

## El mercado de Vino en Corea del Sur

## El mercado de Vino en Corea del Sur

Esta nota ha sido elaborada por Hye-Young] bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Seúl

Actualizada por Pablo Sabater Anaya

**Noviembre 2008**

# ÍNDICE

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>5</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>7</b>
1. Delimitación del sector	7
2. Clasificación arancelaria	7
<b>II. OFERTA</b>	<b>9</b>
1. Tamaño del mercado	9
2. Producción local	9
3. Importaciones	10
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>25</b>
1. Tendencias generales del consumo	25
2. Análisis del comportamiento del consumidor	27
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>28</b>
1. Impuestos	28
2. Márgenes	29
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>33</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>35</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>38</b>
1. Análisis del procedimiento de importación	38
2. Regulación del etiquetado de bebidas alcohólicas	39
3. Nueva regulación adicional del etiquetado para bebidas alcohólicas	40
4. Transporte	42
5. Promoción	43
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>44</b>
1. Estadísticas actualizadas hasta septiembre de 2008.	44
2. Ferias	52
3. Publicaciones del sector	55
4. Asociaciones	58

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

5. Escuelas de cata	59
6. Organismos oficiales	60
7. Listado de importadores y distribuidores.	60



ICEX

### CONCLUSIONES

La importación de bebidas alcohólicas en Corea del Sur se liberalizó en el año 1988. Gracias a la labor de promoción desarrollada durante la década de los noventa, el consumo de vino ha ido aumentando gradualmente en este país. Desde entonces, el mercado coreano del vino se ha caracterizado por un aumento continuado de las importaciones. A partir de 2002, este aumento se hace mucho más pronunciado, sobre todo para los años 2005-2007, debido a la creciente demanda de caldos extranjeros por parte de unos consumidores mucho más familiarizados. Para los últimos cinco años, el crecimiento medio anual se ha situado en un 28,79%.

La producción nacional es prácticamente inexistente; en todo caso, se trata de vino importado a granel que es embotellado y etiquetado en Corea. Durante el año 2007, las exportaciones coreanas de vino han sido de 57.944 litros, por valor de 253.000 dólares; se trata, en todo caso, de re-exportaciones a países asiáticos.

En contraposición, las importaciones de vino se han incrementado considerablemente y en el año 2007 ascendieron a 32 millones de litros, por valor de 150 millones de dólares.

En 2007 España exportó a Corea 5 millones de litros de vino, por valor de 7 millones de dólares, ocupando la tercera posición en volumen de importación y la sexta en valor, lo que se traduce en un 5,01% de cuota de mercado en valor y un 16,73% en volumen.

Tradicionalmente los vinos franceses han liderado el mercado de vino del país con más del 50% del total de las importaciones. Sin embargo, en los últimos dos años, los vinos chilenos se están posicionando muy rápidamente, gracias a los privilegios arancelarios derivados del Acuerdo de Libre Comercio que Chile y Corea del Sur firmaron en el año 2002.

La tendencia de consumo de bebidas alcohólicas en Corea del Sur está cambiando. Tradicionalmente los coreanos han consumido licores de alta graduación pero, teniendo en cuenta la preocupación de este pueblo por la salud y la moda del well-being, se observa que la tendencia de consumo se dirige hacia licores de media y baja graduación. Hasta hace pocos años, el consumidor tipo era un hombre de entre 40 y 50 años. Sin embargo, en los últimos años se observa que, por una parte, ha descendido la edad media de los consumidores, siendo actualmente los principales consumidores los jóvenes de edades comprendidas entre los 20 y los 30 años y, por otra parte, se ha generalizado el consumo de vino, hasta el punto que el 70% de los compradores de vino en los hipermercados son amas de casa.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

En el año 2005 el consumo medio per capita de bebidas alcohólicas fue de 84,50 litros, de los cuales, sólo 0,83 litros correspondieron a vino<sup>1</sup>. Las bebidas alcohólicas más consumidas fueron la cerveza (53,92 litros per capita) y el soyu (26,97 litros per capita).

Como consecuencia de la globalización, el interés por la gastronomía occidental es cada vez mayor. El sector el vino en Corea del Sur es un mercado joven que se encuentra en plena expansión y presenta un gran potencial de crecimiento. Sirva como ejemplo, el hecho de que recientemente se hayan abierto cinco centros de enología en Seúl.

Para el consumidor coreano el vino necesariamente lleva asociada imagen país. Ante la ausencia de conocimientos sobre el producto, prácticas enológicas, variedades de uva, etc., el consumidor coreano identifica el vino con el país productor, por eso son los vinos europeos los más reconocidos, seguidos del vino chileno y posteriormente americanos y australianos.

Por todo lo anterior se recomienda como estrategia de implantación en el mercado la necesaria entrada a través de agentes importadores y distribuidores, que aseguren presencia en los principales puntos de venta al público, tanto especializados (tiendas de vino, tiendas gourmet de alimentación) como grandes superficies, en los espacios que estos últimos tienen especialmente reservados a los vinos, rincones del gourmet, etc.

Asimismo es aconsejable combinar la presencia del producto en los lugares más adecuados con las campañas de promoción e información que permitan posicionar su producto en el mercado local. El segmento más aconsejable para el vino español es el de gama media-alta, donde en la actualidad es el vino francés el mejor posicionado, y luego el chileno, por lo que se debe realizar el esfuerzo de posicionamiento del producto en este segmento.

---

<sup>1</sup> Incluido el consumo de vino de frutas.

# I ■ DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El mercado del vino en Corea ha crecido a un ritmo medio anual del 30% durante los últimos años. El incremento de las bebidas alcohólicas occidentales, especialmente el güisqui, ha hecho disminuir la cuota de mercado de las bebidas alcohólicas tradicionales, como el soyu y los vinos de arroz. El mercado del vino en Corea del Sur es un mercado todavía joven, pero con un alto potencial de crecimiento debido al incremento de la renta, al mayor número de coreanos que viajan al extranjero, a la sofisticación de los hábitos de consumo, la tendencia del well-being y a la preocupación de los consumidores de los efectos negativos para la salud de los licores más fuertes.

En Corea existen cuatro fabricantes de vino, pero su producción es mínima. El 99% de la producción se consume dentro del país. Es por ello por lo que se espera que las importaciones de vino aumenten en los próximos años. En 2003, se registraban las cifras de importación más altas de la historia de vino tinto, blanco y espumoso, con un incremento del 56% en volumen de importación, en relación con el año anterior. Si se comparan las cifras de importación en valor económico del año 2003 con el del año 2007, se puede observar que han aumentado un 228,42%, con un incremento medio anual del 45,68% en el último lustro.

En el año 2007, España contó con un 5% del mercado del vino en valor y un 16,73% en volumen. En el ranking de importaciones de 2007, el vino español figura el sexto en valor y el tercero en volumen. Este último porcentaje se debe a las ventas de vino tinto y blanco a granel, de las cuales España es el líder del mercado.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Para la presente nota de mercado se tomará como referencia el sistema armonizado internacional (HS Code) y se analizarán las siguientes partidas arancelarias:

Código (HSK)	Producto
2204.10.0000	Vinos espumosos

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

2204.21	Vinos en recipientes con capacidad igual o inferior a 2 litros.
~ 1000	Vino tinto
~ 2000	Vino blanco
~ 9000	Otros vinos de uva
2204.29	Otros vinos, mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido, en recipientes con capacidad superior a 2 litros.
~ 1000	Vino tinto
~ 2000	Vino blanco
~ 9000	Otros vinos de uva





# II. OFERTA

### 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Hay que tener en cuenta que la Oficina de Estadísticas Nacionales de Corea, cuando se refiere a “vino” no sólo considera el vino de uva, sino también todas aquellas bebidas alcohólicas similares al vino que se obtienen a partir de otros productos como las frutas del bosque o el arroz.

Existen muy pocos fabricantes de vino de uva, y se prevé que su producción desaparezca gradualmente debido al alto coste del mantenimiento de los viñedos y a la dificultad de producir vinos de alta calidad que puedan competir con los vinos importados.

El volumen de importación de vino en 2007 se ha incrementado un 43,31% respecto al año 2006. Las cifras de exportación son mínimas. Corresponden, principalmente, a la exportación de caldos elaborados a partir de frutas del bosque y, en menor medida, a la re-exportación del vino importado.

Tabla 1. TAMAÑO DE LA OFERTA

Unidad: Kg.	2003	2004	2005	2006	2007	Δ % 07/06
Importación	13.979.720	15.897.748	18.984.127	22.195.500	31.810.196	43.31%
Exportación	3.677	8.146	42.742	105.760	62.356	-41.04%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La práctica totalidad del vino consumido en Corea del Sur se nutre de las importaciones. El país no posee una climatología adecuada para la producción de vino de calidad. Únicamente una parte muy pequeña de la producción de uva se dedica al vino. No obstante, existen unos cuatro fabricantes de vino, que cuentan con el apoyo de la Comunidad Cooperativa de la Región, en las zonas de Youngdong, Daebudo y Muju. La producción de estos fabricantes en el año 2005 ha sido 1.060.000 botellas, que se han consumido íntegramente dentro del

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

país. El fabricante más grande de vino en Corea es Wine Korea Corporation ([www.wine-korea.com](http://www.wine-korea.com)), que produce un millón de botellas de vino (1.800 toneladas) con su propia marca Chateau Mani. Existen otras marcas como Grand Coteau ([www.grandcoteau.co.kr](http://www.grandcoteau.co.kr)), Haute Rosee ([www.winevalley.co.kr](http://www.winevalley.co.kr)) y Chateau Muju, que es un vino elaborado a partir de uvas del bosque del que se comercializan unas 30.000 botellas anualmente.

Las compañías coreanas, en lugar de cultivar viñedos que no son rentables debido a las condiciones climatológicas, han optado por importar vinos a granel, embotellarlo y comercializarlo con sus propias marcas. Doosan Liquor Co. Ltd. y Lotte Chilsung Co. Ltd, son las mayores empresas embotelladoras y distribuidoras de vino del país. El vino a granel que utilizan estas compañías procede normalmente de España, Francia o Italia. Estos importadores suelen cambiar bastante a menudo de proveedores porque siempre buscan el precio más bajo del mercado. En algunas ocasiones el vino embotellado es una mezcla de vino importado a granel y vino de mesa de producción nacional.

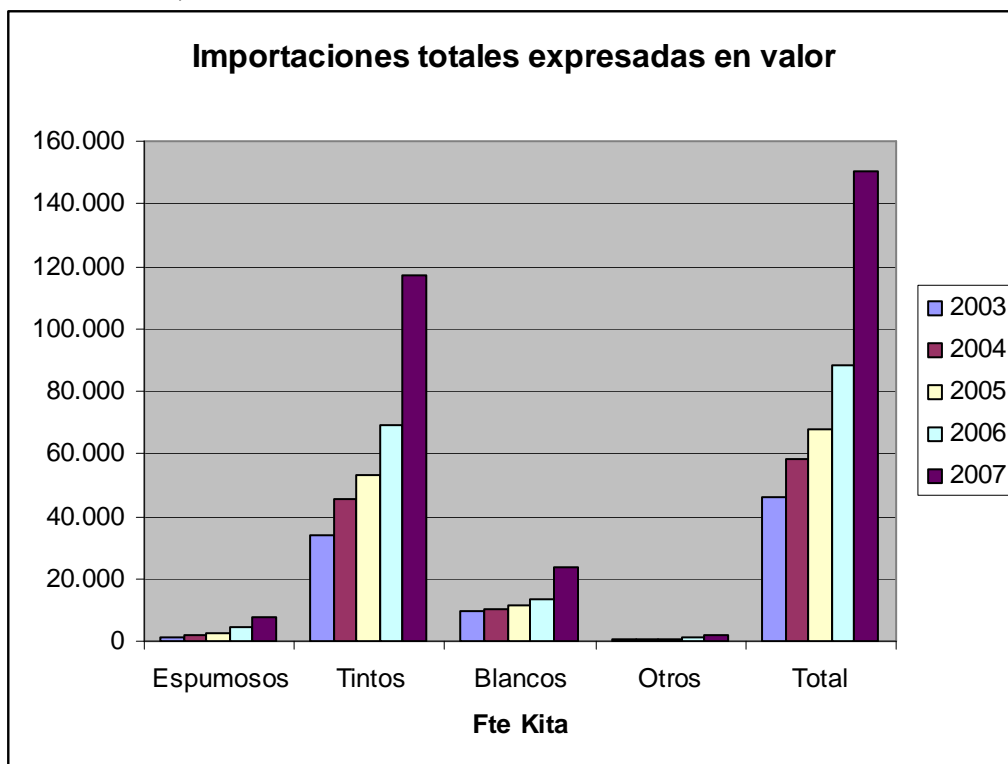
### 3. IMPORTACIONES

La liberalización de las importaciones de vino se produce en 1988. Desde entonces, el tamaño de las importaciones ha crecido considerablemente, pasando de 1 millón de litros de vino en dicho año a los 32 millones de litros de vino importados en 2007.

En el año 2007, las importaciones de vino alcanzaban un valor de 150 millones de dólares, lo que supuso un incremento de un 69,70% respecto al año 2006.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

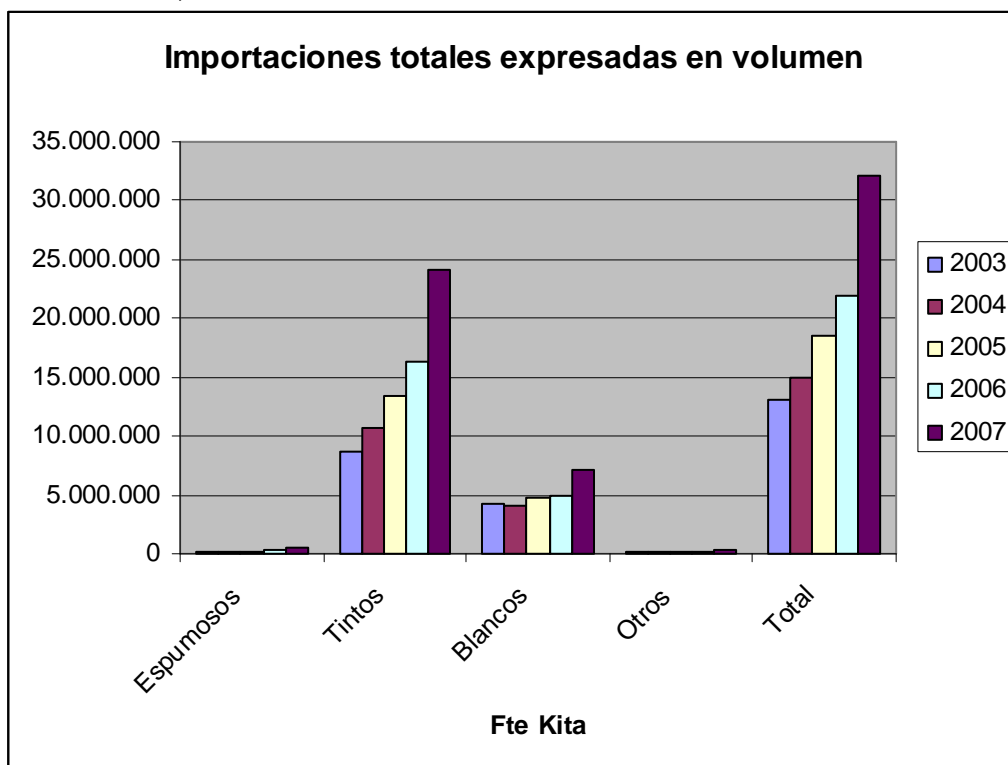
Gráfico 1: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN COREA PARA EL PERIODO 2003-2007, POR TIPOS DE VINO, EXPRESADAS EN VALOR.



