

Boceto de Briefing.

- Anunciante:

Datos de la empresa: Marca Rojudaish S.A creada por María José Martínez en el año 2015, hemos triunfado llegando al hogar de nuestros clientes dándoles una ilusión de cercanía tras ser personas que distribuimos componentes electrónicos de calidad. Este es el logo:



Datos del producto: Estaremos ofertando componentes electrónicos para computadores, nuestros principales productos son: procesadores, tarjetas gráficas, placas madre, fuentes de alimentación, discos duros, memorias RAM.

Datos de la competencia: Nuestra competencia más fuerte dentro del país son las siguientes empresas: MPS, Inteco MC, Maitek sa y Nexcom. No obstante, uno de nuestros fracasos fue tra sel pedido de nuestros productos al por mayor solicitado por la empresa Pc madrigal, presento este situación como un fracaso debido a que no pudimos cubrir la cantidad de producto solicitado y nuestro cliente tuvo que esperar una semana para completar el pedido. Considero que esto sucedió debido a nuestra falta de experiencia y organización.

- Objetivos de la compañía:

Nuestras empresa busca posicionarse en el mercado y ser capaz de exportar el producto al continente latino-americano, buscamos fidelizar a nuestros clientes.

- Descripción público objetivo:

Demográfica: jóvenes hombres y mujeres de 25 años con ingresos de alrededor de dos salarios mínimos, clase media-alta. ¿Por qué? Queremos vendernos al público con una imagen profesional y amigable, las personas de esta edad y un poco mayores acostumbran a destinar gran parte de sus ingresos a tecnología de alta calidad. Debido a que el precio de nuestro producto no es tan elevado es accesible para todos.

Psicográfica: Personas que llevan una vida promedio de clase media-alta con algunos lujos, se caracterizan por ser muy responsables y trabajadores. ¿Por qué? Debido a que son personas trabajadoras tienden a valorar mucho el trabajo de las personas independientes, les gustan los productos de buena calidad, cuando compran algún producto tecnológico buscan que el mismo sea de buena calidad.

Conductual: Tienden a ser compradores compulsivos. ¿Por qué? la tecnología se ha convertido en una necesidad básica, son un producto bastante provocativo y útil.

Conductas: nuestros clientes una vez familiarizados con la empresa y el producto se sentirán como parte de la familia participando activamente en encuestas de satisfacción, buzón de sugerencias, entre otros, se sentirán como si estuviesen creciendo con la empresa.

Posicionamiento: queremos un lugar líder en el mercado. Esta decisión la tomamos debido a que buscamos una abundante cantidad de demanda y su fidelidad.

Mensajes prioritarios: tecnología, futuro, calidad y fidelidad.

Timing: Dedicaremos un año al estudio de mercado, cultura y costumbres de compra en materia de tecnología en el país al que queremos llegar, posteriormente, al cabo de un año

empezaremos con nuestras campañas publicitarias las cuales están destinadas a durar un mes de octubre a noviembre por todas las plataformas televisivas y vía internet al mismo tiempo. Presupuesto: un aproximado de 10000000 de pesos colombianos.

Nota: este monto de dinero ha sido calculado basados en los datos recolectados por la siguiente página: <https://www.delosdigital.com/es/blog/cuanto-cuesta-una-campana-de-marketing-digital>.

Matriz país.

•Países de estudio:

Argentina.

México.

Chile.

•Elegir 10 criterios de evaluación y comparar las variables Pestel.

Producción del sector primario en el país.

1. Subsidios de gobierno.
2. Acuerdos internacionales.
3. Regímenes arancelarios.
4. Moneda.
5. Proteccionismo de mercados.
6. Patrones de compra (tecnología)
7. Estilo de vida.
8. Cantidad de competencia.
9. Leyes de protección al consumidor.
10. Licencias de importación.

Ponderación.	Criterio.	Argentina.	Multipli cación.	México.	Multipli cación.	Chile.	Multipli cación.
5	1. Subsidios de gobierno.	5	25	3	15	3	15
4	2. Acuerdos internacionales.	4	16	4	16	4	16
5	3. Regímenes arancelarios.	4	20	3	15	4	20
4	4. Moneda.	5	20	2	8	3	12
3	5. Proteccionismo de mercados.	3	9	5	15	3	9
5	6. Patrones de compra (tecnología)	4	20	5	25	5	25
4	7. Estilo de vida.	4	16	4	16	3	12
4	8. Cantidad de competencia.	4	16	5	20	3	12
4	9. Leyes de protección al consumidor.	4	16	4	16	4	16
5	10. Licencias de	3	15	3	15	3	15

	importación.						
			173		161		152

Argentina es el país más viable en materia de exportación de nuestros productos ya que es el país con mayor orientación a largo plazo, la relación comercial entre ambos países es muy buena (Colombia-Argentina), aunque Argentina tiene estrictas políticas para recibir productos importados, el tratado de libre comercio existente entre Argentina y Colombia es conveniente para nuestra empresa. Sus hábitos de consumo pueden ser bajos en evitación de la incertidumbre, sin embargo, sus patrones de compra se adaptan bastante bien a nuestros productos, además el programa de gobierno que tiene este país para emprendedores podría ayudarnos bastante. Por otro lado, su moneda es la más razonable en comparación con la de los otros dos países. La competencia dentro del país puede representar una oportunidad para nuestro negocio ya que el mercado está acostumbrado a comprar a las mismas empresas.

México es un país bastante grande, muchos de los productos tecnológicos que allí se venden son importados, no obstante, al ser un mercado tan grande hay mayor competencia pues es su cultura. Al ser un mercado tan grande no hay subsidios de ninguna clase dentro de su gobierno aplicables para nuestra empresa. Colombia y México cuentan con un tratado de libre comercio, lo cual nos beneficia. Sus regímenes arancelarios y licencias de importación son bastante estrictos y demandantes lo que puede ser contraproducente para nosotros, una empresa pequeña, por otro lado, su moneda es la más elevada de las tres naciones elegidas para realizar la matriz país. En cuanto a sus hábitos de consumo registra el porcentaje más elevado en evitación de la incertidumbre, es decir, el mercado es el más apto para recibir nuestro producto, su orientación a largo plazo no es mala, sus patrones de compra y competencia es ideal para nuestro producto ya que por cultura, justo la imagen con la que buscamos llegar a nuestros consumidores. La razón por la que no es el país al que vamos a exportar nuestro producto es básicamente debido a la agresividad de su mercado y a los costos elevados de exportación al mismo.

En cuanto a Chile, el país con más bajo puntaje, sus patrones de compra son los que mejor se acomodan a nuestro producto tras ser nombrado como el país que registró mayor compra de tecnología a nivel latino-américa, hay mucha competencia, es decir, es común que los productos que nosotros vamos exportaríamos ya habrían sido vendidos en ese lugar, el proteccionismo de mercado es bastante grande pues sus cifras son bajas en evitación de la incertidumbre, además, nuestro producto no sería especial en este país. Su moneda es baja en comparación con la de México pero bastante alta en comparación al de Argentina. Existe un tratado de libre comercio entre Colombia y Chile, lo cual es importante para nuestra empresa, no obstante, por la razones vistas con anterioridad el mercado no se acomoda al nuestro producto pues no tendríamos la imagen ya que es algo que ya existe en su mercado y es costumbre para los consumidores encontrarlo de parte de productores nacionales propios.

Macroentorno (PESTEL).

Macroentorno (PESTEL):

FACTOR POLÍTICO:

- Cambios de gobierno y sus programas electorales:

El Gobierno de la República Argentina es una democracia representativa, republicana y federal, regulado por la Constitución vigente. La Argentina se formó por la unión federativa de las provincias que surgieron después de la disolución del Virreinato del Río de la Plata, y por la incorporación de las que se fueron constituyendo a partir de los territorios nacionales establecidos a raíz de la conquista de amplios territorios indígenas.

Debido al carácter federal de su organización política, la Argentina posee dos estructuras paralelas de gobierno: por un lado la estructura nacional, con sus tres poderes; y por otro lado las 23 estructuras provinciales -que preexisten a la Nación- más la de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que tienen autonomía y son gobernadas por tres poderes en cada caso.

•**Movimiento de Integración y Desarrollo:** El MID tiene su origen en un desprendimiento de la Unión Cívica Radical Intransigente (UCRI). En 1956 la Unión Cívica Radical se dividió en dos: la Unión Cívica Radical Intransigente, presidida por Arturo Frondizi y la Unión Cívica Radical del Pueblo presidida por Ricardo Balbín.

