe desconfianza hacia todo lo relacionado al exterior a nivel empresarial y comercial. Es por ello que se prefiere tratar 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. 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.
- 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 remplazo.
- Ofrezca los regalos con las dos manos y al recibirlos no se deben de abrir frente al otro.
- Los coreanos son extremadamente directos en lo que respecta a 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.

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.

IX. Links de Interés

Cuadro N° 11

Entidad	Enlace
Aduana Coreana	http://english.customs.go.kr/
Agencia De Promoción Al Comercio E Inversión En Corea	www.investkorea.org
Banco Central De Corea	www.bok.or.kr
Comisión de Comercio de Corea	http://www.ktc.go.kr/
Federación De Industrias Coreanas	http://www.fki.or.kr/en/Default.aspx
Ministerio de Seguridad Alimentaria y de Medicamentos	http://www.kfda.go.kr
Ministerio de Estrategia y Finanzas	http://.mosf.go.kr/
Ministerio De Asuntos Exteriores Y Comercio	http://www.mofat.go.kr/english/main/index.jsp?lang=eng
Ministerio De Economía Y Conocimiento	http://www.mke.go.kr/language/eng/index.jsp
Gateway to Korea	http://www.korea.net/main
Korea Importers Association	http://www.import.or.kr/
Korea Textile Organization	https://www.koreatextile.org/
Textile World Asia	http://www.textileworldasia.com/
Kotra	http://english.kotra.or.kr/kh/index.html
Korean Agency for Technology and Standards	http://www.ats.go.kr/en/main.do
Korea International Cooperation Agency	www.koica.go.kr/english/main.html
Korea Consumer Agency	english.kca.go.kr

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 12

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Butech Busan	Manufacturas diversas	Seúl	24/05/2017 – 27/05/2017	http://www.butech.or.kr/new/main/main.php
International Franchise Seúl	Servicios	Seúl	02/03/2017 – 04/03/2017	http://www.franchiseseoul.com/index.php/en/
Automotive Testing Expo Korea Goyang	Autopartes	Seúl	13/03/2018 – 15/03/2018	http://www.testing-expokorea.com/
Simtos Goyang	Manufacturas diversas	Seúl	03/*04/2018 – 07/04/2018	www.simtos.org

Fuente: Auma

XI. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor International
- Doing Business
- CIA, The World Factbook
- Korea Customs Service
- Trademap
- Investment Map

Actualización: 14 de abril 2017