

Corporación unificada nacional de educación superior “CUN”

Trabajo opción de grado II

Exportación de crema de tomate de árbol

Grupo: 10115

Presentado a:

José Julián Silva Ayubi

Presentado Por:

Paula Alejandra Rubio

José Guillermo Reyes

Miguel Ángel Borda

Bogota D.C

2017-B

1. JUSTIFICACION

Esta es una idea innovadora ya que en el mercado no se cuenta con este producto en crema ya que la mayoría de sus usos son Industriales, culinarios y medicinales, además nuestro público objetivo tiene tendencia de compra hacia los productos a base de frutas y como se menciona popularmente para los Surcoreanos “la cosmética suele intentar tener una base natural en la línea conceptual de ser «comida para la piel» y se vende tanto para hombres como para mujeres”.

Dado que es el país es el más conectado en el mundo gracias a sus extensas redes de Wifi, poseen una tendencia a comprar en internet y basándonos en estudios y experiencias, ellos son partidarios de comprar en internet y en especial productos extranjeros, incluso Myeongdong es el barrio de Seúl donde se encuentran todo tipo de tienda relacionada al maquillaje, y cosméticos.

2. Matriz estratégica

2.1 Identificación del proyecto: Este proyecto nace de la necesidad que tenemos como población de explotar alternativas productivas para permitir así la creación en masa de empresas sin importar su tamaño; esto partiendo de saber Colombia es uno de los países más ricos en flora y fauna, y el tomate de árbol también llamado Tamarillo el cual es originario de la región andina de Sudamérica y los Principales países productores son Nueva Zelanda, Kenia VietNam y España y el cual para el año 2013 en Colombia según la cámara de comercio de Bogotá se produjeron 161.748 toneladas, siendo Antioquia el principal departamento productor seguido de Cundinamarca y Tolima. Todo esto nos muestra el gran potencia que se tiene del mismo

2.2 Misión: Permitir que la población aumente su estilo de vida, sintiéndose bien consigo mismos mediante el cuidado de la piel.

2.3 Visión: Ser reconocida en Corea del sur como la empresa líder y con mayor acogida () y calidad de Latinoamérica y Colombia como producto funcional para el bienestar y cuidado de la piel.

2.4 Valores Corporativos:

Responsabilidad: Actuar en función de cumplir con nuestros deberes y siendo elocuentes con nuestros y los derechos de los demás.

Lealtad: Fidelidad a la compañía, trabajando por un mismo objetivo.

Respeto: Escuchar, comprender, tolerar y valorar a los demás.

Trabajo en Equipo: Todos son participes del proceso que se lleva para llegar a la meta propuesta.

Servicio: Ayudar de manera atenta y considerable en las labores que se requieran y en las que considere que puede aportar.

2.5 Análisis Pestel

Políticas, sistema de gobierno, medidas entorno a la economía

Nombre oficial: República de Corea

Superficie: 99.720 km².

Límites: Al norte con la zona desmilitarizada que le separa de la República Popular Democrática de Corea; al este con el Mar de Japón/Mar del Este; al sur con el Mar Oriental de China; y al oeste con el Mar Amarillo.

Población: 50.617.045 habitantes.

Capital: Seúl (población) 2014: ciudad 10.117.909 hab./área metropolitana . 25.620.000 hab.). Otras ciudades: Busán (3.531.643 hab.); Daegu (2.503.679 hab.) Incheon (2.870.125 hab.); Gwangju (1.473.229 hab.); Daejeon (1.531.418 hab.). (2013).

Lengua: La lengua oficial del país es el coreano. La lengua más empleada en el mundo de los negocios es el inglés.

Religión: El budismo (22,1%), el protestantismo (22,5%) y el catolicismo (10,1%) son las tres religiones dominantes.

Moneda: Won surcoreano. Tipo de cambio: 1€ = 1,231 won (a 24/11/2015)

Forma de Estado: República unitaria.

Sistema de Gobierno: Presidencialista con separación de poderes.

División Administrativa: La República de Corea está dividida en nueve provincias, mas siete ciudades autónomas.