•**Partido Justicialista:** El Partido Justicialista (PJ) es un partido político argentino, continuador del Partido Único de la Revolución y luego Partido Peronista, fundado por Juan Domingo Perón en 1946.

•**Unión Cívica Radical:** La Unión Cívica Radical (UCR) es un partido político de la Argentina, fundado el 26 de junio de 1891 por Leandro N. Alem.

•**Partido Demócrata Cristiano:** El Partido Demócrata Cristiano (PDC), llamado también Democracia Cristiana (DC), es un partido político argentino fundado en 1954 como expresión política nacional, unificada y federal del socialcristianismo aconfesional de ese país.

•**Partido Intransigente:** El Partido Intransigente (PI) es un partido político argentino fundado el 24 de junio de 1972 como sucesor de la UCRI bajo la conducción de Oscar Alende, el que se consideraba a su partido continuador histórico y legítimo de la Unión Cívica Radical.

•**Partido Federal:** El Partido Federal es un partido político argentino fundado por Francisco "Paco" Manrique en 1973. Intentó ser el partido sucesor del gobierno militar conocido como Revolución Argentina (1966-1972), del que su fundador era ministro.

•Candidatos independientes

•**Partido Demócrata Progresista:** El Partido Demócrata Progresista (PDP) es un partido político de la República Argentina creado en 1914. Goza de especial predicamento en la provincia de Santa Fe.

•**Partido Comunista:** El Partido Comunista (PCA) es un partido político de la República Argentina, fundado el 6 de enero de 1918 inicialmente con el nombre *Partido Socialista Internacional* tras la ruptura con el Partido Socialista en adhesión a la Revolución de Octubre y la Tercera Internacional leninista.

- Política fiscal:

La política fiscal aplicada en Argentina durante los años noventa es generalmente considerada como uno de los principales factores que explican el fracaso del programa de convertibilidad y la posterior crisis. El impacto de la política fiscal sobre la demanda agregada y sobre el nivel de actividad depende crucialmente del modelo teórico y de los supuestos acerca del funcionamiento del sistema económico donde esa política se aplica. Como señala Arestis (2009), en el contexto de los viejos modelos macroeconómicos, caracterizados por precios que ajustan lentamente (*sluggish prices*), la política fiscal tiene efectos positivos sobre la demanda.

PRINCIPALES SECTORES DE LA ECONOMÍA

1. Industria turística argentina:

La industria turística argentina se ha desarrollado favorecida por la magnitud de la riqueza de los atractivos turísticos con los que cuenta el país. La oferta turística en Argentina es múltiple y variada, por la riqueza de sus paisajes y la importante infraestructura turística.

2. Transporte y comunicaciones en Argentina:

La capacidad de transporte y comunicaciones en Argentina, está vinculada a su potencial económico. No basta con tener una buena producción. Además, el desarrollo económico implica, poder transportar los productos dentro y fuera del territorio, en corto tiempo y bajo costo.

3. Comercio exterior en Argentina:

El comercio exterior de Argentina, es el intercambio de bienes, productos y servicios, con otros países o regiones económicas. Desde la implementación del Mercosur, en 1995, el comercio exterior de Argentina se ha dado principalmente con Brasil. Siendo este último, principal socio comercial de Argentina, tanto en exportación como importación, por delante de EEUU, China y la UE.

- Extranjeros en Argentina:

La inversión mínima permitida en Argentina es de 74604822.08 pesos colombianos.

- Guerras y conflictos:

Guerra Platina: La Guerra Platina o Guerra del Plata fue una guerra entre la Confederación Argentina y la alianza formada por el Imperio de Brasil, Uruguay y las provincias argentinas de Entre Ríos y Corrientes. La guerra fue parte de una larga disputa de intereses entre Argentina y Brasil por su influencia sobre Uruguay y Paraguay, y la hegemonía en la Región Platina. El conflicto se desarrolló en Uruguay, sobre el Río de la Plata y al noreste de Argentina. Los problemas internos de Uruguay, incluida la revuelta de Antonio Lavalleja y la Guerra Grande, fueron los principales factores que mantuvieron la Guerra Platina.

Guerra de la Triple Alianza: La guerra de la Triple Alianza o guerra del Paraguay, llamada por los paraguayos guerra Grande, guerra contra la Triple Alianza o guerra Guasú, y por los brasileños *guerra do Paraguai*, fue el conflicto militar en el cual la Triple Alianza —una coalición formada por el Imperio del Brasil, Uruguay, y la Argentina— luchó militarmente contra el Paraguay entre 1864 y 1870.

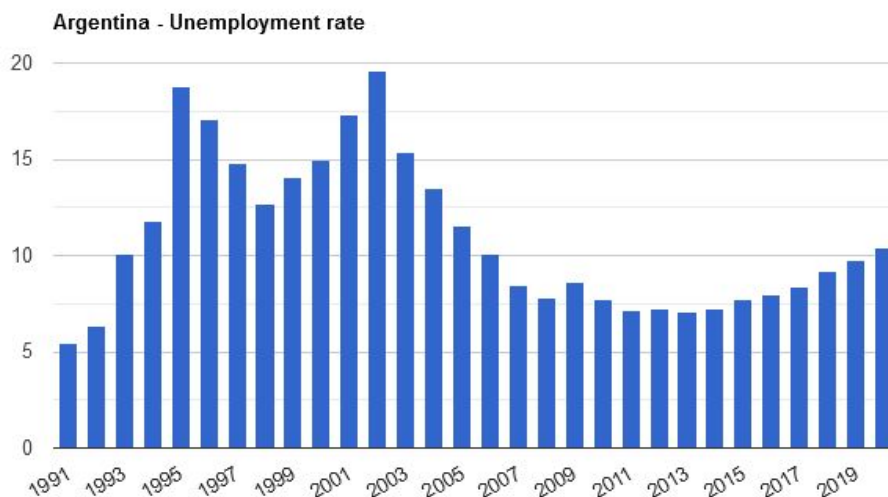
Conquista del Desierto: La Conquista del Desierto fue la campaña militar realizada por la República Argentina entre 1878 y 1885, por la que conquistó grandes extensiones de territorio que se encontraban en poder de pueblos originarios pampa, ranquel y tehuelche. Se incorporó al control efectivo de la República Argentina una amplia zona de la región pampeana y de la Patagonia que hasta ese momento estaba dominada por los pueblos indígenas. Éstos, sometidos, sufrieron la aculturación, la pérdida de sus tierras y su identidad al ser deportados por la fuerza a reservas indias, museos o trasladados para servir como mano de obra forzada.

Guerra de las Malvinas: La guerra de las Malvinas o conflicto del Atlántico Sur fue un conflicto armado desarrollado en 1982 entre la República Argentina y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte por la disputa de las islas Malvinas, Georgias del Sur y Sandwich del Sur. La contienda comenzó en abril de 1982 con la conquista de Stanley —capital de las Malvinas— por parte de las tropas argentinas, por órdenes de la Junta Militar argentina. Como respuesta, el Gobierno británico envió una gran fuerza expedicionaria que al cabo de 10 semanas de guerra desalojó a las fuerzas argentinas. La victoria británica precipitó la caída de la dictadura argentina y el inicio de recuperación del Estado de derecho, al tiempo que contribuyó a la reelección del gobierno conservador de Margaret Thatcher en 1983. Ambos países cortaron relaciones diplomáticas hasta 1990. La Organización de las Naciones Unidas continúa considerando los tres archipiélagos con sus aguas circundantes como territorios disputados.

- Acuerdos internacionales:
 - ❖ Convenio de Minamata.
 - ❖ Protocolo de Nagoya.
 - ❖ Acuerdo de París.
 - ❖ Tratado sobre los Recursos Fitogenéticos.
 - ❖ Convenio de Estocolmo.
 - ❖ Convenio de Rotterdam.
 - ❖ Protocolo de Kyoto.
 - ❖ UNCCD.
 - ❖ CDB.
 - ❖ CMNUCC.
 - ❖ CMS.
 - ❖ Convenio de Basilea.
 - ❖ Protocolo de Montreal.
 - ❖ Convenio de Viena.
 - ❖ CITES.

FACTOR ECONÓMICO:

- Tasas de empleo:



- Ciclo económico:

En las últimas décadas, la economía surcoreana 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 prioriza 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.

