

PERFIL DE MERCADO JUGO DE MANZANA - COREA

ProChile Seúl, Abril 2008

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH

2009.71.0000 / 2009.79.0000

DESCRIPCIÓN

P.A. 2009.71.0000 Jugo de manzana de valor brix inferior o igual a 20

P.A. 2009.79.0000 Los demás jugos de manzanas

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 45%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

P.A. 2009.71.0000
Por TLC Chile-Corea

Año 2008	24,8%
Año 2009	20,7 %

P.A. 2009.79.0000
Por TLC Chile-Corea

Año 2008	24,8%
Año 2009	20,7 %

OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

P.A. 2009.71.0000
- OMC 45%
- TLC Asean : 45%
- TLC Singapur: 32,7%

P.A. 2009.79.0000
- OMC 45%
- TLC Asean : 10%
- TLC Singapur: 32,7%
- TLC EFTA(Suiza): 40,5%

OTROS IMPUESTOS : IVA 10%



REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

- Los importadores deben cumplir con las disposiciones de los artículos 7 y 9 de la Ley de Sanidad de Alimentos. Posteriormente, el importador debe efectuar una declaración de importación ante la Korean Food and Drug Administration (KFDA), en conformidad con el artículo 16 de la misma ley. Esta gestión puede realizarse solamente en las oficinas de Seúl, Busan, Kyongin o ante las oficinas del National Plant Quarantine Service (NPQS), exceptuando sus oficinas en Incheon, Busan, Inchon, y Kimhe.
- Se requiere el certificado de BSE, debido a la posible presencia de sustancias derivadas del vacuno.
- La Ley de Ahorro de Recursos y de Fomento del Sistema de Reciclaje, establece que el importador debe llenar un formulario mediante el cual se declara el tipo de envase utilizado ante la Korea Environment & Resources Corporation (KERC), para determinar el monto que debe pagar por concepto de depósito de residuos.

BARRERAS PARA ARANCELARIAS: No hay.

ESTADISTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

P.A. 2009.71.0000

AÑO 2008 (Enero-Febrero)

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
EE.UU.	121,170	162	98.78
Australia	3,110	2	1.22
TOTAL IMPORTADO	124,280	164	100



AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
EE.UU.	855,435	1,082	73.76
China	281,355	277	18.88
Nueva Zelanda	59,902	91	6.20
Francia	3,329	11	0.75
Australia	7,487	7	0.48
SUBTOTAL	1,207,508	1,467	100
TOTAL IMPORTADO	1,207,508	1,467	100

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
EE.UU.	330,742	397	77.39
China	119,900	97	18.91
Francia	2,646	7	1.36
Australia	11,404	7	1.36
Sudáfrica	6,645	4	0.78
SUBTOTAL	471,337	513	100
TOTAL IMPORTADO	471,337	513	100

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
EE.UU.	83,853	183	67.8
China	80,300	50	18.5
Australia	44,481	31	11.5
Taiwán	7,620	5	1.85
Francia	259	1	0.37
SUBTOTAL	216,513	270	100
TOTAL IMPORTADO	216,513	270	100



P.A. 2009.79.0000

AÑO 2008 (Enero-Febrero)

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
China	280,690	511	44.82
Nueva Zelandia	194,072	251	22.02
Turquia	79,200	182	15.96
Sudafrica	73,012	78	6.84
Chile	16,885	21	1.84
SUBTOTAL	643,859	1,043	91.49
TOTAL IMPORTADO	722,806	1,140	100

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
China	4,091,945	4,668	54.87
Nueva Zelandia	1,082,170	1,455	17.10
EE.UU.	673,480	985	11.58
Chile	290,622	378	4.44
SUBTOTAL	6,138,217	7,486	87.99
TOTAL IMPORTADO	6,670,754	8,508	100



AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
China	4,344,490	4,034	59.03
EE.UU.	836,863	1,220	17.85
Nueva Zelanda	522,716	562	8.22
Chile	272,746	341	4.99
Turquía	116,600	201	2.94
SUBTOTAL	6,093,415	6,358	93.03
TOTAL IMPORTADO	6,496,613	6,834	100

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EL MERCADO
China	3,725,670	2,823	52.44
Nueva Zelanda	484,752	697	12.95
EE.UU.	398,586	572	10.63
Turquía	248,750	467	8.68
Chile	160,965	175	3.25
SUBTOTAL	5,018,723	4,734	87.94
TOTAL IMPORTADO	5,591,624	5,383	100

Fuente: Korea International Trade Association

POTENCIAL DEL PRODUCTO

El año 2007 marcó el surgimiento del jugo exprimido, el cual se obtiene a través de la compresión de frutas y sin la mezcla de agua. Hasta entonces, el jugo premium, obtenido a partir de la mezcla de jugo de frutas con otros ingredientes, dominaba el mercado local. El jugo de frutas usado como insumo se obtiene a partir de un proceso de calentamiento de frutas y concentrado en 7 veces; es mayormente importado de dicha manera y luego mezclado con agua para ser comercializado como producto terminado.