Cantidades expresadas en miles de US. \$

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Gráfico 2: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN COREA PARA EL PERIODO 2003-2007, POR TIPOS DE VINO, EXPRESADAS EN VOLUMEN.**



Cantidades expresadas en litros

**Tabla 2: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO EN VALOR (P.A. 2204)**

Unidad: miles \$ US.						
	2003	2004	2005	2006	2007	Δ % 07/06
Espumosos	1.466	1.929	2.742	4.569	7.878	72,42%
Tintos	34.240	45.474	52.856	69.312	116.832	68,55%
Blancos	9.622	10.038	11.516	13.570	23.506	73,22%
Otros	455	539	540	1.156	2.149	85,89%
Total	45.783	57.980	67.654	88.607	150.365	69,69%

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Tabla 3: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO EN VOLUMEN (P.A. 2204)**

Unidad: l.	2003	2004	2005	2006	2007	Δ % 07/06
Espumosos	220.339	296.851	252.059	326.948	563.084	41,93%
Tintos	9.218.113	11.387.987	13.828.343	16.620.472	24.138.109	31,14%
Blancos	4.361.810	4.137.159	4.788.728	5.017.054	7.056.705	28,90%
Otros	124.479	125.578	114.997	230.007	396.458	41,98%
Total	13.924.741	15.947.575	18.984.127	22.194.481	32.154.356	30,97%

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 4: PAÍSES DE ORIGEN ORDENADOS POR VALOR DE IMPORTACIONES (P.A. 2204)**

2007	VALOR	VOLUMEN
Francia	59.141	7.091.175
Chile	25.496	6.103.969
Italia	19.608	3.256.897
Estados Unidos	16.756	4.834.359
Australia	11.166	2.430.098
España	7.520	5.324.843
Alemania	4.312	1.174.734
Argentina	2.278	656.848
Sudáfrica	1.016	393.213
Canadá	963	99.765
Total	150.364	31.810.196

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

En el año 2007, la cuota de mercado en valor del vino tinto representó el 77,69% del total. En segundo lugar se posicionaron las importaciones de vino blanco con una cuota de mercado del 15,63%. En cuanto a los vinos espumosos, estos representaron el 5,23% de la cuota de mercado total. Por último, la cuota de los “otros” vinos es la menor del mercado con un 1,42%.

La gran diferencia de volumen de importación de los vinos tintos respecto a los vinos blancos se debe a las numerosas campañas de publicidad y promoción que han destacado los beneficios sobre la salud del vino tinto. Así se explica que, en 1998, el volumen total de importaciones de vino blanco fuese de un 28,53% del mercado y que, en 2007, ese porcentaje haya descendido a un 15,63%. De igual manera se aprecia que los vinos tintos han incrementado su cuota de mercado pasando de un 66,05% en 1998, a un 77,69% en la actualidad.

España fue en 2007, el sexto proveedor de vino a Corea en valor, mientras que en volumen ocupó la tercera posición. Desde el año 2003 hasta el 2007 las exportaciones españolas aumentaron un 256,22% en valor económico y un 134,29% en volumen. Éste espectacular crecimiento se debe principalmente al aumento de las importaciones de vino español durante el periodo 2005-2007, tanto en valor como en volumen.

**Tabla 5: IMPORTACIÓN DEL VINO ESPUMOSO (P.A. 2204.10.000)**

	VALOR (en miles US. \$)	VOLUMEN (en litros)
2003	1.466	220.339
2004	1.929	196.851
2005	2.742	239.288
2006	4.569	328.153
2007	7.878	563.084

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

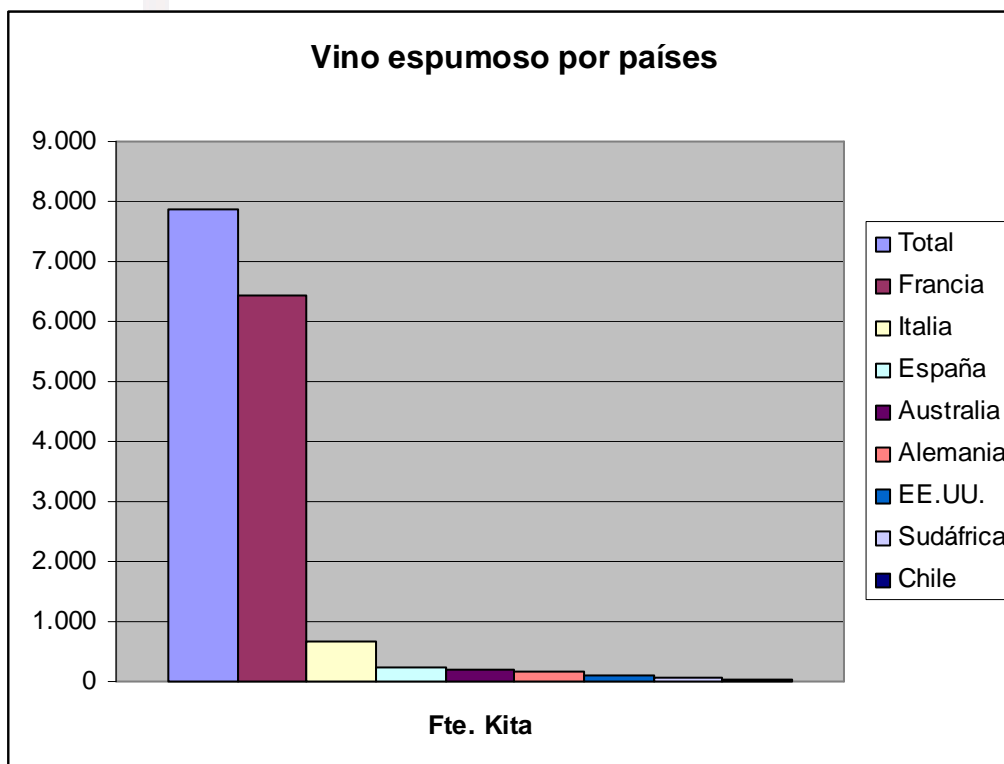
**Tabla 6: IMPORTACIÓN DEL VINO ESPUMOSO POR PAÍSES (P.A. 2204.10.000)**

	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL	VALOR	VOL	VALOR	VOL	VALOR	VOL
Total	1.466	220.339	1.929	196.851	2.742	239.288	4.569	328.153	7.878	563.084
Francia	1.090	118.245	1.623	130.282	2.385	153.503	3.847	180.772	6.424	283.395
Italia	57	10.096	93	16.871	206	45.352	281	45.355	655	98.639
España	189	52.368	112	31.174	54	11.573	124	26.581	246	52.813
Australia	43	15.077	22	4.284	28	3.789	91	13.588	209	30.033
Alemania	42	17.057	13	3.158	29	11.322	101	35.228	153	36.473
EE.UU.	4	1.566	5	1.011	2	668	38	2.673	90	11.711
Sudáfrica	0	60	1	180	12	8.911	18	12.581	61	41.068
Chile	22	3.428	19	3.330	16	1.845	50	6.939	20	6.768

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

**Gráfico 3: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE VINO ESPUMOSO**



Partida arancelaria: 2204.10.000

Cantidades expresadas en miles de US. \$

Cantidades menores a 2 l.

En el año 2007, Corea importó un total de 563.084 litros de vino espumoso por valor de 7.87 millones de dólares, lo cual supuso un incremento del 72,42% en valor y un 71,59% en volumen respecto al año anterior. Francia se posiciona como el primer exportador de vino es-

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

pumoso a Corea del Sur con 6,42 millones de dólares, que supone el 81,54% del mercado de las importaciones en valor. El vino espumoso francés posee muy buena consideración en Corea, manteniendo un liderazgo indiscutido para este mercado.

España ocupa en 2007 la tercera posición en el ranking de importaciones, con un volumen de importación de 52.813 litros, por valor de 246.000 dólares. La cuota de mercado de los vinos espumosos españoles fue del 3,1% para 2007. Durante los últimos cinco años, las importaciones de vino espumoso español no han crecido de manera uniforme, registrándose un descenso en las importaciones en 2004 y 2005. A partir de 2006, las importaciones españolas de vino espumoso volvieron a recuperarse. En 2007 se registró un incremento del 98,38% respecto al año anterior.

**Tabla 7: IMPORTACIÓN DE VINO TINTO CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.21.1000)**

	VALOR (en miles de US. \$)	VOLUMEN (en litros)
2003	32.958	7.331.399
2004	44.222	9.405.618
2005	51.002	11.724.180
2006	67.382	14.870.879
2007	114.463	22.097.140

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Tabla 8: IMPORTACIÓN DE VINO TINTO CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.21.1000)**

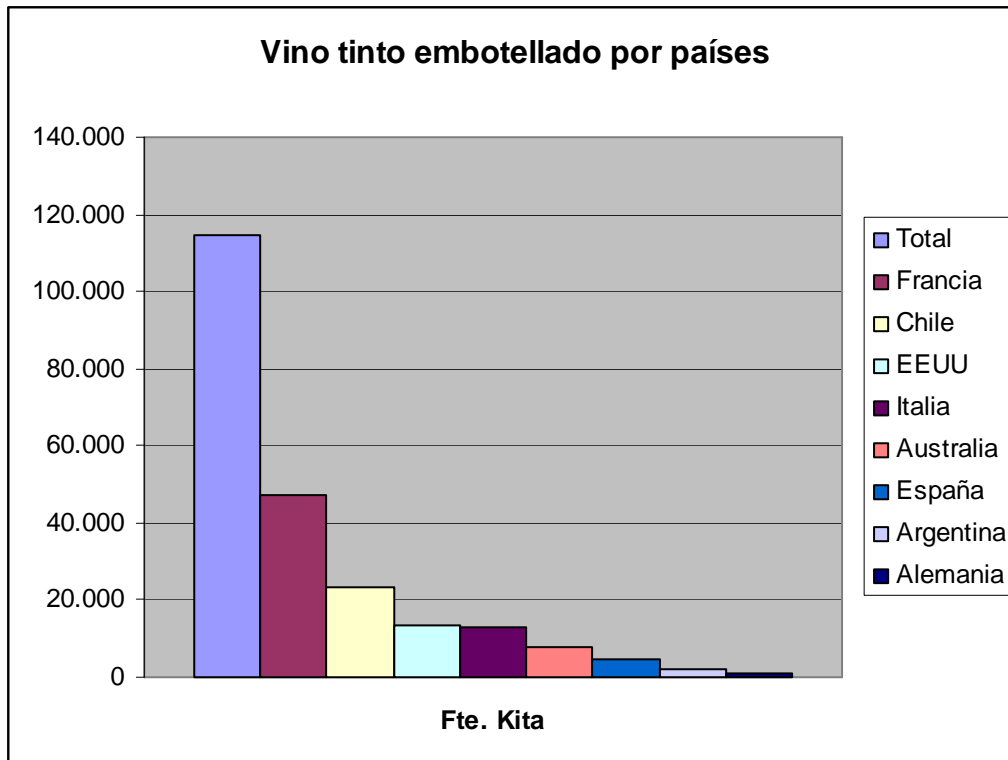
	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.
Total	32.958	7.331.399	44.222	9.405.618	51.002	11.724.180	67.382	14.870.879	114.463	22.097.140
Francia	18.028	3.253.697	21.289	3.391.873	19.932	3.417.400	26.233	4.039.043	47.012	6.251.028
Chile	2.366	482.203	6.810	1.475.251	10.251	2.372.119	13.395	2.950.923	23.179	5.303.486
EEUU	5.567	1.814.950	6.680	2.215.668	7.720	2.397.855	10.230	3.157.912	13.544	3.605.137
Italia	3.078	650.984	3.500	709.175	5.187	1.008.498	6.513	1.341.064	13.121	2.115.318
Australia	2.323	543.726	3.038	720.031	3.763	782.376	4.673	945.719	7.862	1.442.558
España	599	288.794	1.074	479.158	1.313	756.868	2.619	1.184.977	4.779	2.082.623
Argentina	116	19.516	282	77.047	897	247.397	1.610	461.890	2.030	522.924
Alemania	398	146.401	740	175.790	593	180.270	736	239.909	1.238	351.424

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Gráfico 4: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE VINO TINTO EMBOTELLADO POR PAÍSES



Partida arancelaria: 2204.21.1000

Cantidades expresadas en miles de US. \$

Cantidades menores a 2 l.

Las importaciones de vino tinto embotellado en 2007 fueron de 22 millones de litros, por valor de 114.463 millones de dólares.

El 76,12% del vino importado en Corea en el año 2007 fue vino tinto embotellado y, según fuentes del sector, este porcentaje irá en aumento en los próximos años. Francia es el líder del mercado con un 41,07% en valor y un 28,28% en volumen. En 2007, los vinos chilenos se posicionaron en segundo lugar con un 20,25% de la cuota de mercado en valor y un 24% de la cuota de mercado en volumen. Por otro lado, los vinos chilenos han ganado cuota de mercado año tras año gracias al Tratado de Libre Comercio que entró en vigor en 2004.

Los vinos tintos embotellados españoles ocupan la sexta posición para 2007. La cuota de mercado en valor alcanzada para este año es del 4,1%, con unas importaciones de 2 millones de litros por valor de 4,7 millones de dólares. Asimismo, se registró un incremento respecto al año 2006 del 82,47%. El vino español se encuentra en desventaja en este mercado debido a las facilidades de importación que registra el vino chileno o el prestigio alcanzado por el vino francés.



## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 9: IMPORTACIÓN DE VINO TINTO CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.29.1000)**

	VALOR (en miles de US\$)	VOLUMEN (en litros)
2003	1.282	1.256.727
2004	1.252	1.233.980
2005	1.854	1.756.856
2006	1.930	1.468.669
2007	2.369	2.040.969

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Tabla 10: IMPORTACIÓN DE VINO TINTO CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.291000)**

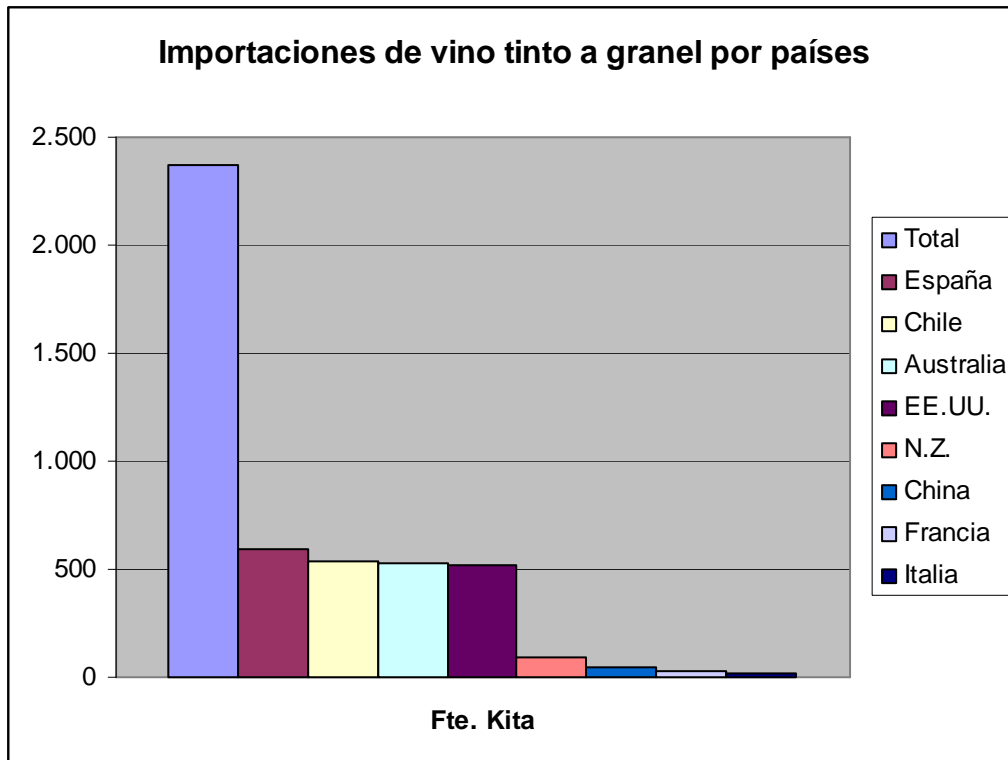
	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL	VALOR	VOL.
Total	1.282	1.256.727	1.252	1.233.980	1.854	1.756.856	1.930	1.468.669	2.369	2.040.969
España	461	701.085	514	678.266	469	668.452	453	700.379	588	869.070
Chile	122	200.428	220	289.756	719	598.000	533	442.090	541	639.303
Australia	74	50.940	153	124.999	363	203.474	418	181.996	530	205.746
EE.UU.	32	29.964	5	785	46	34.929	406	103.221	519	258.562
N.Z.	-	-	-	-	-	-	48	2.051	92	4.954
China	-	-	8	11.814	12	39.950	23	20.888	47	55.231
Francia	442	229.636	266	103.464	16	5.080	28	10.110	24	1.930
Italia	136	40.509	26	5.473	18	85.154	11	7.289	14	3.508

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Gráfico 5: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE VINO TINTO A GRANEL POR PAÍSES



Partida arancelaria: 2204.29.1000

Cantidades expresadas en US. \$

Cantidades mayores a 2 l.

En el año 2007, Corea importó 2 millones de litros de vino tinto a granel, por un valor de 2,3 millones de dólares. Las exportaciones españolas de vino tinto a granel han sido de 869.070 litros por valor de 588 mil dólares. En 2007, España es el principal proveedor en volumen con un 42,58% de la cuota de mercado, recuperando la posición de liderazgo que perdió el año 2005 frente a Chile. Este país ocupa en 2007 en segundo lugar con una cuota de mercado en volumen de 31,32% y unas exportaciones de 639.303 litros por valor de 541 mil dólares. Se da la característica de que los cuatro primeros importadores de vino tinto a granel comparten una cuota de mercado en valor muy similar sin que se pueda distinguir un claro líder.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 11: IMPORTACIÓN DE VINO BLANCO CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.21.2000)**

	VALOR (en miles de US \$)	VOLUMEN (en litros)
2003	8.383	2.311.963
2004	9.256	2.913.817
2005	10.086	2.904.516
2006	12.101	3.037.436
2007	21.239	4.250.632

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Tabla 12: IMPORTACIÓN DE VINO BLANCO CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.21.2000)**

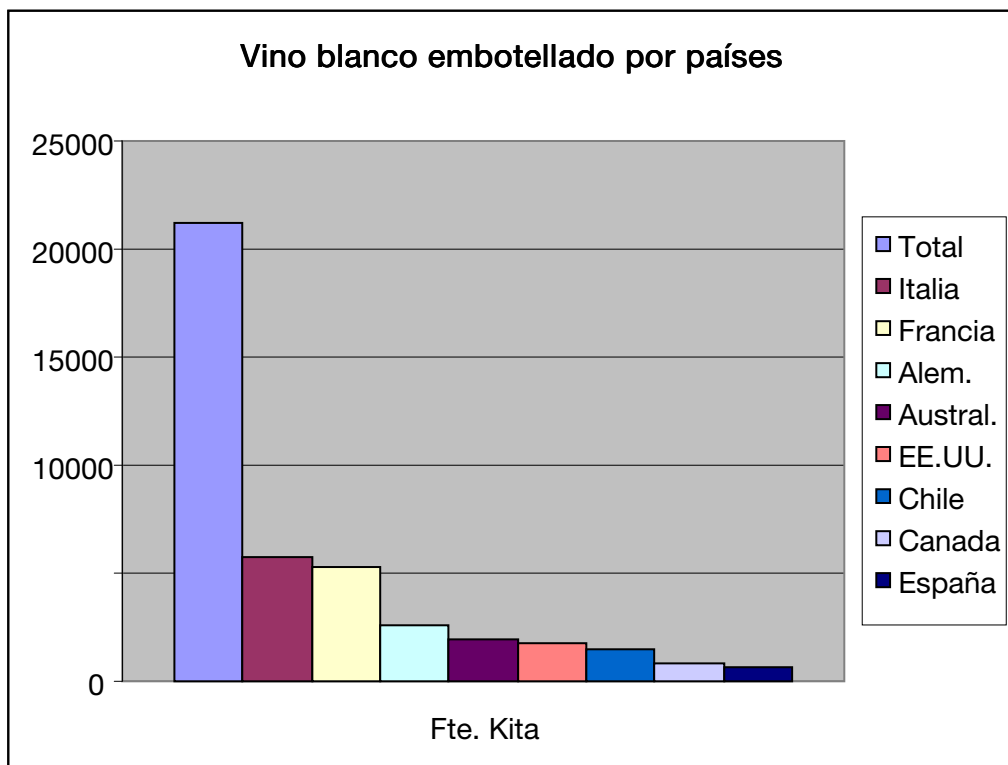
	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.
Total	8.383	2.691.817	9.256	2.913.817	10.086	2.904.516	12.101	3.037.436	21.239	4.250.632
Italia	791	293.373	978	277.797	1.302	326.534	2.118	450.382	5.713	1.042.431
Francia	2.980	749.010	3.092	862.008	2.529	625.404	2.448	454.853	5.256	701.985
Alemania	1.493	559.626	1.642	535.988	1.594	478.036	2.061	561.709	2.558	588.448
Australia	696	216.060	707	222.056	833	204.417	1.250	298.493	1.944	431.488
EE.UU.	1.516	526.263	1.378	539.479	1.611	587.421	1.494	485.881	1.739	406.437
Chile	358	92.386	699	182.955	807	212.869	1.145	296.938	1.500	384.358
Canadá	48	2.040	231	16.216	397	8.116	434	9.490	816	23.454
España	162	139.195	175	171.147	233	225.375	342	245.476	618	441.471

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Gráfico 5: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE VINO BLANCO EMBOTELLADO POR PAÍSES



Partida arancelaria: 2204.21.2000

Cantidades expresadas en miles de US. \$

Cantidades menores a 2 l.

En el año 2007, Corea importó vino blanco embotellado por un valor de 21 millones de dólares. El vino blanco representa el 15,63% del mercado de vino en Corea. En el segmento del vino blanco se puede observar una mayor competencia que en el del vino tinto. En 2007, Francia cedió a Italia el primer puesto como líder del mercado. Italia se posiciona así con una cuota de mercado del 26,89% frente al 24,74% de cuota que posee Francia. Italia exportó 1 millón de litros de vino blanco por valor de 5,7 millones de dólares a Corea del Sur durante ese año.

Los vinos blancos embotellados españoles ocupan la octava posición para 2007. La cuota de mercado en valor alcanzada para este año es del 2,9%, con unas importaciones de 441 mil litros por valor de 618 mil dólares. Asimismo, se registró un incremento respecto al año 2006 del 80,70%.

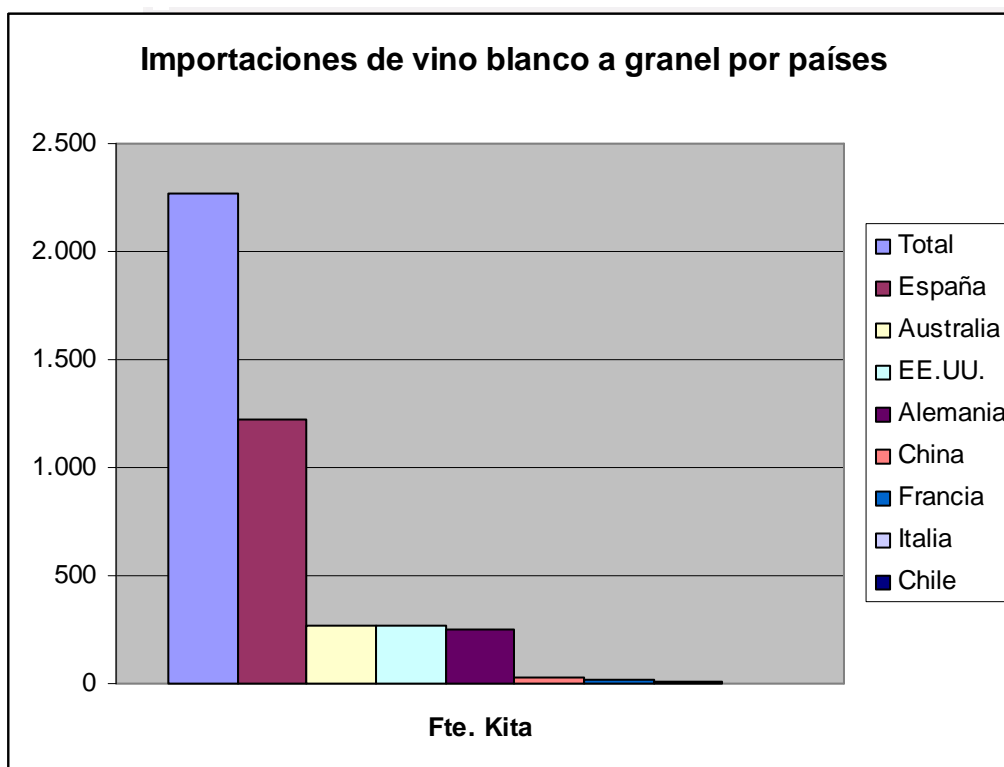
## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 13: IMPORTACIÓN DE VINO BLANCO CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.29.2000)**

	VALOR (en miles de US \$)	VOLUMEN (en volumen)
2003	1.239	1.503.103
2004	782	1.100.920
2005	1.430	1.829.759
2006	1.469	1.951.836
2007	2.267	2.806.073

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Gráfico 6: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DEL VINO BLANCO A GRANEL POR PAÍSES**



Partida arancelaria: 2204.29.2000

Cantidades expresadas en US. \$

Cantidades mayores a 2 l.

Las importaciones de vino blanco a granel en 2007 supusieron un total de 2,8 millones de litros por valor de 2.267 millones de dólares. España es el líder en exportación de vino blanco a granel en Corea del Sur. Sus exportaciones alcanzaron un valor de 1.220.000 millones de dólares, lo cual representó un 53,81% de la cuota de mercado en valor, y 1.892.489 millones de litros que supusieron el 67,44% de cuota de mercado en volumen. El segundo importador de vino blanco a granel a Corea del Sur es Australia que incrementó en un 29,39% la cuota de mercado en valor respecto a 2006, pasando de 156.000 dólares a 270.000 dólares. Australia ocupó así un 11,91% de la cuota total del las importaciones de vino blanco a granel.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 14: IMPORTACIÓN DE VINO BLANCO CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.29.2000)**

	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.
Total	1.239	1.503.103	782	1.100.920	1.430	1.829.759	1.469	1.951.836	2.267	2.806.073
España	686	1.084.540	430	713.327	855	1.366.036	894	1.474.417	1.220	1.892.489
Australia	77	57.359	99	73.580	112	86.052	156	123.542	270	183.261
EE.UU.	35	40.000	3	489	32	40.517	147	138.145	266	301.734
Alemania	293	240.378	100	72.032	416	311.799	213	167.951	254	170.515
China	-	-	1	1.350	1	900	23	32.800	25	42.417
Francia	12	5.818	6	3.151	2	405	6	1.449	14	9.705
Italia	103	32.008	0	100	11	23.971	10	8.350	6	2.475
Chile	12	19.000	142	236.850	0	45	-	-	3	810

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

**Tabla 15: IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.21.9000)**

	VALOR (en miles de US \$)	VOLUMEN (en litros)
2003	337	76.958
2004	322	74.598
2005	425	102.607
2006	668	118.660
2007	1.629	250.912

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

**Tabla 16: IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS CON CAPACIDAD IGUAL O INFERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.21.9000)**