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

- PIB:



PBI per cápita:

11,683.95 USD (2018).

Población:

44.560.000 personas (2020).

Tasa de crecimiento del PIB:

-2.5% cambio anual (2018).

- Impuestos:

Regímenes arancelarios:

Procedimientos de la importación:

Se requieren los siguientes documentos para el procedimiento de aduanas en Corea del Sur:

- Factura comercial: se debe presentar una factura original y dos copias junto con los documentos de envío, incluyendo el valor total, valor unitario, cantidad, marcas, descripción del producto e información de envío de procedencia y destino.
- Certificado de origen: se requiere un certificado de origen, en duplicado, para ciertos productos. Se aconseja a los exportadores que comenten los requerimientos específicos de documentos con sus respectivos importadores.

Además, cabe señalar que existe un acuerdo de libre comercio entre la UE y Corea del Sur en vigor desde 2015 (tras cuatro años de aplicación provisoria).

El Sistema de Aduanas de Corea (LCS) opera, desde octubre de 2005, con un sistema de declaración por internet UNI-PASS (en inglés). Los trámites de importación se encuentran en el sitio web del Servicio Aduanal de Corea (en inglés).

Procedimientos específicos de la importación:

- La declaración de importación no es necesaria para las mercancías enumeradas en el sitio Internet del Servicios de Aduanas coreanos, ya que están exentas del pago de aranceles o su

tasa arancelaria es de 0%. En lugar de la declaración podrá presentarse una copia del conocimiento.

No obstante, si los artículos siguientes tuvieran valor comercial, la declaración de importación sí es necesaria:

- Mercancía diplomática que está exenta del pago de aranceles.
- Mercancía que trae un presidente extranjero, su familia o el equipo que le acompaña durante la visita en el país.
- Cadáveres y huesos.
- Mercancía empleada por los medios de comunicación, como películas o cintas de grabación que contienen artículos de periódicos o información.
- Documentos producidos por los consulados coreanos en el extranjero para el Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio.
- Documentos históricos y papel.

Importar muestras

Corea autoriza la importación temporal por personas no residentes de muestras comerciales, material para equipamiento profesional y algunos materiales de publicidad.

Corea acepta el carnet ATA.

Aranceles e impuestos a la importación

Umbral de Aduanas (de la que se requieren los aranceles)

150.000 KRW.

Aranceles promedio (sin contar productos agrícolas)

Corea aplica una de las tarifas arancelarias más bajas del mundo (8%, en promedio). La OMC ofrece un listado con las tarifas aduaneras del país.

Productos sujetos a aranceles más elevados

Productos agrícolas, mariscos, bebidas (vinos, licores, etc.) tabaco, productos textiles y prendas de vestir.

Productos sujetos a aranceles menos elevados

Se garantizan para aquellos países que hayan firmado acuerdos de libre comercio (Singapur, USA, Chile). Corea firmó un Tratado de Libre Comercio con la UE en octubre de 2009.

Actualmente se negocia un acuerdo de libre comercio con Canadá.

Clasificación aduanal

Corea utiliza el sistema armonizado de la Organización Mundial de Comercio. Se utiliza como base para las tarifas arancelarias y para la recogida de estadísticas internacionales sobre comercio. Más del 98% de las mercancías del comercio internacional están clasificadas en términos del sistema armonizado.

Método de cálculo de aranceles

Ad Valorem sobre el valor CIF de las importaciones.

Método de pago de aranceles

En efectivo, mediante cheque ingresado en una entidad bancaria, en la oficina de correos o en banca online. UNI-PASS (en inglés) es el portal del sistema del Servicio Aduanero de Corea que brinda todos sus servicios, incluyendo el pago de aranceles.

Impuestos a la importación (excluyendo los impuestos al consumo)

Impuesto de accisa del 10 al 20% aplicable no sólo a los artículos de lujo, sino también a los automóviles y a ciertas mercancías. Se aplica sobre el valor declarado en aduana de las mercancías.

La tasa sobre el alcohol cambia según el producto (115% para la cerveza, 30% para los licores de frutas y 72% para los demás licores).

Tasa sobre los transportes: de 15 a 20% sobre los vehículos.

Se aplica una tasa para la educación del 30% sobre el importe de los demás impuestos especiales.

- Inflación media anual: 2,5 %.

Corea del Sur registró en septiembre pasado un descenso del 0,4% en el índice de los precios al consumo (IPC), el primer resultado negativo mensual desde que existen registros de ese dato, hace más de medio siglo, según han informado este martes fuentes oficiales.

La agencia oficial de estadísticas de Corea del Sur (KOSTAT) atribuyó el descenso en los precios a la caída en los valores de los productos agrícolas y la estabilización de los derivados del petróleo.

Es la primera vez desde que KOSTAT comenzó a registrar estos datos, en 1965, que hay una descenso mensual en el IPC respecto al mismo mes del año anterior.

Corea del Sur cerró 2018 con una inflación anual del 1,5%, por debajo del 2% fijado como objetivo por las autoridades de Seúl.

La curva en el nivel del IPC tuvo este año un nivel máximo del 0,7% en mayo y junio pasados, registró un aumento del 0,6% en julio y en agosto el índice fue plano, para llegar en septiembre al -0,4%.

Sin embargo, si se excluyen los productos agrícolas y derivados el petróleo, la inflación subyacente tuvo un incremento interanual del 0,6%.

- Moneda:

Tipo de cambio Euro / Won surcoreanos		
Fecha	Cambio	Var.%
22/06/2020	1.361,3000	0,57%
19/06/2020	1.353,5300	-0,42%
18/06/2020	1.359,2600	-0,22%
17/06/2020	1.362,2100	-0,50%
16/06/2020	1.369,1100	0,22%
15/06/2020	1.366,0800	0,41%
12/06/2020	1.360,4500	0,09%
11/06/2020	1.359,1800	0,52%
10/06/2020	1.352,1700	-0,08%
09/06/2020	1.353,3000	0,01%
08/06/2020	1.353,2000	-0,91%
05/06/2020	1.365,5700	-0,23%
04/06/2020	1.368,7300	0,34%
03/06/2020	1.364,0900	-0,02%
02/06/2020	1.364,4200	0,00%
01/06/2020	1.364,4400	-0,86%
29/05/2020	1.376,2100	0,91%
28/05/2020	1.363,7600	0,35%
27/05/2020	1.359,0400	0,50%
26/05/2020	1.352,2300	-0,18%
25/05/2020	1.354,6300	0,08%
22/05/2020	1.353,5100	-0,08%
21/05/2020	1.354,6000	0,66%
20/05/2020	1.345,7100	0,34%
		0,66%

- Decisiones económicas de otros gobiernos:

La política de seguridad y defensa de Corea del Sur está marcada por la división de la península coreana, el enfrentamiento con el régimen de Pyongyang, y los intereses de las grandes potencias en la región. Desde el Armisticio que puso fin a la Guerra de Corea en 1953, Corea del Norte ha percibido a Corea del Sur y a su aliado Estados Unidos como una amenaza para su supervivencia. El éxito de Corea del Sur en transformarse en una democracia estable y en una economía de mercado próspera produjo mayor sensación de aislamiento en Pyongyang y la conciencia de su propia debilidad junto al temor a una unificación de la península en términos dictados por Seúl y Washington. En ese contexto, el interés prioritario de la República Popular Democrática de Corea (RPDC) fue la

supervivencia del régimen y la protección de la dinastía gobernante, lo que para los Kim requirió del desarrollo de un programa nuclear a modo de “seguro” frente a amenazas externas. El programa nuclear data de principios de los 90 y el desarrollo autóctono de misiles balísticos desde al menos mediados de los 80. Particularmente relevante fue el sexto ensayo nuclear realizado el 3 de septiembre de 2017, que los expertos estimaron que correspondía a una bomba de hidrógeno. El programa balístico se desarrolló asimismo de una manera acelerada y desembocó en el lanzamiento, el 29 de noviembre de 2017, de un misil balístico intercontinental (ICBM) con capacidad para alcanzar cualquier ciudad del territorio continental americano. Los expertos estiman que Corea del Norte se ha convertido en una potencia nuclear “de hecho”.

