

ESTUDIO DE MERCADO ARÁNDANOS CONGELADOS – COREA

ProChile Seúl, Marzo 2009

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0811.20

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Arándanos congelados

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 0811.20.0000

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL; 30%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

Por TLC: Año 2009: 7.5%
 Año 2010: 3.8%

OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

- OMC: 72%
- TLC ASEAN: 0%
- TLC SINGAPUR: 19.1%

OTROS IMPUESTOS: No hay

BARRERAS PARA ARANCELARIAS: No hay

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas.

- Los alimentos y los items relacionados con la Ley de Sanidad de los Alimentos podrán ser importados cumpliendo las normas y medidas apropiadas según los artículos 7 y 9 de la Ley de Sanidad de los Alimentos. Luego, el importador deberá declarar la importación ante la Korean Food and Drug Administration, de acuerdo a lo que se señala en el artículo 16 de la misma Ley. Esto puede hacerlo solamente en las oficinas de Seúl, Busán, Gyeng-In o ante las oficinas del NPQS (National Plant Quarantine Service) exceptuando sus oficinas en el aeropuerto de Incheon, Busán y Kimhae.
- Los productos deben ser inspeccionados por un inspector encargado de la Prevención de Epidemias de Plantas, para verificar la temperatura de congelamiento de los productos. La mercadería debe estar congelada a una temperatura de -17.8° y, en el momento de la inspección, también

debe estar conservada a dicha temperatura. Esto debe estar especificado en el Certificado Fitosanitario.

- 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.

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Francia	130,508	986,939	55.50
EE.UU.	75,062	350,849	19.73
China	140,877	269,785	15.17
Chile (6to.)	1,781	16,353	0.92
SUBTOTAL	348,228	1,623,926	91.31
TOTAL IMPORTADO	368,331	1,778,391	100.00

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Francia	64,357	485,582	50.01
China	153,010	207,025	21.32
Serbia y Montenegro	19,500	136,273	14.04
Chile	-	-	-
SUBTOTAL	236,867	828,880	85.37
TOTAL IMPORTADO	263,741	970,876	100.00

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Francia	79,196	551,269	64.62
Serbia y Montenegro	29,520	227,151	26.63
China	20,886	54,870	6.43
Chile (6to.)	4	28	0.003
SUBTOTAL	129,606	833,318	97.69
TOTAL IMPORTADO	133,951	853,055	100.00

*En el código 0811.20.0000 están incluidas las siguientes berries: Raspberries, blackberries, mulberries, loganberries, black, white or red currants and gooseberries.

Fuente: Korea International Trade Association

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Formas de consumo del producto

La demanda por fruta congelada en Corea ha registrado un aumento persistente en los últimos años, en gran parte estimulada por el fuerte crecimiento de su uso como ingrediente para la industria alimentaria (industria de la confitería, fabricación de helados y productos lácteos y manufactura de jugos) al que se suma el auge de los servicios de alimentos (postres preparados, pastelerías, tiendas de conveniencia, cadenas de tiendas de café y té y restaurantes).

Si bien se espera una contracción en la demanda y consumo este año, producto de la crisis económica internacional, en el mediano y largo plazo se debiera de retomar esta tendencia al crecimiento dado que corresponde a cambios persistentes en los hábitos de consumo de los coreanos.

En el caso particular de los arándanos, tanto frescos como congelados, su consumo ha sido fuertemente promovido desde que se difundieron en Corea los estudios del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Estos establecieron los efectos benéficos para la salud del consumo de arándanos, tanto por sus cualidades como antioxidante como por sus propiedades para la prevención de las enfermedades oculares y del envejecimiento neuronal. El gobierno coreano desplegó una gran campaña para difundir las propiedades de los arándanos, a través de la edición de un video que ha sido ampliamente promocionado.

La demanda y el consumo de arándanos congelados se abastece en gran medida a través de las importaciones, dado que la

producción local es bastante reducida debido a que los agricultores se especializan en la producción de frutillas. Sin embargo, se proyecta un crecimiento de la producción local a raíz de la fuerte inversión del estado en infraestructura para la producción y el almacenamiento y de los esfuerzos de los gobiernos de las provincias de Chungcheong Sur y Gyeongsang Norte por incentivar la producción local.

Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto

Tradicionalmente, la venta de frutas congeladas a los consumidores finales se realizaba a través de Internet o de canales de TV especializados en la venta de bienes de consumo (home shopping). Desde hace unos 4 años, las grandes cadenas de supermercados y tiendas de descuento han incursionado en la venta de frutas congeladas (desplegadas en las secciones de frutas) pero no obtuvieron buenos resultados y varias retiraron los productos. Sin embargo, según fuentes que trabajan en la principal cadena de supermercados de Corea, el año pasado la venta de frutas congeladas alcanzó aproximadamente 8% de las ventas totales de frutas.