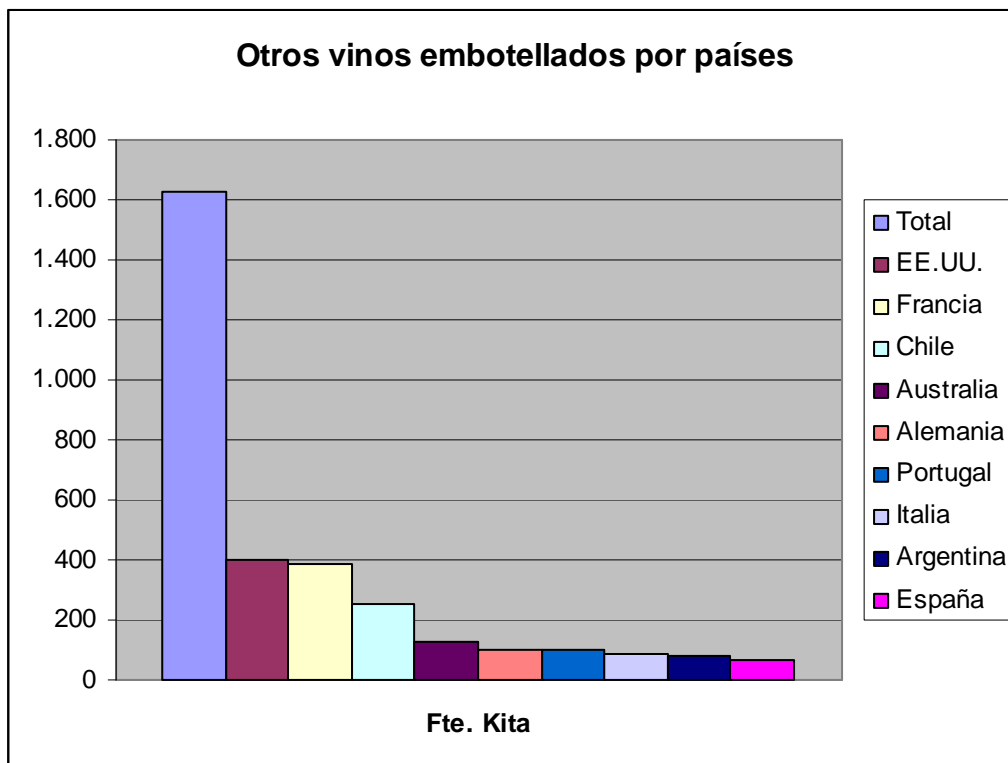
	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.
Total	337	76.958	322	74.598	425	102.607	668	118.660	1.629	250.912
EE.UU.	21	1.451	20	1.434	43	9.520	107	31.343	400	89.094
Francia	76	30.923	57	12.511	89	23.138	42	6.925	387	22.569
Chile	109	24.653	104	20.732	90	21.176	97	22.550	253	51.198
Australia	10	1.590	5	747	27	6.906	36	7.610	124	19.411
Alemania	0	635	15	3.262	52	17.759	73	23.776	102	26.140
Portugal	12	1.980	32	4.591	66	6.809	72	4.411	101	6.910
Italia	21	438	56	23.083	17	3.833	36	12.173	90	16.676
Argentina	0	21	0	12	-	-	-	-	81	4.921
España	53	12.267	5	1.449	1	123	41	4.480	66	9.982

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Gráfico 7: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS POR PAÍSES



Partida arancelaria: 2204.21.9000

Cantidades expresadas en US. \$

Cantidades menores de 2 l.

Tabla 17: IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS (P.A. 2204.29.9000)

	VALOR (en miles de US. \$)	VOLUMEN (en litros)
2003	118	43.147
2004	217	48.674
2005	115	12.625
2006	488	88.619
2007	520	145.546

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

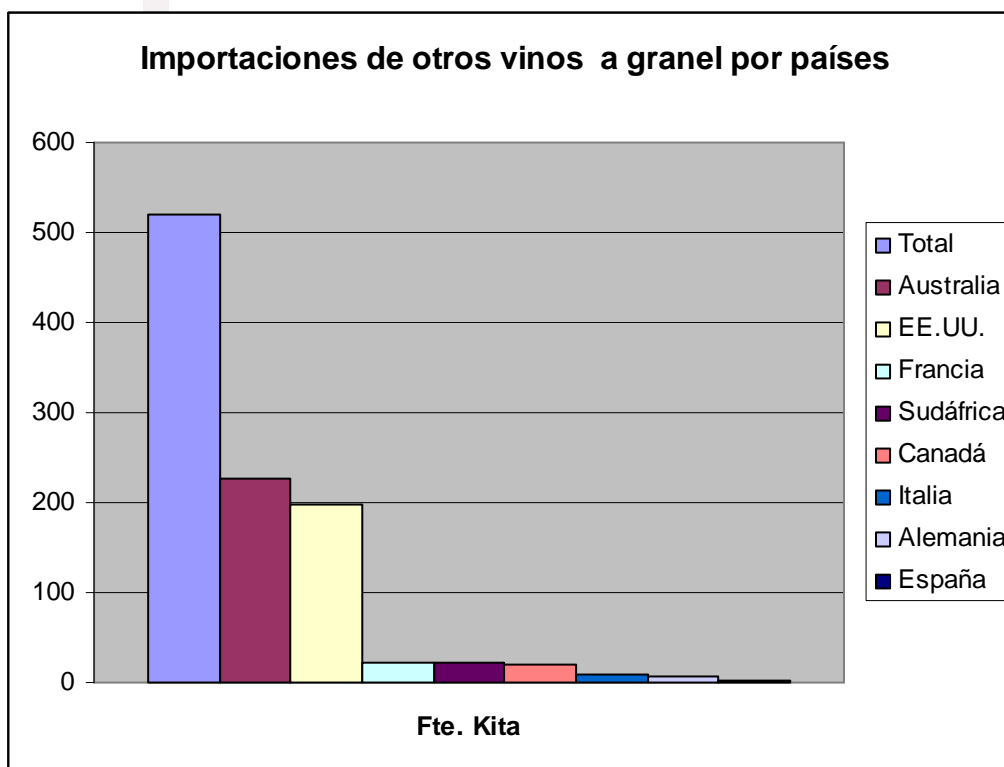
**Tabla 18: IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS CON CAPACIDAD SUPERIOR A 2 LITROS POR PAÍSES (P.A. 2204.29.9000)**

	2003		2004		2005		2006		2007	
	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.	VALOR	VOL.
Total	118	43.147	217	48.674	115	12.625	488	88.619	520	145.546
Australia	11	2.249	12	1.336	6	670	28	10.089	226	83.071
EE.UU.	18	1.455	45	2.177	17	399	60	13.643	198	53.398
Francia	57	12.394	16	711	14	281	101	3.978	22	1.671
Sudáfrica	0	9	0	9	5	226	19	1.111	22	938
Canadá	1	18	31	739	46	1.760	56	4.735	20	1.879
Italia	1	159	55	28.072	6	1.270	20	1.782	10	401
Alemania	1	125	4	271	3	299	1	138	6	368
España	1	57	15	5.467	3	352	32	1.171	2	174

Fuente: Kita (Korea International Trade Association)

Valor: en miles de US \$ / Volumen: en litros

**Gráfico 8: EVOLUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE OTROS VINOS A GRANEL POR PAÍSES**



Partida arancelaria: 2204.29.9000

Cantidades expresadas en miles de US. \$

Cantidades mayores a 2 l.



# III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

## 1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

Según un informe del Ministerio de Economía y Finanzas Coreano (MOFE) el consumo de alcohol por habitante en Corea es uno de los más altos del mundo. La vida social en Corea tiene gran importancia y son muchas las ocasiones en que el consumo de bebidas alcohólicas es requerido. La cerveza y el soyu (bebida tradicional coreana) son las bebidas alcohólicas más demandadas; sin embargo, la creciente adopción de costumbres occidentales, el aumento del nivel de renta, el incremento del consumo de bebidas alcohólicas por parte de las mujeres (sobre todo jóvenes) y la publicidad sobre los efectos beneficiosos del vino tinto en la salud, han propiciado un importante aumento en el consumo de vino.

En el año 2004 el consumo de bebidas alcohólicas fue de 3,2 millones de kilolitros, ligeramente superior al año anterior. Cada coreano adulto consumió 53,92 litros de cerveza, 26,97 litros de soyu, 0,84 litros de güisqui y 0,83 litros de vino al año.

**Tabla 19: EVOLUCIÓN DEL CONSUMO MEDIO DE ALCOHOL EN LITROS POR HABITANTE<sup>2</sup> POR AÑO.<sup>3</sup>**

	2001	2002	2003	2004
Vino <sup>4</sup>	0,51	0,56	0,7	0,83
Cerveza	55,17	56,07	53,9	53,92
Soyu	26,33	26,16	27,04	26,97
Güisqui	0,93	1,15	1,04	0,84
Brandy	0,06	0,08	0,06	0,04
Otros	1,72	1,34	1,7	1,9
Total	84,72	85,36	84,44	84,5

Fuente: Oficina de Estadísticas Nacionales de Corea y Korea Alcohol & Liquor Industry Association

Unidad litros

<sup>2</sup> Total de ventas entre las personas con más de 15 años de edad.

<sup>3</sup> Solo encontrados datos hasta 2004.

<sup>4</sup> Incluye el vino de uva y el vino obtenido a partir de otras frutas.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

Se aprecia un claro aumento en el consumo de vino, pasando de los 0,51 litros en el año 2001, a los 0,83 litros en 2004. El consumo de vino representaba, sobre el consumo total de bebidas alcohólicas, un 0,60% en 2001, mientras que en 2004 el porcentaje se ha elevado a un 0,98% del total.

Por el contrario, el consumo de cerveza ha descendido ligeramente. En el año 2001 representaba un 65,12% del consumo total, mientras que en 2004 descendió a un 63,81%. El consumo de güisqui pasó de representar un 1,09% del consumo total en 2001, a un 0,99% en el 2004. En lo que respecta a las bebidas tradicionales, el consumo de soyu, que había disminuido en el año 2002, ha vuelto a aumentar en el 2004 con un 31,91% del consumo total de bebidas alcohólicas total. Ello se debe a su bajo precio y al éxito que ha tenido la introducción de marcas con baja graduación. Por su parte, el takchu y el yakchu (otros vinos de arroz) han perdido gran parte de su cuota de mercado.

El mercado del vino es todavía un mercado joven, especialmente si se tiene en cuenta que la importación de vino se liberalizó en 1988, hace tan sólo 18 años. Con anterioridad a esa fecha, los vinos eran importados únicamente a través de la Korean National Tourism Corporation, que era el suministrador oficial de los hoteles del país. Inicialmente la demanda se centraba en vinos de calidad media/baja, dulces y afrutados, pero hoy en día el mayor potencial se encuentra en los vinos de calidad media/alta, y sobre todo, en los vinos tintos.

En los tres últimos años, ha llegado el fenómeno del vino a Corea. Han proliferado las comunidades de enología, generalmente coordinadas a través de portales en Internet (e.g.: [www.bestwine.co.kr](http://www.bestwine.co.kr); [www.wine21.com](http://www.wine21.com)), los clubes de vino y las revistas especializadas (e.g.: Wine Review y Wineses). Este nuevo interés que ha despertado el vino ha dado lugar incluso a la creación de escuelas de enología como: JoonAng University Wine School o Seoul Wine School.

Todas estas tendencias han logrado educar el paladar de una parte de la población y han dado lugar a un nuevo consumidor con más conocimiento de las variedades y marcas de vino, lo que se ha traducido en una mayor diversificación de la oferta de vinos.

Los vinos con una presencia continuada en el mercado son, en este orden, los procedentes de: Francia, Chile, Estados Unidos, Italia, Australia, Alemania y España.

Según datos del Foreign Agricultural Service of the U.S. Department of Agriculture, se espera que el crecimiento en el consumo de vino para los próximos cinco años sea como se presenta a continuación:

Vinos tintos: 30-40%

Vinos blancos: 10-20%

Vinos espumosos: 10-30%

Otros: 5%

### 2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Los principales consumidores de vino son jóvenes profesionales y personas con un nivel de renta elevado, atraídos por los informes que destacan los efectos beneficiosos para la salud de un consumo moderado de alcohol.

Al tratarse de un mercado joven y carecer el consumidor de un conocimiento extenso sobre las características del vino, tipos de uva o marcas, etc., a la hora de la compra son factores determinantes en este orden:

El país de origen del vino; considerándose los vinos europeos (sobre todo los de Francia e Italia) y los estadounidenses los de mejor calidad.

La notoriedad de la marca.

El precio.

El aspecto externo de la botella y vistosidad de la etiqueta.

Las ventas de vino aumentan considerablemente en fiestas como el Año Nuevo Lunar, Chusok (fiesta de acción de gracias) y Navidad. Así mismo, el vino es cada vez es más popular como regalo de aniversario, regalo de visita, de empresa, etc.



ICEX

# IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

## 1. IMPUESTOS

El precio del vino en Corea es muy elevado, y este hecho limita mucho su consumo. Se aplican tres diferentes impuestos al vino: el arancel de importación, el impuesto sobre las bebidas alcohólicas y una tasa de educación, cuyos ingresos se destinan a sufragar la enseñanza pública. Estos impuestos encarecen mucho el precio final al consumo. Sin embargo, las tarifas que se imponen al vino son inferiores a las de otras bebidas alcohólicas.

**Tabla 20: IMPUESTOS SOBRE LAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN COREA**

	Vino	Cerveza	Güisqui
Arancel	15%	30%	20%
Impuesto al licor	30%	72%	72%
Tasa de educación	10%	30%	30%

Fuente: National Tax Service

El gobierno coreano, pretende ajustar estos impuestos aumentando los que gravan las bebidas con mayor graduación alcohólica. El impuesto aplicado a la cerveza, se ha reducido de un 100% al 72% en el año 2007; y por el contrario se prevé que el impuesto sobre el güisqui aumente.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Tabla 21: IMPUESTOS Y TARIFAS SOBRE EL VINO IMPORTADO

	CONCEPTO		VALOR EN €
A.	Valor CIF	10	10,00
B.	Tarifa arancelaria	A x 15%	1,50
C.	Impuesto sobre el vino	(A+B)x30%	3,45
D.	Tasa de educación	C x 10%	0,35
E.	<b>Subtotal</b>	<b>(A+B+C+D)</b>	<b>15,30</b>
F.	Gastos de despacho de aduanas	E x 8% <sup>5</sup>	0,80
G.	IVA	A x 10%	1,53
H.	<b>Coste del vino ya despachado</b>	<b>E+F+G</b>	<b>17,63</b>

Según este ejemplo, un vino de 10 Euros (valor CIF), llegará al importador con un valor de 17,63 euros.

## 2. MÁRGENES

Existe una gran diferencia de márgenes dependiendo del país de origen y del tipo de vino. En consecuencia, es difícil averiguar el margen exacto que genera un vino en cada tramo del canal de distribución. Sin embargo, podemos deducir el margen general que oscila entre el importador y el canal de distribución, y del canal de distribución al consumidor final.

