



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea



Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

HOJA DE RUTA COLOMBIA – COREA DEL SUR

Hacia un **mejor
aprovechamiento**
del Tratado de Libre Comercio



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

HOJA DE RUTA COLOMBIA – COREA DEL SUR

Hacia un mejor aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio

Abril 2021



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Elaborado por: Andrea Trujillo Sáenz
Nicolás Torres Álvarez
Eduardo Alfonso Campo

Revisado por: Juan Carlos Caiza – Embajador de Colombia en Corea del Sur del Sur
María Mónica Conde - Vicepresidente de Relaciones Internacionales de la CCB

Con el apoyo de **LIG NEX1 CO LTD SUCURSAL COLOMBIA**



TABLA DE CONTENIDO

<i>SIGLAS Y ABREVIATURAS</i>	5
1. <i>INTRODUCCIÓN</i>	6
2. <i>PANORAMA ECONÓMICO DE COREA DEL SUR</i>	8
3. <i>PANORAMA COMERCIAL DE COREA DEL SUR</i>	10
4. <i>TLC ENTRE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA DEL SUR</i>	12
5. <i>EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR</i>	13
6. <i>EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR</i>	15
7. <i>EVOLUCIÓN DEL TURISMO ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR</i>	17
8. <i>RETOS, OPORTUNIDADES Y RECOMENDACIONES PARA EL APROVECHAMIENTO DEL TLC COLOMBIA - COREA DEL SUR</i>	18
8.1. Generales.....	18
8.2. Comercio de bienes.....	23
8.3. Comercio de Servicios.....	33
8.4. Inversión.....	44
8.5. Cooperación.....	51
9. <i>CONCLUSIONES</i>	60
10. <i>ANEXOS</i>	61
<i>ANEXO 1 : CONTENIDO DEL ACUERDO</i>	61
<i>ANEXO 2 : PERFIL LOGÍSTICO DEL COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA</i>	63
11. <i>AGRADECIMIENTOS</i>	64



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

SIGLAS Y ABREVIATURAS

AAE: Acuerdo de Asociación Económica
ANI: Agencia Nacional de Infraestructura
Analdex: Asociación Nacional de Comercio Exterior de Colombia
AOD: Ayuda oficial para el desarrollo
APEC: Asia-Pacific Economic Cooperation (por sus siglas en inglés)
ASEAN: Association of Southeast Asian Nations (por sus siglas en inglés)
BID: Banco Interamericano de Desarrollo
CAD: Comité de Asistencia para el Desarrollo
CIAT: Capacity Improvement and Advancement for Tomorrow (por sus siglas en inglés)
FAO: Food and Agriculture Organization (por sus siglas en inglés)
FDN: Financiera de Desarrollo Nacional
Findeter: Financiera de Desarrollo Territorial
FMI: Fondo Monetario Internacional
GGGI: Global Green Growth Institute
IATA: International Air Transport Association (por sus siglas en inglés)
ICAN: ICAO Air services negotiation (por sus siglas en inglés)
ICC: Industrias Creativas y Culturales
IED: Inversión extranjera directa
KCCI: Korea Chamber of Commerce and Industry (por sus siglas en inglés)
KEITI: Korea's Environmental Industry and Technology Institute (por sus siglas en inglés)
KEXIM: Export-Import Bank of Korea
KGGTF: Korean Green Growth Partnership (por sus siglas en inglés)
KIAT: Korea's Institute for Advancement of Technology
KOCCA: Agencia de Contenidos creativos de Corea
LMR: Límites máximos de residuos
MINCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
MADR: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
MSF: Medidas sanitarias y fitosanitarias
NME: No minero energéticos
NMF: Nación mas favorecida
OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo
ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible
OEA: Operador Económico Autorizado
OMC: Organización Mundial del Comercio
REIP: Regiones Estratégicas de Internacionalización Prioritaria
SAC: Sociedad de Agricultores de Colombia
SBC: Servicios Basados en Conocimiento
TIC: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
VUCE: Ventanilla Única de Comercio Exterior
VULL: Ventanilla Única de Inversión
UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development (por sus siglas en inglés)



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

1. INTRODUCCIÓN

La relación de Colombia y Corea del Sur surge con la participación del Batallón Colombia en la Guerra de Corea entre los años 1950-1953. Colombia fue el único país de Latinoamérica en participar en esta guerra, lo que hoy se traduce en un sentimiento de gratitud que ha permitido construir una relación política estrecha entre ambos países desde el 11 de marzo de 1962 cuando se iniciaron las relaciones diplomáticas. Colombia abrió su Embajada en Corea en 1978.

En materia comercial, en 2010, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, firmó el Acuerdo de Promoción y Protección de Inversiones con Corea. De igual manera, Colombia empezó las negociaciones del Tratado de Libre Comercio - TLC con Corea del Sur en el 2009 luego de que el Consejo Superior de Comercio Exterior tomara la decisión de iniciar conversaciones con este país con la intención de diversificar los mercados de exportación de Colombia y buscar la puerta de entrada al Asia.

Para ese momento, Colombia había ya suscrito tratados con sus vecinos, negociado el acuerdo con Estados Unidos, el *European Free Trade Association*, el Triángulo Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras), había comenzado las negociaciones con Mercosur, y profundizado el acuerdo con Chile y renegociado el acuerdo con México. En el 2009, la aprobación del TLC con Estados Unidos se estancó en el Congreso de dicho país luego de la llegada de una mayoría demócrata, se cerraba el comercio con Venezuela, y al mismo tiempo Chile y Perú avanzaban en sus TLC's con el mundo. Por lo que el paso lógico para Colombia era llegar al Asia; el 21 de febrero de 2013, Colombia suscribe el Acuerdo de Libre Comercio con Corea, el Congreso de Colombia lo aprueba en diciembre de 2014 pero es hasta abril de 2016 que es declarado exequible por la Corte Constitucional, para finalmente entrar en vigor el 15 de julio de 2016.

Colombia tiene mucho por aprender de Corea del Sur. En los años sesenta Colombia exportaba ocho veces más que Corea del Sur y, 50 años después, Corea del Sur es la economía número diez del mundo en términos de PIB y uno de los diez países que más exporta al mundo. Corea del Sur pasó de exportar pelucas a computadores y celulares debido a la liberalización de sus políticas de comercio exterior.

El milagro económico de Corea del Sur consistió en transitar de una economía intensiva en mano de obra a una economía intensiva en capital y tecnología en los años ochenta y noventa y, posteriormente, a una economía del conocimiento en este siglo. Un país que puso en el centro la educación enfocada en la adopción de la tecnología, la innovación, el emprendimiento y la promoción de la creación de mercados y de industrias de energía verde.

Corea ha sido un socio importante para Colombia. En el 2011, Corea elevó las relaciones diplomáticas con Colombia a la categoría de Asociación Estratégica de Cooperación, la segunda categoría en importancia para este país, lo que implica una oportunidad y al mismo tiempo un reto para planificar en el corto, mediano y largo plazo la agenda de cooperación coreana hacia Colombia.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

El apoyo de Corea del Sur fue importante para la aprobación del TLC de Colombia con Estados Unidos en el Congreso de ese país y unos años más tarde sería pieza clave para el acceso de Colombia a la Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico - OCDE. Hoy, Corea del Sur continúa siendo un aliado muy importante para Colombia. En el marco de la pandemia del COVID-19, Corea del Sur compartió sus lecciones aprendidas y buenas prácticas en la gestión de la crisis, y donó equipamiento médico para el diagnóstico.

Casi cinco años después de la entrada en vigor de este TLC es momento de revisar sus logros, retos, oportunidades y formular recomendaciones que permitan un mejor aprovechamiento del Acuerdo. Este reporte refleja las reflexiones de más de 50 empresarios colombianos y coreanos, gremios, instituciones públicas, centros de pensamiento y expertos en la relación Colombia-Corea del Sur que anhelan llevar la relación entre ambos países a un siguiente nivel.

El sentimiento de gratitud del pueblo coreano hacia Colombia se traduce en una excelente relación política, pero se deben hacer más esfuerzos para trasladar esa relación al plano comercial. Hoy, el TLC Colombia-Corea sigue siendo el único acuerdo de Colombia con el Asia, lo cual representa una enorme oportunidad para Colombia que requiere de un firme compromiso de largo plazo del sector público y privado para lograr un mejor aprovechamiento de éste.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

HOJA DE RUTA COLOMBIA – COREA DEL SUR Hacia un mejor aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio

2. PANORAMA ECONÓMICO DE COREA DEL SUR

Después de terminar la Guerra de Corea (1953), Corea del Sur emergió como una de las historias de éxito económico más notables del siglo XX, convirtiéndose en una sociedad de alta tecnología desarrollada y en una economía del conocimiento en el siglo XXI.

Corea del Sur ha experimentado una de las mayores transformaciones económicas de los últimos 60 años. Dado su tamaño geográfico limitado, sus recursos naturales, su tamaño y composición de su población (una fuerza laboral de 28.4 millones de personas de una población total de 51.8 millones), el país ha prestado especial atención al desarrollo de tecnología e innovación para promover el crecimiento, transformando una nación predominantemente agrícola en un país urbano e industrializado.

En la década de 1960, el PIB per cápita de Corea del Sur (USD 158) era comparable con los niveles de los países más pobres del mundo y era superado por el de Colombia (USD 251)¹. En 2019, el PIB de Corea era de USD 1.646,7 miles de millones², superando el PIB de países como España y Australia. El PIB per cápita de ese país es actualmente casi 5 veces el de Colombia, es decir USD 31.846.³

La industria representa el 35.1% del PIB y emplea al 24.8% de la fuerza laboral. Corea del Sur es el mayor productor mundial de semiconductores del mundo. Las principales industrias incluyen textiles, acero, fabricación de automóviles, construcción naval y electrónica.

El sector agrícola en Corea del Sur hace una contribución insignificante al PIB del país (1.9%) y emplea solo al 4.6% de la población activa. Se cultiva menos de una cuarta parte de la tierra. El arroz es el principal cultivo agrícola. La cebada, el trigo, el maíz, la soja y el sorgo se cultivan extensivamente. El sector también incluye la ganadería a gran escala. Los recursos minerales de Corea del Sur se limitan al oro y la plata.

El sector de servicios es el sector económico más grande y de crecimiento más rápido, ya que representa el 53.5% del PIB y emplea al 70.4% de la población activa, especialmente en tiendas por departamento, cadenas de tiendas y supermercados. El turismo es uno de los sectores con mayor crecimiento, con un aumento de 14% en 2019 según la Organización de Turismo de Corea.

En 2017, la elección del presidente Moon Jae-in generó un aumento en la confianza del consumidor, en parte, debido a sus exitosos esfuerzos por aumentar los salarios y el gasto público. Estos factores se combinaron con un repunte en el crecimiento de las exportaciones para impulsar el crecimiento del PIB real a más del 3%.

¹ <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=KR>

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=CO>

² <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=KR>

³ https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?most_recent_year_desc=true



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

A partir de 2018, Corea ha tenido una desaceleración gradual del crecimiento económico. El país ha venido afrontando los desafíos que surgen del rápido envejecimiento de la población, el mercado laboral inflexible, el dominio continuo de los conglomerados económicos y una fuerte dependencia de las exportaciones. Los anteriores contribuyen a la cuarta tasa de suicidios más alta del mundo, igual a 26.6 casos por 100.000 habitantes en el 2018.⁴

En 2019, el gobierno obró con fuerza para impulsar la economía a través de un gasto fiscal expansivo, y como resultado el empleo mostró una mejoría tanto a nivel de número de empleos como estatus. Las medidas estructurales para la innovación industrial fueron completadas, lo que cubre los planes para reestructurar las manufacturas y los servicios, desarrollar las nuevas industrias centrales de datos, redes e inteligencia artificial, y promover las industrias de chips electrónicos, biosalud y automóviles del futuro.

El gobierno buscó estimular un segundo boom de emprendimiento, en búsqueda de un fuerte apoyo al empleo y redes de seguridad social, lo que ayudó a mejorar los indicadores de distribución, y además adoptó medidas adicionales para que la semana laboral de 52 horas sea más llevadera para los trabajadores. Sin embargo, el sector privado, al igual que el potencial de crecimiento del país, no repuntaron. Se mantuvieron elevados niveles de deuda corporativa y de los hogares, lo cual sigue representando un riesgo para el sector bancario.

La economía coreana también se vio afectada con la pandemia del COVID-19, aunque menos de lo esperado, llegando a ser el país cuya economía se vio menos afectada por la pandemia entre los países miembros de la OCDE.⁵ En el 2020 la economía se contrajo solamente 1% gracias al impulso de las exportaciones, que crecieron un 15,6% con respecto al segundo trimestre de 2020 y al éxito en la contención de la propagación del COVID-19.

Según el Fondo Monetario Internacional - FMI, el crecimiento del PIB en 2021 de la región de Asia y el Pacífico será de 6,9%⁶, siendo el más alto a nivel mundial en 2021 y entre los más altos para cada uno de los años 2022 a 2025, estando siempre por encima del 5%⁷. El FMI prevé un crecimiento del PIB real para Corea en 2021 de 2,9%, ligeramente por debajo del crecimiento que tendrán las economías avanzadas de 3,9%. Sin embargo, también prevé que el crecimiento del PIB real de Corea del Sur entre 2022 y 2025 sobrepasará el promedio del crecimiento que tendrán las economías avanzadas para cada uno de esos años.

Corea del Sur pretende aliviar las consecuencias económicas de la pandemia mediante una expansión fiscal y monetaria que facilitarán el crecimiento del consumo y la inversión privada. En julio de 2020, el gobierno anunció el New Deal coreano para enfrentar la crisis del COVID-19 consistente en un paquete de USD 144 mil millones con el fin de estimular la economía coreana a través de reformas medioambientales y tecnológicas y crear 1.9 millones de empleos para el 2025.⁸

⁴ <https://www.statista.com/statistics/789337/south-korea-suicide-death-rate/>

⁵ http://overseas.mofa.go.kr/oecd-en/brd/m_21596/view.do?seq=760549

⁶ Regional economic outlook update. Asia and Pacific : navigating the pandemic : a multi-speed recovery in Asia. Washington, DC : International Monetary Fund, 2020.

⁷ World Economic Outlook (October 2020). Datamapper. Real GDP growth

⁸ <https://english.moef.go.kr/pc/selectTbPressCenterDtl.do?boardCd=N0001&seq=4948>

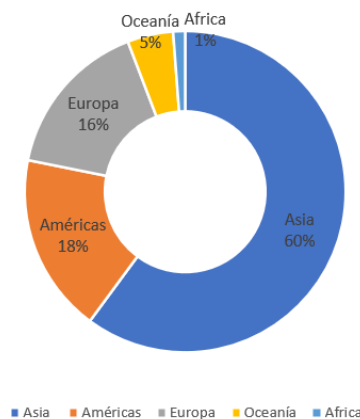


3. PANORAMA COMERCIAL DE COREA DEL SUR

Según el más reciente examen de la política comercial de Corea del Sur realizado por la Organización Mundial del Comercio - OMC⁹, el objetivo general de la política comercial de este país es crear una economía libre y abierta basada en los principios de mercado. La OMC encuentra que, con el fin de fomentar la competitividad internacional de sus empresas y el crecimiento económico, Corea se ha esforzado por mejorar el acceso a mercados fundamentales mediante la participación en negociaciones multilaterales, así como en la negociación de más acuerdos de libre comercio y una estrecha cooperación económica con sus interlocutores comerciales.

Las tendencias del comercio internacional y de la Inversión Extranjera Directa - IED reflejan la importancia que sigue teniendo la región de Asia y el Pacífico como principal mercado y proveedor regional. Sin embargo, China, la Unión Europea y los Estados Unidos siguen siendo los principales interlocutores individuales de Corea en materia de comercio e IED. El siguiente cuadro muestra el origen de las importaciones de Corea en el 2019 por continente¹⁰.

Gráfico 1: Origen de las importaciones de Corea del Sur por continente 2019



Fuente: Comtrade

De acuerdo con el Banco Mundial, Corea tiene una elevada proporción del PIB que corresponde a su comercio de bienes y servicios (exportaciones más importaciones), que llegó al 77% en el 2019. Cabe resaltar que para 1960 las exportaciones de Corea del Sur representaban el 2.6% del PIB¹¹ y su principal producto de exportación eran las pelucas. En el 2019, las exportaciones fueron el 39.9% del PIB¹² siendo la industria productora de memoria dinámica de acceso aleatorio (DRAM, por su sigla en inglés), la industria del acceso múltiple por división de código (CDMA, por su sigla en inglés) y la industria de celulares las de mayor participación.¹³

⁹ Organización Mundial del Comercio. Examen de las Políticas Comerciales. Informe de la Secretaría. República De Corea. Revisión. WT/TPR/S/346/Rev.1. 6 de enero de 2017. <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=s:/WT/TPR/S346R1.pdf&Open=True>

¹⁰ <https://comtrade.tradingeconomics.com/comtrade/share?r=kor&c=0000&v=treemapmarkets&t=1&title=>

¹¹ <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=KR-CO>

¹² <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=KR-CO>

¹³ Colombia y Corea del Sur: hacia una asociación estratégica de cooperación



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

4. TLC ENTRE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA DEL SUR

Con el ánimo de buscar estrechar lazos comerciales con los países asiáticos y con el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico – APEC (por sus siglas en inglés) y teniendo en cuenta que entre 2000 y 2007 el PIB de Corea registraba una tasa media de crecimiento de 5,2% por encima del promedio mundial, Colombia entró en negociaciones para un acuerdo de libre comercio con Corea del Sur en noviembre de 2009. En febrero de 2013 ambos países suscribieron el Acuerdo de Libre Comercio, el cual finalmente entró en vigor el 15 de julio de 2016.¹⁴ (Ver Anexo 1 – Contenido del Acuerdo)

Este acuerdo hacía parte de una tercera fase de acuerdos comerciales para Colombia, que buscaban abrir mercados tradicionalmente cerrados a sus exportaciones. Además, el acuerdo con Corea representaba una oportunidad para Colombia de aumentar sus exportaciones, incrementar la inversión extranjera directa y fomentar la cooperación en sectores estratégicos.¹⁵

Según el estudio de factibilidad del TLC entre Colombia y Corea elaborado en 2009 por Fedesarrollo, Corea representaba una puerta de entrada para Colombia a esta región no sólo por el dinamismo de su economía, las estrechas relaciones con China y Japón¹⁶, sino porque recientemente había estrechado los lazos con algunos de sus países vecinos asiáticos por medio de la firma de acuerdos de libre comercio y de un Acuerdo de Asociación Económica (EEA) con India. El Acuerdo con Corea fue considerado como el mejor laboratorio para que los empresarios de Colombia aprendieran a aprovechar mejor el mercado asiático”.¹⁷

En la actualidad, Corea del Sur sigue siendo el único país del Asia con el que Colombia ha suscrito un TLC.

¹⁴ <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/corea/2-contenido-del-acuerdo/texto-del-acuerdo-espanol>

¹⁵ <http://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/corea/3-implementacion-del-acuerdo/leyes/ley-1747-del-26-de-diciembre-de-2014/ley-1747-del-26-de-diciembre-de-2014.pdf.aspx>

¹⁶ Fedesarrollo. Análisis de Factibilidad de un Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la República de Corea. Informe Final. Mauricio Reina, Camila Salamanca y David Forero. Agosto de 2009. <http://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Estudio-de-Factibilidad-FEDESARROLLO.pdf>

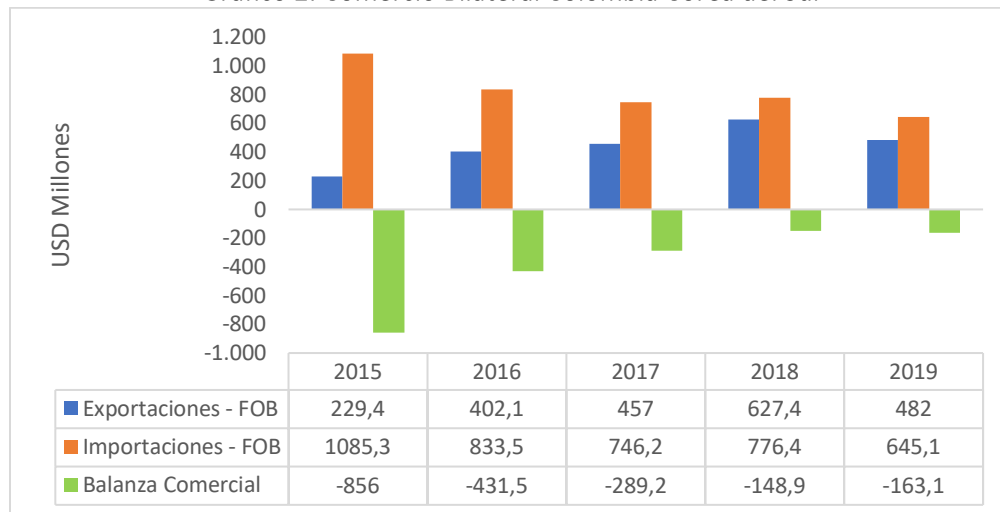
¹⁷ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. ABC del Acuerdo Comercial con Corea del Sur. 21 de febrero de 2011. <http://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/ABC-del-acuerdo-comercial-con-Corea-del-Sur.pdf>



5. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR

Según el último informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia publicado el 1 de junio de 2020¹⁸ y que elabora el MINCIT en cumplimiento de la Ley 1868 de 2017; en el 2015, año anterior a la entrada en vigencia del TLC, la balanza comercial arroja un déficit por USD 856 millones de dólares. Posteriormente, este monto se redujo hasta un mínimo de USD 148.9 millones en 2018. No obstante, en 2019 el déficit para Colombia sumó USD 163.1 millones, debido principalmente a menores exportaciones de productos del sector minero energético.