De acuerdo a las estadísticas de frutas inspeccionadas por el NPQS, el primer semestre del año 2007 Corea importó sólo 16 T/M de arándanos congelados pero el primer semestre del 2008 las importaciones crecieron a 214T/M. Esto representa un fuerte crecimiento de la demanda, reflejo del hecho que las grandes cadenas de supermercados lanzaron una estrategia que apunta a promover el consumo de frutas congeladas. Por ejemplo, en todas las sucursales de supermercados recientemente inaugurados, se reserva un sector con congeladores destinados a las frutas congeladas (frutillas, arándanos, piña, mangosteen, rambutan, etc.).

La causa principal del crecimiento de la demanda por frutas congeladas es el precio competitivo de este producto en comparación con la fruta fresca y su facilidad de uso (pelada, cortada para poder consumir y preparar fácilmente el jugo).

También, cabe señalar que la inspección de este producto es más sencilla que la fruta fresca. Sólo debe estar conservada a la temperatura -17.8 grados y no está sujeto a exámenes precisos por parte de las autoridades fitosanitarias para ingresar al mercado local, lo cual favorece su preferencia por parte de los importadores en relación a los productos frescos.

Comentarios de los importadores

La mayor parte de los productos importados provienen de Francia. La razón principal informada por los importadores acerca de la baja importación de los productos chilenos es la falta de conocimiento acerca de la oferta exportable nacional y hasta hace unos años, su baja competitividad de precios en relación a otras fuentes de importación, especialmente China. Los importadores señalan sí que las muestras que han recibido de Chile son de gran calidad y que tienen en general una percepción positiva de los empresarios chilenos.

Temporadas de mayor demanda/consumo del producto

No existen temporada de mayor demanda.

Principales zonas o centros de consumo del producto

Este producto se consume mayoritariamente en los grandes centros urbanos (Seúl, Incheon, Busán), donde se concentra la población coreana y donde se concentran también las grandes cadenas de supermercados, tiendas de descuento, tiendas de conveniencia, restaurantes y, en general, servicios de alimentos.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA



Origen: Corea

Precio: 38,000 wones/ venta a través de Internet

Peso: 1 Kg.



Origen: Francia
Precio: 34,800 wonos/ venta a través de Internet
Peso: 1 Kg. / 2 paquetes de 500gr.



Origen: EE.UU.
Precio: 59.000 wonos/ venta a través de Internet
Peso: 3.4 Kg. / 10 paquetes de 340gr.



Tropical Maria
Frozen fruit Tropical Maria Ice blueberry

아이스 블루베리
Keep Frozen

블루베리란?
우리나라의 산생두나무, 정글나무, 블루나무 등과 같은 관목계열의 과실수로 2000년 플로리다주립과 함께 타임지 선정 TOP 슈퍼푸드 선정됨 이후 그 영양가가 가치로 인하여 주목을 받고있는 슈퍼밀의 역할 과실입니다.

- 상 품 명: 트로피칼리아 아이스 블루베리
- 원 산 지: 칠레
- 중 량: 1kg (500gX2개)
- 보관방법: 드시기 전까지 냉동보관해 주시기 바랍니다.

○ 해동방법

1. 실온에서의 해동
드실 양만큼을 용기에 넣어 실온에서 30~35분 정도만 두면 드시기 용해 완료 해동됩니다.
2. 전자레인지 해동
전자레인지 사용이 가능한 용기에 넣어 전자레인지의 해동기능으로 1분 정도만 드시기 용량만큼 해동됩니다. 전자레인지의 열 부 작용에 따라 상황에 따라가 있으므로 전자레인지 사용시 권부 반드시 사용자 설명서를 참조하시기 바랍니다.

○ 드시는 방법

1. 살짝 얼어있는 상태가 즐기시기에 가장 좋습니다.
2. 해동 후 별도의 세척없이 바로 즐기실 수 있습니다.

아이스 블루베리를 더욱 맛있게 즐기시길 위한 Recipe

/블루베리 스무디 blueberry Smoothie
약 2인분용
약간 해동된 블루베리 2인분, 저지방 요구르트200ml, 무지방 꿀 1티스푼 (당류 10.0g)
믹서기에 준비된 블루베리, 요구르트, 우유, 꿀을 넣고 부드러운 때까지 잘라 드시면, 향긋하고 건강한 스무디를 즐기실 수 있습니다. (음선으로 당류를 추가하여 같이 드시는 것을 추천합니다.)