- Tendencias en canales de distribución:

Volumen de ventas por canal

Canal	% Alimentos sobre el total de las ventas
Grandes almacenes (Dpto. alimentación)	15.1%
Hipermercados	43.9%
Supermercados	72.7%
Pequeño comercio	47.7%

Fuente: *Distribution Industry Yearbook*

Hipermercados

Compañía	Nº de tiendas	Ventas*
Shinsegae E-Mart	79	6,7
Samsung Tesco	42	3,8
Lotte Mart	43	2,7
Carrefour	32	1,6
Wal Mart	16	0,7

* Millones de euros

- Déficit gubernamental o déficit fiscal (gastos superan ingresos de gobiernos).
Deuda externa aprox. (2007): 342,8 miles de millones de \$ USA.
Importación|Importaciones (2007): 356,8 miles de millones de \$ USA.
Principales países proveedores: China, Japón y Estados Unidos.
Principales productos de importación: Manufacturas, Maquinaria eléctrica, electrónica y mecánica, y petróleo.

- Índice de confianza del consumidor:



Según una encuesta publicada el martes por el Banco Central (BOK), de la que da cuenta el diario 'The **Korea Herald**', el **índice** mixto de **confianza del consumidor** se situó en torno a los 107,7 puntos en el período analizado, lo que supone un descenso de 2,2 puntos respecto al mes anterior.

Fuente: The Bank Of KOREA.

- Financiación (Facilidades y restricciones):

A favor de la posibilidad de invertir en la República de Corea deben tenerse en cuenta factores como su fuerza laboral altamente cualificada y educada; la capacidad tecnológica de sus empresas y de las instituciones relacionadas con la I+D+i; lo avanzado de sus infraestructuras, incluyendo la logística de puertos y aeropuertos en apoyo a su estratégica situación geográfica entre China y Japón; el tamaño de su economía, la renta disponible, la capacidad de ahorro y de gasto y la creciente sofisticación como consumidor. Corea está clasificada en quintolugar absoluto en la clasificación del Banco Mundial DoingBusiness 2019.

Restricciones: Las exportaciones de Corea no están sujetas a restricciones. "Los permisos de exportación" y el "consentimiento para la exportación" sólo se necesitan para mercancías sujetas a restricciones internacionales (armas, energía nuclear, misiles, residuos tóxicos, etc.). Las exportaciones a Corea del Norte también requieren un permiso oficial.

- Proteccionismo de los mercados:

Corea del Sur (en adelante Corea), por medio de la protección y la apertura de mercado, logró transformar su economía al pasar de la producción de bienes manufacturados, a la generación de bienes y servicios con un alto contenido tecnológico. Los cambios económicos y tecnológicos que se presentaron en el mundo a partir de las últimas décadas del siglo xx, obligaron a los gobiernos de Corea a implementar diversas estrategias para interactuar con sus empresas y tener éxito en los mercados.

Corea, en los años 60 y 70 del siglo xx, tenía una economía pobre y protegida por la falta de industrialización en sus sectores productivos. En el camino para alcanzar la modernización de su planta productiva, el gobierno tuvo como estrategia expandir la industria ligera, sobresaliendo el ramo textil y el de calzado; los productos generados en estas industrias en su mayoría fueron enfocados para venderse en el exterior. Asimismo, se impulsó el desarrollo de la industria pesada concentrada en la construcción de barcos, autos, etc., así como la metalurgia, lo cual permitió producir acero con elevados niveles de competitividad.

Corea del Sur tuvo una transición económica en la que pasó de un mercado proteccionista a uno de mayor apertura con el exterior. Sus empresas trabajaron para generar bienes con un alto valor agregado y ello les permitió ser exitosas en los mercados mundiales; asimismo, su vinculación con el exterior contribuyó a crear sinergias con el gobierno, con los centros de investigación y con la sociedad, lo cual ayudó en la creación de infraestructura para apoyar el desarrollo tecnológico de las industrias del acero, química, electrónica y automotriz. El Gobierno fomentó la importación de materias primas y de tecnología –en detrimento de los bienes de consumo– e impulsó las inversiones, para que los sectores productivos mejoraran sus procesos en los bienes y servicios que producían, ganando así competitividad con el resto del mundo. La injerencia del gobierno en la economía facilitó el otorgamiento de créditos dirigidos a los grandes conglomerados, así como una protección de la competencia del exterior en los años 60 y 70. En los años 80 y 90 esta situación cambió, y el gobierno comenzó a abandonar lentamente su intervencionismo en la economía; sus empresas para estos años contaban con avances tecnológicos suficientes para hacerle frente a la competencia proveniente del exterior. La apertura y la mayor vinculación con los mercados internacionales propiciaron que la economía coreana se contagiara con la crisis financiera que afectó a algunos países del sudeste asiático en 1997. El gobierno tuvo que hacer acuerdos con el fMi, situación que obligó a una apertura aún mayor de la economía.

FACTOR SOCIO-CULTURAL:

- Nivel de educación.



- Modas.:

Pasar mucho tiempo dentro de cafeterías es definitivamente una moda sobretodo en edades comprendidas entre los 15 a los 35 años. Además, los estándares de belleza y el deseo de tener una buena figura física es una de las tendencias más grandes, enfocado más que nada en ser especialmente delgados y saludables.

- Patrones de compra:

Corea del sur tiene una fuerte cultura de cafeterías, este tipo de lugares son frecuentados por estudiantes y trabajadores por igual para hacer sus deberes, trabajos, consolidar negocios, dispersión con amigos, entre otras cosas, es por esta razón que es tan común encontrar millones de cafeterías en todas partes, por otro lado, la apariencia física es una de las cosas más importantes dentro de su cultura, por lo que la compra de productos naturales sin químicos que puedan facilitar dietas para mantenerse en forma son muy comunes. Además, hay una fuerte tendencia por la compra de productos importados dentro de las cafeterías.

- Religiones y creencias:

La religión en Corea del Sur se caracteriza por el hecho de que la mayoría de los surcoreanos (56.1% a partir del censo nacional de 2015) no tienen una afiliación formal con una religión. Entre los que son miembros de una organización religiosa, hay un predominio del protestantismo (19.7%), el budismo (15.5%) y el catolicismo (7.9%). Un pequeño porcentaje de surcoreanos (0,8% en total) son miembros de otras religiones, incluido el Budismo Won, el confucianismo, el cheondoísmo, Daesun Jinrihoe, el daejongismo y el jeungsanismo.

- Opiniones o percepción de los medios de información:

La tecnología es la principal fuente de ingresos del país, no hay un solo lugar en el que no haya internet, muchas de sus compras son virtuales y la mayoría de todas sus vidas transcurre tras una pantalla, por ello, la percepción que tienen de los medios de comunicación es muy buena, sobretodo aquellas construidas a partir de las opiniones y experiencias de personas del común, por ello, participan activamente en las redes sociales para ayudar a otros a tomar mejores decisiones al comprar lo que sea donde sea.

- Estilo de vida:

Hombres: Su vida gira alrededor de la tecnología: estudios, relaciones, ocio, crean su propio ciberespacio donde cuelgan sus fotos, música, y se relacionan con los amigos. Se informan muy bien antes de realizar compras, por Internet principalmente. Grandes aficionados a los videojuegos. Se sienten seguros y atractivos con la compra de gadgets (mp3, móvil con TV, usb's, pda, PS2, Xbox, etc.). Les gusta la moda hip-hop y salir de noche con los amigos (Mkg. Tribal).

Mujeres: Viven en un mundo virtual de "princesas" con gran apego por la feminidad y la prolongación fantasiosa de la pre-adolescencia (Dream Marketing). Crean su propio ciberespacio, donde cuelgan sus fotos, música, relatos e incluso sus últimas adquisiciones. Gran parte de su ocio lo dedican al "window shopping" en centros comerciales. Les encantan los regalos compulsivos (San Valentín, Peppero Day, Black/White Day, etc.). Gran apego por las marcas de moda extranjera. Se pasan tardes enteras en cafeterías de marcas extranjeras con sus amigas después de las compras.

- Nivel de ingresos:

El público al que queremos vendernos son personas jóvenes que siguen dependiendo económicamente de sus padres pues son estos quienes les proveen todo el dinero necesario incluso para sus caprichos. En Corea, el ingreso familiar disponible neto ajustado promedio per cápita es de 21 822 USD al año.

- Nivel de edad:

Hombres y sus características socio-demográficas: Hombre de 15 a 30 años, urbanita. Principalmente en edad estudiante. Los padres asumen y financian tanto sus estudios como sus compras.