Gráfico 2: Comercio Bilateral Colombia Corea del Sur



Fuente: DIAN, DANE, MinCIT, OEE, DRC

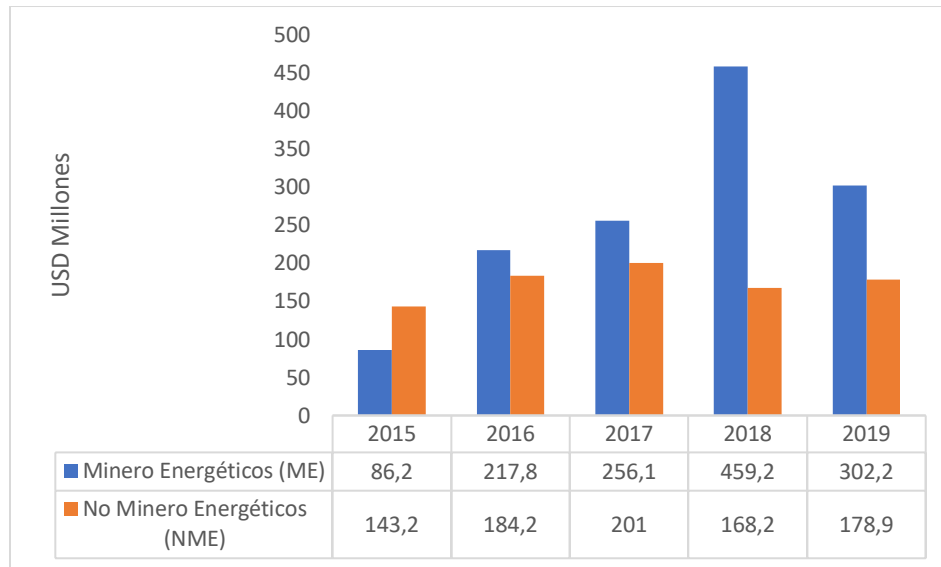
Desde la entrada en vigor del acuerdo, las exportaciones de Colombia a Corea del Sur muestran un comportamiento creciente. Entre 2016 y 2018, pasaron de USD 402.1 millones a USD 627.4 millones. En 2019 Colombia le vendió a este país en productos agropecuarios, agroindustriales e industriales un total de US\$179 millones, y en el 2020 le vendió US\$225 millones. En el 2020 las exportaciones no mineras representaron el 39,3% del total exportado a Corea del Sur. Es importante destacar el aumento en las exportaciones de café, cuyas exportaciones crecieron 29,2%; banano con un crecimiento superior al 1.000%; flores que aumentaron 10,1%; insecticidas que lo hicieron en 140%; crustáceos en 69,4% y demás papeles y cartones que se incrementaron en 40,2%¹⁹.

¹⁸ <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/ley-1868-informe-2020.aspx>

¹⁹ <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/exportaciones-no-mineras-a-corea-del-sur-crecieron>



Gráfico 3: Exportación de Productos No Minero Energéticos a Corea del Sur del Sur



Fuente: DIAN, DANE, MinCIT, OEE, DRC

De acuerdo con dicho informe, en 2019, Corea del Sur ocupó el puesto 17 entre los destinos de las exportaciones de Colombia con una participación de 1.2%. Al mismo tiempo, este país se ubicó como el proveedor número 15 de las compras colombianas, con 1.3% del total importado. Respecto a Asia, en 2019 Corea ocupó el segundo puesto como destino de las exportaciones de Colombia, detrás de China, y el cuarto como proveedor de esa región, detrás de China, Japón e India.

Desde julio de 2016 se han exportado a Corea del Sur 88 productos nuevos por montos mayores a los USD 1,000. De estos 25 pertenecen a la cadena de metalmecánica y otras industrias, 25 a agro-alimentos, 16 a sistema moda y 22 a químicos y ciencias de la vida. Desde julio de 2016, 122 nuevas empresas han exportado productos no minero-energéticos a Corea del Sur por montos iguales o mayores a USD 10,000.

Desde la entrada en vigor del Acuerdo, las importaciones de Colombia de bienes originarios de Corea del Sur muestran un comportamiento fluctuante. En efecto, un comportamiento decreciente en 2016 y 2017. En 2018, las importaciones aumentaron a USD 785.4 millones. En 2019, las importaciones colombianas desde Corea del Sur disminuyeron 16.9%, alcanzando USD 645.1 millones. Este comportamiento estuvo relacionado con menores compras de grupos electrónicos de corriente alterna, dodecilbenceno y vehículos para el transporte de personas, principalmente.

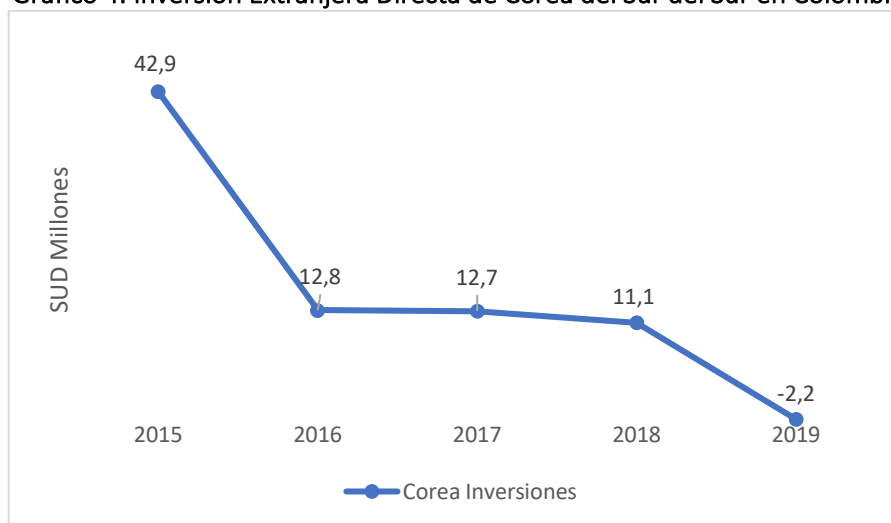


6. EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR

Corea del Sur es el tercer mayor inversionista de Asia en Colombia. Durante el periodo comprendido entre los años 2017 y 2020, sólo el 9% de la inversión de Corea del Sur en el exterior se dirigió a Latinoamérica, y el 58% estaba dirigida a México.

De acuerdo con el informe sobre acuerdos comerciales elaborado por MINCIT en el 2020, la inversión extranjera directa de Corea del Sur en Colombia en el 2019 fue de USD -2.2 millones, siendo la más baja en los últimos cinco años.

Gráfico 4: Inversión Extranjera Directa de Corea del Sur del Sur en Colombia



Fuente: Banco de la República, MinCIT, DRC

Sin embargo, es importante resaltar que en los últimos dos años Colombia ha recibido inversión coreana a través de filiales ubicadas en otras partes del mundo, por lo que la inversión coreana no se ve reflejada en la cifra de IED arriba mencionada. Algunos de estas inversiones son:

- Netmarble Corp, la empresa desarrolladora de videojuegos líder en Corea del Sur adquirió a la empresa colombiana Brainz, a través de su subsidiaria en Estados Unidos²⁰.
- Watermelon Pictures Co, productora de cine que creó la película “Bogotá”²¹.
- Megabox Plus M, productora de la película “Dream”, que tendrá algunas escenas en Colombia.
- Tracom Co, está desarrollando tarjetas inteligentes para el transporte público en la ciudad de Medellín²².
- Rans, adquirió 150 hectáreas para el cultivo de aguacate y 50 hectáreas de cultivos de uchuva, con el fin de exportarlo a Asia en los próximos años²³.

²⁰ <https://pulsenews.co.kr/view.php?year=2018&no=212389>

²¹ <https://kpoplat.com/2021/01/25/se-confirma-el-regreso-de-song-joong-ki-a-colombia-para-la-filmacion-de-la-pelicula-bogota/>

²² <https://procolombia.co/noticias/multinacional-coreana-formara-medicos-de-latinoamerica-desde-colombia>

²³ <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/procolombia-el-gobierno-y-empresarios-colombianos-visitan-corea-del-sur-para-fortalecer-1>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Celltrion, la empresa más grande de biosimilares de Corea decidió establecer su hub para Latinoamérica en Bogotá²⁴.
- Korean Re, la re-aseguradora número 11 a nivel mundial y la más grande de Corea, se instaló en Bogotá con el propósito de expandirse a América Latina²⁵.
- Wontech, estableció una clínica dermatológica y un centro de formación para personal médico de Latinoamérica en Bogotá²⁶.

²⁴ <http://www.koreabiomed.com/news/articleView.html?idxno=2628>

²⁵ <https://www.larepublica.co/finanzas/la-aseguradora-asiatica-korean-re-se-expandira-a-latinoamerica-desde-colombia-3020596>

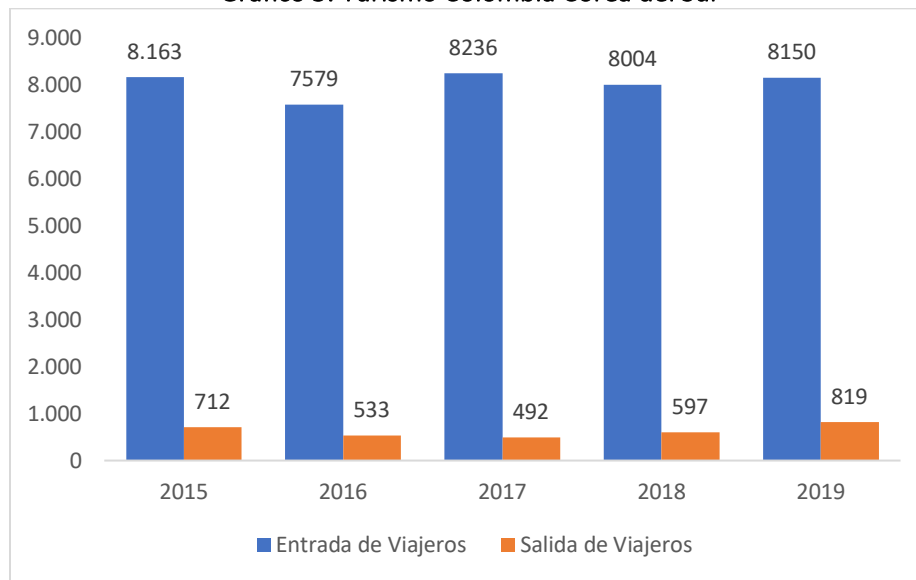
²⁶ <https://procolombia.co/noticias/multinacional-coreana-formara-medicos-de-latinoamerica-desde-colombia>



7. EVOLUCIÓN DEL TURISMO ENTRE COLOMBIA Y COREA DEL SUR

En el año 2019, 8.150 residentes de Corea del Sur ingresaron a Colombia y 819 colombianos viajaron a ese país. De acuerdo con la Asociación Internacional de Transporte Aéreo – IATA (por sus siglas en inglés), Colombia es el quinto país de destino de los coreanos en América Latina después de Brasil, Perú, Chile y Argentina.

Gráfico 5: Turismo Colombia Corea del Sur



Fuente: Migración Colombia, MinCIT, OEE, DRC

Como se observa en la grafica anterior, en los últimos cinco años la llegada de viajeros coreanos a Colombia no presenta cambios significativos. Existen varios retos para atracción de un mayor flujo de turistas del país asiático. Colombia es reconocido por su buen café, diversidad y ecoturismo, sin embargo, para posicionarlo como un destino atractivo de Suramérica se requiere un trabajo público-privado de la mano con agencias coreanas para diseñar, promocionar y ejecutar servicios turísticos enfocados en los gustos del turista coreano. Los temas que se deben tener en cuenta para el diseño de la estrategia de atracción de turistas coreanos son, entre otros: logística, infraestructura, idioma, gastronomía, promoción, conectividad aérea, entre otros. En el capítulo de servicios del presente informe se desarrollarán las recomendaciones en esta materia en más detalle.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

8. RETOS, OPORTUNIDADES Y RECOMENDACIONES PARA EL APROVECHAMIENTO DEL TLC COLOMBIA - COREA DEL SUR

8.1. Generales

- Diferencias culturales y lingüísticas

Las barreras culturales y lingüísticas son un reto común para los empresarios colombianos que buscan realizar negocios en Corea del Sur. Si bien el inglés se utiliza regularmente en los negocios internacionales, los empresarios coreanos con mayor edad aún tienen dificultad para expresarse en inglés. En el caso de los empresarios más jóvenes, la fluidez en el inglés es indispensable para concretar los negocios.

Aun cuando los empresarios de ambos países utilizan un idioma común, a veces el alcance de ciertos términos, que determina las expectativas de las dos partes, es diferente. El empresario coreano espera una comunicación más directa y rápida. Por tanto, es necesario utilizar términos directos y es esencial cumplir en los términos exactos en que se haya pactado. Dichos términos deben ser lo más cortos que resulte posible.

La academia tiene un rol fundamental para ayudar a acercar a los ciudadanos de ambos países aumentando sus esfuerzos en difundir conocimiento, el idioma y la cultura coreana en Colombia y trabajar para fortalecer los vínculos entre ambos países. La Asociación de Estudios Coreanos y las universidades deben promover los intercambios de estudiantes, profesores, así como continuar con los seminarios, cursos y demás actividades. Llevar este conocimiento a más estudiantes de todas las regiones del país debe ser una prioridad.

Colombia debe **promover la creación de una asociación de estudios colombianos en Corea, que congrege a las principales universidades coreanas con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre la cultura colombiana y del idioma español de los estudiantes coreanos.** Para este fin se sugiere contactar a aquellos académicos coreanos que han trabajado en Colombia y a los estudiantes colombianos que se encuentran en Corea para que sean ellos quienes lideren la creación de dicha asociación y fortalezcan los vínculos con las universidades colombianas en donde trabajaron.

Más adelante, en el capítulo de cooperación se desarrollan algunas recomendaciones adicionales para aumentar el conocimiento mutuo entre Colombia y Corea del Sur.

- Conocimiento del mercado, del TLC y de la dinámica de comercio exterior

La distancia entre Colombia y Corea se traduce también en un desconocimiento del mercado por parte de los empresarios de ambos países. El mercado coreano es muy dinámico y cambiante. Para llegar a dicho mercado con el bien o el servicio óptimo es necesario estudiar de manera permanente las necesidades y gustos del cliente coreano para aprovechar las oportunidades y adecuar la oferta exportable a lo que demanda el mercado.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

El consumidor coreano es exigente, perfeccionista y consume bienes y servicios de altísima calidad con valor agregado. “Los consumidores están buscando productos diferenciados y están más dispuestos a probar nuevas marcas. Ellos son cada vez más sensibles a los precios; y quieren estar convencidos que están recibiendo valor por su compra”²⁷. El estilo de vida LOHAS, que involucra sustentabilidad ambiental del producto o servicio, así como del impacto en el bienestar, es cada vez más común entre los coreanos.

Exportar a Corea le da credibilidad al empresario colombiano y le abre puertas en el resto del mundo. Los empresarios colombianos tienen el reto de adaptar sus productos a las exigencias y realidades del mercado coreano para poder llegar al público correcto, con el producto adecuado y en las fechas oportunas. Obtener este conocimiento detallado se logra con un esfuerzo del sector público, privado y la academia. El método de prueba y error con un país tan distante es un riesgo que no se puede correr.

La expectativa de los empresarios colombianos sobre el tiempo que se requiere para hacer un negocio a veces no coincide con lo que esperan los empresarios coreanos. Para estos últimos, las relaciones son de confianza y de largo plazo. Se requiere tiempo para establecerlas, por lo que el empresario colombiano debe ser **paciente y persistente en la construcción de las relaciones con Corea**.

En el 2019, Corea del Sur importó USD 503.262,9 millones en todo tipo de bienes²⁸. Las importaciones provenientes de América Latina se concentraron en el tema energético, pero hay unas enormes posibilidades en el sector agrícola y agroindustrial que permitirían aumentar el comercio de este tipo de bienes. En el 2019 Corea fue el importador número doce de productos agrícolas y agroindustriales del mundo, importando USD 27.5 mil millones en alimentos²⁹.

En Colombia no hay un motivo específico que estimule el desarrollo de los mercados asiáticos. Los empresarios en general deben adquirir conciencia de la importancia del mercado coreano y entender que es posible atender la demanda de ese país en productos agrícolas, pecuarios, agroindustriales y manufacturas cumpliendo las exigencias de calidad y volumen requerido.

Socializar las experiencias de intercambio comercial entre Colombia y Corea es definitivamente una herramienta útil para aumentar el interés de los empresarios en el mercado del otro país. Se recomienda comunicar permanentemente al empresariado y a la sociedad en general, las experiencias positivas y negativas, los obstáculos y la forma como fueron superados.

Resulta indispensable que el **gobierno, los gremios y la academia realicen esfuerzos de manera articulada, para permitir un adecuado conocimiento de la cultura y del mercado coreano**, de los gustos y preferencias de sus consumidores, de su método de negociación comercial, de la reglamentación que se debe cumplir para tener acceso a ese mercado (incluida la trazabilidad), de las mejores alternativas logísticas (incluidos los empaques y medios de transporte y la cadena de frío) y de sus canales de distribución. Todo lo anterior con el fin de despertar el interés de los empresarios para llegar a ese mercado.

²⁷ Puerta Hernández, D., & Serna Montoya, N. (2014). Entendiendo al consumidor japonés y coreano. Tendencias de exigentes mercados en Asia. Online Journal Mundo Asia Pacífico, 3(4), 25-37. <https://doi.org/10.17230/map.v3.i4.01>

²⁸ <https://tradingeconomics.com/south-korea/imports-by-category>

²⁹ <http://www.businesskorea.co.kr/news/articleView.html?dxno=28883>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Ventaja previa de otros países con TLC

Se podría decir que uno de los factores por los que aún no se ha logrado un mejor aprovechamiento del TLC Colombia – Corea es porque existe una ventaja previa de otros países de la región. Chile, Perú y países de otras regiones con potencial exportador similar a Colombia, concluyeron acuerdos comerciales antes. Además, está el caso de países como México, que, a pesar de no tener un acuerdo comercial, tienen un comercio muy dinámico con Corea.

El comercio entre Chile y Corea es muy activo. Cuando Chile tuvo limitaciones para exportar a Estados Unidos, el empresariado chileno se interesó en el Asia y desarrolló ese mercado, el cual es hoy por hoy su cuarto o quinto socio comercial (dependiendo del año) y al que en 2018 le exportó USD 4,3 miles de millones³⁰, con tendencia al alza entre 2017 y 2019. Si bien el mayor valor de las exportaciones FOB de Chile a Corea lo siguen ocupando los productos minerales, la canasta exportadora se ha diversificado hacia otros productos, tales como, vegetales, agroindustria, pesca y algunos productos industriales (fertilizantes, plásticos, maquinaria, papel y farmacéuticos)³¹. El acuerdo de libre comercio entre Corea y Chile entró en vigor en abril de 2004.

El comercio con Corea del Sur también es importante para Perú. Para consolidar el ingreso de sus productos a los mercados en los que ya vendía, Perú concluyó acuerdos con varios mercados asiáticos, incluido el coreano. En el 2011, entró en vigor su acuerdo comercial y en la actualidad Corea es el cuarto socio comercial de Perú. En 2019, Perú exportó a Corea USD 2.28 miles de millones³². Si bien en 2019 las exportaciones de minerales, escoria y cenizas ocuparon una proporción importante de dichas exportaciones (64%), entre las diez categorías de productos con mayores exportaciones se encuentran pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos; preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos; semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje; café, té y especias; y grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal³³.

Si bien la mayor parte del comercio mexicano es con los Estados Unidos (76,5% en 2018³⁴), su comercio con Corea tuvo un importante incremento entre 2013 y 2018 llegando a más de USD 3.5 miles de millones. A pesar de que en 2019 hubo una caída de dichas exportaciones, éstas recuperaron su dinamismo en 2020, año en el cual, a pesar de la pandemia del COVID-19, las exportaciones ascendieron a USD 3,39 miles de millones, casi recuperando el nivel de 2018³⁵. Entre sus principales productos de exportación están los vehículos, las máquinas y aparatos, el material eléctrico, los equipos electrónicos y los instrumentos y aparatos de óptica, fotografía, de medida, control o precisión y los instrumentos y aparatos médico quirúrgicos. Los dos países indicaron su intención de tener un acuerdo comercial bilateral o en el marco de la Alianza del Pacífico.

³⁰ <http://wits.worldbank.org/visualization/country-analysis-visualization.html>

³¹ <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/>

³² <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/>

³³ <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/>

³⁴ <http://wits.worldbank.org/visualization/country-analysis-visualization.html>

³⁵ <http://wits.worldbank.org/visualization/country-analysis-visualization.html>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Países europeos como España y Polonia también han sabido aprovechar el mercado coreano. En 2019, España exportó a Corea bienes por valor de USD 2.5 mil millones con una canasta diversificada entre productos industriales y agroindustriales, incluyendo farmacéuticos, maquinaria, confecciones, aceites y plásticos³⁶. Por su parte, el comercio entre Polonia y Corea fue de USD 5 mil millones en 2018, registrando un aumento del 34% comparado con la cifra de 2017. Las exportaciones de Polonia a Corea han crecido constantemente desde 2015 y en 2019 se ubicaron en USD 669.6 millones con una canasta cuyos principales productos también son industriales y agroindustriales.