Márgenes del importador: se aplican sobre el coste del producto una vez realizado el despacho de aduanas restando el IVA.

1. Importador que vende a grandes superficies: un 30%
2. Importador que vende a tienda de licores: un 40%
3. Importador que vende a la hostelería: un 40%

Márgenes del minorista al consumidor final:

1. Grandes superficies: un 40%
2. Tiendas de licores: un 60%
3. Hoteles y restaurantes: un 200%

El precio de venta final, según el margen que se aplica en cada canal de distribución, va a ser de la siguiente forma:

<sup>5</sup> Se refiere a gastos de almacén, transporte... suele ser aproximadamente un 8% del valor CIF dependiendo del tipo de inspección que se realice en la aduana.

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 22: MÁRGENES Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO DEL VINO**

	CANAL DE DISTRIBUCIÓN	MÁRGEN	VALOR EN €
A.	Importador a grandes superficies	30%	20,93
B.	Importador a tienda de licores	40%	22,54
C.	Importador a hostelería	40%	22,54
D.	Grandes superficies al consumidor	40%	29,30
E.	Tiendas de licores al consumidor	60%	36,06
F.	Hoteles y restaurantes al consumidor	200%	67,62

En la tabla 15 se puede analizar un listado de precios de venta al público de vino embotellado en envases de 750 mililitros, según datos recabados en tres tiendas diferentes de vino en Seúl: un gran almacén, un convenience store y una tienda especializada en vinos, llevado a cabo en febrero de 2008.

**Tabla 23: PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO<sup>6</sup>**

Establecimiento	Origen	Marca	Precios
Grandes almacenes	España	Marqués de Cáceres '03	₩34.000
		Marqués de Cáceres Reserva '01	₩55.000
		LAN Rioja Gran Reserva '99	₩95.000
		Viña Lanciano Reserva '98	₩91.000
		Pago Jean León Gran Reserva'99	₩110.000
		Campo Viejo Gran Reserva '00	₩58.000
		Estrella 10 '06	₩18.000
		Pago Jean León Terrasola'04	₩23.000
		Monasterio Tetudía '00	₩30.000
		Corte Real '00	₩39.000
		Marqués de Riscal Reserva '03	₩53.000
		Riscal Tempranillo '04	₩25.000
		Enate Reserva '00	₩65.000
		Enate Crianza '01	₩40.000
	Chile	Alcance '03	₩72.000
		Haras '03	₩56.000
		Pascual Tosso '05	₩75.000
		De Martino '06	₩26.000
		Orzada '05	₩35.000
		1865 Reserva '05	₩50.000
		Altair '02	₩125.000
		Sideral '03	₩70.000
		Trio '06	₩32.000
		Cima '01	₩70.000

<sup>6</sup> Tipo de cambio W/€ en 2007 : 1 € =1.227 Wones

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

	Argentina	Yacochuya '03	W140.000	
		Elsa Bianchi '02	W37.000	
		Asiatica '06	W10.000	
	Italia	Boscoselvo '02	W150.000	
		Fattoria Poggio di Sotto '99	W230.000	
		Modus '05	W120.000	
		Le Serre Nuove '02	W152.000	
		Testardo '04	W85.000	
		Brunello di Montalcino '02	W115.000	
		Sangiovese '00	W92.000	
		Barbeesco '98	W129.000	
		Palazzo della Torre '04	W70.000	
		Leonardo Chianti '04	W54.000	
		Lodola Nuova '04	W45.000	
		Briego di Busso Chianti '05	W22.500	
		Montepulciano d'Abruzzo '00	W20.000	
		Bardolino '01	W17.400	
	Gé '05	W15.000		
	Francia	Mouton Cadet '06	W50.000	
		Mouton Cadet '05	W35.000	
		Le Haut Medoc '01	W80.000	
		Connetable Talbot '05	W90.000	
		Chateau Mazeris '00	W58.000	
		Margaux '04	W47.000	
		Moultans de Citron '01	W45.000	
		Alsace '06	W39.000	
		Saint Emilion '02	W36.000	
		Saint Emilion '06	W23.000	
		Royal Saint Emilion '03	W48.000	
	Optima Chateau '01	W79.000		
	EE. UU.	Merlot, Hawk Crest '99	W32.000	
		Kendall-Jackson '05	W70.000	
		Napa Valley Vineyards '02	W25.000	
		Kenwood '04	W40.000	
	Tiendas Especializadas	España	Marqués de Vargas, '03	W55.000
			Cepa Gavilan, '06	W32.000
			Pasión Brava, '06	W13.000
			Marques de Riscal '04	W25.000
			Marques de Riscal Gran Reserva '96	W110.000
		Chile	Crisol, '05	W11.800
Trapiche, '02			W27.000	
Saint Cosme, '03	W120.000			
Roggio, Crianza '04	W88.000			
Caneto, '02	W75.000			
Mont Perat '01	W69.000			

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

		Puerto Viejo, '05	W30.000
		Escudo Rojo, '06	W32.000
		Florenia '03	W8.900
		1865, '05	W43.000
		Montes Alpha, '05	W32.000
	Argentina	Altair '02	W125.000
		Santa Julia, Reserva '00	W20.000
	Italia	Bortoli '03	W21.000
		Ross Dolce '03	W27.000
		Viña Ra '03	W9.000
		Coste Vequio Rosso'00	W10.000
		Torre Tallada '05	W5.000
	Francia	Chatteau – Marquis de Mon '01	W70.000
		Le Vin de Bob, Reserva, '99	W70.000
		Moet & Chandon Champagne	W53.900
		Mount Cadet, '05	W26.000
	Estados Unidos	Collage, '03	W15.500
		Arkeo '04	W9.500
		Yellow Label. '05	W33.000
	Australia	Yellow Tail, '06	W24.000
		Rawsons Retreat, '04	W24.500
		Softfire Rawsons Retreat, '03	W45.000
		Penfolds 28	W60.000
		Penfolds 389	W89.000
		Wolt Blass '05	W67.000
		Lindemans Bin 50 '05	W17.900
	Alemania	Langguth '03	W8.500
		Sole Rosso '05	W8.900
Convenience Stores	España	Irache '03	W12.000
	Chile	Calima '06	W21.000
		Gato Negro '06	W14.000
		Inca Roca '06	W14.000
		Montes '06	W16.000
		Vui Manent Reserva '04	W25.600
		Villamontes '05	W11.500
	Italia	Moscato d'Asti '06	W15.000
	Francia	Noble Medoc '05	W18.900
		Mouton Cadet '05	W29.000
	EE. UU.	Carlo Rossi '06	W7.300
		Inglehook '06	W12.000
		Collage, '03	W15.500
		Beringer '06	W14.500
	Alemania	Tradition Halbtrocken '06	W9.000
	Corea	Majuang '06	W12.000
		Majuang Cabernet Sauvignon '05	W9.000



# V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La oferta española presenta una relación calidad-precio adecuada, pero carece de imagen de marca, tal vez por falta de esfuerzo promocional y, sobre todo, por desconocimiento de la imagen país. Aunque las marcas más importantes están presentes en el mercado (Torres, Marques de Cáceres, Marqués de Riscal, Freixenet, etc), no existe una percepción clara del vino español en la mente del consumidor. A su favor está el hecho de ser europeo. Los coreanos consideran el vino europeo como el de más calidad del mercado. No obstante, este hecho no ayuda mucho, porque el coreano medio sitúa a España en Sudamérica y, en los catálogos de vinos, España se incluye frecuentemente entre los vinos "del nuevo mundo". En Corea la imagen el país es más importante que el producto en sí mismo, por lo que es fundamental generar una imagen de España que respalde la calidad de nuestros vinos.

La mayoría de los importadores coreanos reconocen la calidad del vino español, sin embargo, no se atreven a importar vino español por la poca demanda que existe por parte de los consumidores. La falta de apoyo financiero y promocional por parte de las empresas españolas, la lentitud de reacción ante los pedidos, la falta de promoción a nivel institucional y privado, la escasez de participación en los eventos y ferias sectoriales que se celebran en Corea y el desconocimiento en general sobre el vino español, hacen que se venda al público con dificultad.

Los importadores coreanos en general buscan sus proveedores a través de guías de vino y revistas internacionales del sector, por lo general escritas en inglés. Sin embargo, los importadores coreanos se quejan de que tienen problemas para acceder a información sobre el vino y los proveedores españoles.

Francia domina claramente el mercado, los vinos franceses siguen siendo los mejor considerados por el consumidor coreano, para quien "vino" es sinónimo de "francés". Es de destacar la importante labor de promoción llevada a cabo por SOPEXA, la agencia francesa para la promoción de la alimentación y bebidas. Aproximadamente, la mitad de las ventas de vino en Corea son de vino francés. Desde hace cuatro o cinco años, Francia llevó a cabo una fuerte promoción del Beaujolais Noveau, y el resultado se notó en el notable aumento que experimentaron sus ventas entre los años 2000 y 2004. Los coreanos compraban Beaujolais Noveau porque estaba de moda. Sin embargo, esta tendencia parece ser que está cambiando y así, en 2004, las cifras del Beaujolais Noveau descendieron respecto a las del año ante-

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

rior. El consumidor coreano, cada vez más conocedor del producto, ha dejado de comprar estos vinos, y están optando por los vinos chilenos que tienen mejor relación calidad-precio.

Los Estados Unidos han experimentado un gran crecimiento, en especial los vinos tintos de California (E&J Gallo y Constellation). Ello se debe, al aumento de las campañas promocionales, a la americanización de la sociedad coreana, al hecho de que el inglés sea la lengua extranjera más hablada en Corea y también porque los consumidores encuentran más sencillo tener que seleccionar entre los vinos americanos que entre los europeos.

El vino chileno es, en la actualidad, el preferido por los "beginners" y tras el Acuerdo de Libre Comercio firmado entre Corea y Chile el 24 de Octubre de 2002 se espera que su consumo aumente. El Tratado bilateral establece una reducción de las tasas que gravan el vino a siete años, eliminándose así progresivamente la tarifa del 15% que grava las importaciones y reduciendo con ello la carga impositiva final en un 21%. Aunque la exoneración total surtirá sus efectos en el año 2009, los importadores ya están cambiando su cartera de vinos y están apostando fuertemente por los vinos chilenos.

El vino chileno tiene la consideración en Corea de ser un vino de precio económico pero de mejor calidad o similar a la del vino francés. De hecho, el vino chileno "Montes Alpha M" fue seleccionado como vino oficial para la cena de gala de los presidentes de APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) que tuvo lugar en Corea en noviembre de 2005.

La oferta italiana se centra en vinos de gama media o baja y se dirige principalmente a los numerosos restaurantes italianos que existen en el país.

Australia, al ser cada vez mayor el número de coreanos que visita este país por turismo, negocios o estudios, ha visto mejorada la percepción de su imagen como país productor y exportador de vino. Además de esto, los productores australianos llevan a cabo una comercialización muy agresiva, adaptando su oferta a los mercados a los que se dirigen.

# VI. DISTRIBUCIÓN

En Corea existen unos 400 importadores con licencia de bebidas alcohólicas, pero sólo unos 60 están en activo. La mayoría de los importadores también tienen licencia de mayoristas lo que les permite distribuir a los puntos de venta.

Para obtener una licencia de importación es necesario constituir una sociedad con un capital social mínimo de 50 millones de won, que tenga como actividad exclusiva la importación y, en su caso, la distribución de bebidas alcohólicas; no obstante, cuando se trata de vino a granel, se permite la importación directamente por los fabricantes ya que en este caso el vino se considera una materia prima.

Actualmente se encuentra abierto un debate entre la Asociación de Importadores, la Cámara de Comercio de la Unión Europea en Corea y el Gobierno Coreano. La ley actual establece que los productores de bebidas alcohólicas locales pueden tener tantos almacenes como deseen, mientras que a los importadores sólo les está permitido tener un almacén por área de licencia, además de otro en el puerto de entrada. El debate se centra en si, los importadores, al igual que los productores locales, deberían también poder tener más de un almacén. El debate está abierto y aún no ha habido cambio alguno, por todo ello, es recomendable que el exportador español se informe del tipo de licencia que posee su importador para evitar así cualquier intermediario no deseado.

Existen dos clases de licencias:

1. La licencia de importación.
2. La licencia de distribución, que a su vez puede ser:
  - De distribución de vino nacional e importado
  - De distribución de vino importado

En cuanto a la distribución y venta, la Liquor Tax Act dispone que, toda persona cuya actividad suponga cualquier forma de venta de alcohol deba obtener una licencia otorgada por la Oficina de Hacienda competente. Esta ley también establece que, ni los minoristas, ni los consumidores finales pueden comprar a otro minorista con el propósito de reventa.

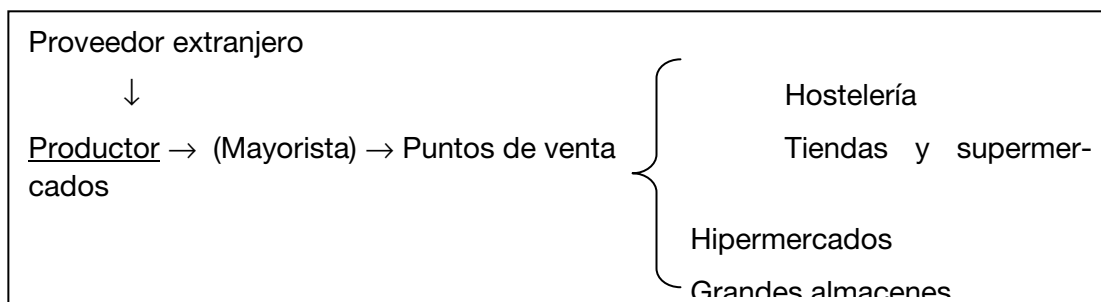
En el año 2001 se introdujo un nuevo sistema: la Liquor Purchase Credit Card. Dicha regulación exige a los compradores que sean agentes comerciales, no consumidores finales, el

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

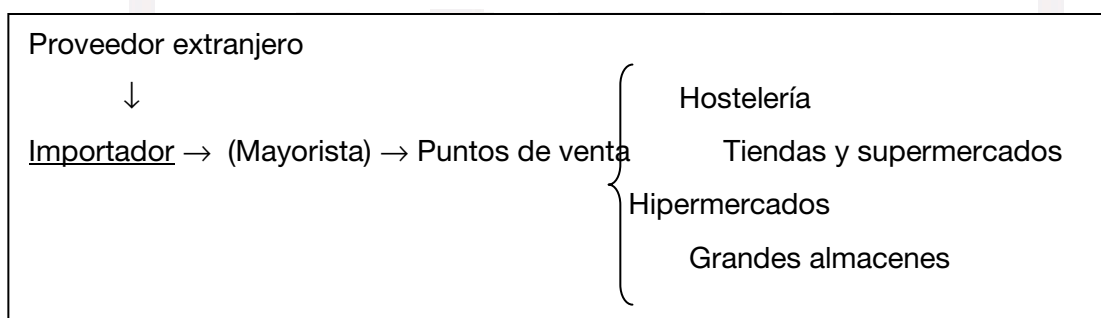
uso de una tarjeta de crédito especial cuando adquieran bebidas alcohólicas. La tarjeta es emitida por los bancos exclusivamente con este fin. Con este programa se pretende controlar el mercado negro.

Como regla general la distribución en Corea está fragmentada y es ineficiente. Muy pocas compañías tienen una red nacional de distribución y lo normal es que los importadores suplan a diferentes distribuidores para así cubrir todo el país.

**Cuadro 1: VINO A GRANEL**



**Cuadro 2: VINO EMBOTELLADO**



Como se puede apreciar el esquema de distribución es el mismo en ambos casos con la salvedad de que en el caso del vino a granel, éste es importado por los propios productores coreanos que lo embotellan.

Como anteriormente se mencionó, los importadores pueden ser también mayoristas no sólo de vino importado sino también de vino nacional ya que el canal de distribución es igual para ambos. Un problema relativamente frecuente es el de los excedentes de vino almacenado, al que es difícil dar salida. Esta situación suele generar importantes costes de almacenamiento y es necesario bajar el precio para dar salida a los excedentes. Para evitar este hecho, se suelen importar las cajas estrictamente necesarias y si surge algún pedido muy urgente se envía por avión.

El aumento del consumo de vinos importados, ha producido cambios en su distribución y sus puntos de venta. En la actualidad, los supermercados tienen secciones dedicadas al vino. Este hecho puede no parecer tan sorprendente bajo una óptica occidental, pero es un fenómeno relativamente reciente en Corea del Sur. En consecuencia, las ventas de vino lle-

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

vadas a cabo en los supermercados se han incrementado hasta alcanzar tasas en torno al 30%.

**Tabla 23: PORCENTAJE DE VENTAS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

Hipermercados y supermercados	55%
Hoteles y restaurantes	30%
Tiendas especializadas de vinos y licores	10%
Convenience stores	5%

Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes.

En Corea del Sur las bebidas alcohólicas, a excepción de las bebidas alcohólicas tradicionales, está prohibidas venderlas por catálogo, por tele-shopping o por Internet. Las bebidas tradicionales coreanas se pueden adquirir, únicamente, a través de la venta por catálogo que ofrece la Oficina de Correos Nacional.

No existe límite de compra de botellas en las tiendas de licores, en los supermercados y en los grandes almacenes, únicamente existe limitación en los hipermercados (discount-store). En estos establecimientos no se le permite a una persona adulta (más de 19 años) comprar más de 14.400 mililitros de soyu, 24.000 mililitros de cerveza, 3.000 mililitros de güisqui y 14.400 mililitros de vino al día.

En la primera época de desarrollo del mercado del vino el canal de distribución mas importante fue el de la restauración y, dentro de esta, en el segmento de establecimientos de mayor precio y restaurantes de cocina extranjera. El vino, generalmente a precios muy elevados, se toma en las comidas como un signo de distinción y poder económico. Los más vendidos son el vino francés y, debido al gran número de restaurantes de comida italiana existentes, el italiano. Normalmente se puede pedir en botellas de 750 ml. ó por copas.

Sin embargo la popularización del vino, dentro de una tendencia general que incluye una cierta “occidentalización” de las costumbres y apoyada además en su valoración como bebida con efectos beneficiosos para la salud (tomada en cantidades moderadas) y su creciente utilización como objeto de regalo (la práctica del regalo está extendidísima en la sociedad coreana) ha hecho crecer la importancia de las ventas en establecimientos comerciales.

Así, según se puede observar en la Tabla 16, en la actualidad el mayor porcentaje de ventas se realiza a través de supermercados (incluidos aquellos situados dentro de grandes almacenes) e hipermercados, habiendo caído a un segundo lugar las de los establecimientos de restauración.

Las tiendas especializadas en vinos y licores (generalmente de un tamaño bastante reducido) son un fenómeno relativamente reciente y se están abriendo un gran número de ellas, aunque es de notar que no todas tienen éxito y los cierres son también frecuentes.

Por último los “convenience stores”, omnipresentes en las ciudades, ofrecen en general un surtido de precio/calidad baja y media.

# VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

## 1. ANÁLISIS DEL PROCEDIMIENTO DE IMPORTACIÓN

No existen restricciones especiales para la importación del vino, si bien ésta sólo puede realizarse por importadores que tengan la debida licencia. Todos los alimentos y bebidas, incluido el vino, están sometidos a la inspección que realiza la *Korea Food and Drug Administration*. Hay dos tipos de inspecciones, la inspección detallada y la inspección ocular.

La primera importación de un determinado tipo de vino siempre está sujeta a una inspección detallada, con un coste de unos 200 euros. Según la legislación coreana estas pruebas no deberían tardar más de 10 días hábiles, si bien en la práctica suele demorarse bastante más tiempo. En ocasiones son necesarios análisis adicionales que pueden elevar el coste de la inspección hasta los 600 euros.

Las siguientes importaciones, durante un plazo de tres años, serán objeto de una inspección ocular siempre y cuando el producto sea idéntico en etiqueta, nombre, grado de alcohol (lo cual varía de cosecha en cosecha), vendimia y peso neto al de la primera importación. Esta inspección suele llevarse a cabo en unos dos días.

La inspección detallada consiste en un análisis químico para comprobar que el vino reúne las especificaciones y estándares que establece el Korea Food Code, esto es:

\* Definición de vino de fruta: Se considera vino de fruta el elaborado a partir de la fermentación y filtrado de fruta o jugo de fruta. Fruta, edulcorante y alcohol pueden ser añadidos durante el proceso de fermentación.

\* Estándares de elaboración y procesamiento:

- A. La fruta completamente madura se debe prensar y luego fermentar añadiendo levadura. Se puede añadir azúcar si fuese necesario.
- B. El producto final se debe conservar por un tiempo en orden a obtener sabor y aroma de vino de fruta.

\* Estándares de composición:

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

- A. *Aspecto*: producto líquido con color y sabor característicos.
- B. *Contenido de etanol*: no existe estándar de etanol para el vino de fruta incluido el vino de uva, no obstante el contenido de alcohol indicado en la etiqueta debe coincidir en +/- 0.5 con el contenido real de la botella.
- C. *Contenido de metanol*: debe estar por debajo de 1.0 mg/ml
- D. *Conservantes*: para el vino únicamente se admiten ácido sórbico y potasio por debajo de 0,2 g/l y para-oxi-butylbenzoate por debajo de 0,05 g/l
- E. *Volumen*: el volumen en la etiqueta debe coincidir en +/-6 ml con el volumen real cuando el volumen total es 200 ml o menos y en +/- 3% del volumen total cuando este es superior a 200 ml.
- F. *Aditivos*: sólo se permiten edulcorantes, ácidos, colorantes, aromatizantes y condimentos especificados en la ley (para más información consultar el Codex Alimentarius elaborado por FAO/WHO)
- G. *As<sup>2</sup>O<sup>3</sup>*: por debajo de 0,3 mg/Kg
- H. *Metales pesados*: por debajo de 10 mg/Kg
- I. *Patógenos*: salmonella spp., staphylococcus aureus, vibrio paraphaemolyticus, clostridium perfringes, listeria monocytogenes y escherichia coli 0157:H7 no deben ser detectados.
- J. *Químicos agrícolas*: la Korea Food Code no establece estándares sobre los niveles máximos de residuos químicos en el vino, no obstante el vino de uva debe satisfacer los estándares establecidos para su materia prima la uva.

La inspección ocular es básicamente documental.

## 2. REGULACIÓN DEL ETIQUETADO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Según el artículo 10 de la Ley Sanitaria de Productos Alimenticios (Food Sanitation Act) y la Aplicación de la Ley (Criterio de Etiquetado para los productos alimenticios), todos los productos alimenticios importados que se distribuyan a los consumidores, sin haber sido re-procesados y/o embalados dentro del territorio Coreano, deben ser etiquetados en el idioma Coreano.

Para las bebidas alcohólicas, que contengan una graduación superior al 1 % de alcohol etílico, deberá aplicarse una etiqueta secundaria en idioma coreano con los siguientes datos:

- Nombre del producto.
- País de origen y nombre del productor (El nombre del productor podrá aparecer en el idioma original del mismo).
- Tipo de producto y contenido.
- Datos del importador (razón social, dirección, número de teléfono, número de licencia y dirección para posibles reclamaciones).

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

- Número de lote y fecha de embotellado: se admite que el número de lote se imprima fuera de la etiqueta, pero en ese caso, su localización debe ser indicado, en el margen de la etiqueta (para bebidas alcohólicas no se requiere la fecha de caducidad).
- Porcentaje de alcohol etílico y volumen.
- Nombre y volumen de las materias primas e ingredientes en porcentajes. También un listado de aditivos debe ser indicado en la etiqueta, aunque no es necesario incluir el uso del caramelo (en los licores). Ciertos colorantes permitidos deben también ser declarados.
- Normas de conservación (en caso de ser necesario).
- Cláusula de advertencia sobre los efectos negativos del producto a menores de 19 años (en la etiqueta secundaria o en una pegatina, pero en todo caso debe representar el 5% de superficie de la etiqueta principal).
- Cláusula que señale el destino del canal de distribución, tal y como detallaremos más adelante.
- Aviso de Reciclaje Obligatorio de Vidrio (aunque dicho aviso puede venir pegado en una tercera etiqueta)

El etiquetado de dichos productos debe venir ya impreso en origen. No obstante, es posible aplicar etiquetas adhesivas con anterioridad a su despacho en aduanas. En la práctica, los importadores preparan fotolitos de las etiquetas que envían al exportador para aplicarlas en origen.

### **3. NUEVA REGULACIÓN ADICIONAL DEL ETIQUETADO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

Con el fin de evitar la posible aparición de ventas en el mercado negro, la Oficina de Impuestos de Corea del Sur (National Tax Service), ha puesto en vigor una nueva regulación del etiquetado basada en el destino del canal de distribución, exigiendo que en la etiqueta secundaria (no mediante etiquetas pegadas encima, sino imprimiéndolo en coreano directamente sobre la etiqueta) se diferencie entre “Venta en grandes superficies”, “Venta en Tiendas de Duty Free”, “Consumo en Hogar” y “Uso Militar”. Esta nueva regulación fue aprobada el 27 de Febrero de 2002 con fecha de entrada en vigor a partir del 1-Abril-2002 (National Tax Service Notice 2002-11). Debido a la fuerte oposición de importadores y representantes de países exportadores, quedó pendiente de ser aplicada hasta el 1 de Octubre de 2002, tras lo cual se ha puesto en funcionamiento.

Es conveniente que el exportador español consulte con su importador sobre esta nueva ley para evitar posibles problemas, ya que los distintos organismos siguen haciendo presión para que el gobierno coreano suavice las condiciones del etiquetado para facilitar así la importación.

Orden Administrativa de la Oficina de Impuestos sobre la Aplicación del Etiquetado en Bebidas Alcohólicas:



## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

- National Tax Service Notice N°. 2002-11 (27 de Febrero de 2002)

*Según las competencias otorgadas por el artículo 40 de la Ley del Impuesto sobre Bebidas Alcohólicas (Liquor Tax Act) y los artículos 45 y 51 de la aplicación de la misma, el administrador de la Oficina de Impuestos elabora la orden sobre la utilización del etiquetado para bebidas alcohólicas, y notifica esta orden a los interesados en el negocio de bebidas alcohólicas.*

### **27 de Febrero de 2002, Administrador**

#### *Orden sobre la utilización del etiquetado en bebidas alcohólicas*

1. *Se debe aplicar el etiquetado en botellas o tubos de bebidas alcohólicas. No obstante, en los casos de envases de tetra brick o botellas pintadas, en las que está ya impresa directamente, se considerarán etiquetadas.*

3. *Cuando se desea cambiar o modificar una etiqueta, se ha de avisar a la dirección de la Oficina de Impuestos de su distrito con dos días de antelación a la fecha de inicio de la distribución del producto.*

4. *Requerimientos del etiquetaje: Para las bebidas alcohólicas importadas, tiene que llevar la etiqueta principal original del país exportador. Los datos requeridos en coreano vendrán en etiquetas secundarias.*

7. *No se puede utilizar una denominación de origen en las etiquetas para vinos y licores destilados, que no pertenezcan a esa zona geográfica. Se prohíbe cualquier modificación, similitud existente o traducción de la denominación de origen, aun cuando se especifique en una segunda etiqueta el origen real del mismo.*

8. *En la etiqueta principal se ha de diferenciar el destino del canal de distribución con indicaciones del estilo, "Consumo en Hogar", "Venta en grandes superficies" (hipermercado, supermercados, tiendas de descuento de pensión para funcionarios, etc.), "Venta en Tiendas de Duty Free" y "Uso militar", con las siguientes normas:*

*8-1. El destino del canal de distribución ha de cumplir las siguientes normas de escritura (tamaño de letra) en la etiqueta principal:*

- *Embotellado superior a 1,8 litros: 12,5 mm o superior*
- *Embotellado entre 500 ml - 1,8 litros: 11 mm o superior*
- *Embotellado entre 300 ml - 500 ml: 8 mm o superior*
- *Embotellado inferior 300 ml: 7 mm o superior*
- *Embotellado inferior 50 ml (muestras): exentas*

*8-2. Las marcas o indicaciones para "Consumo en Hogar" y "Venta en Grandes Superficies" deben estar escritas con letras blancas sobre fondo verde o azul, o bien en color claro bordeado, dentro de la etiqueta principal. "Consumo en Hogar": la marca o indicación ha de estar escrita con un espacio entre letras superior a la mitad del tamaño de la letra empleada.*

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

*"Venta en Tiendas de Duty Free": la marca o indicación ha de estar escrita con letras azules sobre fondo amarillo.*

*8-3. Para aquellos productos destinados al consumo militar, se ha de indicar la marca "Uso Militar" en el centro del encabezado de la etiqueta principal con letras azules sobre fondo amarillo y un tamaño de letra de 8 mm o mayor. Asimismo, debe incluirse una cláusula de advertencia que indique "No se permite la venta a terceros, dado que este producto está exento de impuestos, para consumo militar exclusivamente". En el embalaje exterior del producto y en la caja se debe especificar "Uso Militar" sobre una raya diagonal roja de 5 cm de anchura.*

*8-4. Para aquellos productos destinados al consumo en hogar o a venta en grandes superficies, se ha de incluir una cláusula de advertencia "No se permite la venta en establecimientos Hosteleros" sobre la etiqueta principal o la secundaria en letras rojas de 5 mm o mayores. En el embalaje exterior del producto y en la caja debe aparecer claramente "Consumo en Hogar" o "Venta en Grandes Superficie" sobre una raya diagonal de 3 cm o de anchura superior.*

*10. En cuanto a las bebidas alcohólicas importadas, el importador puede distribuir los productos después de cumplimentar la regulación de etiquetado en coreano, mediante la aplicación de una etiqueta secundaria, donde se especifiquen los datos requeridos. Las marcas de "Consumo en Hogar" o "Venta en Grandes Superficies" deben estar escritas en coreano dentro de la etiqueta principal o secundaria de acuerdo con las normas expresadas en el artículo 8. Asimismo ha de incluirse una cláusula de advertencia "No se permite la venta de este producto en establecimientos hosteleros" en la etiqueta principal o en la secundaria (auxiliar) con letras de color rojo con un tamaño de 5 mm o superior. En el embalaje exterior del producto y en la caja se ha de indicar claramente el uso o destino que se le va a dar, "Consumo en Hogar" o "Venta en Grandes Superficies" sobre una raya diagonal de 3 cm de anchura o superior. No obstante, las marcas o indicaciones del uso o destino que se le va a dar a dicho producto podrán indicarse a través de una etiqueta adhesiva en el embalaje exterior y en la caja. Las sanciones en caso de incumplimiento de las regulaciones indicadas sobre las condiciones de etiquetado del uso y destino del producto podrán ascender hasta los 500.000 wons (Aprox. 400 euros).*

*Para bebidas alcohólicas destinadas al consumo en hostelería, no están obligados a indicar el uso o destino del mismo en las etiquetas.*

## 4. TRANSPORTE

Debido al cierre de la única frontera terrestre, con Corea del Norte, el medio más habitual de transporte es el barco. Las comunicaciones con España por mar son bastante buenas; Bilbao, Barcelona y Valencia tienen conexiones semanales con Busan, la duración aproximada del trayecto es Bilbao-Busan 30~35 días y Barcelona/Valencia~Busan 25~30 días.

El transporte interior de mercancías es bueno, un 20% se realiza por tren y el 80% restante por carretera contando Corea con autopistas que comunican las principales ciudades del país.

### 5. PROMOCIÓN

1. Ferias y exposiciones<sup>7</sup>
2. Centros enológicos: son muy recientes pero se han convertido en un importante canal de marketing dirigido sobre todo a los consumidores más jóvenes. Las más importantes son: Bordeaux Wine Academy, Wset Korea, Seoul Wine School y The Wine Academy.<sup>8</sup>
3. Foros en Internet: importante fuente de información y mecanismo de promoción, cabe destacar: [www.bestwine.co.kr](http://www.bestwine.co.kr), [www.wine21.com](http://www.wine21.com) y [www.winenara.com](http://www.winenara.com) .
4. Invitación a empresarios del sector y a la prensa especializada a exhibiciones en el extranjero y a los centros de producción.
5. Organización de catas.
6. Aprovechar la celebración de eventos culturales para la promoción del vino.
7. Asociaciones con escuelas de cocina.
8. Anuncios en prensa especializada.<sup>9</sup>
9. Organización de seminarios y concursos de someliers.

---

<sup>7</sup> Ver Anexo IX, 2 Ferias

<sup>8</sup> Ver Anexo IX, 5 Otras direcciones de interés

<sup>9</sup> Ver Anexo IX, 3 Publicaciones del sector

# VIII. ANEXOS

### 1. ESTADÍSTICAS ACTUALIZADAS HASTA SEPTIEMBRE DE 2008.

Tabla 1: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO EN VALOR Y VOLUMEN (P.A. 2204)

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	14.752	20.031	35,78%	3.523.551	3.335.623	-5,33%
Febrero	24.289	32.875	35,35%	5.626.824	5.203.511	-7,52%
Marzo	36.963	46.497	25,79%	8.131.778	7.877.178	-3,13%
Abril	48.720	62.422	28,12%	10.840.290	10.448.770	-3,61%
Mayo	59.937	77.513	29,32%	13.210.998	12.695.107	-3,91%
Junio	69.761	90.417	29,61%	15.284.246	14.613.126	-4,39%
Julio	81.551	102.588	25,8%	18.096.061	16.890.559	-6,66%
Agosto	95.587	119.782	25,31%	21.621.858	19.934.607	-7,80%
Septiembre	107.648	134.431	24,88%	24.181.101	22.458.875	-7,12%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 2: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO POR PAÍSES (P.A. 2204)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	134.431		22.458.875	
Francia	53.937	40,12%	4.280.069	19,06%
Chile	23.166	17,23%	5.240.150	23,33%
Italia	19.516	14,52%	2.727.554	12,14%
Estados Unidos	12.980	9,66%	3.039.906	13,54%
Australia	9.357	6,96%	1.642.477	7,31%
España	6.616	4,92%	3.610.589	16,08%
Alemania	3.039	2,26%	646.789	2,88%
Argentina	1.995	1,48%	522.680	2,33%
Sudáfrica	1.015	0,76%	276.681	1,23%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 3: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO ESPUMOSO EN VALOR Y VOLUMEN (P.A. 2204.10)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	421	686	62,95%	13.818	19.083	38,10%
Febrero	739	1.353	83,09%	22.754	30.862	35,63%
Marzo	1.443	2.152	49,13%	22.754	42.859	88,36%
Abril	1.914	2.984	55,90%	33.409	57.398	71,80%
Mayo	2.580	3.510	36,05%	43.495	71.615	64,65%
Junio	3.058	4.333	41,69%	52.583	71.615	36,19%
Julio	3.728	4.952	32,83%	62.836	82.659	31,55%
Agosto	4.376	5.686	29,94%	75.829	98.895	30,42%
Septiembre	5.078	6.620	30,37%	86.913	134.431	21,5

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 4: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO ESPUMOSO POR PAÍSES (P.A. 2204.10)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	6.621		522.937	
Francia	4.598	69,45%	182.717	34,94%
Italia	1.356	20,48%	200.353	38,31%
España	243	3,67%	48.549	9,28%
Alemania	141	2,13%	27.141	5,19%
Australia	132	1,99%	20.258	3,87%
Estados Unidos	62	0,94%	4.394	0,84%
Sudáfrica	50	0,76%	32.494	6,21%
Chile	16	0,24%	4.982	0,95%
N. Zelanda	6	0,09%	308	0,06%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 5: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO EMBOTELLADO (P.A. 2204.21)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	13.818	19.083	38,1%	2.966.457	3.035.646	2,33%
Febrero	22.754	30.862	35,63%	4.725.628	4.662.649	-1,33%
Marzo	22.754	42.859	88,36%	6.795.343	6.493.621	-4,44%
Abril	33.409	57.398	71,8%	8.936.459	8.549.645	-4,33%
Mayo	43.495	71.615	64,65%	10.727.939	10.487.315	-2,24%
Junio	52.583	71.615	36,19%	12.543.207	11.910.479	-5,04%
Julio	62.836	82.659	31,55%	14.611.421	13.663.571	-6,49%
Agosto	75.829	98.895	30,42%	17.634.308	16.466.742	-6,62%
Septiembre	86.913	112.159	29,05%	19.749.328	18.472.160	-6,47%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 6: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO TINTO EMBOTELLADO (P.A. 2204.21.1000)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	11.636	16.379	40,8%	2.499.769	2.588.170	3,54%
Febrero	19.188	26.347	37,3%	3.989.622	3.926.916	-1,57%
Marzo	29.159	36.172	24,1%	5.729.826	5.375.490	-6,18%
Abril	38.123	47.954	25,8%	7.475.232	6.991.104	-6,48%
Mayo	46.605	59.943	28,6%	8.956.113	8.538.276	-4,67%
Junio	53.911	69.277	28,5%	10.369.701	9.604.154	-7,38%
Julio	62.800	77.890	24%	12.190.670	10.966.523	-10,04%
Agosto	73.952	91.287	23,4%	14.780.847	13.258.817	-10,30%
Septiembre	83.335	101.808	22,2%	16.571.522	14.848.148	-10,4%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 7: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO TINTO EMBOTELLADO POR PAÍSES (P.A. 2204.21.1000)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	101.807		14.848.148	
Francia	44.712	43,92%	3.625.565	24,42%
Chile	20.965	20,59%	4.378.604	29,49%
Italia	11.448	11,24%	1.459.918	9,83%
Estados Unidos	9.400	9,23%	2.020.482	13,61%
Australia	7.041	6,92%	1.135.199	7,65%
España	4.070	4%	1.294.122	8,72%
Argentina	1.806	1,77%	444.022	2,99%
Alemania	766	0,75%	182.244	1,23%
Sudáfrica	707	0,69%	165.666	1,12%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 8: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO BLANCO EMBOTELLADO (P.A. 2204.21.2000)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	1.997	2.340	17,18%	446.084	375.301	-15,87%
Febrero	3.317	3.881	17,00%	704.031	637.087	-9,51%
Marzo	4.971	5.847	17,62%	1.022.256	984.453	-3,70%
Abril	6.584	8.385	27,35%	1.407.156	1.375.787	-2,23%
Mayo	8.103	10.280	26,87%	1.708.110	1.688.651	-1,14%
Junio	9.745	12.214	25,34%	2.085.970	2.031.907	-2,59%
Julio	11.028	14.418	30,74%	2.319.019	2.376.731	2,49%
Agosto	12.717	16.907	32,95%	2.728.300	2.813.114	3,11%
Septiembre	14.343	19.440	35,54%	3.044.213	3.202.123	5,19%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 9: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO BLANCO EMBOTELLADO POR PAÍSES (P.A. 2204.21.2000)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	19.440		3.202.123	
Italia	6.308	32,45%	982.578	30,69%
Francia	4.152	21,36%	414.913	12,96%
Alemania	1.794	9,23%	290.749	9,08%
Australia	1.744	8,97%	334.400	10,44%
Estados Unidos	1.543	7,94%	285.194	8,91%
Chile	1.322	6,80%	321.155	10,03%
España	726	3,73%	357.336	11,16%
Canadá	725	3,73%	23.828	0,74%
N. Zelanda	575	2,96%	53.920	1,68%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros



## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 10: IMPORTACIONES TOTALES DE OTROS VINOS EMBOTELLADOS (P.A. 2204.21.9000)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	185	364	96,76%	20.604	72.175	250,30%
Febrero	249	634	154,62%	31.975	98.646	208,51%
Marzo	305	840	175,41%	43.261	133.678	209,00%
Abril	384	1.060	176,04%	54.071	182.754	237,99%
Mayo	469	1.392	196,80%	63.716	260.388	308,67%
Junio	609	1.506	147,29%	87.536	274.418	213,49%
Julio	690	1.732	151,01%	101.732	320.317	214,86%
Agosto	841	2.083	147,68%	125.161	394.811	215,44%
Septiembre	916	2.292	150,22%	133.593	421.889	215,80%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 11: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO A GRANEL (P.A. 2204.29)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	513	262	-48,93%	517.192	248.509	-51,95%
Febrero	796	660	-17,09%	841.974	438.098	-47,97%
Marzo	1.086	1486	36,83%	1.230.796	1.203.441	-2,22%
Abril	1.717	2040	18,81%	1.763.540	1.660.614	-5,84%
Mayo	2.182	2388	9,44%	2.278.894	1.921.424	-15,69%
Junio	2.440	3089	26,60%	2.499.225	2.354.876	-5,78%
Julio	3.306	3597	8,80%	3.201.919	2.837.467	-11,38%
Agosto	3.701	3821	3,24%	3.655.644	3.017.725	-17,45%
Septiembre	3.977	4272	7,42%	4.051.474	3.463.768	-14,51%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 12: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO TINTO A GRANEL (P.A. 2204.29.1000)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	318	107	-66,35%	299.461	117.823	-60,65%
Febrero	487	359	-26,28%	505.514	167.315	-66,90%
Marzo	547	766	40,04%	601.189	499.026	-16,99%
Abril	770	988	28,31%	794.136	714.101	-10,08%
Mayo	954	1.082	13,42%	997.253	778.958	-21,89%
Junio	1.092	1.555	42,40%	1.071.452	1.003.242	-6,37%
Julio	1.648	1.797	9,04%	1.437.255	1.235.203	-14,06%
Agosto	1.770	1.911	7,97%	1.590.560	1.313.319	-17,43%
Septiembre	1.854	2.074	11,87%	1.720.463	1.429.666	-16,90%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 13: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO TINTO A GRANEL POR PAÍSES (P.A. 2204.29.1000)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	2.074		1.429.666	
Estados Unidos	735	35,44%	271.168	18,97%
Chile	423	20,40%	463.713	32,44%
España	378	18,23%	483.691	33,83%
Australia	215	10,37%	82.799	5,79%
Italia	177	8,53%	36.448	2,55%
Alemania	59	2,84%	29.694	2,08%
Francia	43	2,07%	3.323	0,23%
China	43	2,07%	58.787	4,11%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

**Tabla 14: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO BLANCO A GRANEL (P.A. 2204.29.2000)**

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	123	108	-12,20%	182.101	116.032	-36,28%
Febrero	227	202	-11,01%	300.345	252.941	-15,78%
Marzo	398	587	47,49%	572.575	685.121	19,66%
Abril	675	881	30,52%	866.816	923.898	6,59%
Mayo	926	1.088	17,49%	1.176.347	1.117.308	-5,02%
Junio	1.032	1.277	23,74%	1.317.752	1.319.464	0,13%
Julio	1.310	1.487	13,51%	1.644.613	1.568.766	-4,61%
Agosto	1.539	1.571	2,08%	1.930.843	1.669.400	-13,54%
Septiembre	1.722	1.825	5,98%	2.196.584	1.997.300	-9,07%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

**Tabla 15: IMPORTACIONES TOTALES DE VINO BLANCO A GRANEL POR PAÍSES (P.A. 2204.29.2000)**

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	1.824		1.997.300	
España	1.143	62,66%	1.414.934	0,71%
Estados Unidos	210	11,51%	237.973	0,12%
Alemania	165	9,05%	97.112	0,05%
Hungría	105	5,76%	71.723	0,03%
Australia	97	5,32%	54.680	0,02%
Francia	45	2,47%	20.806	0,01%
China	39	2,14%	52.340	0,02%
Argentina	19	1,04%	47.664	0,02%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

Tabla 16: IMPORTACIONES TOTALES DE OTROS VINOS A GRANEL (P.A. 2204.29.9000)

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	72	47	-34,72%	35.630	14.654	-58,87%
Febrero	82	99	20,73%	36.115	17.842	-50,60%
Marzo	142	133	-6,34%	57.032	19.294	-66,17%
Abril	272	171	-37,13%	102.588	22.615	-77,96%
Mayo	302	218	-27,81%	105.294	25.158	-76,11%
Junio	316	257	-18,67%	110.021	32.170	-70,76%
Julio	348	313	-10,06%	120.051	33.498	-72,10%
Agosto	393	339	-13,74%	134.241	35.006	-73,92%
Septiembre	401	372	-7,23%	134.427	36.802	-72,62%

Fuente: KITA (Korean International Trade Association)

Unidades: miles de us\$/litros

## 2. FERIAS

### SEOUL FOOD & HOTEL 2008

Fecha de celebración: del 14/5/2008 al 17/05/2008

Localización: KINTEX (Korea International Exhibition Center: <http://www.kintex.com/intro.jsp>), Ilsan, Goyang-city, Gyonggi-do

Periodicidad: anual

Productos: productos alimentarios, bebidas, aditivos, maquinaria, equipos para la restauración y colectividades.

URL: <http://www.seoulfood.or.kr/>

Organizador: KOTRA (Korea Trade Investment Promotion Agency)

300-9, Yeomgok-dong, Seocho-gu, Seúl

TEL 82-2-3460-7262/7263/7266/7269

FAX

URL: <http://www.seoulfood.or.kr/>

E-mail: [info@seoulfood.or.kr](mailto:info@seoulfood.or.kr)

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

### **SEOUL INT'L WINES & SPIRITS EXPO 2008**

Fecha de celebración: 08/05/2008 al 10/05/2008

Localización: COEX Mall (<http://www.coex.co.kr/>)

Periodicidad: anual

Productos: vino

Organizador: Korea Wines & Spirits Importers Association

Suite 1116, Maniatan Bldg / 36-2 Youido-Dong

Youngdeungpo-Gu, Seoul

Phone 82-2-761-2512~6

FAX 82-2-761-2517

URL : <http://www.swsexpo.com/kr/index.php>

E-mail: [webmaster@i-kieco.com](mailto:webmaster@i-kieco.com)

### **2008 KOREA WINE CHALLENGE**

Fecha de celebración: 18 -29 de febrero de 2008

Localización: Hall, Korean Academy of Wines (<http://www.wineac.com/>)

Periodicidad: anual

Productos: competición de vino

Organizador: Wine Review

Total Design 1st Floor.

465-5, Pyungchang-dong, Jongro-gu, Seoul

Phone 82-2-396-0585

FAX 82-2-396-0588

URL [www.koreawinechallenge.com](http://www.koreawinechallenge.com)

E-mail: [info@koreawinechallenge.com](mailto:info@koreawinechallenge.com)

### **DAEGU INTERNATIONAL FOOD INDUSTRY EXHIBITION (DAFOOD 2008)**

Fecha de celebración: del 02/10/2008 al 05/10/2008

Localización: EXCO - Exhibition Hall 1F, Daegu (<http://www.excodeaegu.co.kr/>)

Periodicidad: anual

Productos: productos alimentarios, bebidas, equipos industriales

Organizador: Daegu Exhibition & Convention Center

1676, Sankyuk 2-dong, Buk-gu, 702-845 Daegu

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

TEL 82-53-601-5067

FAX 82-53-601-5079

URL [www.dafood.co.kr](http://www.dafood.co.kr)

### **BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION 2008 (BOFAS 2008)**

Fecha celebración: 12/06/2008 – 15/06/2008

Localización: BEXCO, Busan (<http://www.bexco.co.kr/> )

Periodicidad: Anual

Organizador: Korea Industrial Marketing Institute

Rm 301, Dong-a Villat 2, 1678-2, Seocho 1-Dong

Seocho-Gu, Seoul

TEL: 82-2-588-2480

FAX: 82-2-588-2599

URL: [www.bofas.com](http://www.bofas.com)

E-mail: [kimi93@empal.com](mailto:kimi93@empal.com)

### **FOOD WEEK 2008**

Fecha de celebración: 20/11/2008 – 23/11/2008

Localización: COEX, Seoul

Tlfn: 82-2-6000-1102

FAX: 82-2-6000-1333

E-mail: [ept@coex.co.kr](mailto:ept@coex.co.kr)

URL: [www.foodweek.co.kr](http://www.foodweek.co.kr)

### **GWANGJU INTERNATIONAL FOOD INDUSTRY FAIR 2008**

Fecha de celebración: 20/11/2007al 23/11/2007

Localización: Kim Dae Jung Convention Center ([www.kdjcenter.or.kr](http://www.kdjcenter.or.kr) )

Organizador: GEXCO

410 Naebangno Seo-gu, Gwanju, Korea

TEL: 82-62-611-2213

FAX: 82-62-611-2209

[www.gwangjufood.or.kr](http://www.gwangjufood.or.kr)

## EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR

---

### FOOD KOREA 2008

Fecha de celebración: del 20/11/2008 al 23/11/2008

Localización: AT Center, Seoul

Periodicidad: anual

Productos: productos agrícolas, silvícolas, bebidas, carnes...

Organizador: Agricultural & Fishery Marketing Corporation

Kukje Center B/D, 4F, 191 Hangangro 2-ga, Yongsan, Seúl

TEL : 82-2-6300-1491

FAX : 82-2-6300-1610

E-mail [atcenter@kati.net](mailto:atcenter@kati.net)

URL: [www.foodexkorea.com](http://www.foodexkorea.com)

### 3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Existen unicamente dos publicaciones dedicadas en exclusiva al mundo del vino:

#### WINIES

Sra. Sung-hee PARK, Chief Editor

No. 635, Daelim Acrotel

140-3, Samsung-dong, Gangnam-gu, Seoul

Tel : (82-2) 568-3980

Fax : (82-2)568-3983

E-mail : [shpark@winies.com](mailto:shpark@winies.com)

Web : <http://www.winies.com/>

Característica : revista sectorial que publica 20.000

tiradas cada dos meses.



#### WINE REVIEW

Sra. Mina CHOI, Editorial Director

No. 504, Hankuk Geumbak Building,

182-1, Buam-dong, Jongro-gu, Seoul,

Tel: (82-2) 396-0585

Fax : (82-2) 396-0588

E-mail : [cma621@paran.com](mailto:cma621@paran.com)



## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

Web : <http://www.winereview.co.kr/>

Característica : revista sectorial que publica mensualmente 15.000 tiradas.

Además existen una serie de publicaciones de contenido más general que incluyen secciones de vino y gastronomía.

### **NOBLESSE AD INC.**

Sra. Eun-hee Choi, Director,

Editorial & Creative Div.

Noblesse Building, 78-8, Cheongdam 2-dong, Gangnam-gu, Seoul

Tel : (82-2) 3015-8000

Fax : (82-2) 3442-6580

Web : <http://www.noblesse.com/noblesse/Welcome.do>

Característica : revista de productos de lujo (moda, cosmética, gastronomía, viaje, etc.) Que publica 60.000 tiradas mensualmente.

### **LUXURY**

Sra. Eunyoung Kim, Editor in Chief

Design House, Taekwang Building, 162-1, Jangchung 2-ga, Jung-gu, Seoul

Tel : (82-2)2275-6151

Fax : (82-2)2275-7883

E-mail : [exlibris@design.co.kr](mailto:exlibris@design.co.kr)

Web : <http://luxury.design.co.kr/>

Característica : revista de productos de lujo (moda, cosmética, alimentación, viaje, etc.)  
Que publica 60.000-80.000 tiradas mensualmente.

### **BAROMWORKS INC.**

Mr. Yoo Kyung Jong, President

Dodam Bld. 2F., 8-4, Nonhyun-dong, Gangnam-gu, Seoul

Tel : 82-2-549-0790

Fax : 82-2-549 0630

E-mail : [wine@winebooks.co.kr](mailto:wine@winebooks.co.kr)



## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

URL : [www.winebooks.co.kr](http://www.winebooks.co.kr)

Características : Editor e importador de libros sobre el mundo del vino.

### **BAR & DINING**

Sra. Eun-young Cho, Editor in Chief

14-44, Donggyo-dong, Mapo-gu, Seoul,

Tel. : 82-2-534-5054

Fax : 82-2-534-5089

Email : [coolibiza@naver.com](mailto:coolibiza@naver.com)

Web : <http://www.barndining.com/>

Características : Publicación mensual que tratan temas de turismo, gastronomía, vino, estilo de vida etc.

### **COOKAND**

330-277, Shindang 4-dong, Jung-gu, Seoul

Sra. Eun-sook Lee, Editor in Chief

Tel. 82-2-2237-6843

Fax. 82-2-2237-6819

Email : [eslee@best-home.co.kr](mailto:eslee@best-home.co.kr)

Web : <http://www.best-home.co.kr/>

Características : Publicación mensual dirigida para lectores generales. Principales temas que tratan son cocina, gastronomía, vino, información sobre restaurantes, etc.

### **ESSEN**

2-35, Hangangro 2-ga, Yongsan-gu, Seoul,

Sra. Young-mi Jeon, Editor in Chief

Tel. 82-2-7999-114

Fax. 82-2-7999-144

Web : <http://essen.ismg.co.kr/essen/index.php>

Características : Publicación mensual dirigida para lectores generales. Principales temas que tratan son cocina, gastronomía, información sobre restaurantes, etc.

### **HOTEL & RESTAURANT**

626-4, Ahyun 3-dong, Mapo-gu, Seoul,

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

Sr. Dong-hae Surh, Publisher

Tel. 82-2-312-2828

Fax. 82-2-312-2896

Email : [dhsurh@hotelrestaurant.co.kr](mailto:dhsurh@hotelrestaurant.co.kr)

Web : <http://www.hotelrestaurant.co.kr/main.asp>

Características : Publicación mensual dirigida a profesionales como fabricantes, traders, importadores, restaurantes, hoteles, turismo y food service.

### **THE FOOD SERVICE MANAGEMENT MAGAZINE**

1Fl., Hyundai Parkvill, 147-2, Garak 2-dong, Songpa-gu, Seoul

Sra. Joo-hee Yuk, Editor in Chief

Tel. 82-2-443-4363

Fax. 82-2-448-4820

Email : [jhyuk@foodbank.co.kr](mailto:jhyuk@foodbank.co.kr)

Web : <http://month.foodbank.co.kr/>

Características : Publicación mensual dirigida a profesionales que se dedican al sector de food service.

## **4. ASOCIACIONES**

### **KOREA WINE & SPIRITS IMPORT ASSOCIATION**

No. 1811, Sungji Heights 1cha Building, 702-13,

Yeoksam-dong, Gangnam-gu, Seoul

TEL : (82-2)422-6833

FAX : (82-2)422-6834

E-mail : [jhbopa@unitel.co.kr](mailto:jhbopa@unitel.co.kr)

Web : <http://www.swsexpo.com/kr/index.php>

### **KOREA ALCOHOL & LIQUOR INDUSTRY ASSOCIATION**

5Fl., Dowon Hoigwan Building, 1059-11, Namhyun-dong,

Gwanak-gu, Seoul,

TEL : (82-2)780-6664

FAX : (82-2)783-8787

E-mail : [admin@kalia.or.kr](mailto:admin@kalia.or.kr)

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

Web : <http://www.kalia.or.kr/>

### **KOREAN WINE SOCIETY**

Sr. Hanjung Seo,

No. 626, 140-3, Samsung-dong, Gangnam-gu, Seoul

Tel. 82-2-569-8708

Fax. 82-2-569-8765

Email : [webmaster@winesociety.or.kr](mailto:webmaster@winesociety.or.kr)

Web : <http://www.winesociety.or.kr/index.htm>

### **KOREA IMPORTERS ASSOCIATION**

218, Hangang-ro 2-ga, Yongsan-gu, SEOUL

TEL : (82-2)792-1581

FAX : (82-2)798-5461

[www.koima.or.kr](http://www.koima.or.kr)

### **KOREA INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATION**

159-1, Samsung-dong, Gangnam-gu, SEOUL

TEL : (82-2)6000-5114

[www.kita.net](http://www.kita.net)

## **5. ESCUELAS DE CATA**

### **KOREAN ACADEMY OF WINES (BORDEAUX WINE ACADEMY)**

No. 503, Hankuk Geumbak Building, 182-1

Buam-dong, Jongro-gu, SEOUL

TEL : (82-2)396-0585

FAX : (82-2)396-0588

E-mail : [mail@wineac.com](mailto:mail@wineac.com)

[www.wineac.com](http://www.wineac.com)

### **WSET KOREA (WINE & SPIRIT EDUCATION TRUST)**

634-1, Sinsa-dong, Gangnam-gu, SEOUL

TEL : (82-2)2039-5235

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

FAX : (82-2)2039-5239

[www.wset.co.kr](http://www.wset.co.kr)

### **SEOUL WINE SCHOOL**

Gyungwon Bldg. 3rd Floor

115-1, Nonhyun-dong, Gangnam-gu, SEOUL

TEL : (82-2)518-3456

FAX : (82-2)3447-3288

[www.seoulwine.com](http://www.seoulwine.com)

### **WINENARA ACADEMY**

2Fl., Bitville, 1327-33, Seocho-dong, Seocho-gu, SEOUL

TEL : (82-2) 598-9870

FAX : (82-2) 598-4815

[www.winenara.com](http://www.winenara.com)

## **6. ORGANISMOS OFICIALES**

### **KOREA FOOD AND DRUG ADMINISTRATION**

2331, Jinheung-ro, Eunpyung-gu, SEOUL

TEL : (82-2)380-1719

FAX : (82-2)388-6392

E-mail : [kfda@kfda.go.kr](mailto:kfda@kfda.go.kr)

[www.kfda.go.kr](http://www.kfda.go.kr)

### **KOREA NATIONAL STATISTICAL OFFICE**

139, Seonsa-ro, Seo-gu, DAEJON

TEL : (82-42)481-4114

[www.nso.go.kr](http://www.nso.go.kr)

## **7. LISTADO DE IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES.**

La Oficina Comercial pone a su disposición como servicio personalizado un completo listado de importadores/distribuidores con información de interés sobre todos ellos. Para con-

## **EL MERCADO DEL VINO EN COREA DEL SUR**

---

tratar este servicio puede contactar con esta Oficina Comercial o bien entrar en [www.icex.es](http://www.icex.es) o llamar al 902349000.