Mujeres y sus características socio-demográficas: Mujer de 15 a 30 años, residente en núcleos urbanos. Principalmente en edad estudiante. Los padres asumen y financian tanto sus estudios como sus compras.

FACTOR TECNOLÓGICO:

- Innovación en tecnologías de la información:

El explosivo desarrollo económico vivido por Corea fue posible por factores históricos, geopolíticos, culturales y sociológicos. No obstante, se reconoce al Estado como el gran motor impulsor. Una vez que se identificó la carencia de capacidad industrial y tecnológica como el primer obstáculo para la modernización, se lanzó el Sistema Nacional de Innovación

(NIS por su sigla en inglés), que les permitió ponerse al día en el área de la ciencia y tecnología, aunando de paso a los sectores directamente relacionados con el desarrollo científico y tecnológico.

Universalmente hoy se reconoce los sistemas de innovación como una fuente primordial de desarrollo, una herramienta clave para que las economías subdesarrolladas logren “ponerse al día” y un método que hace posible que instituciones interconectadas crezcan, almacenen y transfieran el conocimiento, las habilidades y los artefactos que definen las nuevas tecnologías.

En septiembre de 1999 el gobierno lanzó una iniciativa estratégica, denominada “Visión de largo plazo para el desarrollo de la C&T hacia el 2025” (Visión 2025) . Esta incluyó 40 tareas y 20 recomendaciones diseñadas para guiar la transición hacia una economía avanzada y próspera, a través del desarrollo de la C&T.

- El fortalecimiento del rol del “Ministry of Science and Technology”(MOST), convirtiéndolo en la agencia central para el planeamiento, la coordinación, y la evaluación de las políticas de C&T, en cooperación con otros ministerios como el de Comercio, Industria y Energía, y el de Información y Comunicaciones, mientras se abolieron los programas de I+D que competían con otros ministerios.

- Al "National Science and Technology Council" (NSTC), que incluye al Presidente y al Ministro del MOST como presidente y vicepresidente respectivamente, le fue otorgada la autoridad plena para designar el presupuesto gubernamental para la I+D, que fue aumentado al doble entre el 2003 y el 2007.

- Inversión en investigación y desarrollo:

La sociedad coreana en su sistema educativo y tecnológico tiene una mayor ventaja, y por lo tanto sus niveles de producción en bienes con un alto contenido tecnológico son más altos. Por ejemplo, en el 2010 Corea produjo 4 millones 272 mil automóviles, lo que ubica a Corea como el quinto productor a nivel mundial. La competitividad de Corea sigue subiendo sin parar debido a que cuenta con mayores recursos que se destinan a seguir creando e innovando bienes y servicios, lo que estimula el crecimiento del PIB, que tiene una alta correlación con la inversión en investigación y desarrollo. La superioridad de Corea en los montos destinados por las instituciones en los rubros que los hacen más competitivos, como es la ciencia y la tecnología. En Corea el incremento de la inversión destinada a la educación y al desarrollo de ciencia y tecnología, contribuye a la transformación de su estructura productiva y en mantener altas tasas de crecimiento económico.

- Cambios tecnológicos futuros:

Aprovechando su condición de puntera en el campo de la microelectrónica, el sector tecnológico del país asiático continúa su proceso de adaptación como consecuencia de la llegada de la “cuarta revolución industrial”.

El compromiso de Corea del Sur con la innovación ha permitido el surgimiento de importantes avances en ocho áreas de actividad (vehículos eléctricos, robótica, nuevos

materiales, sector biosanitario, energía, aeroespacial, displays y semiconductores), los cuales han impulsado un crecimiento superior al 10% en las mismas a lo largo del pasado año.

A nivel internacional, señala el diario ‘The Korea Herald’, estas industrias, de manera combinada, han representado un 12,8% de las exportaciones totales, alcanzando un valor conjunto de 73.600 millones de dólares (60.060 millones de euros, aproximadamente). Este porcentaje es especialmente reseñable en una plaza como Corea del Sur, donde un tercio de su PIB se nutre del comercio exterior. Por otra parte, a nivel doméstico ha supuesto un repunte de la calidad del mercado de trabajo, creando -estas industrias- un 29% de los nuevos empleos el curso anterior.

El destino principal de estos envíos al exterior es China, seguido de Vietnam y la Unión Europea. En el caso del mercado europeo, todo ello puede suponer una oportunidad de colaboración con empresas españolas, competitivas en campos como energía y aeroespacial, permitiendo mejorar su conocimiento en este país y sus posibilidades de innovación.

- Nuevas formas de producción:

En sus labores de cultivo, el ahora el agricultor coreano tendrá la posibilidad de controlar de manera remota la temperatura y la humedad al interior de invernadero de vinil distantes, así como regar cultivos, y tan sólo utilizando un teléfono inteligente. Además, con ayuda de una aplicación telefónica, los agricultores podrán cultivar, vender y gestionar sus productos agrícolas.

Los anteriores son ejemplos de lo que la “agricultura inteligente” es capaz de hacer, un ámbito que conjunta agricultura, ciencia y tecnología. Con objeto de apoyar y desarrollar esta tecnología agrícola, el Gobierno puso en marcha el 30 de junio el Centro Sejong para la Economía Creativa y la Innovación.

Dicho centro es actualmente el 14º en su tipo en todo el país. Con la ayuda del Grupo SK, el inmueble se construyó en un predio de 820 metros cuadrados, en lo que fuera la antigua Oficina de Educación en la municipalidad de Jochiwon-eup, Ciudad Sejong.

- Nuevas formas de distribución:

Según Euromonitor, las ventas minoristas en el mercado de alimentos envasados en Corea se elevó a cerca de 21.400 millones USD en 2016. Corea sigue siendo el quinto mayor mercado de alimentos envasados en la región de Asia Pacífico, y hoy es el mercado 17 en el mundo. Para el año 2021, las ventas minoristas en el mercado de alimentos envasados en Corea debieran crecer 8,1%, llegando a 23.400 millones USD. De manera general, el sector de venta minorista en Corea, incluyendo los productos alimentarios, ha mostrado un crecimiento lento en los últimos años en el contexto de crisis económica global. Los métodos de distribución y la función de intermediarios varía enormemente según producto en este mercado maduro. Las redes tradicionales de distribución minoristas con pequeñas tiendas familiares, puestos en mercados y vendedores en la calle están siendo reemplazadas por grandes tiendas de descuentos.

El segmento de supermercados de comestibles fue la principal cadena de distribución de productos alimentarios en el sector minorista, seguido por los hipermercados. Euromonitor señala que la comodidad siguió dándole forma al comportamiento de los consumidores en

2016. A medida que los consumidores acuden a Internet para comprar productos por conveniencia, están mostrando también un comportamiento similar en la venta en tiendas al frecuentar almacenes accesibles. En Corea, la elevada densidad de almacenes explica que los almacenes sean muy accesibles, y que por ello sea preferidos por los consumidores que buscan acceder rápidamente a los productos. Además, los almacenes han desarrollado con fuerza productos creativos y servicios para atraer a los consumidores a las tiendas.

Como las ventas en Internet se convierten en la principal vía de venta minorista en Corea del Sur, las empresas de venta minorista de comestibles han desarrollado estrategias en múltiples canales para satisfacer a los compradores en línea. Por ejemplo, se ofrece un servicio de clic y retiro, en que los consumidores pueden recuperar los ítems que compraron en línea en puntos de retiro dentro de las tiendas.

La rápida expansión de negocios de gran escala a lo largo de los años ha realizado la competitividad del sector minorista en Corea. Como consecuencia, los principales actores han buscado activamente oportunidades de fusiones y adquisiciones para lograr un mayor control del mercado. Las empresas líder en venta minorista de Corea hoy se han convertido en un poder “conglomerado” que opera el negocio minorista en diversos segmentos de la industria.

FACTOR ECOLOGICO Y AMBIENTAL:

- Cambio climático:

Como partícipe del pacto, el país asiático se compromete a “reaccionar de forma eficiente a los problemas del cambio climático y participar activamente en los esfuerzos de la comunidad internacional para abordar el problema”.

Nueva York, 24 de septiembre (Yonhap) -- Corea del Sur ha solidificado su postura como un actor clave en la lucha global contra el cambio climático con el anuncio de que hospedará una cumbre del crecimiento verde el próximo año, dijo el martes (hora local) el ministro de Medio Ambiente surcoreano, Cho Myung-rae.

Tras asistir a la Cumbre de Acción Climática de las Naciones Unidas en Nueva York un día antes, el presidente Moon Jae-in declaró que la segunda cumbre de la Asociación para el Crecimiento Verde y los Objetivos Globales 2030, también conocida como P4G, será celebrada en Corea del Sur en junio del año que viene.

La P4G es una iniciativa público-privada para abordar el cambio climático y otros retos del desarrollo sostenible. El ministro Cho dijo que la cumbre tendrá lugar en Seúl a finales de junio, pero aún no se ha fijado una fecha. Dijo que Corea del Sur está realizando preparativos para el evento bajo los temas de "participación" y "acción".

En la Cumbre de Acción Climática de este año, los líderes de diversos países anunciaron planes para recortar aún más las emisiones de gases de efecto invernadero.

- Reciclaje:

El gobierno de la ciudad de Seúl ayuda a construir una sólida infraestructura de reciclaje y hace que la comunidad local se comprometa a ayudar en la construcción de un futuro sostenible. Ahora en su tercer año, la colaboración entre Tetra Pak y el gobierno de la ciudad

de Seúl demuestra lo que se puede lograr a través de las sociedades y de un compromiso compartido para hacer que los ciudadanos participen en la formación del futuro de la ciudad. "Cuando acordamos trabajar juntos en 2013 fue un primer paso", expresó la gerente de Comunicaciones, Grace Oh. "El gobierno de la ciudad nunca antes se había comprometido a trabajar con una empresa extranjera de esta forma".

Durante los últimos años, el enfoque se ha puesto en el reciclaje, no solo en alentar a los consumidores a hacerse cargo de sus propios desechos de una manera ambientalmente responsable, sino también en trabajar con el gobierno para construir una infraestructura sostenible.

"Algunos complejos de viviendas y edificios de departamentos tienen sus propias estaciones de reciclaje, donde una camioneta recolecta los desechos una vez por semana", dijo Grace, "pero otros no las tienen". Por este motivo el gobierno de la ciudad de Seúl lanzó el proyecto Estaciones de reciclaje, inicialmente como un proyecto piloto con 112 estaciones de reciclaje en cinco "dongs" o barrios distintos".

El gobierno también contrató una cantidad de residentes sénior para que trabajaran como gerentes de recursos y cuidaran las estaciones (ver la siguiente imagen). "Estas son las personas que solían recolectar los desechos de papel en el barrio anteriormente", explicó Grace. "A estas personas se las conocía como cartoneros, que es un término con una connotación muy negativa". Actualmente, reciben el apoyo adecuado para incrementar sus ingresos".

En cada barrio, entre 15 y 30 gerentes de recursos son responsables de instalar y retirar los cestos de basura para reciclaje y de mantener la zona. A cambio, reciben un promedio de 300.000 wones surcoreanos (KRW), o alrededor de USD 275, por mes. Como parte del impulso para fomentar el reciclaje, el gobierno de la ciudad también ha agregado envases de cartón a su sistema de clasificación, además de latas, plásticos y botellas de vidrio. Tetra Pak brinda su apoyo al programa mediante el suministro de bolsas de recolección para que utilicen los gerentes de recursos.

- Contaminación:

Los diputados votaron en Seúl a favor de la adscripción al acuerdo de Corea del Sur, el noveno país más contaminador del planeta, en una sesión extraordinaria, informó el Ministerio de Exteriores en un comunicado.

- Políticas medioambientales:

»Creación de un Comité presidencial: Con el fin de facilitar la materialización de la visión de "crecimiento ecológico", en febrero de 2009 se creó el Comité presidencial sobre crecimiento ecológico.

»Implementación del Sistema de Gestión de Objetivos (TMS): Como precursor del ETS, en 2011 se introdujo el TMS. El punto de referencia para determinar a los principales responsables de las emisiones era 20.000 tCO₂-eq al año en 2012 y se redujo a 15.000 tCO₂-eq al año a partir de enero de 2014. Las empresas con muchas instalaciones también debían participar si el total de sus emisiones excedía los 87,5 tCO₂-eq al año en 2012, lo que también se redujo a 50 tCO₂-eq al año a partir de enero de 2014. Hasta junio de 2013, se

establecieron límites para las emisiones de TMS para 642 grandes emisores y objetivos individuales sobre la base del promedio de emisiones de los tres años anteriores.

»Creación de un marco legal de ETS: El proceso formal de crear una Ley de ETS comenzó con la Co-misión presidencial sobre crecimiento ecológico (PCGG), que propuso el proyecto de ley en 2010. En abril de 2011 se presentó un proyecto de ley revisado ante la Asamblea Nacional. El Comité especial sobre el clima dio su aprobación en febrero de 2012, a lo que siguió la aprobación por parte del Comité Legislativo y Judicial de la Asamblea Nacional en mayo de 2012.

»Elaboración de un Plan maestro: Para implementar el ETS a partir de enero de 2015 como estaba programado, en enero de 2014 el Ministerio de Estrategia y Finanzas (MOSF) publicó el Plan maestro del ETS. Este Plan maestro, que representaba la base legal para el funcionamiento del mercado de ETS, es un plan a 10 años (2015-2024) que se actualizará cada cinco años.

»Elaboración de un Plan de asignación nacional: En la actualidad el plan está en elaboración por parte del Equipo de tareas en el Ministerio de Medioambiente (MOE) y su anuncio está programado para junio de 2014. De acuerdo con el Plan maestro, la implementación del ETS será en fases. Las primeras dos fases durarán tres años cada una y las fases posteriores durarán 5 años.

»Creación de un marco de MRV: Para la etapa inicial, el marco de MRV para el ETS se basará en la experiencia del TMS. Cuando los organismos reciban las asignaciones de los permisos de emisión, el desempeño pasará por el proceso de MRV en la verificación de terceros que harán el GHG Inventory & Research Center of Korea, el Comité directivo de asignaciones y el Comité de certificación de las emisiones. Además, para facilitar el proceso de MRV, los organismos deben establecer inventarios anuales de las emisiones

»Decisiones sobre quién participa: La participación en el ETS se determina de acuerdo con una base de referencia (obligatoria) y una base de participación opcional (voluntaria). La ley exige a las instalaciones individuales que emiten más de 25.000 tCO₂-eq al año y a los organismos que emiten más de 125.000 tCO₂-eq al año que participen en el ETS.

»Diseño de multas: En caso de dejar de cumplir con el objetivo, se impone una multa que puede llegar a tres veces el precio promedio por cada tCO₂-eq con un tope máximo de KRW 100.000 por cada tCO₂-eq.

»Creación de incentivos y salvaguardas: En línea con la atención de las estrategias nacionales de crecimiento ecológico en el desarrollo y la promoción de incentivos financieros para las tecnologías verdes, incluso se están creando créditos tributarios por el empleo de tecnologías verdes para cumplir con los límites de emisión. Además, para proteger a las empresas vulnerables a las ventajas competitivas, se están planificando planes de apoyo.

- Riesgos naturales:

Gran parte de las naciones más amenazadas se encuentran en Asia, la región más afectada en términos generales. Otras naciones señaladas en el informe incluyen a Bangladesh, Laos y Vietnam, entre otras. "China, Mexico, India, Filipinas, Corea del Sur, Indonesia, Turquía, Bangladesh e Irán están fuertemente expuestas a riesgos naturales de gran poder destructivo como terremotos, inundaciones y ciclones tropicales", señala el informe.

- Escasez materias primas:

Este artículo lo puede ver en este link: [Escasez de materia prima pone en peligro la supremacía de los smartphones.](#)

- Conciencia social ecológica:

De forma progresiva, el Plan Nacional de Educación Ambiental ha incorporado contenidos sobre el cuidado del medioambiente y cambio climático en los tres niveles de educación. Si bien en el país asiático existe libertad de cátedra, los valores ecológicos se incorporan de manera universal. Corea del Sur cuenta con un completo programa para la formación de infantes, adolescentes y estudiantes de la universidad en educación ambiental. Aunque los contenidos entregados se asocian a la realidad surcoreana, sus principios coinciden con la propuesta de la Unesco para desarrollar habilidades sociales a este gran problema que aqueja al planeta.