- TLC Colombia-Corea como política de Estado

El reto de Colombia es hacer del TLC con Corea del Sur una política de Estado de largo plazo. Así como los empresarios deben procurar por construir relaciones a largo plazo con sus clientes, las entidades del sector público deben hacer lo propio. **En Colombia se requieren esfuerzos del sector público y privado, que trasciendan gobiernos, para crear e implementar una estrategia enfocada en buscar un mejor aprovechamiento del TLC Colombia-Corea.**

También es importante que tanto el gobierno colombiano como el sector empresarial continúen haciendo presencia en Corea del Sur mediante visitas de sus funcionarios y visitas comerciales y de exploración. Las visitas llevadas a cabo en el 2019 por altos funcionarios del gobierno de Colombia, a la cual asistieron varias empresas colombianas de agroindustria y startups, y las visitas que se han realizado en lo que va del 2021 reflejan una madurez relativa en la confianza en los dos países en los sectores público y empresarial.

- Atender los cuellos de botella de los TLC

Una de las formas para aumentar las exportaciones no minero energéticas y la inversión extranjera es atender los cuellos de botella de los TLC. Dentro de los principales cuellos de botella que encuentran los empresarios, potenciales exportadores y representantes del sector público se encuentran: la priorización, conocimiento y celeridad de los procesos de admisibilidad, rigurosidad de la trazabilidad de los productos, conocimiento de los procesos aduaneros y agilidad en sus tramites, reconocimiento mutuo de autoridades aduaneras y ventanillas únicas conectadas, conocimiento y cumplimiento por parte de las empresas de las condiciones de calidad exigidas por el mercado coreano.

Teniendo en cuenta que las soluciones para superar los cuellos de botella para la implementación del TLC Colombia-Corea pueden involucrar a varias entidades del Gobierno de Colombia, se recomienda una **coordinación y articulación de las diferentes entidades del sector público a cargo de la Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y la Gestión Pública-Privada.**

³⁶ <https://comtrade.un.org/labs/data-explorer/>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Consejo empresarial Colombia – Corea del Sur

En búsqueda de una relación empresarial más dinámica y profunda entre Colombia y Corea del Sur, se recomienda la **creación de un consejo empresarial compuesto por empresarios de ambos países** dispuestos a jugar un papel cada vez más determinante en las relaciones. El consejo empresarial está llamado a ser un canal de comunicación entre el sector privado y el sector público y a aconsejar a ambos gobiernos sobre qué medidas tomar para fomentar el comercio, la inversión y la cooperación.

El consejo empresarial deberá estar compuesto por empresarios comprometidos con la relación comercial entre los países, pero además debe incluir aquellos empresarios con potencial para exportar. Esto quiere decir, que además de los empresarios de aquellos sectores tradicionales como el café y las flores, es necesario incluir a quienes a pesar de que sus exportaciones actualmente no son significativas con respecto al total de exportaciones, sí son empresarios con enorme potencial de exportación a Corea. También deberá incluir empresarios de aquellos sectores que se quieren promover, como es el caso de las industrias creativas y culturales.

Adicionalmente, se sugiere que el **consejo empresarial incluya a gremios o asociaciones gremiales** que representen las diferentes empresas que hacen negocios con Colombia o Corea.

Con el fin de que el funcionamiento del consejo empresarial no dependa del gobierno ni de los funcionarios que promueven su creación, es importante que **esta instancia esté coordinada por entidades del sector privado**. Para este caso, la Cámara de Comercio de Bogotá y la Cámara de Comercio e Industria de Corea (KCCI) serán los entes coordinadores del consejo empresarial. Así mismo, ambas cámaras de comercio deben determinar los estatutos del consejo, definiendo sus objetivos, misión, funcionamiento y miembros.

Para garantizar dinamismo y efectividad al consejo, es indispensable que éste **se reúna periódicamente con la presencia de autoridades de alto rango en cada país**. Además, se sugiere que se **designen unos sherpas temáticos**, que se encarguen de reunir las opiniones, inquietudes e intereses de los empresarios para transmitirlos a las autoridades correspondientes de cada país.

Finalmente, y tratando de aplicar el modelo de Corea de la relación simbiótica entre el Estado, la academia y las empresas, sugerimos que el consejo empresarial adelante **una alianza con una universidad o instituto de investigación** que se encargue de preparar periódicamente un análisis de sectores, productos, empresas con potencial de exportación, así como un estudio comparado sobre las exportaciones de los países de la Alianza del Pacífico a Corea del Sur.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

8.2. Comercio de bienes

- Mentalidad exportadora

La falta de mentalidad exportadora también es una barrera importante al comercio internacional de nuestro país. En Colombia, las exportaciones de bienes representan el 12.2% del PIB³⁷. En muchos sectores los empresarios prefieren el mercado nacional porque requiere menor esfuerzo e inversión y en algunos casos se ha accedido a otorgar protección. La protección no solo afecta la mentalidad exportadora, sino que también perjudica a la industria nacional que necesita proveerse de materias primas y en muchos casos esa situación hace que sus productos no sean competitivos a nivel internacional.

El Gobierno de Colombia adelanta esfuerzos importantes en el diseño e implementación de una política pública de internacionalización. Para este fin, en el 2019 la Vicepresidencia de la República lanzó la Misión de Internacionalización, que tiene como principal objetivo que el país aproveche los tratados de libre comercio y desarrolle sus ventajas comparativas, y logre una integración efectiva de su economía en el mundo, maximizando beneficios económicos y sociales para todos los colombianos. Además, los objetivos también incluyen el aumento, diversificación y mayor valor agregado en las exportaciones de bienes y servicios, mediante sectores estratégicos; la atracción de más inversión extranjera directa; mejor participación en cadenas de valor globales y regionales; mejoramiento de la transferencia internacional de conocimiento y tecnología al país, entre otros. **Es indispensable definir una hoja de ruta de las recomendaciones que arroje la Misión.**

El milagro de Corea del Sur fue posible, entre otras razones, por la liberalización de sus políticas de comercio exterior, que hicieron más rentable el mercado externo frente al interno. Las reformas en Corea del Sur redujeron en forma sustancial el sesgo antiexportador de sus políticas comerciales y estimularon la producción para vender en los mercados externos.³⁸ Colombia todavía tiene mucho que trabajar en este frente.

- Oferta exportable de bienes

El MINCIT señala en su informe de 2020 sobre aprovechamiento de acuerdos comerciales que la mayor diversificación de las exportaciones se da con los acuerdos comerciales de mayor antigüedad, lo cual muestra que los empresarios requieren un tiempo para aprovechar las oportunidades que brindan las preferencias arancelarias.

Para el 2019, las exportaciones de Colombia a Corea del Sur alcanzaron USD 482 millones, registrando un decrecimiento de 23% respecto a 2018. Este resultado se debió principalmente a la caída en las exportaciones de hullas en 17%, al pasar de USD 365.9 millones en 2018 a USD 302.6 millones en 2019. Así mismo, en 2019 no se registraron ventas de aceites crudos de petróleo, mientras que en 2018 las ventas ascendieron a USD 65 millones. Para este mismo año el 80,6% de las exportaciones de Colombia a Corea del Sur estuvieron representadas en carbón (62,8%) y café (17,8%).

³⁷ https://compite.com.co/wp-content/uploads/2020/11/CPC_INC_2020_2021_Comercio-exterior.pdf

³⁸ Comercio exterior en Colombia: política, instituciones, costos y resultados / Jorge García García [y otros] ; prólogo José Darío Uribe. -- Bogotá: Banco de la República, 2019



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

En cuanto a productos no minero energéticos (NME), en 2019 participaron con el 37% del total de las exportaciones de Colombia a Corea del Sur alcanzando USD 178.9 millones y registrando un crecimiento de 6% respecto a 2018. Con respecto a las exportaciones NME, se ha observado una diversificación de la oferta exportable colombiana en Corea. En el 2019 Colombia alcanzó un aumento de 21,9% en el número de subpartidas arancelarias con exportaciones a Corea mayores a USD 10,000 con respecto a las que exportaba en el año anterior a la entrada en vigor del acuerdo en 2016. No obstante, el valor absoluto de subpartidas exportadas a Corea del Sur en 2019 (78 subpartidas) sigue siendo pequeño si se le compara con Costa Rica, que es el otro país cuyo TLC con Colombia entró en vigor en ese año (842 subpartidas)³⁹.

En el 2020 Corea del Sur fue el destino al que más crecieron las exportaciones NME en 2020 con un crecimiento de 25,6%. Así mismo, las exportaciones NME de productos agropecuarios, agroindustriales e industriales fueron de USD 225 millones y representaron en 2020 un total de 29,3% del total exportado a dicho país. Los productos que jalonaron estas exportaciones fueron: café, cuyas exportaciones crecieron 29,2%; banano, con un crecimiento superior al 1.000%; flores, que aumentaron 10,1%; insecticidas, que lo hicieron en 140%; crustáceos en 69,4%; y demás papeles y cartones que se incrementaron en 40,2%⁴⁰.

En 2020 se dieron las primeras exportaciones de aceite de aguacate y vestidos de baño colombiano a una tienda de lujo en Corea del Sur, se desarrollaron productos bajo marca privada para empresas coreanas y se realizó la primera exportación de aguacate congelado. En marzo de 2021, Colombia logró la admisibilidad del aguacate hass, el cual representa un gran logro ya que este producto tuvo un crecimiento en las importaciones coreanas entre 2016 y 2020 de 252% lo que demuestra su gran potencial.⁴¹ A pesar de que se ven algunos cambios en la canasta exportadora de Colombia hacia Corea del Sur, ésta sigue concentrada en pocos productos y se deben continuar los esfuerzos en la diversificación.

Corea es uno de los mayores importadores y exportadores del mundo. Las principales importaciones de Corea del Sur en el 2019 fueron combustibles minerales, aceites minerales, sustancias bituminosas (25% de las importaciones totales), maquinaria y equipo eléctrico (18%), reactores nucleares, calderas, maquinaria y mecánica (10 %), ópticas, fotográficas, cinematográficas, de medición (4%), vehículos de carretera (3%), hierro y acero (3%), minerales, escoria, ceniza (3%), productos químicos orgánicos (3%), plásticos y artículos de los mismos (2%), productos químicos diversos (2%) y productos químicos inorgánicos, compuestos de metales preciosos (2 %). China fue el mayor origen de las importaciones (21 % del total de los orígenes de importaciones), seguido de Estados Unidos (12%), Japón (9%), Arabia Saudita, Vietnam, Australia y Alemania (4% cada uno), Taiwán, Rusia y Qatar (3% cada uno), y Kuwait, Malasia, los Emiratos Árabes Unidos e Indonesia (2% cada uno)⁴².

Con su economía en crecimiento y tierras cultivables limitadas, Corea del Sur es el octavo importador agrícola más grande del mundo. Según Comtrade y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos⁴³, en el 2019 el monto de importaciones de alimentos ascendió a USD 27.5 mil millones, lideradas por carne y despojos comestibles, seguido de pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos, cereales, preparaciones alimenticias diversas y frutas.

³⁹ <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/ley-1868-informe-2020.aspx>

⁴⁰ <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/exportaciones-no-mineras-a-corea-del-sur-crecieron>

⁴¹ <https://idm.presidencia.gov.co/prensa/gobierno-nacional-logro-admisibilidad-de-aguacate-hass-colombiano-a-corea-210319>

⁴² <https://comtrade.tradingeconomics.com/comtrade/share?r=kor&c=0000&v=treemapcategories&t=1&title=>

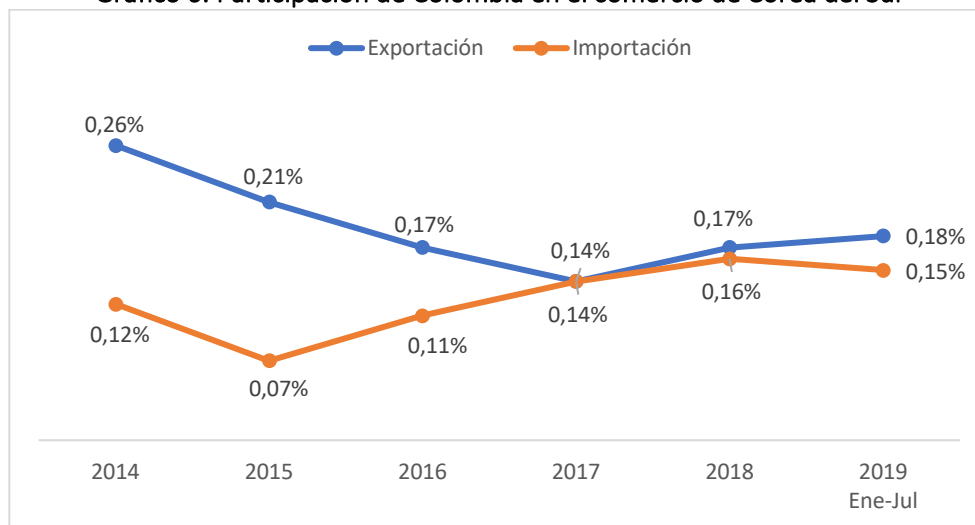
⁴³ <https://www.fas.usda.gov/data/us-agricultural-export-opportunities-south-korea>



El gobierno de Colombia considera que el sector agropecuario y agroindustrial se destaca como uno de los grandes ganadores en el TLC con Corea. Las exportaciones colombianas de estos productos pasaron de USD 79.7 millones en 2015 a USD 105.9 millones en el 2019.⁴⁴

Si se comparan las categorías de productos importados por Corea y exportados por Colombia, se puede deducir que Colombia tiene oportunidad para aumentar sus exportaciones. A julio de 2019, las importaciones de Corea provenientes de Colombia representaron solo el 0.15% de las importaciones totales de ese país. Lo anterior indica que hay mucho espacio para crecer en el total de exportaciones y en las de productos específicos.

Gráfico 6: Participación de Colombia en el comercio de Corea del Sur



Fuente: Korean International Trade Association

En productos NME, varias de las categorías exportadas por Colombia en los sectores de manufacturas y agroindustria se encuentran dentro de las más importadas por Corea. Sin embargo, aún no se exportan a ese mercado, lo que podría desarrollarse más por los exportadores colombianos. El gobierno de Colombia considera que hay oportunidad para aumentar exportaciones a Corea en azúcar, panela, confitería, galletería, confituras y mermeladas, carnes, cueros y sus manufacturas, productos de belleza, agroquímicos, productos orgánicos, agrícolas, agroindustriales, máquinas y aparatos, plástico, químicos, farmacéuticos y confecciones⁴⁵.

- Bienes exportables con valor agregado

Uno de los obstáculos que se presentan para las exportaciones colombianas a Corea del Sur es la ausencia de bienes exportables con valor agregado. Como mencionamos anteriormente, el coreano es un consumidor sofisticado y prefiere productos con alto valor agregado. Sin embargo, el 48% de la canasta

⁴⁴ <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/ley-1868-informe-2020.aspx>

⁴⁵ TLC Colombia – Corea del Sur, El camino hacia las oportunidades en el mercado asiático. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Procolombia. 2016.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

exportable de bienes y servicios de Colombia se concentra en productos primarios y solo un 2% de las exportaciones corresponde a manufacturas con alto contenido tecnológico⁴⁶.

Según el MINCIT, los principales productos exportados de Colombia a Corea del Sur en 2019 fueron: Hullas (63%), Café (18%), Desperdicios y desechos de cobre (11%), Extractos y esencias de café (2%), Desperdicios y desechos de aluminio (1%). También se presentaron exportaciones de globos látex, papel y cartón, preparaciones de frutas, bicicletas y demás velocípedos, café soluble, cueros y pieles, grasas y aceites de animales, artículos de confitería, sopas, potajes o caldos preparados, azúcar, preparaciones alimenticias con contenido de cacao, fungicidas, galletas saladas, camisas de punto, policloruro de vinilo, bolsos de mano, toallitas para desmaquillar, peces ornamentales, bañadores de punto, encajes fabricados a máquina, entre otros, algunos de ellos con un porcentaje relativo de valor agregado⁴⁷.

Por ejemplo, el café tostado, en lugar de café verde para ser tostado en destino, tiene valor agregado y garantiza que no se mezcle con cafés de otros lugares y pierda así su calidad original.

Colombia requiere avanzar más en generar valor agregado, para así crear nichos en el mercado coreano. Se debe **aprovechar la fortaleza de Corea del Sur en materia tecnológica para desarrollar productos con valor agregado mediante alianzas tecnológicas de largo plazo.**

- Encadenamientos productivos con Corea

La canasta exportadora de Colombia se concentra en productos primarios, lo que dificulta su integración en las cadenas globales de valor. Una de las dificultades en el desarrollo de la relación económica y comercial entre Colombia y Corea es que las empresas colombianas no están buscando participar en las cadenas de valor de productos industriales y agroindustriales coreanos. El reto es **identificar las cadenas de valor coreanas con las que podrían interactuar los empresarios colombianos y promover la inversión y los negocios entre ellos**, con el fin de aumentar el número de cadenas con participación de empresas de los dos países.

El reto mencionado está relacionado con la estrategia de Nearshoring que actualmente promueve el gobierno de Colombia. Según cifras de Procolombia, ya son 98 las empresas extranjeras que han manifestado su interés en instalarse en Colombia, desde donde prevén atender el mercado local y regional, incluyendo el mercado estadounidense⁴⁸. Dentro de las empresas que han manifestado su interés en el país, se encuentran firmas de TIC, metalmecánica, agroindustria, textil y moda.

Este nuevo planteamiento de negocios que busca relocalizar las plantas de fabricación de las empresas extranjeras en Colombia para producir bienes con el fin de ser exportados a Estados Unidos ha resultado ser atractivo, no solo por los costos de producción, sino también por los múltiples tratados comerciales con lo que cuenta Colombia actualmente. De cara a la economía, el nearshoring promete una importante inversión extranjera, una reactivación en las exportaciones y, sobre todo, una amplia generación de empleos en el país.

⁴⁶ https://compite.com.co/wp-content/uploads/2020/11/CPC_INC_2020_2021_Comercio-exterior.pdf

⁴⁷ Idem

⁴⁸ <https://www.portafolio.co/economia/ya-hay-12-anuncios-de-firmas-bajo-la-estrategia-nearshoring-547000>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Desafíos en transporte y logística

Conforme al documento CONPES 3982 Política Nacional Logística, entre los retos para consolidar un sistema logístico nacional eficiente están los tiempos elevados en los procesos de importación y exportación. Según el documento, *“los tiempos invertidos tanto para el cumplimiento fronterizo como para la preparación documental restan competitividad a los productos colombianos en los mercados internacionales y limitan la exportación de pequeños y medianos productores”*.

El documento señala que, si bien se han hecho esfuerzos en ese sentido, como la adopción de un manual de procedimiento de inspección física, el desarrollo del sistema integrado de inspección simultánea (SIIS), la puesta en marcha de escáneres de inspección no intrusiva, la implementación del mecanismo de OEA y la actualización de la regulación aduanera, persiste el problema señalado arriba, por lo que es necesario optimizar la oferta de infraestructura de los terminales de comercio exterior y los trámites de importación y exportación mediante el uso de las herramientas de facilitación del comercio.⁴⁹

En cuanto al comercio de bienes entre Colombia y Corea del Sur la distancia entre ambos países es un gran reto, lo que implica costos y tiempo de envío (*véase el Anexo 2 - Perfil logístico del comercio entre Colombia y Corea*). Las actuales alternativas de transporte no son suficientes y se evidencia la necesidad de generación de nuevas alternativas, tanto en rutas como en medios de transporte.

La conectividad es crucial para la exportación de bienes. Se recomienda **promover un memorando de entendimiento de servicios aéreos con suficientes libertades que promuevan la existencia de rutas aéreas regulares y que permitan la utilización de las libertades del aire por parte de aerolíneas de ambos países**. Para alcanzar este tipo de acuerdos, se recomienda utilizar todos los espacios políticos y técnicos de alcance de ambos gobiernos, por ejemplo, las reuniones de autoridades aeronáuticas ICAN que se celebrará este año en Colombia en la ciudad de Medellín y los diálogos de alto nivel entre las autoridades de ambos países.

- Desafíos en aduanas

La brevedad en los trámites de exportación e importación es fundamental para el éxito en el comercio. La simplificación, modernización y armonización de los procedimientos de exportación e importación, comúnmente denominados como facilitación del comercio es entonces un tema importante para el comercio internacional.

Colombia cuenta con la herramienta VUCE, que permite que las partes involucradas en las actividades comerciales y de transporte presenten información estandarizada en un único punto de entrada para dar cumplimiento a todos los requisitos regulatorios vinculados con la importación, exportación y tránsito de mercancías. El reto es lograr que las operaciones aduaneras con Corea sean cada vez más efectivas, para lo cual se debe continuar con la **estandarización de los protocolos de la VUCE para buscar la conectividad con la VUCE coreana y lograr su interoperabilidad**.

Adicionalmente, es clave tener en cuenta que la seguridad en toda la cadena de suministros del comercio internacional implica un enorme desafío para las autoridades aduaneras. En este sentido, toda operación

⁴⁹ Departamento Nacional de Planeación. Documento CONPES 3982 “Política Nacional Logística”. 13 de enero de 2020.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

segura de comercio exterior se complementa con el programa de OEA que garantiza que los datos utilizados provienen de una fuente confiable, facilitando la inmediata liberación de las mercancías. Colombia ya cuenta con esta figura y **lo ideal es que se extienda su aplicación a todos los actores de la cadena logística, y se suscriba un acuerdo de reconocimiento mutuo con Corea del Sur.**

Así mismo, con la incorporación de la tecnología de reconocimiento no intrusivo integrada por equipos con tecnología de imagen, se permitiría el reconocimiento de la carga transportada sin la necesidad de abrir el medio de transporte para su inspección. La autoridad aduanera colombiana ya cuenta con este tipo de facilidades, pero convendría que **extienda el uso de tecnología de reconocimiento no intrusivo a más puertos y aeropuertos y a más tipos de productos.**

Así mismo, se requiere que el Gobierno de Colombia desarrolle las líneas de acción señaladas en el documento CONPES 3982, en particular el desarrollo de buenas prácticas para el desarrollo, mantenimiento y operación de los sistemas de comunidad portuaria y aeroportuaria⁵⁰, el desarrollo de servicios informáticos que permitan interoperar los sistemas de gestión de riesgos de las entidades de control de comercio exterior, el desarrollo de la solicitud de exportador autorizado y el avance en la sistematización de los trámites de comercio exterior.