/블루베리 잼 blueberry Jam
블루베리 100g, 설탕 250g, 레몬즙 2큰술, 소금약간
1. 냄플 블루베리에 설탕을 넣어 끓기후 1-2시간 보관
2. 냄플에서 10-15분 끓임
3. 불기가 약으로 줄 때까지 500cc가 채워질 또는 레귤러스를 넣고 끓임
4. 약간 끓은 상태까지 끓인다음 식전에 발라서 드시거나, 빵에 얹어 드시면 더욱 맛있게 드실 수 있습니다.

Origin: Chile /Naturandina
Precio: 22.000 wones/ venta a través de Internet
Peso: 1 Kg. / 2 paquetes de 500gr.



Origen: Canadá /orgánico
Precio: 32,890 wones/ venta a través de Internet
Peso: 1.36 Kg.



Origen: EE.UU.
Precio: 22,000 wones/ venta a través de Internet
Peso: 1.36 Kg.

Tipo de cambio: US\$ 1 = 1,474wones
19 de Febrero de 2009 / Korea Exchange Bank

Convertidor de Moneda: <http://www.oanda.com/convert/classic?lang=es>

Fuentes: --
<http://www.erumfoodsystem.co.kr/FrontStore/iGoodsView.phtml?iCategoryId=14&iGoodsId=1133>

<http://www.costplaza.co.kr/shop/shopbrand.html>

www.gmarket.co.kr

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA



Los productores estadounidenses han desplegado una intensa y variada campaña de promoción, la que se ha traducido en un importante crecimiento de sus exportaciones, desplazando a China. A través de la US Highbush Blueberry Council (USHBC) se han realizado numerosos estudios de mercado, acciones de marketing, promociones en supermercados y tiendas de descuento, participación en las principales ferias de alimentos en Corea, avisos publicitarios y programas especiales de chefs en la televisión local.

En la principal cadena de tiendas de departamentos de Corea, Shinsegae Department Store, se realizan degustaciones de arándanos frescos enfatizando que el arándano es uno de los diez productos alimenticios más saludables seleccionados por la revista Times, especialmente para proteger la vista y la prevención del envejecimiento y de la diabetes. Sus promociones apuntan, además, a enfatizar que los arándanos coreanos son mejores que los arándanos congelados importados. El precio aproximado de 1 Kg. de arándano fresco coreano es de 40,000 a 50,000 wones.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 1) Importador → Mayorista → Supermercado o shopping center → Consumidor final
- 2) Importador → Mayorista → Venta a través de internet / venta a través de canales de TV → Consumidor final
- 3) Importador → Productor/confiterías/panaderías/hoteles → Consumidor final

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

Las exportaciones chilenas de arándanos congelados tienen buenas perspectivas en el mercado coreano. Al crecimiento que ha experimentado su uso y consumo, se agrega la importante preferencia arancelaria de la que gozan en virtud del TLC: 7,5% frente al arancel OMC de 30%, este año. A lo anterior, se suma el creciente interés entre los importadores coreanos por la fruta congelada chilena, generado por el prestigio tienen nuestras exportaciones de fruta fresca (limones, naranjas, kiwis y uvas). De esta forma, uno de los mensajes centrales de las campañas desplegadas por ProChile en el mercado coreano, en particular las misiones de "Sabores de Chile" y los eventos gastronómicos realizados en el marco de la Campaña Imagen País, es la promoción de la calidad y la amplitud de la oferta del sector agroindustrial.

A pesar de ello, las exportaciones chilenas no han alcanzado al 1% de los embarques de arándanos congelados. Los mayores obstáculos que se han detectado son, por una parte, la oportunidad en las respuestas y en la entrega de información por parte de los exportadores chilenos. Los empresarios coreanos están acostumbrados a realizar los contactos y a intercambiar información de manera expedita a través de mensajes electrónicos, por ello es sumamente importante responder rápidamente a las consultas y mantener un contacto fluido a través de este medio. Al tratarse, además, de un producto nuevo en el mercado coreano, los importadores e intermediarios requieren de una cantidad importante de información en inglés. Se recomienda, en consecuencia, mejorar sustantivamente la información disponible en los sitios Web de las empresas del rubro y aumentar significativamente las secciones en inglés.

