

## **PERFIL DE MERCADO UVAS FRESCAS – COREA**

**ProChile Seúl, Octubre 2007**

### **PRODUCTO:**

**CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:** 0806.10.0000

**DESCRIPCIÓN:** UVAS FRESCAS

### **SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA**

**ARANCEL GENERAL:** 45%

### **ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO**

Por TLC Chile-Corea

Año 2007	28,9 %
Año 2008	24,8 %

\* Este arancel (estacional) se aplica solamente a la exportación realizada entre el 1 de noviembre y el 30 de abril de cada año.

### **OTROS PAISES CON VENTAJAS ARANCELARIAS**

- WTO 45%
- TLC Asean : 45%

### **REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO**

- Según el Artículo 7 de la Ley de la Prevención de las Epidemias no se pueden importar uvas desde los países no autorizados y los embarques deben ser inspeccionados después de realizada la declaración de importación ante el director de las oficinas del NPQS (National Plant Quarantine Service)
- Se requiere el certificado de origen.
- Los importadores deben cumplir con las disposiciones de los artículos 7 y 9 de la Ley de Sanidad de Alimentos. Posteriormente el importador debe efectuar una declaración de importación ante la Korean Food and Drug Administration (KFDA), en conformidad con el artículo 16 de la misma ley. Esta gestión puede realizarse solamente en las oficinas de Seúl, Pusan (o Busan), Kyongin o ante las oficinas del NPQS, exceptuando sus oficinas en Incheon, Pusan, Inchon, y Kimhe.
- La importación de este producto está permitida, además de Chile, solamente desde: EE.UU.(incluyendo Hawaii, Texas y Florida), Japón y Nueva Zelandia.



- Para exportar uva chilena a Corea se debe mencionar necesariamente en el certificado de sanidad que "este contenedor no contiene ninguna mosca de la fruta mediterránea y las uvas fueron cosechadas en regiones libre de mosca de la fruta mediterránea, conforme al protocolo vigente entre Chile y Corea". Durante los tiempos de salvaguardia ante la detección de la mosca de la fruta hay que añadir a la frase anterior "el producto ha sido cosechado en área libre de mosca de la fruta Mediterránea (que no son productos de las áreas momentáneamente prohibidas por la mosca) dentro de las áreas que originalmente estaban permitidas por Corea".

**BARRERAS PARA ARANCELARIAS:** No hay.

#### ESTADISTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

##### AÑO 2007 (Enero-Julio)

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
<b>CHILE</b>	<b>23,440,815</b>	<b>47,386,261</b>	<b>98.01</b>
EE.UU.	325,520	871,208	1.80
Filipinas	53,136	91,558	0.19
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>23,819,471</b>	<b>48.348,027</b>	<b>100.00</b>

##### AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
<b>CHILE</b>	<b>15,221,010</b>	<b>27,834,982</b>	<b>85.38</b>
EE.UU.	2,070,329	4,765,274	14.62
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>17,291,339</b>	<b>32,600,256</b>	<b>100.00</b>

##### AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
<b>CHILE</b>	<b>117,172,728</b>	<b>19,157,869</b>	<b>81.12</b>
EE.UU.	2,175,464	4,433,676	18.78
<b>SUBTOTAL</b>	<b>5,000</b>	<b>24,097</b>	<b>0.10</b>
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	<b>13,353,192</b>	<b>23,615,642</b>	<b>100.00</b>



#### AÑO 2004

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Kg)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
CHILE	8,316,504	13,133,391	83.41
EE.UU.	1,653,700	3,787,248	16.59
<b>SUBTOTAL</b>	9,970,204	16,920,639	100.00
<b>TOTAL IMPORTADO</b>	9,970,204	16,920,639	100.00

Fuente: Korea International Trade Association

#### POTENCIAL DEL PRODUCTO

Aún cuando Chile ya ocupa un lugar destacado como proveedor de uva, el producto tiene un gran potencial. Durante los meses de enero y marzo las importaciones de la uva chilena se duplicaron debido a la reducción de las importaciones de naranja de California y al alza del precio del melón coreano, la sandía y otras frutas locales.

El exceso de oferta chilena ha sido un factor que tradicionalmente ha presionado a la baja los precios de la uva, pero este año, por factores climáticos, ha disminuido el volumen de las exportaciones de uva chilena y por ello subió un poco el precio de venta local de uva chilena.

Fuente: Nongmin.com

#### PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

(Precio del día 22 de Junio de 2007)

- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 34,000(max.)~34,000(min.) wones (Calidad superior)
- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 30,000(max.)~30,000(min.) wones (Calidad mediana)

(Precio del día 24 de abril de 2007)

- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 31,000(max.)~23,000(min.) wones (Calidad superior)
- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 26,000(max.)~19,000(min.) wones (Calidad mediana)

(Precio del día 24 de enero de 2007)

- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 48,000(max.)~42,000(min.) wones (Calidad superior)
- Uva importada; 1 caja de 8 Kg: 42,000(max.)~37,000(min.) wones (Calidad mediana)



Fuente: Korea Agro-Fisheries Trade Corporation [www.atcenter.co.kr](http://www.atcenter.co.kr)

\* Tipo de cambio del mes de Julio: US\$ 1=929,80 wones

\* Tipo de cambio del mes de Agosto: US\$ 1= 919,30 wones

Fuente: Bank of Korea ([www.bok.or.kr](http://www.bok.or.kr))

## ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

- La degustación de frutas chilenas en los Department Stores y en grandes supermercados y la propaganda en los buses con el slogan "Fruits Paradise, Chile" y "Enjoy Sweet Chilean Grapes Skin and All" (ver fotografías) han sido técnicas eficaces de promoción de la uva chilena en el mercado local.

- La agencia coreana Intnet junto con el Asoex, están estudiando el uso de un logo para pegar en las cajas de venta. Con esto permitirán a los importadores coreanos dar al producto una imagen del país como importante proveedor de frutas e identificar así el producto como chileno.

- Según la encuesta que se han realizado durante la degustación de las uvas en los diferentes supermercados la mayoría de los consumidores se preocupan de la higiene al comer uvas sin pelar debido a las sustancias químicas. En Corea, tradicionalmente se pela la uva al consumirla.

- Algunos consumidores locales se confunden con la uva nacional llamado "Gebong" que se consume pelando la piel puesto que los vendedores de algunas tiendas chicas y ambulantes hablan equivocadamente de la variedad de uva chilena (Red Globe) como la variedad coreana parecida, que es el Gebong y lo llama Chilean Gebong.

Fotos:

\*Diferentes líneas, bus dentro de la capital Seúl y bus que va hasta el sector suburbano





### CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 1) Importador → Restaurante/Hotel → Consumidor final
- 2) Importador → Retailer → Consumidor final
- 3) Importador → Consumidor final
- 4) Importador → Mayorista → Minorista → Consumidor final

### CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA



4kg, Cambell, Producción local



5kg, Producción local



5kg, Cambell, Producción local

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

Al firmarse en el año 2004 el TLC con Chile y al autorizarse el ingreso de la uva, los exportadores chilenos y los importadores coreanos realizaron una estrategia muy activa ante los agricultores coreanos, a través de la ampliación de la variedad de las especies exportadas. Ya el 2005, Chile fue el primer proveedor ocupando 81% de la importación total de Corea. Después de Chile, EE.UU. ocupó el segundo lugar.

En la actualidad, las exportaciones chilenas se benefician de la devaluación de la moneda local y de la rebaja del arancel por el TLC. Además de esto, la diversificación de lugares de consumo, desde restaurantes, bar, etc., a los hogares ha sido otro factor que ha permitido que las uvas chilenas tengan éxito en el mercado local.

Desde una perspectiva gremial, se recomienda mantener la campaña de posicionamiento de la uva chilena entre los consumidores coreanos, la que ha arrojado muy buenos resultados. Estas actividades son muy relevantes en un mercado en el cual la marca y el país de origen juega un gran papel en las decisiones del consumidor.

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

#### **1. FOOD KOREA 2007**

Período: 31 de octubre al 3 de noviembre

Lugar: aT Center

Organizador: Ministerio de Agricultura y Forestal de Corea

Tel.: 82-2-6300-1492, 4

Fax: 82-2-6300-1610

E-mail: [foodexkorea2007@naver.com](mailto:foodexkorea2007@naver.com)

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



## **2. FOOD WEEK 2007**

Período: 22 al 25 de noviembre

Lugar: COEX

Organizador: COEX

Contacto: Sr. Kim, Ho Gon

Tel: 82-2-6000-1073

Fax: 82-2-6000-1310

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

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

## **3. SEOUL FOOD & HOTEL 2008**

Período: 2008.5.14~2008.5.17

Lugar: KINTEX

Organizador: Korean Exhibition Management Co., Ltd.

Tel: 82-2-569-5004

Fax: 82-2-569-7399

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

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

## **OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE**

El área de cultivo de uva del año 2006 se ha reducido a 19.000 hectárea comparado con el año 2003 que era 25.000 hectáreas. Por eso la producción también ha bajado de 376.000 TM a 330.000 TM. Sin embargo, comparativamente la producción total no se ha reducido mucho debido a la producción por la unidad.

Fuente: Ministerio de Agricultura, [www.maf.go.kr](http://www.maf.go.kr) (13 de abril de 2007)