- Admisibilidad Sanitaria

La barrera sanitaria y fitosanitaria por excelencia es la admisibilidad. La admisibilidad sanitaria es el proceso de establecimiento de MSF requeridas para la importación de un producto agropecuario a un país. Las MSF son todas las leyes, decretos y normas, reglamentos o disposiciones que adoptan los países para regular el comercio de productos agropecuarios sanos para proteger la variedad vegetal y cuidar la salud humana y animal frente a:

- Riesgos de entrada, radicación o propagación de plagas, enfermedades y organismos patógenos o portadores de enfermedades.
- Riesgos resultantes de la presencia de aditivos, toxinas, organismos patógenos o contaminantes en alimentos y bebidas.
- Enfermedades propagadas por animales, vegetales o productos derivados.

Las MSF se establecen para cada uno de los productos que se pretende importar a un país y se determinan según el nivel de riesgo sanitario que el ingreso de ese producto agropecuario pueda representar para la salud de los consumidores y para el territorio del país de destino en cuanto al ingreso de plagas o enfermedades.

Otra de las barreras sanitarias y fitosanitarias más importante es la consistente en los LMR. Según la FAO, un LMR es la concentración máxima de los residuos de un plaguicida (expresada en mg/kg), que se permite legalmente en los alimentos y los piensos. Los LMR se basan en datos de buenas prácticas agrícolas (BPA),

⁵⁰ El sistema de comunidad portuaria se define como una plataforma electrónica neutral y abierta que permite el intercambio inteligente y seguro de información entre partes interesadas del sector público y privado, con el fin de mejorar la posición competitiva de las comunidades portuarias. Un sistema de comunidad portuaria optimiza, maneja y automatiza procesos eficaces de logística mediante una sola presentación de datos, transporte de conexión y cadenas de logística. El sistema de comunidad aeroportuaria maneja comunicaciones electrónicas entre los operadores de transporte privado (aerolíneas, agentes, despachadores de carga, estibadores, almacenes de carga), el hinterland privado (carreo en origen y destino, generalmente terrestre), importadores y exportadores, las autoridades aeroportuarias, la aduana y otras autoridades. (Documento CONPES 3982).



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

y los alimentos obtenidos de productos que cumplen los respectivos LMR tienen la finalidad de ser toxicológicamente aceptables.

En Asia, sobre todo en Corea del Sur ha aumentado la conciencia de los consumidores acerca del impacto ambiental de la producción de alimentos. Esto viene generando el establecimiento de normas en varios países. Por ello adquiere mucha importancia la trazabilidad en el control del uso de agroquímicos en el campo y de ahí que adquiere importancia el tema de los límites máximos de residuos arriba mencionados, los cuales pueden convertirse en una barrera al comercio de los productos sujetos a ellos. Implica inmovilizar producto y tiempos muertos en logística, que pueden hacer una gran diferencia en la competitividad del producto colombiano en un mercado como el coreano.

Según el informe de aprovechamiento de acuerdos comerciales del MINCIT del 2020, a finales de 2019 se llevó a cabo la segunda reunión del Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias del TLC entre Colombia y Corea. Allí Colombia reiteró a Corea la solicitud de desarrollar los procesos de admisibilidad sanitaria de manera más rápida y efectiva ya que los tiempos de expedición de los protocolos sanitarios y fitosanitarios en Corea del Sur son lentos. La autoridad sanitaria puede tardar entre 7 y 10 años en dar acceso a un producto y no se permiten procesos simultáneos.

El informe también añade que Corea se comprometió a analizar en 2020, al cumplirse el tercer año de exportaciones de la Pitahaya a dicho mercado, sin ningún problema fitosanitario, la posibilidad de modificar o eliminar el requisito de la permanencia de un inspector para la exportación de la fruta. Cabe mencionar que a partir de enero de 2021 no se requiere una revisión previa por esta temporada, pero deberá retomarse dicha inspección en octubre de este año.

Así mismo, con el fin de facilitar la exportación de claveles, Colombia propuso a Corea poder certificar solamente dos veces al año que el exportador de claveles no contiene material genéticamente modificado (OGM). Actualmente, debe expedirse un certificado para cada embarque.⁵¹

Según Procolombia, el proceso de admisibilidad de la carne de cerdo y la carne de res se ha retomado recientemente, una vez se recuperó la certificación libre de aftosa. La autoridad coreana ha manifestado que se puede iniciar paralelamente el proceso de la carne de res y cerdo.⁵² Los productos para los que Colombia busca prioritariamente admisibilidad sanitaria en Corea son Aguacate, Limón Tahití, Uchuva y Mango.

Dado el grado de amistad y cooperación entre ambos países, Colombia debe plantear a Corea un **fast track para los procesos de admisibilidad** con el fin de acelerar el ingreso real de los productos negociados en el TLC. También se debe continuar insistiendo a las autoridades coreanas que **efectúen más de un proceso a la vez**, tomando en consideración las circunstancias regionales de la producción agropecuaria y los referentes de autorización en otros países y que se **reduzca el número de inspecciones para determinados productos**, idealmente consolidando las inspecciones o dando certificaciones por planta y no por embarque.

⁵¹ <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/ley-1868-informe-2020.aspx>

⁵² Procolombia. Directiva estratégica Corea del sur. Agosto de 2020



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Además, se deben **priorizar las apuestas productivas en los procesos de admisibilidad de productos no tradicionales** con alta posibilidad de generar mayor impacto tanto en la especialización de la producción nacional **y hacer una revisión periódica de dichas apuestas** de conformidad con la oferta exportable y la demanda de Corea del Sur. Lo anterior, tendría un gran impacto en el aumento del comercio y en la diversificación de la oferta exportable de productos agrícolas y agroindustriales.

Colombia también debe procurar por la **implementación de la Agenda de Diplomacia Sanitaria⁵³ del MADR y fortalecer el trabajo coordinado interinstitucional** bajo el liderazgo del MADR y del MINCIT, que permita el desarrollo de la agenda de diplomacia sanitaria.

Cabe mencionar que la pandemia del COVID-19 ha originado una nueva y más exigente dinámica de controles de entrada de las mercancías. Es previsible que los países, con miras a proteger la salud pública, incrementen las restricciones. Las autoridades y los empresarios deben estar alerta para implementar los cambios requeridos a raíz de la pandemia, pero a la vez identificar aquellos que sean un obstáculo al comercio.

- Estándares de calidad y trazabilidad

Colombia enfrenta grandes retos relacionados con la baja adopción de estándares de calidad y de trazabilidad de los productos agrícolas y agroindustriales. La calidad implica estandarización y control riguroso de muchas dimensiones del producto, desde la forma y el tamaño, hasta el estado de maduración, el color, la resistencia, el sabor y el empaque, e incluyendo por supuesto el cumplimiento de entregas demasiado grandes para casi cualquier productor individual⁵⁴.

La trazabilidad es fundamental en el comercio. Permite determinar el cumplimiento de normas voluntarias y obligatorias, las cuales le añaden valor al producto y en muchos casos se convierten en el elemento diferenciador de una compra. El cumplimiento de las normas obligatorias es indispensable para que un producto sea admitido en un mercado.

Es indispensable que las **normas domésticas de Colombia sean tan estrictas como resulte necesario**, vis a vis las normas de sus socios comerciales y que haya un riguroso cumplimiento de estas. También se requiere **fortalecer las capacidades de entidades como el INVIMA y el ICA** para la implementación de la norma de inocuidad de la cadena alimentaria. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que las normas domésticas no deben evitar que el país pueda tener acceso a insumos para sus industrias de manera competitiva.

Los sistemas de trazabilidad pueden ser útiles. El uso de las herramientas tecnológicas que permiten un mayor control de calidad de los productos que salen de Colombia. Atraer **inversión coreana para la industria agrícola y agroindustrial** es necesario para que haya transferencia de tecnología y conocimiento en la cadena de producción con el fin de cumplir los requisitos que exige el consumidor coreano. **Promover un acuerdo tripartito, entre los gobiernos de Corea del Sur y de Colombia con el sector privado para el desarrollo de tecnología blockchain a través de un código QR** permitirá hacer un seguimiento desde el

⁵³ Estrategia para implementar la Agenda de Diplomacia Sanitaria. 30 de julio de 2019

⁵⁴ <https://contextomedia.com/peru-es-mas-exitoso-que-colombia-en-la-exportacion-de-nuevos-productos-agricolas-por-que/>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

registro de la semilla hasta el consumidor final. El BID ha financiado esta clase de proyectos en la región y podría desde su laboratorio de innovación ayudar a desarrollar una plataforma para los agricultores colombianos.

El sistema Traza, recientemente desarrollado por el INVIMA para el reporte de información de productos de su competencia es una plataforma web que permite la recolección, almacenamiento, procesamiento y análisis de información suministrada por los actores sujetos de inspección, vigilancia y control sanitario de esa entidad. Inicialmente se desarrolló el módulo de medicamentos y próximamente se tiene previsto implementar los demás módulos del aplicativo. Se requiere **acelerar la implementación de los demás módulos del sistema Traza.**

La producción y el empaque también pueden convertirse en problemas si no garantizan que el producto sale con las características que le permiten cumplir los requisitos sanitarios y de calidad exigidos por las autoridades y consumidores coreanos.

Los estándares que exigen las normas técnicas y las medidas sanitarias coreanas pueden ser desconocidos y a veces complejos. Es importante cumplir con dichos estándares para que el producto no sea rechazado. Dadas las altas exigencias del consumidor coreano, resulta importante que los exportadores colombianos tengan **acceso a un catálogo que compile los requisitos técnicos que deben cumplir para acceder al mercado coreano.**

- Certificaciones privadas de calidad de producto

El cumplimiento de las normas voluntarias es un elemento diferenciador para el consumidor. Las certificaciones privadas aseguran el cumplimiento de estándares de calidad en procesos productivos o en las características de los productos. Existen distintas certificaciones de carácter voluntario emitidas por órganos y entidades privadas con prestigio internacional que buscan garantizar el mayor nivel de excelencia en calidad y seguridad. Tanto las certificaciones como los estándares propios de estas organizaciones son reconocidos por entidades públicas y privadas, fabricantes, distribuidores y apreciados por consumidores de todo el mundo. Estas organizaciones certifican tanto los productos como a los fabricantes que los suministran y a sus procesos productivos, garantizando que los procesos de fabricación y la gestión integral de los productos que se elaboran se lleven a cabo según el criterio y las reglamentaciones establecidas por cada una de las certificaciones respectivamente. **Las certificaciones privadas facilitan la comercialización de productos y servicios a nivel internacional.**

Entre otras certificaciones se encuentran las que se expiden en el marco de las normas de la Organización Internacional de Normalización (ISO), la Société Générale de Surveillance (SGS), el laboratorio TÜV Rheinland. También hay certificaciones privadas para la gestión de la inocuidad de los alimentos como BRC – Global Standard for Food Safety, IFS – International Featured Standard, la FSSC 22000 y GLOBALGAP. En Corea también existen esquemas de certificaciones privadas. Por ejemplo, la Asociación Coreana de Normalización (KSA) maneja el sistema de certificación de normas industriales (KS), pudiendo otorgar certificados a nivel internacional en diferentes normas. Un ejemplo en materia de alimentos son las Control Union Certifications sobre agricultura amigable con el ambiente y alimentos orgánicos.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Existe un amplio número de entidades que emiten certificados del cumplimiento de estas reglas. Los exportadores deben **escoger aquellas certificaciones privadas que les resulten beneficiosos para hacer su producto más competitivo**, diferenciándolo de otros fabricantes que no cuentan con la certificación. Para ello deben establecer si la certificación les genera un beneficio mayor a los costos de adecuar su producto, a los requisitos de la certificación y los costos de obtener dicha certificación.

- Promoción de exportaciones: misiones comerciales, ferias y ruedas de negocios

El desconocimiento de los productos colombianos en el mercado coreano es una limitante para el crecimiento de las exportaciones. Lo anterior, aunado a la desconfianza que culturalmente tienen los empresarios coreanos al hacer negocios, requiere un fuerte impulso para promover a las empresas colombianas y sus productos.

La participación en ferias cumple varios propósitos, sirve para contactar clientes y también para explorar los canales de distribución y conocer mejor las reglas de juego del mercado destinatario. La participación en ferias le demuestra al empresario colombiano que su producto sí tiene potencial de entrar a ese mercado. El empresario requiere identificar los eventos de mayor impacto, por el público al que están dirigidos, su ubicación y fecha de realización.⁵⁵ Así mismo, requiere de constancia en la participación en las ferias.

Usualmente, las empresas colombianas que ya se encuentran en Corea del Sur han participado en varias ferias antes de conseguir su primer negocio. Sin embargo, no todas tienen esa capacidad. Esto es difícil lograrlo de manera virtual. Normalmente, esas visitas se hacen con la promoción y el patrocinio del Gobierno colombiano, las cámaras de comercio o los gremios, dado que una sola empresa generalmente no tendría el músculo financiero ni despertaría el interés de los empresarios para recorrer la distancia tan grande (en términos geográficos y culturales) entre Corea y Colombia.

Las misiones comerciales son una herramienta focalizada y de alto impacto. Tienen un costo relativamente alto, ya que pueden involucrar más de un sector de la economía y requieren una muy buena ejecución logística. Para lograr éxito en las misiones y sus agendas, es importante que **se destine el presupuesto adecuado y que haya una muy buena preparación de parte de las empresas colombianas**. Así mismo, es importante **la alineación de objetivos y la coordinación de las misiones con el gobierno y las entidades de promoción coreanas**.

También se requiere **colaboración público-privada para dar a conocer las características, ventajas y beneficios de los productos de exportación colombianos**. Las cámaras de comercio y los gremios exportadores juegan un papel muy importante en el desarrollo de estas misiones.

⁵⁵ Algunas de las ferias del 2021 son:
<https://www.feriasinfo.es/Ferias-Corea-Z120-S5.html>
<https://www.neventum.es/ferias/alimentacion/corea-sur>.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Difundir beneficios del TLC Colombia-Corea

Existen mecanismos para promover el TLC entre los empresarios. Dado que muchas empresas no saben que sus productos están en los cortes de desgravación, el gobierno de Colombia y los gremios con vocación exportadora deben **generar mecanismos de información a los exportadores cuando haya cortes de desgravación y explicarles cómo dicha desgravación les otorga una ventaja frente a otros países**. Se les debe suministrar data o estudios sectoriales acerca de dónde puede haber una mayor ventaja competitiva del TLC.

Además, es importante sensibilizar a las empresas no solo en beneficios generales sino también en términos del sector. Por ejemplo, en flores, los cronogramas de desgravación pactados en el TLC eran por variedad de flor. En este caso, Asocolflores llevó a cabo un trabajo minucioso para entusiasmar a los empresarios en la medida que el cronograma de desgravación se iba dando. Fruto de esa experiencia se logró identificar variedades de flores como las hortensias y los claveles cuyas exportaciones han aumentado con ocasión del TLC, incluso es de destacar que desde el año 2018 Colombia es el primer proveedor de claveles a Corea. **Deben identificarse sectores con impacto en corto, mediano y largo plazo y donde no haya barreras normativas.**

8.3. Comercio de Servicios

El Gobierno de Colombia a través del programa Colombia Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha priorizado 4 subsectores del sector servicios que son: software y IT (aplicaciones móviles, servicios audiovisual, animación y videojuegos); BPO, KPO e ITO; turismo de bienestar y turismo de naturaleza.⁵⁶ No obstante la estrategia y los logros en cada uno de ellos, al comparar la participación de Colombia en los mercados internacionales con su peso en la población y el PIB mundial, se evidencia que las exportaciones del país en dichos sectores siguen estando por debajo de su potencial.

En esta materia, Colombia a diferencia de muchos países cuenta con una estrategia integral para potenciar todos los servicios relacionados con la economía naranja: con capacidades empresariales, recursos humanos, aspectos regulatorios y el apoyo decidido del gobierno nacional para fortalecer esta industria. Sin embargo, persisten retos en los que se debe trabajar para lograr el salto al desarrollo a través de estas industrias, tal como sucedió en Corea del Sur que desde principios de la década de los 90, tuvo un cambio radical en la política de las industrias culturales, pasando del control político sobre las industrias culturales a considerarlas centrales en las estrategias de desarrollo económico a través del fomento de sus exportaciones.

Es necesario acelerar las tasas de crecimiento de las exportaciones de estos sectores y lograr que empresas colombianas participen en los mercados globales; lograr insertarse en las cadenas de valor imprimiéndole más valor agregado y mayor complejidad a las exportaciones con mayor creatividad, innovación y calidad de dichos servicios. Adicionalmente, el escalamiento y la internacionalización dependen en su mayoría de capitales externos donde, por ejemplo, empresas coreanas pueden jugar un rol fundamental toda vez que

⁵⁶ <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

las compañías que lideran estos sectores en ese país y en el mundo buscan países atractivos para tercerizar servicios de menor complejidad y que le sirvan de plataforma para llegar a otros mercados.

Para lograr el posicionamiento de las empresas colombianas dedicadas a servicios asociados a la economía naranja en Corea del Sur, es necesario contar con **una estrategia público-privada, con participación de todas las entidades del gobierno competentes, gremios, empresarios y expertos en cada uno de los sectores, que permita tener una visión común y que aborde los retos del sector servicios**. Existe falta de articulación interinstitucional entre las entidades involucradas en el proceso de internacionalización de los servicios y específicamente se ha manifestado la necesidad de contar con políticas de promoción focalizadas para estos sectores que permitan posicionar al país en el mercado coreano.

Para llevar a cabo la mencionada estrategia se han identificado 5 factores que con base en la experiencia coreana debería tener en cuenta Colombia para dar el salto en el comercio de servicios. El primero de ellos tiene que ver con el capital humano, toda vez que se requieren **esfuerzos adicionales de las empresas en procesos de formación** (incluyendo el idioma inglés) derivado de la desconexión entre la oferta académica y las necesidades de las empresas. Lo segundo, son aspectos regulatorios y la **necesidad de actualizar y armonizar las normas sobre propiedad intelectual con los estándares internacionales**. Adicionalmente el sector empresarial ha manifestado la necesidad de contar con estudios de mercado actualizados en estos sectores donde mucha de la información disponible se encuentra desactualizada y por la naturaleza de dichas actividades se requieren actualizaciones constantes. El tercer factor es la **promoción comercial focalizada** donde si bien ProColombia ha hecho un esfuerzo enorme en misiones, seminarios y citas de negocios, los retos persisten y se necesita un apoyo más especializado en los subsectores de servicios. Es necesario que se apoye en igual medida a grandes, medianos y pequeños empresarios de las industrias creativas. El cuarto factor tiene que ver con **las políticas de innovación y tecnología, las cuales deben propender por instrumentos que contemplen la sofisticación tecnológica y de innovación propia de los subsectores de servicios priorizados**. Y finalmente, un **aprovechamiento real y puesta en marcha del capítulo de servicios que consagra el TLC negociado con Corea del Sur**. La mayoría de los empresarios no conocen estas facilidades que les permite promover sus negocios en países como Corea del Sur, **por lo que se recomienda mayor difusión y socialización con los empresarios del sector**.

- Educación para el talento

La economía del conocimiento convierte al recurso humano en un talento que hay que aprovechar y sobretodo valorar. Corea del Sur implementó políticas empresariales para incrementar la productividad por medio de programas de desarrollo de los trabajadores. Así mismo, las empresas surcoreanas consideran a los trabajadores como parte central para la construcción de un bloque corporativo exitoso a largo plazo. La capacitación laboral es el principal método de entrenamiento usado por las empresas surcoreanas para mejorar las habilidades laborales interpersonales e intrapersonales.

Parte de los pilares fundamentales para alcanzar estos objetivos son:

- Establecer la infraestructura de formación donde Corea del Sur se enfoca en el progreso de centros politécnicos, oferta de equipos de formación y del sistema de información en el mercado laboral.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Proveer un ambiente adecuado de formación que el gobierno surcoreano controla por medio de reglas y regulaciones en la educación y formación técnica profesional. Al mismo tiempo que establece estándares de calidad a nivel nacional sobre la formación repartida.
- Construir centros asistenciales en cuanto a la elaboración de políticas laborales, formación de formadores y desarrollo de currículos laborales.

A través de estos tres pilares y las políticas de capacitación del talento humano, el gobierno surcoreano busca la futura contratación laboral de las personas capacitadas y un mejor ambiente económico que sea atractivo para inversionistas extranjeros.

