

ESTUDIO DE MERCADO NARANJAS FRESCAS - COREA

ProChile Seúl, Marzo 2009

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0805.1000

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Naranjas frescas

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL: 0805.10.0000

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 50%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO

En el TLC vigente entre Corea y Chile, este producto está incluido en la categoría cuya desgravación se negociará después de la conclusión de la Ronda Doha de la OMC. Por ello, no gozan en la actualidad de preferencias arancelarias.

PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

- OMC: 50%
- TLC ASEAN: 50%

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 relevantes según los artículos 7 y 9 de la Ley de Sanidad de los Alimentos. El importador deberá declarar la internación ante la Korea Food and Drug Administration (KFDA) de acuerdo a lo que se señala en el artículo 16 de la misma Ley. Esta gestión se puede hacer solamente en las oficinas de Seúl, Busán, Gyeng-In o ante las oficinas del NPQS (National Plant Quarantine Service), salvo

las oficinas ubicadas en el aeropuerto de Incheon, Busan, y Kimhae.

- En el caso de las exportaciones chilenas, éstas están autorizadas bajo las condiciones contenidas en el Protocolo Fitosanitario firmado entre ambos países.

- En el certificado fitosanitario se debe mencionar "This is to further certify that orange fruits covered by this certificate are free of Septoria citri and Pantomorus cervinus, and they have been grown in designated export areas for Korea." Y durante los tiempos de Salvaguardia por la detección de "Mediterranean fruit fly" hay que añadir en la frase anterior "el producto ha sido cosechado en el área libre de mosca de fruta mediterránea (que no son productos de las áreas momentáneamente prohibidas por la mosca) dentro de las áreas que originalmente estaban permitidas por Corea".

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2008

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	101,283,974	103,630,476	93.41
Chile (2do.)	2,739,728	3,169,988	2.85
Sudáfrica	2,940,741	3,068,589	2.76
Egipto	470,909	396,059	0.35
SUBTOTAL	107,435,352	110,265,112	99.39
TOTAL IMPORTADO	107,887,604	110,940,963	100.00

AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	71,498,161	100,989,749	93.49
Chile (2do.)	1,895,529	2,219,564	2.05
Sudáfrica	2,176,524	2,211,822	2.04
España	1,147,885	1,320,395	1.22
SUBTOTAL	76,718,099	106,741,530	98.82
TOTAL IMPORTADO	77,671,308	108,013,492	100.00

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
EE.UU.	118,211,114	116,611,39	94.75
Sudáfrica	3,930,852	4,001,101	3.25
Chile (3ro.)	1,532,734	1,572,756	1.27
Australia	581,650	656,239	0.53
SUBTOTAL	12425635	122841494	99.81
TOTAL IMPORTADO	124,495,143	123,064,41	100.00

Fuente: Korea International Trade Association

POTENCIAL DEL PRODUCTO**Formas de consumo del producto**

El consumo de fruta fresca, en general, ha aumentado mucho en Corea a lo largo de los últimos años. Ello se debe al efecto combinado de una serie de factores, entre los cuales destacan:

- 1) la creciente concentración urbana de la población;
- 2) el crecimiento del segmento de altos ingresos y su incidencia en una mayor demanda por calidad (gusto y variedad);
- 3) el impacto en la demanda del surgimiento de nuevos estratos etarios, especialmente la población que tiene entre 31 y 40

años y 4) el establecimiento de la semana laboral de 5 días, el cual ha estimulado el interés por el bienestar (well-being).

En cuanto a la naranja, ésta es percibida como una importante fuente de vitaminas y azúcar. Generalmente se consume al desayuno o como postre al cenar, junto con otras frutas frescas picadas. También se usa como *snack* para los colegiales. Ocasionalmente se usa para producir jugo fresco para el desayuno.

Las naranjas frescas chilenas se consumen principalmente durante la temporada del verano boreal, y compiten, por lo tanto, con las frutas de la temporada (ciruelas, duraznos, uvas, melón coreano y pomelo), a las que se agregan las frutas que se consumen a lo largo de todo el año (manzana, pera, kiwi, plátano y tomate de la variedad currant, que en Corea se usa como fruta). Las amas de casa prefieren, generalmente, la fruta de la temporada ya que perciben que tiene mejor sabor, que es más barata y que es más saludable. El plátano y el kiwi figuran como las frutas no-estacionales preferidas, seguidas por la naranja y la piña.

Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación / comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)

El aumento explosivo de canales alternativos de comercio al detalle ha facilitado el incremento de la demanda por fruta fresca en general, y de naranjas frescas en particular. En los últimos años se han extendido los locales de tiendas de conveniencia (Family Mart, GS 25, 7 Eleven, Buy the Way y MiniStop) y las tiendas de descuento (E Mart, Home Plus, Lotte Mart, Home Ever, Hanaro Club, New Core Outlet, GS Mart, Mega Mart, Save Zone, 2001 Outlet y Costco), sustituyendo a los pequeños locales.

También las sucursales de tiendas de departamentos (Lotte, Shinsegae y Hyundai) han experimentado un fuerte crecimiento y una mayor gravitación en la distribución de fruta fresca al consumidor. En los últimos años se han agregado los canales por internet o TV especializados en ventas al detalle (Home Shopping).

Comentarios de los importadores

Sudáfrica es el principal mercado de origen de las importaciones de naranjas frescas que compite con Chile, debido a que coinciden las estaciones de producción. Generalmente las naranjas provenientes de ambos países llegan

al mercado coreano a partir del mes de julio y su importación se extiende hasta el mes de octubre en el caso de Sudáfrica y noviembre en el caso de Chile.

La ventaja de la naranja chilena, en comparación con la sudafricana, es que no tiene semillas (variedad navel late). La naranja sudafricana es de la variedad valenciana y tiene semillas. Debido a este factor, estas últimas son generalmente utilizadas para hacer jugos, ya sea en los supermercados o en los hogares. La naranja chilena, por el contrario, es preferida por las amas de casa para ser consumida como fruta fresca.

La principal desventaja que tiene la naranja chilena, de acuerdo a lo que han señalado varios importadores, es su gusto. Por una parte, presenta un bajo contenido de azúcar (alrededor de 10.5 grados) comparada con la sudafricana (12 grados) o la estadounidense (14 grados). Por otra parte, es además menos ácida. Debido a las consideraciones anteriores, los consumidores coreanos perciben que la naranja chilena tiene un gusto muy diferente al que ellos están acostumbrados.

Temporadas de mayor demanda/consumo del producto

Las mayores temporadas de demanda de cítricos han sido, tradicionalmente, las temporadas de invierno y primavera, cuando se produce la clementina (*tangerine*) coreana. Sin embargo, tanto los cambios en los patrones de consumo señalados anteriormente como la apertura de Corea a las importaciones de fruta fresca, han abierto un importante mercado no estacional de cítricos durante el verano y el otoño. El gusto y la frescura (forma, tamaño, color y aroma) han sido destacados como las principales características que determinan la compra por parte de los consumidores. El lugar de origen, por otra parte, no ha sido relevado como factor determinante.

Principales zonas o centros de consumo del producto

En general, en las grandes concentraciones urbanas: Seoul-Incheon y Busán.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA



Origen: EE.UU. / Sunkist

Precio: 22.520 wones / venta a través de internet

Peso: 4.8Kg. / 16 naranjas



썬키스트 오렌지

많은 사람들이 선택하는 밝은 오렌지

세상에서 가장 먹기 좋은 오렌지인 태양 오렌지는 씨가 없으며, 쉽게 껍질이 벗겨지며 초각조각으로 나뉘어 있습니다. 태양 오렌지는 적절한 온도에서 재배된 매우 생동적인 색깔을 가지고 있습니다. 색상을 관망하기 위한 양식은 앞에 기재되지 않습니다.



● 배양 적당 생분포율(평균)의 1개 배양

칼로리 (100g)	탄수화물 (g)	지방질량 (g)	단백질 (g)	비타민 C (%)
80	21	5	1	120

오렌지 이야기

한 갈래 생산량의 20%를 차지하고 있으며 세계의 여러 곳에서 동양인들이 일찍이 즐겼습니다. 원산지인 인도 지방에서 이집트를 거쳐 중국에서는 중국 황실이 심화했고, 15세기에 이것을 가지고 동양권 유무열 열대 지역에 의해 방앗산이 오렌지로 재배된 것이다. 한편 북아프리카 동부 오렌지는 태양 오렌지가 되어 아프리카로 건너가 유입하게 되었다.



오렌지 고르는 법

1. 색깔이 균일하고 크기에 비해 다소 무게감이 있는 오렌지 (가득 알맹이 치유)
2. 감광부는 모두 깨끗하게 윤택이 흐르며 들어 보았을 때 무거운 것이 과즙이 많고 신선한 것이다.
3. 껍질 자체는 오렌지의 품질을 결정하는 지표는 아니나다.

오렌지 보관방법

여름에는 통풍이 잘된 통풍이 잘 된 냉장고에, 겨울에는 적당한 차갑고 서늘한 곳에 보관한다.

썬키스트 오렌지



오렌지 색다른 조리법



오렌지 샐러드(2인분)

- ▶ 재료: 오렌지 300g, 사과 1/2개, 양파 1/2개, 오렌지즙 2큰술, 양상추
- ▶ 양념: 오렌지즙 1/2컵, 꿀 1큰술, 레몬즙 1큰술, 식용유 1큰술, 소금 1/2작은술, 후추 약간

조리법

1. 양파는 찬물에 30분 헹구어 찬물에 담그고 물기 제거하고 냉각시켜 냉각시켜 양파를 준비한다.
2. 오렌지는 사과 1/2개 양파를 오렌지즙에 재빨리 씻어서 200도에서 10분 익힌 후 20도에서 10분 식힌다.
3. 양념에 사과 1/2개 양파를 헹구어 찬물에 헹구어 물기 제거하고 준비된 오렌지를 섞는다.



오렌지 파스타(2인분)

- ▶ 재료: 오렌지 2개, 파스타 1팩, 양상추 300g

조리법

1. 오렌지를 수증기 솥에 끓여 준비한다.
2. 파스타 1팩을 끓여 10분 정도 익힌 후 찬물에 헹구어 물기 제거한다.
3. 파스타를 끓여 10분 정도 익힌 후 찬물에 헹구어 물기 제거한다.
4. 파스타를 끓여 10분 정도 익힌 후 찬물에 헹구어 물기 제거한다.
5. 파스타를 끓여 10분 정도 익힌 후 찬물에 헹구어 물기 제거한다.
6. 파스타를 끓여 10분 정도 익힌 후 찬물에 헹구어 물기 제거한다.



Origen: Corea

Precio: 64.800 wones / venta a través de internet

Peso: 6Kg. / 22-24 naranjas



Origen: EE.UU.

Precio: 36.000 wones / venta a través de internet

Peso: 5Kg.



Origen: EE.UU. / Delmont
Precio: 65.000 wones / venta a través de internet
Peso: 15Kg. / 70-78 naranjas



Origen: Corea
Precio: 32.000 wones / venta a través de internet
Peso: 3Kg. / 12-13 naranjas



Origen: EE.UU.
Precio: 3.980 wones / Supermercado E-mart
Peso: 1 bolsa de 5 naranjas

Tipo de cambio: US\$ 1 = 1,390.50 wones
4 de Febrero de 2009 / Korea Exchange Bank

Fuente: <http://www.foodmart.co.kr>
<http://www.garakfruit.co.kr>
www.emart.co.kr

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Generalmente, los principales productores norteamericanos y sus importadores realizan promociones y degustaciones en los grandes supermercados y tiendas de departamentos. Para las festividades de Chuseok (Día de Acción de Gracias coreano) se venden sets con fruta fresca de gran calidad y en empaques atractivos.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 1) Importador → Mercado de remate → Mayorista → Home shopping → Consumidor final
- 2) Importador → Mercado de remate → Mayorista → Supermercado o shopping center → Consumidor final
- 3) Importador → Venta a través de internet / venta a través de

canales de TV → 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

De acuerdo a los estudios de mercado que se han realizado en el marco de la campaña de la fruta realizada por ASOEX con el apoyo de ProChile, se ha determinado que el principal concepto que favorece la imagen de la fruta chilena entre los consumidores coreanos es la localización de nuestro país "al fin del mundo", el que conlleva una idea de limpieza y de un entorno natural propicio para una agricultura rica y abundante.

Los exportadores chilenos debieran de aprovechar esta imagen, principalmente entre los importadores, para consolidar su acceso al mercado coreano. En general, se recomienda procurar comercializar hacia este país naranjas con un contenido adecuado de azúcar y de acidez, para evitar que se genere un fenómeno de desprestigio del producto chileno frente al de la competencia, como sucediera con el kiwi. Como se ha señalado más arriba, una de las grandes ventajas que tiene el producto nacional es que no tiene semillas y esta se debiera de aprovechar mejor.

En el futuro cercano, se debe tomar en cuenta que el mercado coreano va a ser más competitivo como consecuencia de los TLCs que ha suscrito o que está negociando, en especial con los Estados Unidos (cuya ratificación está pendiente en los parlamentos de ambos países), la Unión Europea (cuyas negociaciones están por concluir) y Australia (cuyas negociaciones se van a iniciar luego). En todos estos casos, se espera que Corea conceda las preferencias arancelarias que no ha concedido, hasta ahora, a la naranja chilena.

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

1. SEOUL FOOD & HOTEL 2009

Período: 2009.5.13-2008.5.16

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
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
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
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.npqqs.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.)