El PIB: supera el billón de dólares y en los últimos años se aproxima al español. Por sectores, los de más peso, han sido las Manufacturas (31% del PIB), Comercio y Hostelería, (11%), Inmobiliario (7 %), Finanzas (7 %), y Administración (6%).

La Agricultura, Bosques y Pesca: Han supuesto sólo un 3 % y la minería un 0,5%. La tendencia es que el sector industrial mantenga su peso, ya que al ser una economía muy dependiente de la demanda externa, y al no tener prácticamente agricultura, es significativo el interés del Estado en su promoción.

Sistema político:

El país ha adoptado un sistema presidencial en el cual el presidente es elegido por el voto directo del pueblo por un período de cinco años. El gobierno está compuesto por tres poderes independientes: el poder ejecutivo, el poder legislativo —cuyos 300 miembros con mandatos de cuatro años conforman la Asamblea Nacional—, y el poder judicial, que incluye los catorce jueces de la Corte suprema con mandatos de seis años. Hay diecisiete gobiernos locales regionales y 227 gobiernos locales de bajo nivel. Los jefes de los gobiernos locales y los miembros de los consejos locales se eligen para mandatos de cuatro años.

Política interior. Economistas y dirigentes de todas las corrientes políticas están de acuerdo en que el aumento del capital humano mediante una gran inversión en educación es uno de los secretos del éxito de la nación asiática.

Política exterior: La relación de las dos coreas: En la península coreana, existen actualmente un par de estados divididos, cuyos conflictos y antagonismos continúan a través de la Línea de Armisticio. No obstante, se animaron momentáneamente el diálogo, intercambio y la cooperación entre el

Norte y el Sur tras cada una de las dos Cumbres Intercoreanas celebradas en 2000 y en 2007. A pesar de esto, dado que han seguido las amenazas y las provocaciones por parte de Corea del Norte, se ha repetido la tensión en la península coreana.

Antecedentes históricos de la división de Corea

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial por la declaración de rendición de Japón, del 15 de agosto de 1945, las fuerzas armadas de los Estados Unidos y las de la URSS llegaron a estacionarse respectivamente en la parte sureña y en la norteña de la península coreana que se había encontrado bajo el régimen del opresivo dominio japonés, tomando como su línea divisoria el paralelo 38, de modo que ésta se vio obligada a fragmentarse en la Corea del Sur y la Corea del Norte.

Corea del Norte comenzó la guerra por la invasión armada el 25 de junio de 1950 y la península coreana se convirtió en un terrible campo de batalla de la confrontación ideológica internacional. Hasta la estampida paró el 27 de julio de 1953 en virtud del armisticio, el pueblo coreano había sufrido una tragedia fratricida sin precedente. Posteriormente, la división de la península de Corea se consolidó más, donde persistió el estado de tregua hasta hoy, 60 años después.

Demografía y Sociedad

- Población de 49 millones de habitantes, país altamente denso y homogéneo.
 - En la aglomeración formada por unas 20 grandes ciudades alrededor de Seúl vive una población de 23 836 272 de personas, lo que le convierte en una de las mayores regiones metropolitanas del mundo.
- Es todavía una población joven, aunque tiende al envejecimiento (todavía el 70% de la población es menor de 40 años).
- Valor de la educación: alta tasa de alfabetización y escolarización, factor clave en el Desarrollo económico del país

- Concentración de la población en áreas urbanas (88,3%), con Seúl como gran eje

Aglutinador (11M), seguido por Busan, Incheon y Daegu.

- Carácter e identidad cultural coreana diferenciada, a pesar de las raíces comunes

Procedentes de China y Japón.

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (<i>miles de millones de USD</i>)	1.222,81	1.305,61	1.410,38	1.392,95e	1.450,05
PIB (<i>crecimiento anual en %, precio constante</i>)	2,3	2,9	3,3	2,7e	3,2
PIB per cápita (<i>USD</i>)	24.454	25.998	27.970	27.513e	28.525
Saldo de la hacienda pública (<i>en % del PIB</i>)	1,6	0,8	0,9	-0,3e	0,4
Endeudamiento del Estado (<i>en % del PIB</i>)	32,3	34,5	36,0	38,2e	39,3
Tasa de inflación (%)	2,2	1,3	1,3	0,7e	1,8
Tasa de paro (<i>% de la población activa</i>)	3,2	3,1	3,5	3,7	3,5

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
Balanza de transacciones corrientes (<i>miles de millones de USD</i>)	50,84	81,15	89,22	98,40e	96,87
Balanza de transacciones corrientes (<i>en % del PIB</i>)	4,2	6,2	6,3	7,1e	6,7

Estructura empresarial

Chaebols: un pequeño número de grandes grupos empresariales ejercen un gran poder económico (Samsung, LG, SK, Hyundai, Daewoo, Doosan, Jinro, etc.).

- **Reestructuración de los chaebols:** reducción trato preferencial y transparencia,

Legitimidad en su control (a mas número de personas), restringir la distorsión a la

Competencia mediante la especialización y reducir el grado de endeudamiento

Localización empresarial

Aeropuerto de Incheon: 1 hora y 5 minutos en coche o 1 hora y 32 minutos en transporte público

Estación de Seúl: 5 minutos en coche o 5 minutos en transporte público

Torre Namsan: 10 minutos en coche o 30 minutos en transporte público

Edificio 63: 25 minutos en coche o 36 minutos en transporte público

COEX Mall: 35 minutos en coche o 49 minutos en transporte público

Entorno empresarial: Este país es uno de los países de Asia con mayor tasa de población urbana, mejores infraestructuras y acceso a nuevas tecnologías. El uso del teléfono celular e internet es de los más elevados del mundo. } Seúl es la clave de acceso al mercado coreano, ya que concentra las principales empresas, agentes y ferias comerciales.

SOCIALES: impacto del producto

Perfil del Consumidor

Educación: como aspecto cultural clave en la cultura confuciana, el ascensor social del individuo en la sociedad

Influencia occidental: la adopción de valores propios de la cultura occidental como nuevo patrón de imagen social

Jerarquía: el respeto hacia la familia y la gente mayor es condicionante de las relaciones sociales

Status e imagen: El reconocimiento y la imagen social y personal condicionan el comportamiento y las acciones ante los demás

El trabajo: aprender haciendo, “*vivir para trabajar*”, son condiciones que marcan en el estrato social coreano

Actitudes y comportamientos:

Lujo y Glamour: Indicación de status social, asociado a la compra de marcas de prestigio

Imagen de marca: Devoción por las marcas de lujo extranjeras, Asociación imagen de marca a imagen de país

Polarización oferta: Gusta los más caro, o lo más barato

Consumo compulsivo: La forma de comprar es muchas veces espontánea y emocional, con la decisión dentro del mismo establecimiento

Tecno-adicción: Estar a la última con las novedades Tecnológicas más importantes a nivel de electrónica de consumo es casi una obligación

Sentimiento nacional: Influye en la compra de productos asociados a imagen de país o a cualquier símbolo nacional (Ejemplo. World Cup Korea 2002).

- Procolombia: La población en Corea tiene una alta calidad de vida. Esto motiva que en los estratos altos y medios consuman productos de mayor calidad y valor. Es un país en donde existen nichos que gustan de las compras lujosas, especialmente artículos de marcas internacionales.
- Procolombia: Los compradores son informados: evalúan la calidad del producto que adquieren en busca de beneficios para su estilo de vida
- Procolombia: El aumento de los adultos mayores ha cambiado los patrones de consumo en este país asiático. Esto ha aumentado la demanda de artículos funcionales, con vitaminas e ingredientes que aporten a la salud y bienestar.

Tecnología: desarrollo y Manejo de redes: Corea del sur es el país más conectado del mundo y exporta tecnología hacia el resto del mundo.

Ecológicas: responsabilidad social: -Los sistemas políticos como el de Corea del Sur fueron muy efectivos en ofrecer ayuda y protección estatal a sectores claves de la economía, como la industria pesada, pero exigiendo al mismo tiempo resultados de eficiencia y de responsabilidad social a los empresarios privados que recibieron subsidios estatales, aseguran expertos como el australiano Robert Wade de la London School of Economics..

-Corea del Sur ha invertido 140 mil millones de dólares hasta el 2020 para mejorar las infraestructuras de transporte y reducir las emisiones de carbono como parte de su apuesta ecológica a su vez apuesta a domos ecológicas.

Legales: licencias o permisos:

Control de calidad de los productos

Empresas de control de calidad

Red de Estándares de Servicio Coreana (KSSN)

Agencia Coreana para la Tecnología y Estándares (KTS)

Asociación de Normas Coreanas (KSA) para KS, Normas Industriales Coreanas

Laboratorio de Pruebas de Corea (KTL)

La KFDA concede a la KPTA (Korea Pharmaceutical Traders Association)

la función de asistencia en el proceso de registro de las importaciones de cosméticos, productos de cuidado de la piel y personal. Los documentos que se deben presentar a la KPTA antes de la exportación son: - Certificado de manufactura La lista de ingredientes debe incluirse de acuerdo con el Diccionario Internacional de Ingredientes Cosméticos (ICID por sus siglas en inglés), publicado en el Consejo de Productos de Cuidado Personal (PCPC por sus siglas en inglés, www.personalcarecouncil.org).

El porcentaje de cada producto debe estar listado. Este certificado debe contener la dirección del fabricante y la firma del presidente o director de la compañía.

- Certificado de venta libre El certificado debe ser emitido por la entidad pública pertinente del país de fabricación.

El certificado se debe identificar el nombre completo del producto y el país de origen como parecerá en el etiquetado.

- Certificado de libre de EEB o certificado del país de origen Si un producto no contiene materias primas de origen animal que puedan causar Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB), el certificado debe establecer que el producto no contiene ningún ingrediente o materia prima de origen animal.

Si el producto contiene algún producto proveniente de animales bovinos, corderos o cabras, el certificado necesita establecer la cantidad y tipo de este tipo de materiales usados en el producto.

Etiquetado Para los productos cosméticos importados, la etiqueta coreana debe ir sobre la etiqueta original. La etiqueta debe incluir información como: -

---Nombre del producto

- Nombre del importador

- Dirección del importador

- Ingredientes utilizados

- Contenido (volumen o pesos)

- Precio al por menor –

-País de origen

- Código de lote

- Fecha de fabricación

- Fecha de vencimiento

- Las palabras” cosméticos funcionales” en el caso de los cosméticos funcionales

- Precauciones Poner una etiqueta traducida a coreano sobre la etiqueta original es aceptado, pero Corea establece una normativa estricta para proteger a los comerciantes locales de actividades fraudulentas.

La ley de cosméticos establece que el fabricante o el comercializador autorizado no deben poner una etiqueta que lleve a los consumidores a pensar en los productos cosméticos como productos farmacéuticos. Si la información contenida en el etiquetado se considera engañosa, la KFDA solicitará la documentación y evidencias a los fabricantes o a los comercializadores autorizados

Otros requerimientos La demanda por eco-amigables están creciendo debido a que los consumidores han empezado a ser más conscientes sobre el tema de los desastres naturales relacionados con el calentamiento global. Para acreditar el producto bajo el sistema coreano de etiquetado ecológico, los fabricantes han reducido las emisiones de dióxido de carbono de los productos a través de la gestión de residuos.²

2.6 Analisis Porter

2.7 Cadena de Valor

http://empresaexterior.com/not/3482/carlos_girones_un_individuo_peligroso_cargado_de_libros_en_la_mochila

http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/COREADELSUR_FICHA%20PAIS.pdf

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150116_economia_corea_del_sur_razones_desarrollo_if

http://www.procolombia.co/sites/default/files/corea_final_baja.pdf

http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/tmp/oportunidades_mapa_pais/unzip/17360c933dc7668c77e07353a6ff16f8/ARCHIVOS%20RELACIONADOS/InformedemercadoCosmeticosyproductosdeaseopersonalenCoreadelSur_0.pdf