La participación mundial que tiene Corea del Sur en áreas como electricidad, electrónica, talleres computacionales de reparación y mantenimiento y servicios de oficina como servicio al cliente, muestra claramente cómo las herramientas empleadas para el desarrollo del talento humano han colocado al país dentro del reconocimiento mundial de desarrollo tecnológico y talento humano.⁵⁷

Del lado colombiano, el Documento CONPES 3674 “Lineamientos de política para el fortalecimiento del Sistema de Formación de Capital Humano SFCH” señala: “De acuerdo con los objetivos que se proponen lograr con esta política, se considera pertinente el diseño e implementación de una Estrategia Nacional para la Gestión del Recurso Humano en Colombia que incorpore diferentes acciones tendientes al desarrollo de la capacidad del Estado de diseñar, ejecutar y hacer seguimiento de intervenciones que faciliten que la población colombiana aumente el nivel de productividad de su recurso humano, haciendo este último más pertinente para el desarrollo de actividades productivas de mediano y alto valor agregado, acelerando el proceso de acumulación de capital humano.”⁵⁸

En términos generales las políticas en materia de formación para el talento de ambos países parecen estar encaminadas al desarrollo humano, con el fin de prepararlo para actividades económicas, incluso de alto valor agregado. El reto está en que los dos sistemas puedan cooperar para lograr sus fines comunes. En particular, Colombia debe aprovechar su asociación estratégica con Corea para apalancarse en el conocimiento y la experiencia de esa nación en temas relacionados con la ciencia y la innovación, en particular en lo que tiene que ver con tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Dinamismo y encadenamientos productivos en servicios basados en conocimiento

Si bien los servicios representan una parte significativa del PIB y a pesar de que para la firma del TLC se habían identificado varias oportunidades en prestación de servicios a Corea del Sur, tales como servicios de consultoría, servicios profesionales, telemedicina, BPO, entre otros, a hoy sólo se han reportado negocios relacionados con desarrollo de software, de contenidos digitales y producción de cine.

En este frente se hace necesario **priorizar la oferta exportable en servicios basados en conocimiento con destino a Corea del Sur e identificar encadenamientos** de estos que permitan un mayor número de exportaciones de servicios a dicho país.

⁵⁷ Aid for skills development: South Korea case study. Hong-Min Chun; Kyu Cheol Eo. UNESCO 2012

⁵⁸ <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3674.pdf>



Para lograr ese dinamismo se requiere un **mayor apoyo institucional tal como ha sucedido tradicionalmente con las exportaciones de bienes industriales y agrícolas**, pero ahora enfocado en la exportación de servicios. La oferta de servicios de apoyo empresarial es reducida y hay poca articulación interinstitucional entre las entidades que ofrecen programas de internacionalización para la exportación de servicios basados en conocimiento.

- Información sobre los servicios que pueden prestarse desde Colombia

A pesar de que los servicios se movilizan mucho más fácilmente que las mercancías, muchos prestadores de servicios no han dimensionado su potencial exportador. Por ejemplo, el capítulo de comercio transfronterizo de servicios del TLC entre Colombia y Corea tiene varias disposiciones que buscan generar oportunidades comerciales para los prestadores de servicios colombianos, incluido un anexo en el que se alienta a las autoridades a adelantar gestiones que faciliten el otorgamiento de licencias y certificados a prestadores de servicios profesionales, con lo que se promueve el aumento en la prestación de estos servicios.

En este frente la Comisión Administradora del TLC cumple un rol importante en la medida que le corresponde impulsar la puesta en práctica de las recomendaciones sobre reconocimiento mutuo de esas licencias, y certificados para prestadores de servicios profesionales de los dos países. Para lograrlo, los colegios profesionales y otras asociaciones de prestadores de servicios deben retroalimentar a la comisión indicando sus intereses y capacidades de prestación de servicios en el mercado coreano, ya sea directamente o en asociación con cadenas de valor que funcionen en otros países.

Para que esto sea posible, es necesario **crear un sistema de información que comprenda la demanda de servicios en Corea y los requisitos y condiciones que se exigen para la prestación de dichos servicios**. Así mismo, que se identifique los **programas y proyectos del gobierno coreano en diferentes áreas de servicios, así como la información sobre la adquisición pública de tales servicios**.

- Presencia de las Creaciones Colombianas - Promoción Comercial Focalizada

Para lograr penetrar el mercado de Corea del Sur en servicios basados en conocimiento, se hace necesario fortalecer uno de los temas más reiterados por los productores y creadores colombianos que es la necesidad de **aumentar la presencia de sus creaciones en Corea del Sur**. Adicional a la promoción se **necesita adelantar investigaciones y estudios de mercado específicos que permitan adentrarse en la cultura coreana para así identificar el nicho donde debería centrarse la exposición**.

La promoción comercial que se ha adelantado ha tenido resultados importantes mediante misiones, seminarios y citas de negocios, no obstante, persisten retos para lograr la inserción real de los servicios colombianos basados en conocimiento y creatividad en el mercado coreano. Existen ejemplos exitosos como el Services Export Promotion Council de la India⁵⁹ que funciona como una agencia adscrita al Ministerio de Industria y Comercio de dicho país y que tiene como propósito facilitar única y exclusivamente las exportaciones de servicios mediante actividades de promoción comercial y de imagen de país proveedor

⁵⁹ <https://www.servicesepc.org/>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

de servicios de alta calidad, pero adicionalmente se encarga de actualizar a las empresas indias en estándares y tendencias mundiales del mercado de servicios mundial.

- Las Industrias Creativas – La Gran Apuesta

Las industrias creativas o la economía naranja son todas aquellas actividades dedicadas a la producción de bienes y servicios con un alto componente de propiedad intelectual. Estas son consideradas centrales en la estrategia de desarrollo económico de Corea del Sur, y Colombia en esta senda cuenta con un aliado líder mundial en la materia.

En 2019 las exportaciones relacionadas con el Hallyu en Corea del Sur llegaron a USD 12.300 millones.⁶⁰ Este liderazgo fue el resultado de una política pública implementada a principios de los años noventa, donde pasaron del control político sobre las industrias culturales a considerarlas centrales en las estrategias de desarrollo económico para potenciar las exportaciones.

En el caso colombiano en el 2017 se promulgó la ley naranja 1834⁶¹ con el propósito de desarrollar, fomentar e incentivar las industrias creativas. Desde entonces la economía naranja ha estado en el centro del debate y en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 Pacto por Colombia, Pacto por la equidad, se incluyó una sección llamada Colombia Naranja que el único objetivo es desarrollar el emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias, estableciendo en dicho plan una tasa de crecimiento de 5.1% por año, exportaciones por un valor de US1.000 millones y 240.000 registros de derechos de autor.

Adicional a los cambios normativos y una política de incentivos para el desarrollo del sector de las industrias creativas, se hace necesario trabajar por lograr la presencia de empresas coreanas en el tejido empresarial colombiano, bien sea con talento externo para lograr intercambio de las mejores prácticas e imprimir estándares de calidad, o atrayendo a empresas coreanas del sector a instalarse en Colombia para que exporten y apoyen el fortalecimiento del ecosistema local.

En el 2019 el total de las exportaciones colombianas originadas en la industria de la Economía Naranja sumaron USD 238.9 millones. En esta amalgama Colombia ha tenido experiencias exitosas en el desarrollo de software, aplicaciones móviles y videojuegos para empresas coreanas, no obstante, las oportunidades en este sector no han sido completamente aprovechadas.

A continuación, se presenta las principales oportunidades identificadas en algunos de los subsectores que componen la economía naranja:

Videojuegos

Corea del Sur es considerado el cuarto mercado mundial de videojuegos, donde aproximadamente el 50% de la población son consumidores en sus Smartphones. Según informe elaborado por la Agencia de

⁶⁰ <https://portalportuario.cl/corea-del-sur-exportaciones-de-productos-culturales-surcoreanos-crecen-224-en-2019/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20documento%20sobre%20los,de%2022%2C4%25%20interanual.>

⁶¹ <https://economianaranja.gov.co/media/5ruhndp/ley-1834-del-23-de-mayo-de-2017.pdf>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Contenidos creativos de Corea KOCCA en 2020, la industria del juego abarcó el 13% de toda la industria nacional de contenidos y está valorada en más de 7.000 millones de dólares.⁶² Los distribuidores coreanos son los más importantes del mundo y Colombia tiene un enorme potencial para conquistar el mercado asiático y específicamente Corea del Sur, no solamente por su ubicación privilegiada sino por el talento de los desarrolladores, su capacidad de producir contenidos propios, únicos y de la más alta calidad.

Según el Global Games Market 2018 en el año 2019 la industria de videojuegos movió cerca de USD 159.3 miles de millones⁶³ y generó un crecimiento en el sector gaming en Latinoamérica del 10.3% en el año 2020. Adicionalmente, la nueva realidad generada por la pandemia del coronavirus propició un crecimiento del 75% en el consumo de juegos en línea. Esto representa una oportunidad enorme para los más de 50 estudios que desarrollan videojuegos en Colombia.⁶⁴

El éxito del sector de videojuegos en Corea del Sur se da por la combinación de talento humano, costos razonables, acuerdos internacionales, pero sobretodo por un apoyo oficial del Gobierno que inicio desde hace más de 30 años. Esto último, se dio con la creación de un fondo para brindar apoyo a este tipo de industrias especialmente para financiar coproducciones que es la vía principal para comenzar a insertarse en el mercado internacional. Por ejemplo, en el 2015 el Ministerio de Cultura de Corea comprometió USD 356 millones para un plan estratégico 2015-2019, con el único propósito de impulsar la industria de la animación coreana, financiando nuevos emprendimientos de coproducción que incorporaran contenidos nacionales.

En Colombia a diferencia de la industria cinematográfica los videojuegos no tienen una normatividad ni política pública robusta que promueva dichos emprendimientos. **Las empresas de videojuegos en Colombia deben trabajar por consolidar un gremio que represente sus intereses y de esta manera lograr obtener una oferta institucional que responda a las necesidades del sector desde el punto de vista técnico y financiero.**

- Industria Audiovisual - Cinematográfica

La industria audiovisual colombiana ha crecido sustancialmente durante los últimos años. Entre 2013 y 2019, en Colombia se rodaron 39 películas extranjeras, mientras que en los 50 años previos a 2013 la cifra apenas alcanzó 14 producciones. En la actualidad, Colombia es una plaza interesante para las productoras y canales internacionales por la calidad del trabajo, las locaciones, el nivel de los directores colombianos y los incentivos económicos.

Colombia tiene el potencial de convertirse en un socio para la producción y posproducción audiovisual de series y películas de Corea del Sur. Actualmente existen dos proyectos de películas coreanas que se están grabando en Colombia y que se esperan retomen rodaje este año, tal es el caso de “Bogotá” y “Dream” cuyos servicios de producción son atendidos por una empresa colombiana.

El Gobierno coreano considera que la industria del entretenimiento y los medios de comunicación son un motor clave para la economía nacional. Gracias a la abundante infraestructura TIC, como la conectividad móvil de alta velocidad y el diverso poder adquisitivo en entretenimiento, Corea del Sur se ha convertido

⁶² <https://nexttrendsasia.org/south-korea-leading-the-way-in-gaming-industry/>

⁶³ <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2020-light-version/>

⁶⁴ <https://www.semana.com/por-que-los-videojuegos-seran-clave-para-cumplir-metas-de-exportacion/296381/>



en un banco de pruebas ideal para nuevas tecnologías y medios de entretenimiento. Por ejemplo, la realidad virtual se ha adoptado ampliamente desde los juegos hasta la transmisión de deportes, y muchas películas de Hollywood están lanzando sus estrenos mundiales en Seúl.

La "nueva ola" de la cultura popular de Corea, conocida como "Hallyu" y que consiste en películas, programas de televisión, juegos de computadora, música popular, comida y moda, se ha extendido por Asia desde principios de la década de 2000. El Hallyu es particularmente popular en países como Japón, China, Taiwán, Hong Kong y Singapur. Si bien el fenómeno Hallyu es más amplio que las películas y la televisión, estos medios juegan un papel muy importante dentro del Hallyu debido a la contribución emocional que pueden tener dichos medios. En consecuencia, los últimos años han experimentado un crecimiento en las exportaciones generales de productos combinados de cine y televisión de Corea del Sur. En 2019 las exportaciones relacionadas con el Hallyu llegaron a USD 12.300 millones, un crecimiento de 22,4% interanual.

La industria del cine y la televisión coreanos generó una contribución económica total de USD 18.450 millones (51.181 wones) en 2018, un crecimiento estimado del 241% en comparación con un informe similar investigado en 2015, según reportó Oxford Economics.⁶⁵

La industria cinematográfica de Corea se ha convertido en uno de los mercados más activos del mundo gracias al desarrollo de los multicines y la popularidad de la cultura cinematográfica. En 2019, el número total de espectadores en Corea del Sur superó los 226 millones, superando la marca de los 200 millones por octavo año consecutivo. En general, los consumidores surcoreanos vieron un promedio de aproximadamente 4,37 películas per cápita en 2019, una de las cifras más altas del mundo en comparación con el promedio de EE.UU. de 3,51 películas.

El éxito de las industrias del cine y la televisión de Corea del Sur se ve en las ventas de sus productos a muchos países en todo el mundo. Según el reporte de Oxford Economics, en 2017 se identificaron exportaciones en productos de cine y televisión por USD 383 millones. El principal mercado de exportación fue Japón, que fue responsable de USD 104 millones en exportaciones (27% del total). Las exportaciones a Japón son sobre todo en productos de televisión.

Norteamérica fue el segundo mayor mercado de exportación con USD 88 millones (23% del total), impulsado principalmente por exportaciones a los Estados Unidos. El subsector más grande de dichas exportaciones fue el de contenido animado, que tuvo un valor en 2017 de USD 69 millones (80% de las exportaciones a Norteamérica).

En septiembre de 2019 el gobierno coreano anunció planes para estimular aún más el sector de contenido local en su transición a la conectividad 5G. El Gobierno tiene la esperanza de aprovechar el potencial del mercado de exportación Hallyu, aprovechando los USD 13,4 mil millones en ventas de exportación al resto del mundo.

De acuerdo con estimaciones de ProColombia, el país tiene el potencial empresarial para posicionarse como exportador de industrias creativas y cultural, y un gran proveedor mundial con talento y creatividad".

⁶⁵ https://www.mpa-apac.org/wp-content/uploads/2019/12/MPA_South_Korea_report_2018_ENG_WEB.pdf



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Según dicha entidad entre agosto 2018 y septiembre 2019, las exportaciones de las Industrias Creativas y Culturales (ICC) llegaron a más de US\$246 millones. Los negocios fueron realizados en los sectores de audiovisuales, contenidos digitales, software y servicios TI.⁶⁶ Lo anterior quiere decir que las industrias culturales son otro gran filón de oportunidades para los exportadores de servicios colombianos. En particular, los sectores de servicios audiovisuales y culturales.

Colombia tiene el potencial de convertirse en un socio estratégico de Corea del Sur no solamente para adaptar las producciones para el mercado latino, sino que puede ser el HUB para su distribución y prestar servicios de producción audiovisual como es el caso reciente de la empresa productora colombiana Jaguar Bites que se encuentra próxima a retomar el rodaje del blockbuster coreano “Bogotá” que tuvo que ser interrumpido por las circunstancias extraordinarias de la pandemia.

Gracias al aumento de visibilidad y al papel protagónico que actualmente desempeña en el sector de la producción audiovisual, Colombia está en el ojo de las industrias cinematográficas y televisivas a nivel mundial. La mega diversidad de nuestro país, con sus ecosistemas variados que incluyen nevados, páramos, valles, selvas tropicales, desiertos y acceso a dos océanos, hacen de Colombia una gran locación para el desarrollo de productos audiovisuales. Además de contar con un nivel alto en los directores colombianos y que son reconocidos internacionalmente por la calidad de su trabajo.

El crecimiento de la infraestructura hotelera en el país también ha permitido que grandes producciones se interesen por escoger a Colombia como su escenario para productoras y canales internacionales. Adicional a esto, contamos con factores competitivos como:

- Bajos costos de producción, especialmente en lo referente a la acomodación, comida, locaciones, transporte y desplazamientos.
- Talento local especializado, extras, alquiler de equipos y estudios de todo tipo (televisión, sonido, grabación, entre otros)
- Estímulos tributarios para la coproducción con empresas locales, tales como la devolución de ciertos impuestos como el IVA, contemplado por ley para fomentar la exportación de servicios.

El sector audiovisual del país cubre servicios como la producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo, proyección de películas cinematográficas, los servicios de radio y televisión, transmisión de sonido e imágenes y la grabación sonora.

Así mismo, Colombia da incentivos a la producción de películas y series, tales como el Fondo Fílmico Colombia, enfocado a empresas productoras de obras audiovisuales, que otorga una contraprestación equivalente al 40 % del valor de los gastos realizados en el país por concepto de servicios cinematográficos y el 20 % del valor de los gastos en hotelería, alimentación y transporte.

Otro estímulo es el Certificado de Inversión Audiovisual, que le otorga a las obras audiovisuales no nacionales, producidas o post-producidas en Colombia de manera total o parcial, derecho a la solicitud de

⁶⁶ <https://procolombia.co/noticias/la-economia-naranja-del-pais-ya-se-exporta-58-paises>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

un certificado descontable del impuesto de renta hasta por un valor equivalente 35 % del valor total de la inversión que realicen en Colombia.

Si bien México y Brasil son los países que mayor desarrollo han tenido en esta área en Latinoamérica, Colombia está creciendo a un ritmo importante.

Las plataformas de películas en Internet como Netflix, Amazon, HBO han comenzado a producir sus contenidos en diferentes países. Su esquema es que consiguen productores grandes en cada país, adquieren sus ideas conceptuales y les encargan la escritura del guion, la dirección y producción de la película o videojuego.

Ya hay experiencias en esta área con empresas de Corea. La mencionada compañía colombiana Jaguar Bite desarrolló un proyecto con la empresa coreana Watermelon Pictures y hay otro posible proyecto en negociación. Si bien estos proyectos se basan en ideas coreanas, el desarrollo y ejecución de estas, toma en consideración elementos de la cultura latinoamericana. Es decir, ponen en contacto a las dos culturas.

Habiendo dimensionado el tamaño del mercado de películas y series de Corea del Sur y con base en la reciente experiencia con una productora colombiana es claro que Colombia tiene todas las ventajas para convertirse en el HUB de los servicios de producción para América Latina.

Finalmente, la industria audiovisual ha demostrado ser un vehículo importante para la atracción de inversión extranjera directa y para la promoción turística del país y, cada vez más, como un importante eje exportador de producciones, largometrajes, documentales y talento en los mercados de América, Europa y Asia.⁶⁷

Un caso de éxito es Croacia que recibió 317.000 turistas coreanos en el 2019 gracias a las películas, series y reality shows coreanas que se grabaron en dicho país. Croacia fue seleccionada por los productores coreanos debido a sus paisajes y patrimonio cultural, con lo cual el potencial de Colombia es inmenso. Además, Colombia cuenta con una de las políticas de fomento de la industria cinematográfica más estructuradas de la región y con incentivos económicos para atraer inversionistas.

- Turismo

Corea del Sur fue uno de los 10 países con mayor gasto en turismo internacional durante el año 2019⁶⁸. Los coreanos buscan un turismo sofisticado, lleno de naturaleza, cultura y atracciones emblemáticas. Les gusta el senderismo y el turismo de dos ruedas⁶⁹. Buscan viajes de estadías largas y con agendas apretadas. Con estas características Colombia posee un gran potencial para convertirse en el país más atractivo de la región para el turista coreano.

⁶⁷ <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Colombia-presento-a-la-industria-internacional-nuevos-incentivos-para-el-sector-audiovisual-200608.aspx>

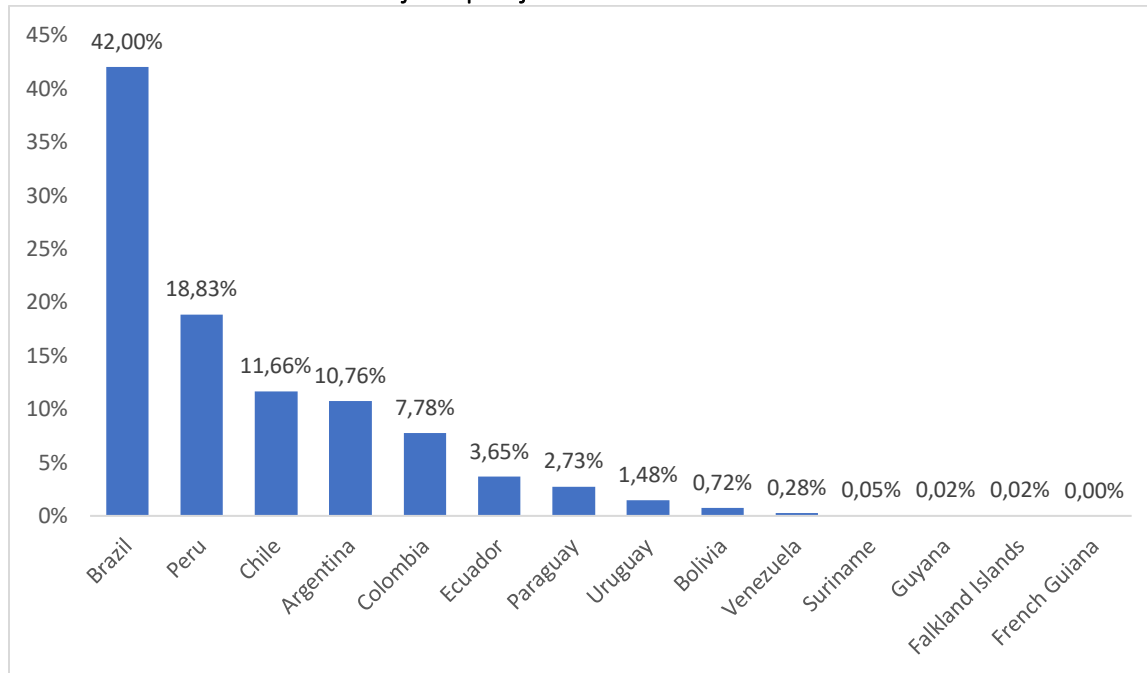
⁶⁸ <https://www.statista.com/statistics/273127/countries-with-the-highest-expenditure-in-international-tourism/>

⁶⁹ <https://www.economist.com/christmas-specials/2020/12/16/south-koreas-hiking-culture-reflects-its-social-pressures>



De acuerdo con IATA, en el año 2019 Colombia fue el quinto país de destino de los coreanos en Latinoamérica y el octavo país de destino en el continente americano, después de Estados Unidos, Canadá, México, Brasil, Perú, Chile y Argentina

Gráfico 7: Porcentaje de pasajeros Corea del Sur del Sur – Latinoamérica 2019



Fuente: IATA DDS

Si bien la llegada de viajeros coreanos a Colombia ha crecido 53% en los últimos años, los retos para el fomento de esta industria en Colombia persisten. El primero de ellos es la logística y la infraestructura, los coreanos buscan un turismo de naturaleza y cultura con infraestructura de alta calidad, la cual se encuentra integrada con la naturaleza para sus paseos de senderismo. A pesar de que les gusta explorar gastronomías diferentes, quieren encontrar en sus destinos ingredientes de su propia oferta gastronómica.