La tarea de llevar adelante los cursos es asumida mayoritariamente por el Ministerio de Educación, a pesar que la Ley de Promoción de la Educación Ambiental, promulgada en 2008 es administrada por la cartera de medioambiente. Su objetivo es promover la formación de niños y jóvenes en funciones, actitudes y valores que tiendan a preservar el medioambiente desde sus propias comunidades y participar de iniciativas de desarrollo sostenible que impulsa el gobierno. De esta manera, la ley establece un Plan Nacional de Educación Ambiental, que implementado por etapas de cinco años, se orienta a expandir la educación ambiental en todos los ámbitos. Es por ello que el plan comenzado durante 2015 se centró en la incorporación de contenidos en los programas de estudios para niñas y niños, donde además de reforzar valores sobre ecología, se enseñan prácticas de reciclaje y eficiencia energética. De igual manera, dicha legislación estableció en 2013 un Centro Nacional para la Educación Ambiental, donde se desarrollan proyectos de actividades recreativas de formación para apoyar a las escuelas.

FACTOR LEGAL

- Propiedad intelectual:

La Ley de Propiedad Intelectual de Corea del Sur, promulgada en 1957 y cuya última reforma data de marzo de 2017, determina que tanto el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo (art. 2-2 de la Ley de Propiedad Intelectual) como la Comisión de Derechos de Autor de Corea.

- Salud y seguridad laboral:

Era finales de los años 1980 que KOSHA (Corea Seguridad y Salud en el Trabajo Agencia) fue lanzada al público. Después de la Ley KOSHA fue lanzado en 1986, el Departamento del Trabajo de Corea, que es el organismo competente de KOSHA, se trasladó a la siguiente etapa que creó el plan para el establecimiento de KOSHA e inaugurado el comité para la institución KOSHA en 1987. Desde entonces, KOSHA ha sido asumir la responsabilidad por el papel importante en la seguridad y salud laboral en el lugar de trabajo. Hacía mucho tiempo que la gente mire hacia adelante a trabajar en el lugar de trabajo sin involucrarse en accidentes o enfermedades profesionales. Fue uno de los periodos más rápido

que cambian para los coreanos que vivían en la revolución industrial de Corea. Antes de pasar a la historia de KOSHA, necesitamos examinar las circunstancias ambientales y sociales que conducen a su desarrollo.

Corea experimentó significativamente el crecimiento económico, el llamado "milagro del río Han", durante un período de cinco años de duración de Desarrollo Económico del Plan a partir de 1962. Fue el resultado de dos factores sociales, el movimiento de la población de zonas rurales a entornos urbanos y el cambio de la gran industria. De acuerdo con la estadística de los coreanos departamento de agricultura, la mayoría de Corea hizo una vida participando en la agricultura y más del 80% de las personas en Corea pertenecía a la comunidad rural en ese momento. En particular, el cultivo de arroz que ha sido el cultivo más importante de Corea desde la dinastía Lee, que requiere esfuerzo físico significativo, pero las ganancias de los que fueron en vano, en comparación con el tiempo y el trabajo que los agricultores gastan en hacer eso. Además, el gobierno coreano trató de mejorar la calidad de vida en un pueblo agrícola, pero la gente que conocía un círculo vicioso de la agricultura fueron conducidos a las ciudades que necesitaban mano de obra menos costosa. En el comienzo mismo del auge industrial, la mayoría de las fábricas e industrias pequeñas y medianas podrían despegue para aumentar la luz del tamaño y la calidad mediante el uso de estas fuerzas de trabajo afluentes.

Por lo tanto, como las instalaciones industriales se hicieron más grandes y el proceso se convirtió variada, la tasa de exposición a los materiales peligrosos se incrementaron, numerosos desastres y enfermedades profesionales estallaron y comenzaron a afectar a la salud de los trabajadores, tanto directa como indirectamente. Dado que las estadísticas de desastres ocupacional se iniciaron en julio de 1964, teniendo el efecto del seguro de accidentes industriales de compensación, más de dos millones de trabajadores estaban involucrados en accidentes de trabajo. Entre ellos, más de 20.000 trabajadores murieron, la permanecido convirtieron en las personas con discapacidad y la pérdida económica alcanzó la cantidad de 6.000 millones de dólares (KOSHA informe anual 20).

- Leyes de protección al consumidor:

Transacciones no monetarias: Los consumidores adquieren cada vez más bienes y servicios "gratuitos" a cambio de sus datos personales, y estas transacciones ahora se incluyen explícitamente en el alcance de la Recomendación. Se insta a los gobiernos y partes interesadas a considerar formas de proporcionar reparación a los consumidores que experimentan un problema con tales transacciones.

Productos de contenido digital: Las transacciones que involucran el contenido digital suelen venderse con limitaciones de uso o de acceso técnico o contractual y muchos consumidores tienen dificultades para entender sus derechos y obligaciones. Se ha agregado una aclaración de que se debería proporcionar a los consumidores información clara sobre tales limitaciones, así como sobre la funcionalidad y la interoperabilidad.

Consumidores activos: Los modelos actuales de comercio electrónico desdibujan cada vez más las distinciones entre los consumidores y las empresas, y los consumidores tienen un papel participativo en la promoción y el desarrollo de productos, así como en las transacciones con otros consumidores. Por lo tanto, se ha ampliado el alcance de la Recomendación y ahora abarca actividades comerciales que facilitan las transacciones entre

consumidores. Se agrega una nueva disposición para garantizar que las evaluaciones publicadas por los consumidores sean veraces y transparentes.

Dispositivos móviles: El uso creciente de dispositivos móviles para el comercio electrónico plantea una serie de desafíos técnicos para hacer que las divulgaciones de información sean efectivas (por ejemplo, en pantallas pequeñas) y puede limitar el mantenimiento de registros por parte de los consumidores. Se incluyen dos nuevas disposiciones para resaltar la necesidad de tener presente las limitaciones tecnológicas o las características especiales del dispositivo utilizado.

Riesgos de privacidad y seguridad: Los datos del consumidor se encuentran en el núcleo de muchos servicios de comercio electrónico y aumentan los riesgos de privacidad y seguridad. La Recomendación subraya la necesidad de abordar estos riesgos en consonancia con otros instrumentos de la OCDE e incluye dos nuevas disposiciones que destacan las protecciones específicas de particular importancia para el comercio electrónico B2C.

Protección de pago: Reconociendo que el nivel de protección de los pagos puede variar según el tipo de mecanismo de pago utilizado, la Recomendación exhorta a los gobiernos y partes interesadas a trabajar juntos con el fin de elaborar niveles mínimos de protección del consumidor en todos los mecanismos de pago. Seguridad de productos. En varios países, una gama de productos inseguros se comercializa a través del comercio electrónico, no obstante una orden de prohibición de venta fuera de línea o de retirada del mercado tradicional. Se agrega una nueva disposición para garantizar que los productos inseguros no se ofrezcan a los consumidores en línea, y que las empresas cooperen con las autoridades pertinentes para abordar el problema.

- Salario mínimo:

Gobierno confirma el salario mínimo de 8.590 wones para 2020. El Gobierno de Corea del Sur fijó el salario mínimo para el próximo año en 8.590 wones por hora, confirmando la tasa aprobada por el comité respectivo en julio.

- Licencias:

Licencias de importación: La gran mayoría de los productos pueden ser exportados a Corea sin ninguna licencia previa, pero se requiere una declaración de importación al momento de realizar el ingreso en ese país. Los productos son sometidos a sistemas de control dependiendo de la clasificación que tenga el importador en el servicio de aduanas. Si el importador tiene un historial de no conformidad, sus productos serán inspeccionados automáticamente.

- Leyes antidiscriminación:

Los grupos conservadores de Corea del Sur muestran una oposición encarnizada ante la propuesta de una ley antidiscriminación que prohibiría la discriminación por religión, ideología política u orientación sexual.

Este proyecto de ley integral, que fue escrito en borrador luego de recibir sugerencias del Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, se presentó ante la legislatura del país a principios de febrero de 2013 y ahora está a la espera de la revisión por parte de la Legislación y del Comité del Poder Judicial, a solo unos pasos de convertirse en ley.

Entre los posibles cambios legales que esta ley podría traer se encuentran, prohibir todas las formas de castigo físico, fortalecer las medidas contra la violencia sexual en niños e intensificar el control de la discriminación contra trabajadores migratorios. Sin embargo, la ley excluye cualquier cambio contra la polémica y anticomunista Ley de Seguridad Nacional así como también contra la pena de muerte.

El primer intento en este país para pasar una legislación antidiscriminatoria fue en 2007 cuando el departamento de justicia sugirió que se necesitaba una ley similar. Pero el proyecto de ley fue desbaratado por la cláusula que prohibía la discriminación por “educación e historial clínico” criticada por las corporaciones por “limitar las libres actividades de negocio” y por grupos cristianos que se oponían a la parte que protegía las minorías sexuales.

Esta nueva encarnación de la ley ha sido criticada de manera muy parecida. Los grupos cristianos amenazan con que la ley pueda ser usada para apoyar el matrimonio homosexual. Además, grupos de derecha interpretaron la parte del proyecto de ley que defiende la libertad de expresión política como que “se le da poder a los peligrosos grupos comunistas pro Corea del Norte”, términos despectivos a los que recurre el partido conservador en el poder para hablar de grupos liberales de Corea del Sur que han tomado una postura conciliadora con Corea del Norte.

Alrededor de 200 grupos de sectores políticos, educativos y civiles realizaron una manifestación en Seúl en contra de la ley propuesta. La Coalición Presbiteriana de Corea del Sur dio a conocer una declaración [ko] donde reclamaba que la ley podría crear conflictos innecesarios entre religiones y afectar el contenido de los sermones.

Sin embargo, jóvenes usuarios de la web defendieron fuertemente la ley y arremetieron en contra de las críticas conservadoras en línea.

- **Leyes sobre el empleo:**

Las relaciones laborales en Corea del Sur se rigen fundamentalmente por la Labor Standards Act y sus normas de desarrollo. Asimismo, los convenios colectivos son jurídicamente vinculantes. El Ministerio de Empleo y Trabajo ofrece una amplia información en materia laboral.

Contratos: Los contratos de trabajo pueden tener carácter temporal o indefinido y se puede establecer un período de prueba. Alrededor del 35% de los trabajadores tiene un contrato temporal.

Jornada laboral / vacaciones: La jornada laboral en Corea del Sur es de 40 horas semanales ampliables hasta un máximo de 12 horas por semana por acuerdo de las partes. El calendario laboral incluye 14 días festivos al año. En el primer año, cada trabajador tiene derecho a 15 días de vacaciones, que se incrementarán en función de la antigüedad hasta 20 días.

Sindicatos, negociación colectiva: Existe libertad de sindicación y la Constitución garantiza el derecho a la huelga. La mayoría de los sindicatos de Corea se basan en la empresa y sus representantes negocian con los empresarios o las asociaciones de empresarios. Normalmente, la negociación salarial tiene lugar cada año en primavera.

Salario mínimo: Minimum Wage Act garantiza un nivel salarial mínimo que fija el Ministerio de Empleo y Trabajo anualmente, según las categorías laborales, teniendo en cuenta el coste de la vida, la situación familiar de los trabajadores y la productividad laboral.

Seguridad Social: Hay cuatro tipos distintos de coberturas:

1. Seguro de indemnización de accidentes industriales: Cubre las lesiones o enfermedades derivadas del trabajo.
2. Seguro de empleo: Proporcionar ayudas al desempleo y promueve la recolocación de trabajadores afectados por procesos de reestructuración industrial.
3. Pensión Nacional: Los trabajadores extranjeros deben de contribuir a no ser que exista un acuerdo con la seguridad social de su país. Si contribuyeron en ambos países, se les sumarían los beneficios procedentes de ambos sistemas.
4. Seguro de Salud Nacional: El Ministerio de Salud y Bienestar de la Familia es el organismo responsable del Seguro de Salud Nacional. Los trabajadores extranjeros, pueden evitar el pago de este seguro, si demuestran que ya están cubiertos por otro de igual o superior cobertura que el previsto en la Korean National Insurance Law.

En abril de 2013 entró en vigor el Convenio de Seguridad Social entre la República de Corea y España. Este convenio permite, por un lado, la acumulación de periodos de trabajo entre ambos países para generar derechos a prestaciones de retiro, discapacidad y de supervivencia; y, por otro, evita la doble aportación de trabajadores que presten servicios temporalmente en el otro país.

Micro-entorno (5 fuerzas del mercado):

→ Amenaza de nuevos competidores:

Economías de escala: Si incrementamos nuestra producción definitivamente podríamos bajar nuestro costo unitario ya que el tiempo de producción sería el mismo pero con el resultado de una mayor cantidad de producto, además es importante resaltar que los productos que nosotros compramos para fabricar nuestros yogurts son mucho más económicos cuando los compramos por cantidad.

Diferenciación de productos: Para ser sincera, nuestro producto es relativamente fácil de copiar, no obstante, no diferenciamos por ser emprendedores con estudios específicos en comercialización de productos y servicios rurales, y por supuesto en la elaboración de derivados lácteos, además, ofrecemos gran variedad de opciones para nuestros clientes. Corea del sur no es un país enfocado especialmente en la producción de productos derivados del campo, por esta razón, vegetales y frutas son productos realmente limitados y costosos en el mercado, por lo tanto, nuestra innovación se centra en ofrecer yogurts elaborados con frutas nativas de nuestro país considerados exóticos en el exterior.

Inversiones de capital: Hemos estado ahorrando bastante dinero, con algunas de las ayudas que tanto el gobierno coreano como el colombiano pueden darnos es posible que seamos capaces de empezar nuestro negocio en el exterior.

Acceso a canales de distribución: En materia de distribución en el exterior, tendremos que buscar y negociar desde cero pues somos nuevos y no conocemos a tantas personas en ese lugar relacionadas a las actividades en las que nos desempeñaremos en el exterior.

Política gubernamental: En cuanto a las leyes y requirimientos del gobierno coreano, no usaría la palabra "fácil" para describirlo, pero definitivamente, comparado con otros países sus leyes son mucho más alcanzables para nuestra empresa. Por otro lado, las relaciones de nuestros

dos países facilitarían inmensamente el poder llegar al mismo y establecernos como una microempresa.

→ Poder de negociación con proveedores:

La gran mayoría de nuestros proveedores son consideramos como estables, ya tenemos establecidos días y horarios en los que vamos por los productos que necesitamos, además, la mayoría de las veces son cantidades muy parecidas por lo que no fluctúan nuestros pedidos, hasta el momento ninguno de nuestros proveedores nos ha impuesto ninguna clase de condiciones. No obstante, tenemos bastante camino por recorrer en cuestión de proveedores de transporte, sobretodo aquellos que están destinados al exterior puesto que aún no hemos establecido convenio con ninguna empresa de este tipo.

→ Poder de negociación con compradores:

Podemos ver claramente en nuestros clientes satisfacción tras la compra de nuestro producto tanto en términos de precios relativamente bajos de muy buena calidad como también en cuestión de servicio al cliente puesto que nos hemos enfocado en trabajar en ambos puntos muy fuertemente desde el principio de nuestro negocio. Desde mi punto de vista, estos dos ítems tienen altos niveles de presión del cliente.

→ Amenaza de ingreso de productos secundarios o sustitutos:

Los productos secundarios en el mercado coreano que pueden representar una amenaza para el nuestro si prestan las mismas funciones aunque no sean exactamente nuestro producto sino leches con saborizantes de vegetales y frutas nativas de Corea del sur. Nuestros precios también se asemejan bastante al de ellos, lo que nos diferencia es que ellos solo venden su producto en envases personales, mientras que nosotros ofrecemos mayor variedad de presentaciones.



→ Rivalidad de los competidores:

La competitividad en Corea del Sur es bastante fuerte, somos conscientes de lo agresivo que es el mercado en cuestión de promoción, precios, y posicionamiento. Las empresas de todo tipo tienden a invertir mucho dinero en campañas publicitarias distribuyendo sus productos de forma masiva por todas y cada una de las tiendas de conveniencia del país, atiborrando todos estos negocios con sus nombres y colores para ser recordados con buenos precios.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/7288-politica-fiscal-argentina-durante-regimen-conve-rtibilidad>.

<http://cdi.mecon.gov.ar/bases/doc/cefid-ar/51.pdf>.

<https://surdelsur.com/es/secciones/gente/actividades-economicas/>.

https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Conflictos_armados_de_Argentina#Conflictos_armados_internacionales.

Cotizaciones.

Bodega en Rivadavia, Argentina. 14

<https://www.agroads.com.ar/detalle.asp?clasi=737501>.

Persona, salario mínimo mensual: 1221590 COP, fuente:

<https://datosmacro.expansion.com/smi/argentina>.

Cantidad de empleados: 6.

Total salarios a pagar: 7329540 COP.