Según la tendencia del bienestar (Wellbeing), los consumidores prefieren los jugos exprimidos ya que no tiene otros ingredientes agregados y conserva el sabor natural y original de las frutas.



La empresa Pulmuone, uno de los líderes del sector en Corea, empezó con la elaboración del jugo exprimido 100% natural de frutillas y tomates producidos en Corea, comercializados como "I'm Real Strawberry" y "I'm Real Tomato". Para lanzar este producto, la empresa Pulmuone ha distribuido a los supermercados y los departamentos de compras los refrigeradores que se necesitan para conservar su frescura.

Otro líder del mercado, Lotte Chilsung, también se ha sumado a esta nueva tendencia. Este mes ha lanzado el jugo "Nepure Premiun Apple 100", que es un jugo de manzana exprimido que contiene 100% de manzana. La empresa ha utilizado un frasco de vidrio para diferenciarlo de otros productos baratos, de un tamaño de 180ml, el cual ha sido diseñado de acuerdo a las características del principal segmento de cliente, las mujeres jóvenes, quienes dan mayor importancia a la belleza y la salud.

Para llegar al principal segmento de clientes, la empresa ha implementado como principales puntos de distribución a las universidades, los kioscos de empresas, los *convenience stores*, y las farmacias. El jugo de 1 lt. será distribuido mayormente en los supermercados y multitiendas (*departament stores*) donde los consumidores son las unidades familiares. También van a preparar un set de 3 botellas de jugos de primera calidad en cuanto a sabor y frascos para los clientes que visitan a los pacientes en los hospitales.

Como resultado, el consumo de jugo premium no exprimido está bajando rápidamente y el precio es de alrededor de 1,000 ~ 2,000 wones. El precio del jugo exprimido que últimamente está a la venta llega aproximadamente a 4,000 wones. La venta de jugo exprimido ha crecido notoriamente a pesar de la notable diferencia de precios.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA



Origen: Corea
1,100 wones = 180ml
4,000 wones = 1L
Contenido de manzana: 100% de manzana coreana



Jugo orgánico

Origen: Corea

21,600 wones = 180ml X 24 frascos

Contenido de manzana: 93% de manzana de Turquía + 7% de pera de EE.UU.

애타음료



Jugo orgánico

Origen: Corea

18,500 wones = 330ml X 20 frascos

Contenido de manzana: 47% de manzana coreana



Origen: EE.UU.
11,700 wonnes = 3,785L
Contenido de manzana: 100% de manzana de EE.UU.



Origen: Corea
27,000 wonnes = 1.5L X 12 botellas
Contenido de manzana: 100%



Origen: EE.UU.
1,800 wonnes = 296ml
Contenido de manzana: 100%



Origen: Japón
3,780 wones = 3 X 125ml
Contenido de manzana: 100%



Origen: Corea
7,900 wones = 1Lt.
Contenido de manzana: 100%(exprimido de 7 manzanas)

Fuente: www.hmall.co.kr
www.interpark.co.kr
www.gmart.co.kr

Tipo de cambio: US\$ 1=973 wones (21 de marzo)
Fuente: Bank of Korea (www.bok.or.kr)



ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

- Uso de propaganda comercial a través de principales diarios
- Propaganda en TV
- Degustaciones en los supermercados y departamentos de compras
- Venta en set sándwich & jugo con un precio especial en *Convenience Stores*

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 1) Importador → Venta por Internet / venta Homeshopping → Consumidor final
- 2) Importador → Supermercados / almacenes → Consumidor final

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA.

Incluidas en las fotos anteriores.

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Las cifras de importaciones coreanas muestran una presencia interesante por parte de los productores chilenos en la partida de los demás jugos de manzanas, donde se ha alcanzado una participación de cerca del 5% de las importaciones y donde han aumentado los embarques en los últimos tres años.

A pesar de las tendencias de los consumidores descritas anteriormente, se estima que este mercado seguirá creciendo en los próximos años debido al crecimiento de la industria alimenticia en Corea y a la expansión de los restaurantes familiares.

Chile, por otra parte, ha adquirido entre los importadores y distribuidores una buena reputación como país exportador de fruta fresca de calidad, lo que allana el camino en general para los productos alimenticios elaborados a partir de la fruta. Las exportaciones de jugo de manzana se benefician, además, de importantes preferencias arancelarias, lo que permite tener condiciones de competencia más equilibradas con competidores como China y ventajas importantes con competidores como Turquía.

Se recomienda la realización de misiones comerciales que permitan un contacto directo con los equipos de compras de las empresas elaboradoras de jugo, de los supermercados, cadenas de tiendas de conveniencia y restaurantes familiares y de las empresas de venta por Internet. Se recomienda, además, la participación en las principales ferias de alimentos que se realizan en Corea, en especial, la Feria Seoul Food and Hotel.



Por último, cabe agregar que la reciente homologación por parte del KFDA del sistema chileno de certificación de productos orgánicos abre un nicho interesantes para los jugos orgánicos de manzana.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

1. FOOD INGREDIENTS & ADDITIVES KOREA 2008/ FRESH FRUIT & VEGETABLE MARKET 2008

Período: 2008.2.28-2008.3.1
Lugar: COEX Indian Hall
Organizador: World Expo Co., Ltd.
Tel.: 82-2-557-6776
Fax: 82-2-557-0870
E-mail: office@world-expo.co.kr

2. THE 9TH SEOUL INT'L TOURISM & FOOD EXPO 2008

Período: 2008.3.19-2008.3.23
Lugar: KINTEX
Organizador: Edaily Co., Ltd.
Tel.: 82-2-3772-0199
Fax: 82-2-3772-0222
E-mail: kangjh@edaily.co.kr

3. SEOUL FOOD & HOTEL 2008

Período: 2008.5.14-2008.5.17
Lugar: KINTEX
Organizador: Korea Trade Investment Promotion Agency (KOTRA), Allworld Exhibitions, Korea Foods Industry Association (KFIA), Korean Exhibition Management Co., Ltd. (KEM)
Tel.: 82-2-3460-7262/3/6/9
Fax: 82-2-3460-7916
E-mail: info@seoulfood.or.kr

4. IMPORTED GOODS FAIR 2008

Período: 2008.5.23-2008.5.26
Lugar: COEX Indian Hall
Organizador: Korea Importers Association
Tel.: 82-2-792-1581 (Ext. 231, 229)
Fax: 82-2-749-1830
E-mail: webmaster@igf.co.kr
<http://www.igf.co.kr>



5. BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION 2008

Período: 2008.6.12-2008.6.15

Lugar: BEXCO

Organizador: Busan Metropolitan City, Busan Regional Food & Drug Administration, Busan MBC, BEXCO, Korea Industrial Marketing Institute

Tel.: 82-2-588-2480 (Ext 106)

Fax: 82-2-588-2599

E-mail: hipark@kimikorea.com

www.bofas.com

6. BUSAN INTERNATIONAL HEALTH & FOOD EXPO

Período: 2008.10.23-2008.10.26

Lugar: BEXCO

Organizador: BEXCO

Tel: 82-51-740-7391

Fax: 82-51-740-7360

E-mail: hnfexpo@bexco.co.kr

7. FOOD KOREA 2008

Período: 2008.10.29-2008.11.1

Lugar: aT Center

Organizador: Ministry of Agriculture & Forestry

Tel: 82-2-6300-1494

Fax: 82-2-6300-1610

www.foodexkorea.com

8. FOOD WEEK

Período: 2008.11.20-2008.11.23

Lugar: COEX Pacific Hall, Indian Hall

Organizador: COEX, The Kyunghyang Daily News, Korea Cooking Machinery Industry Cooperative, Munhwa Ilbo

Tel.: 82-2-6000-8196

Fax: 82-2-6000-1310

E-mail: foodweek@coex.co.kr

www.foodweek.co.kr

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- Korea Food & Drug Administration www.kfda.go.kr
- Korea Food Industry Association www.kfia.or.kr
- Food and Beverage News <http://www.thinkfood.co.kr>
- Food Today News <http://www.fenews.co.kr/>
- Agriculture & Fishing Trade News <http://www.atnews.co.kr/>