El segundo reto es el idioma, **es fundamental que todos los materiales turísticos con destino a Corea del Sur, así como los que se utilizan en Colombia para el turista coreano sean traducidos al coreano.** Se debe ir más allá de las traducciones literales, deben utilizar un estilo y un registro acorde a aquello que se quiera transmitir y adaptarlas al público de destino. Para esto se sugiere que las traducciones de la guía Colombia Travel y todos los materiales utilizados por la Embajada de Colombia en Corea del Sur y la oficina de Procolombia en este país, sean revisadas por nativos coreanos o por traductores profesionales para que sean de altísima calidad y puedan generar el impacto deseado. **A su vez, la oferta hotelera en Colombia debe procurar por brindar información en coreano o en inglés a los turistas coreanos.**

Las agencias de viajes ubicadas en Corea del Sur prefieren trabajar con agencias coreanas que interpreten y entiendan los gustos del turista coreano. Sin embargo, en Colombia sólo existe una agencia de viajes



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

coreana, la cual se enfoca en pocos destinos tradicionales de Colombia, lo que no cubre completamente la oferta del sector turístico que se puede ofrecer a los nacionales de Corea del Sur.

En materia de promoción turística se recomienda por un lado **construir alianzas entre ProColombia, Marca País y empresarios exportadores con el fin de adoptar códigos QR⁷⁰ en los bienes de exportación que permitan al consumidor coreano, mediante el scanner del código, acceder a campañas de promoción turística de Colombia.** Y adicionalmente, tal como sucedió con el caso de Croacia **promover la producción de películas, series y reality shows coreanas en territorio colombiano, aprovechando los incentivos a la industria cinematográfica y de esta manera promover a Colombia como un destino turístico para los coreanos⁷¹.**

La preparación de la oferta del destino es un elemento definitivo para la atracción del turista coreano. **Es necesario crear una estrategia para atraer grupos selectivos de coreanos con planes específicos en los nichos identificados como potenciales: ecoturismo, actividades de senderismo, ciclismo, lunas de miel, cultura e historia.** Los paquetes de destino deben promover la oferta turística de las seis diferentes regiones de Colombia: Amazonas, Andes, Orinoquía, Caribe, Pacífico e Insular.

Finalmente, se recomienda **diseñar una iniciativa similar al Red Carpet para inversión, pero focalizado en turismo y que funcione como una asociación público-privada que permita preparar planes específicos, monitorear y acompañar la experiencia del turista coreano en Colombia.**

- BPO - KPO – ITO

El sector de tercerización de procesos de negocio se compone de los siguientes subsectores: Business Process Outsourcing (BPO), integrado por servicios de contact center, back office, finanzas, contabilidad y recursos humanos, entre otros; Information Technology Outsourcing (ITO), en el que se destacan servicios de software, cloud, data centers e infraestructura; y Knowledge Process Outsourcing (KPO) del cual hacen parte la telemedicina, investigación de mercados, análisis de información, ingeniería y servicios de educación remota, entre otros.

Conforme a la Asociación Colombiana de BPO, “Colombia es uno de los destinos más atractivos del mundo para la localización de servicios globales, como lo señalan AT Kearney y Gartner, por su alta disponibilidad de talento humano calificado, costos competitivos y clima de negocios favorable, lo que le permitirá consolidarse como una plataforma exportadora de servicios cada vez más sofisticados, que incorporen nuevas y mejores tecnologías. Colombia tiene una estabilidad jurídica muy importante para los inversionistas y para las empresas nacionales del sector BPO que están pensando en crecer y en buscar nuevos mercados. Tiene una ubicación geográfica privilegiada y una importancia en temas de conectividad que genera confianza en términos de operaciones”⁷².

Colombia ha desarrollado rápidamente este sector. El Global Services Location Index 2019, realizado por la firma consultora estadounidense AT Kearney, clasificó a Colombia en la posición 13 del listado de los 50 mejores mercados internacionales para la reubicación de procesos de negocios offshoring. De acuerdo con

⁷⁰ <https://www.springwise.com/banana-qr-codes-encourage-tourism-ecuador/>

⁷¹ <https://www.thedubrovniktimes.com/news/croatia/item/7528-wave-of-korean-tourists-expected-in-2020-as-most-watched-tv-show-films-in-croatia>

⁷² Asociación colombiana de BPO. **¿Qué es el sector BPO?** <https://www.bpro.org/que-es-el-sector-bpo>



la consultora las razones del positivo desempeño son las sólidas ganancias en tecnologías de la información (TI) y BPO, las mejoras en la infraestructura del país, junto con los progresos en todos los ámbitos y el atractivo financiero, impulsado en gran medida por la depreciación del peso.

En su reporte la consultora resalta que Amazon planea abrir su primer centro de servicio al cliente en Colombia con 600 empleados y que Accenture ha establecido un nuevo centro tecnológico en Medellín que espera emplear hasta 500 personas en el 2021.

Así pues, se destaca que en este sector el país pasó de prestar servicios de bajo valor, a ofrecer servicios de valor agregado como servicios de Big Data, soluciones en la nube y temas de analítica. En su plan de negocios para el sector, Colombia Productiva le apunta a posicionar a Colombia en 2032 como uno de los 25 principales proveedores de servicios BPO y KPO de alto valor agregado, gracias a un talento humano calificado y a la incorporación de tecnología. Esto será muy relevante si se tiene en cuenta que en su Global Services Location Index de 2019 AT Kearney señaló que Colombia bajó tres posiciones en el Índice ese año debido a una disminución en su experiencia y habilidades de TI / BPO, así como a una baja puntuación de resonancia digital.

Los consumidores surcoreanos disfrutan de productos de alta calidad y se sienten atraídos por los artículos de marca de lujo. Dado que también son expertos en tecnología y pragmáticos, investigan sobre productos y marcas antes de comenzar a comprar. Por lo tanto, esperan un servicio de atención al cliente impecable y perfecto. Así mismo, la sociedad y la economía de Corea del Sur están altamente automatizadas. Las soluciones que ofrecen los servicios de tercerización se caracterizan por la prestación de servicios de calidad, a precios razonables, con un componente de automatización. Además, el repunte del comercio electrónico que se ha dado por la pandemia del COVID-19 le ha dado un impulso a los servicios de tercerización. De ahí que tanto las fábricas como los distribuidores y las tiendas que venden productos de grandes marcas en Corea del Sur requieran servicios de tercerización que Colombia está en capacidad de proveer y debe promover.

8.4. Inversión

- Estrategias de promoción a las inversiones

Desde hace un par de décadas, el Estado colombiano viene adoptando acciones y medidas para garantizar un clima de inversión favorable y propicio. Buscando atraer capitales externos a la economía colombiana, al inicio de la década de los noventa se adoptó una política de atracción a la inversión extranjera consistente en 1) el establecimiento de un marco legal atractivo y acorde con las exigencias internacionales, 2) la negociación y firma de acuerdos de promoción y protección a la inversión extranjera, y 3) la suscripción de acuerdos con las aseguradoras internacionales de estos flujos y los mecanismos internacionales de solución de controversias. Como parte del marco legal, se previó la posibilidad de suscribir acuerdos de estabilidad jurídica con inversionistas, principalmente en materia de impuestos, o de otorgar dicha estabilidad de manera reglamentaria. Así mismo, se han establecido diversos incentivos a la inversión, particularmente con el régimen de zonas francas.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

La economía colombiana es altamente dependiente de la producción y exportación de bienes minero-energéticos. Esta dependencia limita las posibilidades de crecimiento de la economía colombiana en el corto y el largo plazo e impide un crecimiento contundente de la productividad. El marcado protagonismo de los bienes mineros en la economía colombiana se ve también reflejado en la distribución sectorial de los flujos de inversión extranjera directa que entran al país.

Es por ello que la atracción de inversión extranjera directa ahora busca la inversión de eficiencia como objetivo de política de mediano plazo. La inversión extranjera de eficiencia es el tipo de inversión que tiene mayor potencial de impulsar eslabones de la economía en sectores no minero-energéticos, a partir de la entrada de inversionistas en búsqueda de generar eficiencias productivas. Este tipo de inversión suele concentrarse en el sector de manufacturas y servicios de alto valor agregado, incluyendo las actividades de Servicios Basados en Conocimiento (SBC). El siguiente paso consiste en fortalecer el diseño e implementación de instrumentos que permitan mejorar el clima de negocios para los inversionistas, y generar una estrategia de atracción de inversión focalizada en las necesidades puntuales de socios potenciales, que puedan aprovechar las ventajas que Colombia ofrece para desarrollar sus proyectos de inversión.

Así mismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) ha adelantado varias acciones relacionadas entre las que se encuentran las siguientes: la estructuración del programa Regiones Estratégicas de Internacionalización Prioritaria (REIP) con el propósito de articular la oferta de apoyo a la internacionalización de las regiones de Colombia; la gestión para facilitar la prestación transfronteriza de servicios profesionales, lograr la suscripción de acuerdos para evitar la doble tributación y la facilitación de los medios de pago para exportaciones de servicios; así como el desarrollo de la Ventanilla Única Empresarial, que ofrece servicios de consulta de información y trámites, chat en línea y la posibilidad de iniciar del proceso de apertura de una empresa por medio de la inscripción en el registro mercantil, garantizando el envío automático de la información a las entidades de seguridad social.

Más recientemente, los esfuerzos se han concentrado en la alta articulación y disposición de todas las entidades del Estado para facilitar la llegada de más y mejores inversiones al país. La estrategia “alfombra roja”, lanzada recientemente, es un conjunto de acciones de facilitación para influir en las decisiones de localización y permanencia de los inversionistas. Estas acciones de facilitación y gestión están en proceso de implementación por parte del Gobierno.

Entre estas acciones implementadas se destaca un canal de atención y comunicación en las entidades del Gobierno central para la atención de inversiones de alto impacto para el país. Se trata de un servicio de atención a nivel gerencial en cada entidad, enfocado a la atención del inversionista extranjero. En este sentido, se intenta tener un defensor del inversionista u *ombudsperson* de alto nivel en cada entidad, que pueda resolver los problemas que puedan presentar los inversionistas y que se articule con las demás entidades estatales para la solución de asuntos que requieren la acción de más de una entidad.

La estrategia “alfombra roja” también incluye la creación de la Ventanilla Única de Inversión (VUI), que busca centralizar en una misma instancia, los procesos y trámites relacionados con el establecimiento u operación de una inversión. De esta manera, se busca brindar a los inversionistas, agilidad, reducción en los costos y los tiempos en procesos de inversión y reinversión en el país, pues se espera agrupar en la misma instancia procesos que van desde la constitución de la compañía, hasta asuntos tributarios, permisos



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

y registros de marcas, entre otros. La VUI también buscará la simplificación de trámites mediante la reingeniería de procesos.

- Corea del Sur como inversionista en Colombia

Corea del Sur es el tercer mayor inversionista de Asia en Colombia. En 2019, la inversión extranjera de Corea del Sur en el exterior fue de USD 35,5 miles de millones, siendo el décimo país del mundo que más invierte recursos en el exterior. En dicho año llegaron ocho nuevos proyectos de compañías coreanas a Colombia, como el caso de Netmarble, la empresa más grande de video juegos en Corea; Tracom, que actualmente trabaja en un proyecto de tarjetas inteligentes para el transporte público en Medellín y Rans que adquirió 150 hectáreas para el cultivo de aguacate, con el fin de exportarlo a Asia.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los dos países, que entró en vigor en 2016, busca promover la inversión bilateral mediante el compromiso de otorgar protección jurídica y física a los inversionistas y garantizar el libre flujo de capitales entre los dos países. Así mismo, de manera unilateral Colombia ofrece a todos los inversionistas diferentes incentivos financieros para sus inversiones.

En cuanto a acciones de promoción de inversión, en octubre de 2019, el gobierno colombiano realizó una misión comercial y de inversiones en Corea del Sur. En esa oportunidad, se expusieron las oportunidades que ofrece Colombia como destino de inversión en los sectores de infraestructura, energía y tecnología. Así mismo, en la cumbre organizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Ministerio de Economía y Finanzas de Corea, Korea Eximbank y la Agencia de Promoción de Comercio e Inversión de Corea (KOTRA), asistieron empresas colombianas de sectores de agroalimentos, tecnologías de la información e industrias 4.0, y energías renovables que buscan ofrecer servicios y productos en el mercado asiático.

- Ventanilla única de inversión y Ombudsperson

Si bien Colombia ha recibido inversiones coreanas importantes en los últimos dos años, los retos persisten y es necesario propender por una mayor estabilidad jurídica, agilidad y eficiencia en los tiempos de aprobación de trámites, una mejor coordinación interinstitucional, mayor claridad en los incentivos para la inversión y mayores esfuerzos por superar las barreras culturales.

Adicionalmente, los inversionistas coreanos consideran como un obstáculo para la inversión los riesgos que el inversionista debe asumir en determinados tipos de proyectos en relación con las licencias ambientales y las consultas previas. Si bien en Colombia han existido diferentes instrumentos con los que se ha buscado otorgar seguridad jurídica al inversionista, en particular durante la etapa del pre-establecimiento de la inversión, todavía hace falta una mayor efectividad en la protección a los inversionistas frente a las eventuales situaciones en las que se puedan ver vulnerados sus derechos. En este sentido, **contar con un defensor del inversionista es importante** y su implementación es prioritaria porque permitirá que las diferentes autoridades puedan cumplir sus distintas funciones sin afectar de manera injustificada y discriminatoria al inversionista coreano.

Adicionalmente, los inversionistas coreanos han evidenciado dificultades al momento de realizar los trámites para su instalación en Colombia, tanto frente a las entidades públicas como privadas. Falta



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

información y un acompañamiento efectivo en los procesos de atracción y durante su instalación. Se evidencian algunos casos en los que los potenciales inversionistas coreanos no han sido informados adecuadamente sobre las condiciones, requisitos y características de las inversiones y ello los ha llevado a que finalmente no materialicen dichas inversiones. Además del defensor del inversionista es importante **generar un acompañamiento para los inversionistas coreanos en cada uno de los proyectos en los que potencialmente pudieran invertir**. No hay que olvidar que la distancia geográfica y, sobretodo, cultural puede ser una barrera importante para que los inversionistas tomen sus decisiones.

Con el fin de facilitar la instalación de inversionistas coreanos en Colombia es importante **acelerar el diseño e implementación tanto de la VUI como de la figura del *ombudsperson***, ambas medidas contempladas en el préstamo de Apoyo a la Diversificación e Internacionalización de la Economía Colombiana que el BID otorgó al MINCIT.⁷³

La VUI tiene el reto de articular a las autoridades de todos los niveles y ramas del gobierno. Ésta es una tarea que resulta necesaria, pues muchas veces las autoridades que se relacionan con los inversionistas no se comunican entre ellas ni actúan de manera coordinada. Es importante que la VUI contribuya de manera importante en esa articulación, que facilite la eliminación de los cuellos de botella que se presentan al momento de realizar una inversión o incluso en la etapa anterior a su realización.

En otros países se ha adoptado la figura de los *shelters* (refugios).⁷⁴ Tal como la traducción lo sugiere, esta figura se refiere a dar albergue o refugio a una empresa o negocio, en el sentido de crear una sombrilla de protección entorno a ese negocio. Es una empresa que ayuda a otra a cimentarse y andar. Puede aparentar ser una variación del outsourcing, pero es en realidad un apoyo que compañías locales pueden hacer por las extranjeras. Es una asociación entre el inversionista extranjero y una empresa nacional, que apoya al inversionista en la búsqueda de la mejor ubicación, equipamiento y mano de obra para su negocio. Así mismo, le proporciona apoyo administrativo, por ejemplo, en temas contables y jurídicos, con expertos locales. Así, la compañía extranjera puede iniciar operaciones sin demoras y sin necesidad de tener presencia legal en el país en cuestión. **La reglamentación y promoción de los *shelters* podría ser un complemento adecuado para la VUI y el Ombudsperson.**

- La oferta de inversión

De otra parte, Colombia, al igual que la mayoría de los países de América Latina, enfrenta un reto en la estrategia para la aproximación y atracción de inversiones surcoreanas. Teniendo en cuenta esto, resulta muy importante **identificar la oferta de proyectos de inversión de Colombia y adecuarla a la oferta de inversión de Corea del Sur**. Deben prepararse propuestas de valor detalladas y buscar cómo conectarlas con los intereses de los inversionistas coreanos. **Es necesario contar con proyectos perfilados de conformidad con los distintos sectores que permita una promoción focalizada y más efectiva en Corea del Sur**. En ese sentido, el reto está en mapear los intereses e inquietudes del inversionista coreano en el mercado colombiano, y teniendo en cuenta la existente competencia por la inversión coreana que enfrentan los proyectos en Colombia respecto a proyectos similares en otros países de la región, es necesario llegar primero con esa información a aquellos inversionistas en Corea que puedan tener el

⁷³ <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/3973.pdf>

⁷⁴ <https://www.revistacomercioexterior.com/articulo.php?id=31&t=shelters-formula-de-exito>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

apetito y la capacidad para invertir en dichos proyectos. Procolombia cuenta con un portafolio de inversión con más de 200 proyectos, que podría ser la base apropiada para esta identificación.

Así mismo, es necesario **trabajar de la mano de las Cámaras de Comercio, que conocen bien las necesidades de los empresarios de su región y son una fuente importante de información para estos efectos.** Sus agencias de promoción de inversiones son vehículos importantes para focalizarse en proyectos propios que cada región necesita para aumentar su desarrollo económico. Cada una de estas agencias, que trabaja en asocio con las autoridades regionales y departamentales y el sector privado, se plantea sus objetivos de acuerdo con las necesidades de su región, aprovechando sus fortalezas, tanto geográficas y naturales como de infraestructura, mano de obra capacitada, tecnológicas, entre otras. La llegada de empresas extranjeras, cualquiera que sea el sector en el que se desempeñen, dinamizan la economía regional con la generación de empleo formal, oportunidades para que las empresas locales se conviertan en sus proveedores, introducción de nuevas tecnologías y la sofisticación del aparato productivo.

Todo ello contribuirá a **continuar impulsando la estrategia de Targeting Sectorial para promover en Corea del Sur aquellos sectores de Colombia con potencial para el Nearshoring.**

- Identificación de oportunidades de inversión

Un reto asociado a la identificación de proyectos es la identificación de posibles inversionistas, para lo cual, con un adecuado trabajo de campo en Corea, podría identificarse dónde está el capital que finalmente se pueda invertir en Colombia y cuáles son las razones que motivan al inversionista coreano a invertir. Más allá de la rentabilidad, también puede haber otros objetivos. Por ejemplo, tener presencia en América Latina, formar parte de cadenas de valor que funcionan en la región, cumplir objetivos sociales y ambientales en la región. Los conglomerados coreanos, entre los que están SK, STX, LG, Samsung, Daewoo, Hangwak, Hanaro, Insut deben ser el principal objetivo para las gestiones de atracción de inversión coreana en Colombia, dado su tamaño y la diversidad de sectores económicos en los que operan.

Organismos multilaterales de desarrollo como el BID pueden contribuir en la identificación de oportunidades de inversión y estructuración de los proyectos dado el conocimiento profundo de los desafíos de desarrollo en el caso colombiano y su capacidad de ser el ente canalizador de la cooperación e inversión coreana en América Latina. Como se dijo, Corea del Sur es un país con fuertes capacidades para el desarrollo de infraestructura y para la consolidación de proyectos de inversión, con lo cual se recomienda mediante los mecanismos de cooperación técnica diseñar **programas de intercambio de conocimiento que permitan fortalecer la arquitectura financiera e institucional de Colombia de tal manera que pueda desarrollar proyectos de inversión estratégicos** que contribuyan a la atención de las necesidades de desarrollo más apremiantes en Colombia.