La competitividad de los precios es un segundo obstáculo importante. Los productos chilenos suelen ser más caros que los de los productos provenientes de países competidores, en especial China. Por ello, se recomienda adoptar acciones que permitan profundizar y consolidar la imagen de Chile como país proveedor de productos de muy alta calidad y sanidad, con buenas prácticas agrícolas y un sistema de trazabilidad de nivel mundial. Las óptimas condiciones climáticas y geográficas del país son mensajes que los empresarios y sus asociaciones deben reforzar y promover. Se recomienda, por lo tanto, que al igual como se ha hecho hace ya varios años con la Fruta Fresca, se implemente una campaña de la fruta chilena congelada con la activa participación de las entidades gremiales, que contemple la promoción en medios especializados, degustaciones en los puntos de distribución y, en especial, la participación en las principales ferias de alimentos del país.

Por último, cabe señalar que la reciente homologación por parte del KFDA del sistema chileno de certificación de productos orgánicos le abre a los productos chilenos un nicho de mercado de alta rentabilidad, el que además refuerza la imagen del país como proveedor de productos agroindustriales sanos y limpios.

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

1. SEOUL FOOD & HOTEL 2009

Período: 2009.5.13-2009.5.16

Lugar: KINTEX

Organizador: Korea Trade Investment Promotion Agency (KOTRA), Allaworld Exhibitions, Korea Foods Industry Association (KFIA), Korean Exhibition Management Co., Ltd. (KEM)

Tel.: 82-2-3460-7262

Fax: 82-2-3460-7916

E-mail: seobi68@kotra.or.kr

2. IMPORT GOODS FAIR 2009

Período: 2009.5.28-2009.5.30

Lugar: COEX Pacific Hall

Organizador: Korea Importers Association

Tel.: 82-2-792-1581 (Ext. 231, 229)

Fax: 82-2-749-1830

E-mail: elliotkang@koima.or.kr

<http://www.igf.co.kr>

3. BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION 2009

Período: 2009.6.18-2009.6.21

Lugar: BEXCO

Organizador: The Government of Busan City, Busan Regional Food & Drug Administration, Busan MBC, Korea Industrial Marketing Institute

Tel.: 82-2-588-2480 (Ext 104, 105)

Fax: 82-2-588-2599

E-mail: ljs@kimikorea.com

www.bofas.com

4. ORGANIC FOOD EXPO ULJIN KOREA 2009

Período: 2009.7.24-2009.8.16

Lugar: Wangpicheon Expo Park

Organizador: Uljin, Gyeongsangbuk-do

Tel.: 82-54-789-5590~1

Fax: 82-54-789-3733

E-mail: cn0101@uljin.go.kr

<http://www.ofex.or.kr>

5. BUSAN HEALTH & FOOD EXPO

Período: 2009.11.5-2009.11.8

Lugar: BEXCO

Organizador: BEXCO

Tel: 82-51-740-7391

Fax: 82-51-740-7360

E-mail: hskim@bexco.co.kr

<http://www.hnfexpo.co.kr>

6. FOOD WEEK 2009

Período: 2009.11.19-2009.11.22

Lugar: COEX Pacific Hall, Indian Hall

Organizador: COEX, Gyeonggi-Do, The Kyunghyang Daily News, Korea

Cooking Machinery Industry Cooperative, The Agriculture, Fisheries &

Livestock News, The Buyer, Monthly Magazine H&R

Tel.: 82-2-6000-1073, 1067

Fax: 82-2-6000-1310

E-mail: obpcs21@coex.co.kr

www.foodweek.co.kr

OTRA INFORMACION RELEVANTE

- **Seoul Agricultural & Marine Products Corporation** www.garak.co.kr
(Precios de venta al por mayor, remates, estadísticas, informaciones logísticas, etc.)
- **Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fishery**
www.mifaff.go.kr (Reglamentos, estadísticas, políticas, acuerdos y tratados de agricultura e informaciones logísticas)
- **Rural Development Administration** www.rda.go.kr (Estudios, tecnología, tendencia, estadísticas, reglamentos, licitaciones e informaciones de productos relacionados a la agricultura)
- **The Agriculture, Fisheries & Livestock News** www.aflnews.co.kr
(Noticias, estadísticas, etc.)
- **National Agricultural Products Quality Management Service**
www.naqs.go.kr (certificaciones, estadísticas, informaciones de Mercado, etc.)
- **National Plant Quarantine Service** www.npqs.go.kr (autorizaciones, informaciones de ingreso y prohibición de productos agrícolas, estadísticas, etc.)
- **Agro Food Safety Information Service**
<http://www.agros.go.kr/index.jsp> (normas, noticias, estadísticas, información sobre sanidad de los productos y sus reglamentos, etc.)