Dicha cooperación podría recaer sobre entidades como la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI), Findeter y la Financiera de Desarrollo Nacional (FDN). La cooperación podría incluir un mayor y mejor conocimiento de los procedimientos, requisitos y condiciones bajo la ley colombiana y los acuerdos de compras públicas suscritos por el país para obras de infraestructura. Eso podría permitir, por ejemplo, una mayor participación de inversionistas coreanos en obras públicas tales como los sistemas de transporte masivo, carreteras, puertos y aeropuertos.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Agendas y estrategias focalizadas

Para identificar los principales inversionistas coreanos y promover misiones periódicas a Colombia **deben elaborarse agendas y estrategias focalizadas** hacia dichos inversionistas con el fin de conectarlos con los empresarios y las oportunidades en las diferentes regiones de Colombia. Si se quiere promover la inversión coreana en Colombia, todas las actividades de promoción deben tener como destinatario el mercado coreano. Idealmente, **todas las actividades que se adelanten para este fin desde la Embajada en Seúl o desde Bogotá con empresarios coreanos, así como toda la información que se suministre a dichos empresarios idealmente debería estar en coreano.**

Además de hacer las mejoras institucionales que se acaban de referir, es necesario que los proyectos se presenten de una manera que genere interés para el inversionista. Corea es un país con un alto desarrollo tecnológico, en particular en los sectores de electrónica y comunicaciones, automóviles, construcción naval, textiles y acero. La capacidad y el interés para participar en proyectos de inversión depende de los negocios que los inversionistas quieran desarrollar en Colombia en esos y en otros sectores en los que actualmente participan. La tecnología es un concepto amplio, en el que caben diferentes sectores de la economía. Las aplicaciones de la tecnología pueden desarrollarse en muchos sectores. Ahí deben **identificarse las necesidades y complementariedades entre la economía colombiana y la surcoreana.**

Así mismo, es necesario aprovechar la coyuntura de necesidad de crecimiento económico que en estos momentos tiene un país como Corea del Sur. Si bien, como se mencionó, Corea no tuvo una disminución tan fuerte de su PIB a raíz de la pandemia, igualmente tuvo una importante contracción que ahora debe recuperar. Una forma de hacerlo es invirtiendo capital en otros países para generar ingresos mediante la producción y exportación a grandes mercados. Uno de los más importantes para Corea del Sur es el de los Estados Unidos. **Colombia puede ofrecerle al inversionista de Corea del Sur una plataforma para colocar su producto de manera más eficiente en los Estados Unidos**, dada la competitividad de Colombia en éste, en virtud de su interconexión con el mismo y las facilidades que tiene para colocar sus productos, incluida la existencia de un tratado de libre comercio.

- Sectores para la inversión surcoreana en Colombia

Hay varios sectores que se consideran de interés para los inversionistas coreanos en Colombia. Además de los sectores ya mencionados en este capítulo, también se incluyen: agroindustria, confecciones, turismo de naturaleza, industria cosmética, astilleros, tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), energía renovable e infraestructura verde, tecnología 5G, parques tecnológicos y videojuegos.

Los siguientes sectores ameritan una mención adicional.

Parques tecnológicos

Corea empezó con el desarrollo de parques industriales en 1964 con el fin de promover sus exportaciones, generar empleo y desarrollar la industria nacional. Esta estrategia se adoptó con el fin de concentrar las



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

industrias en regiones con un alto crecimiento potencial en lugar de dispersar las inversiones por todo el territorio nacional.⁷⁵

Estos parques han ido evolucionando, de parques industriales a parques científicos, tecnológicos y de innovación con el fin de que las empresas aprovechen los efectos de la infraestructura y la aglomeración. Además de promover el desarrollo y la innovación a nivel regional, los parques contribuyen a la transferencia de tecnología, innovación y generación de empleo.⁷⁶ Estos parques generan un trabajo conjunto entre el sector privado, el gobierno, las universidades y los institutos de investigación.

En el 2014, gracias al apoyo del gobierno coreano, Colombia lanzó una estrategia de parques científicos, tecnológicos y de innovación.⁷⁷ Algunos de estos son el Parque Guatiguará, el Parque Biopacífico y el Parque Tecnológico de Bogotá. A manera de ejemplo el Parque Guatiguará en Santander, construido a través de una alianza público-privada, hoy aloja a más de 60 laboratorios y equipos de alta tecnología y se han creado empresas de la mano de la academia para buscar el aprovechamiento integral del cacao y la producción de alimentos, cosméticos y otros.⁷⁸

Colombia debe procurar atraer inversión y cooperación coreana para la consolidación de los parques tecnológicos y la transferencia de conocimiento y de buenas prácticas.

Tecnología 5G

En 2019 Corea del Sur se convirtió en el primer país del mundo en comercializar redes 5G de telefonía móvil y en el 2020 ya contaba con casi 8 millones de usuarios de este servicio. El futuro digital de Colombia y la implementación de proyectos 5G encuentran en Corea del Sur un aliado fundamental para los temas de gestión del espectro, comunicaciones móviles y emprendimiento digital.

Colombia es un país de muchas regiones, varias de ellas de difícil acceso. Las telecomunicaciones son indispensables para que el país pueda conectarse más y desarrollar mejor las diferentes cadenas de valor que podrían funcionar en su interior. La tecnología digital coreana podría ser fundamental en ese desarrollo. Teniendo en cuenta esto, se sugiere **explorar no solamente con los gobiernos sino con grandes empresas coreanas la posibilidad de adelantar proyectos piloto que permitan acelerar la transformación digital del país hacia la tecnología 5G**. Un experimento de esta naturaleza propiciaría la transferencia de conocimiento y permitiría consolidar tareas importantes, como es el caso de la legislación necesaria para este tipo de tecnología, la capacitación y el entrenamiento en el uso de ésta.

Videojuegos

En el 2019 Corea del Sur se posicionó como el quinto mercado más grande del mundo de videojuegos, alcanzando ventas de USD \$14.200 millones. Por su parte, Colombia cuenta con aproximadamente 60 firmas desarrolladoras de videojuegos con gran capacidad técnica y alto potencial creativo capaz de atraer a inversionistas coreanos. Tal es el caso de Netmarble, una de las empresas más importantes de

⁷⁵ La economía coreana. Seis décadas de crecimiento y desarrollo. Il Sakong Youngsun Koh. 2010

⁷⁶ <https://www.oecd.org/development/development-philanthropy/50560264.pdf>

⁷⁷ <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/colombia-sigue-los-pasos-de-corea-en-parques-tecno>

⁷⁸ <https://www.vanguardia.com/opinion/columnistas/juan-pablo-remolina/y-el-parque-tecnologico-de-guatiguara-CA2893620>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

videojuegos de Corea del Sur que en el 2018 adquirió una empresa de videojuegos colombiana.⁷⁹ Colombia, además de posicionarse como proveedor de servicios en diseños y desarrollo de videojuegos, debe buscar atraer la inversión de las grandes empresas coreanas de videojuegos con el fin de buscar alianzas que transfieran conocimiento y capacidades a las firmas colombianas.

Infraestructura verde

Corea del Sur es uno de los países líderes en el sector de las soluciones medioambientales, tales como conversión de residuos sólidos en energía, plantas de agua y alcantarillado y desarrollo de nuevos recursos hídricos. El Green New Deal de Corea que promete inyectar 0.6% del PIB en el 2022 en el sector de infraestructura verde, energías renovables, entre otros, hará que se consolide como país líder en la materia. El capítulo de cooperación de este documento incluye mayor detalle sobre el Green New Deal coreano y la política de crecimiento verde de Colombia.

Colombia ya ha recibido inversión coreana en este frente. Tal es el caso de Hyundai Engineering and Construction Co., compañía que llevó a cabo la construcción de la planta de tratamiento de aguas de Bello, Antioquia.

8.5. Cooperación

- Corea del Sur como cooperante internacional

Corea del Sur es el decimoquinto país donante más grande del mundo. En el 2019 destinó USD 2.5 mil millones en asistencia oficial para el desarrollo (AOD). Esto corresponde al 0,15% de su PIB. Desde que se convirtió en miembro del Comité de Asistencia para el Desarrollo (CAD) de la OCDE en 2010, Corea del Sur se ha comprometido a aumentar su AOD y fortalecer su cooperación internacional para el desarrollo. Desde 2012, los volúmenes de AOD de Corea del Sur han aumentado manteniendo relativamente estable su participación en el PIB.

De acuerdo con el Plan de Implementación de la Cooperación para el Desarrollo Internacional del 2021, Corea del Sur centrará su gasto en AOD en cinco sectores clave: 1) Transporte; 2) Educación, 3) Salud, 4) agricultura y pesca; y 5) Asistencia humanitaria.

El mencionado Plan prioriza: 1) Apoyar la respuesta global frente al COVID-19 a través de la AOD estratégica; 2) Reforzar la solidaridad y la asociación con los países socios en apoyo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el apoyo a los Estados frágiles; 3) Mejorar la eficacia de la cooperación para el desarrollo mediante el fortalecimiento de las sinergias con las políticas internas y externas del gobierno; y 4) Ampliar el alcance y la rendición de cuentas, mediante una asociación público-privada más sólida y el intercambio de información con las partes interesadas nacionales y mundiales.⁸⁰

⁷⁹ <https://www.mk.co.kr/news/english/view/2018/04/212389/>

⁸⁰ <https://donortracker.org/country/south-korea>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Cooperación en el Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y Corea del Sur

El TLC prevé el otorgamiento de cooperación para contribuir a su implementación y mejor uso, con el propósito de optimizar sus resultados, expandir las oportunidades, y maximizar sus beneficios. Según el Acuerdo, se debe prestar particular atención a las iniciativas de cooperación dirigidas a: i) estimular sinergias productivas, crear nuevas oportunidades de comercio e inversión, y promocionar la competitividad y la innovación; ii) promocionar el desarrollo de pequeñas y medianas empresas; iii) fortalecer las capacidades institucionales para la implementación y el mejor uso del Acuerdo; y iv) satisfacer las necesidades de cooperación identificadas en otros Capítulos del Acuerdo.

En el Acuerdo se destacan las siguientes áreas de cooperación:

- Agrícola
- Industria Pesquera y en Acuicultura
- Silvicultura
- Transporte Marítimo
- Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- Recursos Minero-Energéticos
- Para Pequeñas y Medianas Empresas
- Industrial y Comercial
- Ciencia y Tecnología
- Turismo
- Cultural

El Acuerdo prevé un Comité Conjunto para la Cooperación Industrial entre Corea y Colombia con el fin de fortalecer y desarrollar el comercio, la inversión y la cooperación tecnológica para los sectores de auto partes y automóviles, cosméticos, textiles, entre otros. Desde la firma del Acuerdo hasta hoy no se ha instalado dicho Comité. Se recomienda que se lleve a cabo **la instalación del Comité de Cooperación Industrial, se identifiquen funciones, objetivos y agendas para su funcionamiento.**

El TLC también prevé un mecanismo institucional para la identificación, desarrollo, seguimiento y monitoreo de las iniciativas de cooperación, a través de los denominados «centros de contacto». De forma periódica, dichos centros de contacto deberán revisar la implementación del capítulo de Cooperación del Acuerdo y, cuando sea apropiado, actuar como un organismo de coordinación entre los dos países.

Las responsabilidades de los centros de contacto son:

- Recibir y canalizar las propuestas de proyectos presentadas por las Partes;
- Informar a la otra Parte sobre el estado del proyecto;
- Informar a la otra Parte de la aceptación o el rechazo del proyecto;



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Monitorear y evaluar el progreso en la implementación de las iniciativas de cooperación que están relacionadas con el comercio; y
- Otras tareas que las Partes puedan acordar.

A pesar de las oportunidades que genera el Acuerdo, a la fecha de realización de este estudio, no se pudo identificar ningún proyecto de cooperación por los centros de contacto. Se considera de suma importancia que se dé inicio al funcionamiento de **este mecanismo institucional de los centros de contacto, toda vez que permite el fortalecimiento comercial y un mejor aprovechamiento del Acuerdo** en los sectores arriba mencionados. Además de su instalación, se recomienda acordar de manera previa la periodicidad con la que se deben reunir dichos centros.

- Identificación y estructuración de proyectos prioritarios

Colombia enfrenta un importante desafío en la identificación y estructuración de grandes proyectos que pudieran ser financiados con recursos provenientes de la cooperación coreana. Más allá de la financiación del desarrollo y de iniciativas de transferencia de conocimiento, intercambio de buenas prácticas, que hoy funcionan y que son necesarias para Colombia, hay un vacío en la coordinación interinstitucional para identificar y priorizar los proyectos estratégicos a ser financiados a través de cooperación proveniente de Corea del Sur.

En la actualidad la AOD otorgada a través de la Agencia Coreana de Cooperación (KOICA) está guiada por la Estrategia de Alianza País - Country Partnership Strategy (CPS) 2016-2020 focalizada en tres temas: desarrollo rural, desarrollo industrial y postconflicto, logrando en los últimos dos años una inversión de USD 45 millones. Recientemente culminaron las negociaciones de la nueva Estrategia de Alianza País para Colombia, que entrará en vigor este año para los próximos cuatro años con un apoyo de hasta USD 50 millones y, en la que, si bien fueron priorizados los sectores tradicionales, se acordó hacer énfasis en innovación, crecimiento verde y digital.

La cooperación se da por la demanda y, si bien en Colombia se cuenta con el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional (APC Colombia) para gestionar y coordinar la cooperación internacional, lo cierto es que desde Corea no solo KOICA se interesa en la gestión de proyectos de cooperación, sino que también varios ministerios lo hacen. Estos últimos contactan a sus pares en Colombia y así comienza la estructuración de los proyectos. Dicha estructuración toma aproximadamente 2 años, a partir de una propuesta inicial que se discute con la entidad beneficiaria en Colombia, luego se elabora un concepto de prefactibilidad con base en el informe de la misión de la autoridad coreana. En el concepto se establecen los objetivos, la modalidad de cooperación, el monto de ésta, la entidad líder y la entidad ejecutora, que es normalmente alguna agencia de Naciones Unidas.

Desde la perspectiva colombiana, es importante que la cooperación responda a las líneas del Plan Nacional de Desarrollo. APC Colombia y el Departamento Nacional de Planeación (DNP) se encargan de dicho estudio. Posteriormente, se realiza la gestión jurídica y administrativa de la cooperación, que puede requerir un concepto jurídico, la preparación de la documentación y la gestión presupuestal. Si hay varias entidades beneficiarias, cada una de ellas deberá aprobar los términos de la cooperación. Si además participan entidades del orden territorial, también puede requerirse el cumplimiento de trámites



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

adicionales. Todas las entidades beneficiarias deben estar coordinadas, con el fin de que la colaboración se desarrolló de manera satisfactoria.

La cooperación coreana puede ser canalizada directamente a través de KOICA y de los diferentes ministerios, o de manera indirecta a través de organismos multilaterales, lo cual representa para Colombia una gran oportunidad y al mismo tiempo un reto enorme específicamente en la preparación, diseño, articulación y priorización de los grandes proyectos que pueden beneficiarse con recursos de cooperación de dicho país. Colombia requiere **identificar una entidad del Estado que se encargue de estructurar proyectos de cooperación estratégicos** que contribuyan a la atención de las necesidades de desarrollo más apremiantes y que considere la experiencia del país oferente de la cooperación, en este caso Corea del Sur. **Dicha entidad debe también liderar el proceso descrito mediante una coordinación interinstitucional y una planificación de corto, mediano y largo plazo.**

Algunas áreas de cooperación prioritaria son:

- Crecimiento verde

Desde el 2008 Corea del Sur estableció una hoja de ruta para el crecimiento verde. Más recientemente lanzó el *Green New Deal* buscando promover una rápida recuperación de su economía e ingresar lo antes posible a la era de la post pandemia, con el objetivo de alcanzar emisiones netas iguales a cero para el año 2050.

El *Green New Deal* coreano planea inyectar 0.6% del PIB en el 2022 para un crecimiento sostenible con el objetivo de: a) transformar infraestructuras urbanas y residenciales en infraestructuras verdes; b) remodelar edificios públicos que afectan la vida diaria de las personas para que sean “energía cero”; c) incorporar innovación en la industria verde y establecer complejos industriales verdes; y d) apoyar la expansión de la oferta de energía descentralizada, baja en carbón. Con este programa el gobierno de Corea del Sur pretende crear 1.901.000 nuevos empleos para 2025.⁸¹ El gobierno coreano también se ha puesto como meta para el 2040 que el 30-35% de su energía sea de fuentes renovables, incluidos los residuos, la biomasa, la energía solar, la hidráulica y la eólica.

Por su parte, la política de crecimiento verde de Colombia surgió de una misión liderada por el DNP y financiada, entre otros por el Korean Green Growth Partnership y el Instituto Global de Crecimiento Verde (GGGI). Esta política está enmarcada en el CONPES 3934 de 2018 y tiene como objetivo impulsar a 2030 el aumento de la productividad y la competitividad económica del país, asegurando el uso sostenible y la conservación de los recursos naturales. Las líneas de acción estratégicas están orientadas a la reconversión y el desarrollo de procesos productivos eficientes en el uso de recursos bajos en carbono, que fomenten la economía circular y en reverdecimiento de sectores como la agricultura, la vivienda, la industria, la generación de energía renovable y el transporte eléctrico.⁸²

Para que esta política sea posible es necesario gestionar recursos para la financiación de las estrategias mencionadas. Una de las recomendaciones del CONPES 3934 en este frente es promover la participación

⁸¹ <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/restableciendo-el-crecimiento-y-la-sostenibilidad-fiscal-4-medidas-estrategicas-implementadas-por-corea-del-sur/>

⁸² <https://www.dnp.gov.co/Crecimiento-Verde/Documents/Pol%C3%ADtica%20CONPES%203934/Resumen%20Pol%C3%ADtica%20de%20Crecimiento%20Verde%20-%20diagramación%20FINAL.pdf>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

de las entidades involucradas en las convocatorias de entidades de cooperación internacional en las que se financien proyectos relacionados con el crecimiento verde. En Colombia tienen sede varias entidades coreanas de cooperación con énfasis en medio ambiente que podrían ayudar a que este objetivo sea una realidad, tales como KOICA, Instituto de Tecnología e Industria Ambiental de Corea (KEITI), Instituto de Corea para el Avance de la Tecnología (KIAT) y el KEXIM Bank. Además, el GGGI actualmente tiene un programa que promueve las metas del Gobierno de Colombia para el control de la deforestación y la promoción de prácticas productivas sostenibles.

Es relevante hacer especial énfasis en la política de conversión de residuos sólidos en energía de Corea. Considerando la escasez de recursos naturales y los espacios limitados para las instalaciones de eliminación de residuos, Corea del Sur promueve una economía circular, basada en la innovación y el uso de la tecnología. Corea del Sur tiene un sólido sistema de gestión y tratamiento de residuos, siendo su tasa de reciclaje la segunda más alta del mundo después de Alemania. Es uno de los pocos países que recicla los desperdicios de alimentos, llegando a conseguir una tasa de reciclaje del 95%.⁸³

Otro de los subsectores que componen el sector de las soluciones medioambientales y del agua en Corea del Sur es el de tratamiento de aguas. En Corea del Sur, el 92,1% de la población está conectado a un sistema de alcantarillado y el 95,7% a un sistema de agua potable municipal. El sector privado es el principal proveedor de sistemas de agua pública. Por otra parte, los grandes conglomerados industriales, al igual que empresas más pequeñas, están incrementando su participación en el mercado de las tecnologías del agua.

La experiencia y la cooperación de Corea del Sur en crecimiento verde representa una oportunidad para Colombia en la implementación de su política de crecimiento verde. **Colombia debe estructurar proyectos verdes de cooperación que consideren las capacidades y fortalezas de Corea del Sur y gestionar recursos ante las entidades de cooperación coreanas especializadas en medio ambiente.**

Otro escenario que Colombia podría aprovechar para fortalecer su cooperación en temas ambientales con Corea del Sur e impulsar la implementación de sus metas en materia de cambio climático es la Asociación para el Crecimiento Verde y los Objetivos Globales 2030 (P4G). El Gobierno de Corea decidió apoyar a Colombia para que sea el anfitrión de la Cumbre de 2023 de esta iniciativa, después de las organizadas por Dinamarca y Corea.

P4G se estableció en 2018 y su objetivo general es contribuir a ofrecer soluciones ecológicas basadas en el mercado para cumplir los ODS y el Acuerdo de París, a través de asociaciones público-privadas. La iniciativa cuenta con 12 países socios, incluido Colombia, los cuales representan alrededor del 8% del PIB mundial.

Además, la iniciativa posee una red de organizaciones globales que aportan su conocimiento y recursos. Entre estas organizaciones se encuentran: i) Instituto de Recursos Mundiales (WRI), ii) Grupo de Liderazgo Climático (C40), iii) Instituto Global de Crecimiento Verde (GGGI), iv) Corporación Financiera Internacional (IFC), v) Pacto Mundial de Naciones Unidas y vi) Foro Económico Mundial (WEF).

⁸³ <https://www.weforum.org/agenda/2019/04/south-korea-recycling-food-waste/>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

- Innovación y emprendimiento

Según el último índice de innovación de Bloomberg publicado a principios de 2021, Corea del Sur sigue siendo el país más innovador del mundo durante 7 de los últimos 9 años.⁸⁴ Su aumento en el registro de patentes, acompañado de una estrategia que impulsa el trabajo creativo de forma constante para generar conocimiento, innovación tecnológica y emprendimiento le permiten estar a la vanguardia de las tendencias mundiales en innovación, ciencia y tecnología. Esto representa una oportunidad muy importante para Colombia, que se encuentra en etapa de implementación de la Ley Naranja, donde Corea del Sur se convierte en un aliado global para potenciar sectores como la economía del conocimiento, las industrias creativas, el comercio electrónico, entre otros.

Desde 2020 se avanza en la negociación de un Memorando de Entendimiento entre INNpulsa Colombia y Gyeonggido Business and Science Accelerator en Pangyo, conocido como el Silicon Valley de Corea, con el fin de aunar esfuerzos para compartir conocimiento e intercambiar información para lograr un mejor desarrollo del complejo empresarial y promover la vitalidad en el clúster de cada una de las partes. Dentro de los compromisos de las partes se encuentra la posibilidad de establecer oficinas en cada país con el fin de conectar los ecosistemas de innovación y emprendimiento de ambos países, y así lograr mejor transferencia de conocimiento y tecnología que permita acercar fondos de capital de inversión para los emprendedores colombianos.

Es importante avanzar hacia la suscripción e implementación de dicho Memorando de Entendimiento, con el fin de que Colombia **abra una oficina de CEmprende⁸⁵ en Corea del Sur** que les permita a los emprendedores colombianos acceder a nuevos mercados, a tecnología de punta y transferencia de conocimientos, fortalecer los sectores de agrotech, edutech, fintech, healthtech y visibilizar emprendimientos colombianos de alto impacto.

Adicionalmente, **INNpulsa Colombia podría promover una alianza con el K-Startup Grand Challenge**, con el fin de promover los programas de becas que ofrece esta iniciativa coreana en Colombia. El K-Startup Grand Challenge es un programa de aceleración de emprendimientos extranjeros de base tecnológica financiado por el gobierno de Corea, que busca promover la expansión de un ecosistema de emprendimiento en Asia.

- Cuarta Revolución Industrial

Durante la misión comercial del gobierno colombiano que visitó Corea del Sur en octubre de 2019, se suscribió un Memorando de Entendimiento con la Asociación Coreana de Comercio Internacional – KITA, para promover alianzas y fortalecer las relaciones entre compañías de los dos países, facilitar el intercambio de información y experiencias en áreas de cooperación e incentivar la organización de agendas y visitas con delegaciones de ambos mercados. También se busca el intercambio sobre tendencias de los mercados y el

⁸⁴ <https://es.statista.com/grafico/20565/economias-mas-innovadoras/>

⁸⁵ CEmprende es un programa de INNpulsa que consiste en un campus de emprendimiento exponencial para formar un ecosistema que una a emprendedores, grandes inversionistas internacionales, fondos de capital de riesgo y al Gobierno de Colombia. CEmprende presta servicios de incubación y aceleración, financiación, acceso a laboratorios especializados, acceso a actividades de alto impacto con aliados y acceso a coworking.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

comportamiento de las exportaciones, así como expandir el comercio, la cooperación económica y la inversión extranjera directa.

Así mismo, el presidente del Comité Coreano para la Cuarta Revolución Industrial anunció que apoyará al gobierno colombiano en el diseño y formulación de políticas públicas para avanzar en materia de transformación digital.

Para avanzar en la iniciativa de promover procesos para compartir información y desarrollar investigación relacionada con la Industria 4.0, el comercio electrónico, la productividad, así como, las pequeñas y medianas empresas, se suscribió un Memorando de Entendimiento entre el Centro de Investigación de Corea en Comercio y Economía Industrial (KIET), el Ministerio de Comercio y universidades colombianas, dirigido a promover proyectos de investigación y de intercambio de conocimiento, haciendo uso del Korean Sharing Program. La iniciativa fue respaldada por el presidente del Instituto de Economía Industrial y Comercio de Corea. Es importante que **se establezcan y desarrollen iniciativas concretas con base en este Memorando de Entendimiento.**

Además, Corea representa un referente en la creación de parques tecnológicos, como los que se han adelantado en países como Vietnam y Uzbekistán. Por esta razón, el país asiático podría apoyar una agenda de cooperación alrededor de la construcción e implementación de este tipo de complejos.

Por otro lado, el comercio electrónico se ha convertido en una de las principales fuentes de adquisición de bienes en el mercado coreano. En este sentido, Corea cuenta con una amplia variedad de plataformas que le permiten al consumidor acceder de forma rápida y sencilla a diferentes tipos de productos, sin necesidad de movilizarse ni tener que hacer uso de efectivo. Por esta razón, Corea es un socio estratégico que podrá apoyar a Colombia en impulsar el alcance y desarrollo del comercio electrónico en territorio colombiano.

- Cooperación militar

En materia militar y en agradecimiento por la participación de Colombia en la guerra de Corea, este país ha sido un aliado importante de Colombia. En el 2015 se inauguró en Colombia el Centro Amistoso de Rehabilitación Integral-CRI en Bogotá para la atención de 1.300 soldados y policías con discapacidad afectados por el conflicto armado. KOICA realizó un aporte de USD 11.5 millones para su construcción.

En el 2014, la Armada de Corea del Sur entregó a la Armada de Colombia la corbeta ARC Nariño de la Clase Donghae y en el 2020 entregó la ARC Tono de la clase Pohang como parte del acuerdo bilateral de cooperación militar. Se deben continuar fortaleciendo los canales para que Colombia pueda continuar accediendo a armamento militar de su socio coreano, así como para **asegurar la transferencia de conocimiento y tecnología para el mantenimiento de las fragatas a través de los Convenios de Cooperación Industrial y Social.**

- Cooperación en salud

Como se indicó anteriormente, Corea del Sur ha demostrado ser un referente de éxito mundial en el manejo de la pandemia del COVID-19 y en el desarrollo de vacunas y tratamientos para hacer frente a la enfermedad.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Corea del Sur ha apoyado a Colombia en la contención y mitigación del COVID-19, a través de iniciativas de cooperación. En el 2020, Corea del Sur, a través de KOICA, adelantó un proyecto con la ciudad de Bogotá por un total de USD 5 millones, con el objetivo de ampliar la capacidad diagnóstica, la práctica de pruebas COVID-19, al igual que el fortalecimiento del sistema de salud y la capacidad del personal médico en la capital colombiana. Como resultado de esta alianza, Corea del Sur compartirá con la ciudad su conocimiento técnico en el manejo de la pandemia. Además, Corea donó al Fondo Nacional de Calamidades USD 500.000 para la adquisición de pruebas PCR. Por su parte, la Alcaldía de Seúl donó 6.000 trajes de protección personal por un valor de USD 100.000 para las ciudades de Bogotá y Medellín.

Actualmente, los gobiernos de Corea y Colombia se encuentran negociando un acuerdo de cooperación en materia de salud pública para la prevención y respuesta de enfermedades. Este instrumento fue propuesto por Corea para promover el fortalecimiento de la vigilancia epidemiológica, las capacidades de producción de vacunas, la promoción de la salud y prevención de futuras pandemias, mecanismos internacionales de intercambio de datos e información epidemiológica, entre otros.

Con el fin de que Colombia pueda beneficiarse de los adelantos tecnológicos de Corea del Sur y de la experiencia de ese país en la detección y prevención del COVID-19, se requiere **acelerar la suscripción e implementación del acuerdo de cooperación mencionado**. A través de este instrumento, se podrá establecer una cooperación a largo plazo, que permita preparar al sistema de salud colombiano para hacer frente a una nueva posible pandemia, así como promover la industria de vacunas en el país, a través de la producción de biológicos en territorio nacional.

Para el desarrollo de esta cooperación, en Corea existen actores determinantes que pueden apoyar a Colombia el avance de la industria de vacunas. En este sentido, se destacan el Instituto Internacional de Vacunas (IVI) con sede en la ciudad de Seúl y compañías farmacéuticas coreanas como es el caso de SK Bioscience, compañía que produce las vacunas para COVID-19 de AstraZeneca.

- Educación para el talento

Existe una gran oportunidad para que jóvenes colombianos puedan desarrollar programas de alta calidad en las mejores universidades coreanas, que les permita adquirir habilidades para adaptarse a las nuevas realidades del mundo laboral.

El gobierno de Corea del Sur tiene abiertas las convocatorias para estudios de posgrado en el país asiático. Uno de estas iniciativas es el Programa de Capacitación Nacional de KOICA CIAT dirigido a los funcionarios del sector público para que amplíen sus conocimientos y pueden aplicar las buenas prácticas aprendidas en sus respectivas instituciones a su regreso al país.⁸⁶ Los programas ofrecidos para los ciudadanos colombianos giran alrededor de temáticas como: cambio climático, economía social, reformas del sector público, producción agrícola, desarrollo urbano y regional, políticas en salud, políticas de energía, género y desarrollo, política tributaria, manejo de la aviación, entre otras, ofrecidas por una decena de universidades coreanas. **Se recomienda ampliar el número de becas de los programas ofrecidos por KOICA CIAT y poder diseñar conjuntamente con KOICA programas a la medida de las necesidades de Colombia.**

⁸⁶ <https://www.apccolombia.gov.co/Corea-del-Sur-ofrece-becas-para-que-servidores-públicos-colombianos-cursen-posgrados-en-ese-pais>



También están las becas otorgadas por el Korean Global Scholarship Program (KGSP) de las cuales Colombia solo recibe 7 cada año.⁸⁷ **Colombia puede promover, a través del Ministerio de Educación de Corea, la ampliación de las becas que se otorgan a través del KGSP. Colombia puede también trabajar con KOICA para identificar programas de educación que ofrece Corea a través de la AOD, como por ejemplo los ofrecidos a través del National Research Foundation of Korea (NRF). Organizaciones como el National IT Industry Promotion Agency (NIPA) y National Information Society Agency (NIA) también adelantan programas educativos dirigidos a funcionarios públicos extranjeros cada año.**

Resulta necesario establecer un plan para que los estudiantes graduados de las universidades en Colombia puedan encontrar empleo en empresas coreanas **utilizando activamente el sistema de empleo coreano para trabajadores extranjeros.**

- Enseñanza de español y de estudios colombianos

Finalmente, debe señalarse la posibilidad de que Colombia brinde cooperación a Corea del Sur. Si bien la cooperación internacional de Colombia se enfoca en la cooperación Sur – Sur, ésta sería una oportunidad para que el país promueva su cultura, idioma y eventualmente el turismo y otros servicios en Corea.

Con el fin de aumentar el conocimiento y disminuir la distancia entre los ciudadanos de ambos países, **Colombia podría ofrecer a Corea del Sur programas de enseñanza del idioma español y de estudios colombianos en modalidad virtual y/o presencial**, con la posibilidad de traslado de profesores colombianos a Corea a través de una plataforma de cooperación organizada por KOICA y con el apoyo de las universidades de ambos países.

También se recomienda la concreción de **convenios de intercambio entre universidades coreanas y colombianas usando como plataforma la Asociación de Estudios Coreanos, ya existente, y la asociación de estudios colombianos**, cuya creación se sugiere en este documento. El dinamismo de esta alianza puede darse a través de actividades como la realización de una cumbre de rectores de las universidades miembros de estas asociaciones. Finalmente, también se podrían **promover intercambios y otorgar facilidades para que los profesores coreanos vengan a Colombia a realizar actividades de investigación y educación durante su año sabático en universidades miembros de las asociaciones aquí mencionadas.**

⁸⁷ <https://corea.embajada.gov.co/node/page/16993/becas-kgsp-programas-posgrado-pregrado-e-investigacion>



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

9. CONCLUSIONES

Del estudio realizado se evidencia que existe consenso entre empresarios y gobiernos de que la relación Colombia - Corea del Sur ya es importante, pero tiene aún mucho potencial. El Tratado de Libre Comercio constituye una autopista de oportunidades en materia comercial, de inversión y cooperación para Colombia y posiciona a Corea del Sur como un aliado estratégico para la transformación tecnológica y de innovación de Colombia.

En materia comercial, Corea del Sur es un gran socio para Colombia. Es uno de los mayores importadores tanto de alimentos como de insumos y materias primas. Así mismo, tiene una gran capacidad adquisitiva y un nivel de crecimiento económico importante. El mayor potencial de aprovechamiento del TLC lo tiene el sector agropecuario y agroindustrial, si bien también puede haber oportunidades en las manufacturas. El crecimiento en las exportaciones de banano en el año 2020 son un ejemplo de que el mercado coreano representa un potencial enorme para los empresarios colombianos. En cuanto a servicios, Corea del Sur es un líder en el desarrollo de las industrias creativas, prioridad del actual Gobierno Nacional, y esto significa una oportunidad para posicionar las capacidades de Colombia en el escenario global y hacerlo de la mano de un socio estratégico como Corea. Así mismo, el TLC amplía las oportunidades para que nuestro país se provea de equipos y tecnología que necesita para su reactivación económica.

Colombia tiene todo el potencial para ser uno de los principales destinos para la internacionalización de la producción de las empresas coreanas en la región. La estrategia del *nearshoring* y las ventajas comparativas de Colombia son sin duda alguna una oportunidad para ofrecerle al inversionista coreano una plataforma para colocar sus productos de manera más eficiente en los Estados Unidos y en los demás países de la región promoviendo a su vez el crecimiento y competitividad del país. Colombia puede ofrecerle al inversionista coreano las condiciones que le pueden permitir hacer negocios de manera rentable y segura, y también beneficiarse de la experticia y tecnología de los inversionistas coreanos.

Finalmente, la cooperación estratégica se ha transformado en los últimos años de una cooperación tradicional de asuntos políticos, de veteranos, economía, consulares, culturales, a una que promueve la innovación inclusiva, el emprendimiento, el crecimiento verde y la cuarta revolución industrial en el país, lo cual es una muestra del sentimiento de hermandad entre ambos países y del apoyo continuo de Corea al desarrollo de Colombia. Es importante que los dos países puedan identificar de manera precisa las áreas en las que la cooperación puede generar beneficios en doble vía. Es hora de que los dos países pongan en marcha mecanismos institucionales que les permitan catapultar la excelente relación de la que gozan.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

10. ANEXOS

ANEXO 1 : CONTENIDO DEL ACUERDO

Cronograma de desgravación para productos provenientes desde Colombia

- Café: se logra la eliminación inmediata de la totalidad de los aranceles para el café verde; mientras que para las preparaciones de café (instantáneo y mezclas) la eliminación se dio en reducciones graduales en plazos entre 0 y 3 años.
- Flores: se eliminan los aranceles gradualmente en plazos entre 3 y 5 años para los claveles, las rosas y crisantemos, entre otros.
- Azúcar: se desmonta el arancel de 35% de manera gradual hasta su eliminación total en 16 años.
- Carne de res: tendrá desmonte gradual de los aranceles hasta su eliminación total en 19 años.
- Carne de cerdo: el desmonte gradual de los aranceles se hará en plazos entre 10 y 16 años.
- Avicultura: la eliminación gradual de los aranceles se dará en períodos que van entre 10, 12 y 16 años.
- Derivados Lácteos: para productos como lactosueros, quesos, arequipes, leche descremada se logró la eliminación gradual de los aranceles en plazos entre 10, 16 años y para las bebidas lácteas en inmediata. En leche en polvo se obtuvo un contingente de 100 toneladas fijas.
- Banano: el arancel del 30% se desmonta gradualmente hasta su eliminación en 5 años.
- Frutas y hortalizas: se acordó el desmonte gradual de los aranceles en plazos que van entre 5, 7 y 10 años.
- Alcohol etílico y Etanol: para el alcohol etílico se logró la eliminación gradual del arancel de 270% en 16 años con 2 de gracia y para el etanol en 5 años.
- Tabaco y cigarrillos: Colombia logró el desmonte gradual de los aranceles en 10 años para el tabaco y cigarrillos entre 10 y 15 años.
- Confituras y mermeladas: los aranceles se eliminarán gradualmente en plazos entre 5 y 16 años.
- Jugos: la eliminación gradual se hará en plazos entre 10 y 16 años.
- Galletas y confites: tienen eliminaciones arancelarias graduales por 3 o 5 años hasta su eliminación total.

El TLC no sólo otorga beneficios arancelarios a los productos agrícolas colombianos, sino que además se complementa con un canal privilegiado para tratar los asuntos sanitarios y fitosanitarios que le permite a Colombia tener acceso efectivo a las oportunidades derivadas del mismo.

En materia industrial, el Acuerdo permitió el ingreso inmediato sin arancel del 98% de las líneas arancelarias que clasifican los bienes industriales y cerca de la mitad del monto de las exportaciones realizadas a Corea. En 5 años se desgrava el 100% de las ventas de bienes industriales efectuadas al mercado coreano.

Adicionalmente, se pactaron reglas para que las medidas no arancelarias que dificultan u obstaculizan el comercio, como las medidas sanitarias y fitosanitarias, los reglamentos técnicos y los procedimientos de evaluación de la conformidad sean transparentes y no sean más gravosas para el comercio de lo necesario.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

En materia de facilitación del comercio, el Acuerdo prevé procedimientos aduaneros simplificados, ágiles y confiables, con la posibilidad de presentar documentos aduaneros de manera electrónica, coordinar la actividad de las entidades que intervienen en frontera y contar con mecanismos para la gestión del riesgo.

En cuanto a las reglas de origen, el TLC permite incorporar insumos de terceros países en caso de que no exista abastecimiento suficiente en el territorio de ambas partes. En este sentido, sectores como siderurgia y metalmecánica, electrodomésticos, maquinaria y equipos, automotor, muebles, textiles y confecciones, pueden usar insumos de terceros países. En cuanto a procedimientos de origen, mediante el mecanismo de auto-certificación los productores y exportadores pueden certificar el origen de las mercancías, sin tener que realizar trámites adicionales.

El TLC también tiene disciplinas en las áreas de inversión, comercio de servicios, entrada temporal de personas de negocios, contratación estatal, derechos de propiedad intelectual y cooperación, entre otros. Estas disciplinas en general buscan mantener la competitividad de los exportadores colombianos, atraer la inversión extranjera protegiendo adecuadamente sus derechos, incluidos los de propiedad intelectual, asegurar principios para que las entidades estatales seleccionen a sus proveedores, incluidos los extranjeros, de manera objetiva y promover el aprovechamiento del acuerdo y la profundización de la relación comercial y económica de los países mediante la cooperación internacional en sus diferentes modalidades.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

ANEXO 2 : PERFIL LOGÍSTICO DEL COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y LA REPÚBLICA DE COREA

Corea del Sur posee una infraestructura portuaria con más de 25 puertos que se extienden a lo largo de sus costas. Sin embargo, la mayoría del tráfico marítimo proveniente de Colombia se concentra en Busán. El puerto, que se encuentra en la parte sur de la península, juega un rol estratégico en el comercio del país, ya que conecta el Océano Pacífico con el continente asiático considerándolo la puerta de entrada a Corea del Sur.

Desde los puertos colombianos en el Mar Caribe existen más de 50 rutas en conexión hacia puertos de Corea del Sur ofrecidas por 7 navieras con tiempos de tránsito desde los 22 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá y Corea del Sur. Desde los puertos colombianos en el Océano Pacífico existen más de 15 rutas directas y en conexión hacia puertos de Corea del Sur ofrecidas por 7 navieras, con tiempos de tránsito desde los 26 días. Las conexiones se realizan en puertos de Corea del Sur.

La infraestructura aeroportuaria de Corea del Sur está compuesta por un total de 114 aeropuertos, distribuidos a lo largo del territorio, garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Sin embargo, el Aeropuerto Internacional de Incheon de Seúl y el Aeropuerto Internacional Gimhae, son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

Actualmente existen 12 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Corea del Sur. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, Francia, España, Perú, Turquía, Países Bajos, México, Luxemburgo, Alemania y Canadá.

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2018, Corea del Sur ocupa el puesto 25 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. Por su parte Colombia ocupó el puesto 58 en dicho índice. Lo anterior muestra que a pesar de que Colombia ha hecho grandes esfuerzos en materia de logística comercial, quedan grandes campos por fortalecer y lograr un nivel similar a países como Corea del Sur.



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

11. AGRADECIMIENTOS

Este reporte se construyó gracias a la iniciativa del Embajador de Colombia en Corea del Sur, Juan Carlos Caiza, y al aporte de LIG Next 1 y la Cámara de Comercio de Bogotá. Adicionalmente, agradecemos a todas aquellas personas que se tomaron el tiempo para aportar sus ideas y recomendaciones para fortalecer la relación comercial y de cooperación con Corea del Sur:

- Sergio Díaz-granados, exministro de comercio, industria y turismo;
- Diego Molano, exministro de telecomunicaciones y tecnologías de la información,
- Javier Gamboa, exjefe negociador del TLC Colombia - Corea
- Santiago Pardo, actual embajador de Colombia en Japón
- Gabriel Duque, exembajador ante la OMC y Japón
- Jaime Alberto Cabal, exembajador en Corea del Sur
- Augusto Solano, Presidente de Asocolflores
- Javier Díaz, Presidente de Analdex
- Jorge Enrique Bedoya, Presidente de la SAC
- Cámara de Comercio de Cali
- David Melo, ex viceministro de cultura
- Hernán González, ex director de la cámara colombo coreana
- Adriana Roldan, coordinadora del centro de estudios Asia – Pacífico de EAFIT

Empresarios

- Eduardo Cárdenas, Fundador y CEO de ASC Co. Ltd
- Juan Pablo Campos, Gerente y fundador de Lohas Beans
- Fredy López, Gerente de Océanos
- Alejandro González, Co fundador de Brainz y gerente de Jamcity
- Gerardo Calvo, gerente de Yuxi Global
- Luis Carreño, Gerente de Racafé
- Luis Fernando Vélez, Fundador y Gerente de Amor Perfecto
- Simón Beltrán, Fundador y gerente de Jaguar Bite
- Propal
- Federación Nacional de Cafeteros
- Grupo Daabón
- Banasán

Gobierno de Colombia

- ProColombia
- Ministerio de comercio, industria y turismo
- Colombia Productiva
- Agencia Presidencial de Cooperación Internacional



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea

 Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO

Multilaterales

- Fabrizio Opperti, jefe de División de Comercio e Inversión Sector de Integración y Comercio del Banco Interamericano de Desarrollo
- Alejandra Villota, coordinadora para los países andinos de la División de Comercio e Inversión del Banco Interamericano de Desarrollo

Empresas Coreanas

- Sang Joon Lee, representante Oficina de Representación en Colombia, Korean Reinsurance Company
- José Tomás Cifuentes, Commercial and Marketin Manager, Latam Team, Celltrion
- Dae Yeung Um, Latin America New Business Team, LG CNS
- Francisco Kim - General Manager / Regional Representative of LATAM, Hyundai E&C

Entidades públicas y centros de pensamiento coreanos

- KOREA EXIMBANK
- KOTRA
- KOICA
- KEITI
- KIET
- KIEP
- Bell Park, Asesor en cooperación internacional



El futuro
es de todos

Cancillería
Embajada de Colombia
en Corea



Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO