

Estudio de Mercado

Frutos secos en Corea del Sur Seoul Food & Hotel 2013

Mayo 2013

Documento elaborado por el Subdepartamento de Inteligencia Comercial

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. INTRODUCCIÓN

1. Feria Seoul Food & Hotel 2013

Seoul Food & Hotel es la feria de alimentos más grande de Corea del Sur, atrae a una audiencia especializada de todos los sectores de la industria de alimentos y bebidas, entrega a los participantes un incomparable puerto de ingreso al mercado surcoreano.

Para la versión 2013, se espera recibir más de 49 mil visitantes, más de 420 exhibidores, 27 “Pabellos País” y representaciones de 43 países.¹

2. Definición del sector analizado

Uno de los sectores de la oferta chilena de alimentos y bebidas que estará presente en la feria Seoul Food & Hotel, es el de los frutos secos. La lista de códigos arancelarios asociados a cada producto es la siguiente:

Sector	Producto	Código arancelario
Frutos secos	Nueces con cáscara	0802.3100
Frutos secos	Nueces sin cáscara	0802.3200
Frutos secos	Almendras con cáscara	0802.1100
Frutos secos	Almendras sin cáscara	0802.1200
Frutos secos	Avellanas con cáscara	0802.2100
Frutos secos	Avellanas sin cáscara	0802.2200

¹ <http://www.seoulfoodnhotel.co.kr>

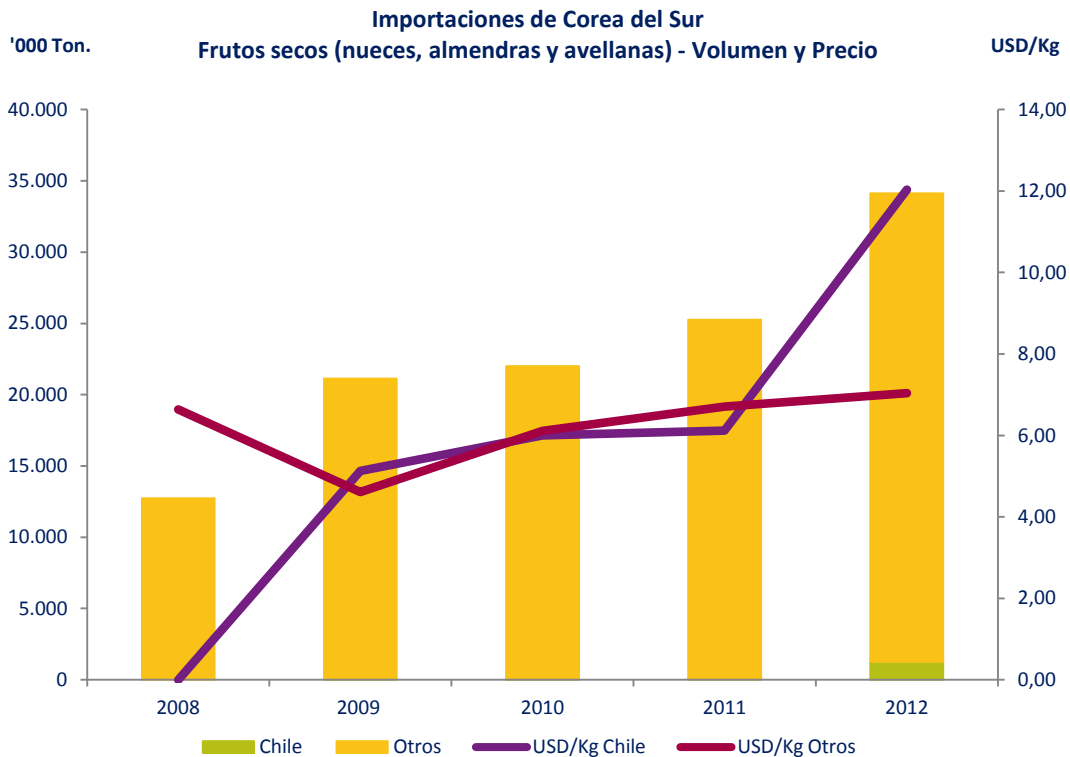
II. IMPORTACIONES

1. Importaciones de Corea del Sur: Frutos secos

En los últimos cinco años, las importaciones de frutos secos en Corea del Sur han crecido en forma sólida y sostenida, pasando de internaciones por 12.379 toneladas en el año 2008 a 32.857 toneladas en 2012, experimentando un aumento quinquenal del 165%.

Este notablemente aumento de las importaciones surcoreanas de frutos secos se debe a la conjunción de dos factores:

- Por un lado el Gobierno de Corea ha promovido en forma sistemática el consumo de alimentos saludables, presentando a los frutos secos y en especial a las nueces y almendras, como un alimento altamente proteico.
- De la otra mano, la apertura comercial de Corea del Sur, que ha suscrito Tratados de Libre Comercio con países productores de frutos secos como Estados Unidos y Chile ha permitido que puedan importarse al país estos productos pagando impuestos de internación muy convenientes o totalmente libres del pago de estos impuestos.

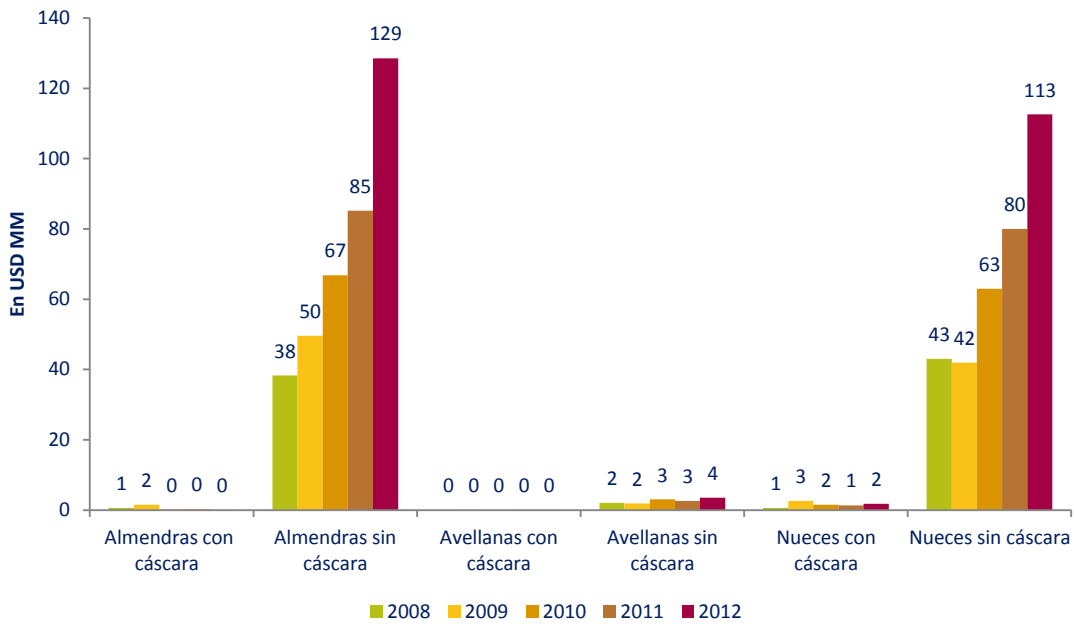


Fuente: ProChile en base a datos de Global Trade Atlas.

Los frutos secos que lideran las importaciones surcoreanas son almendras y nueces, en ambos casos el formato “Sin cáscara” o “Shelled” es el favorito.

En 2012 las importaciones de almendras sin cáscara anotaron un record en el valor importado, alcanzaron USD 129 millones experimentando un crecimiento del 52% con respecto a 2011.

Por su parte, las importaciones surcoreanas de nueces sin cáscara sumaron USD 113 millones en 2012, creciendo en un 41% con respecto al año 2011. Lo anterior habla de un mercado en pleno desarrollo, y, de altas tasas de crecimiento.

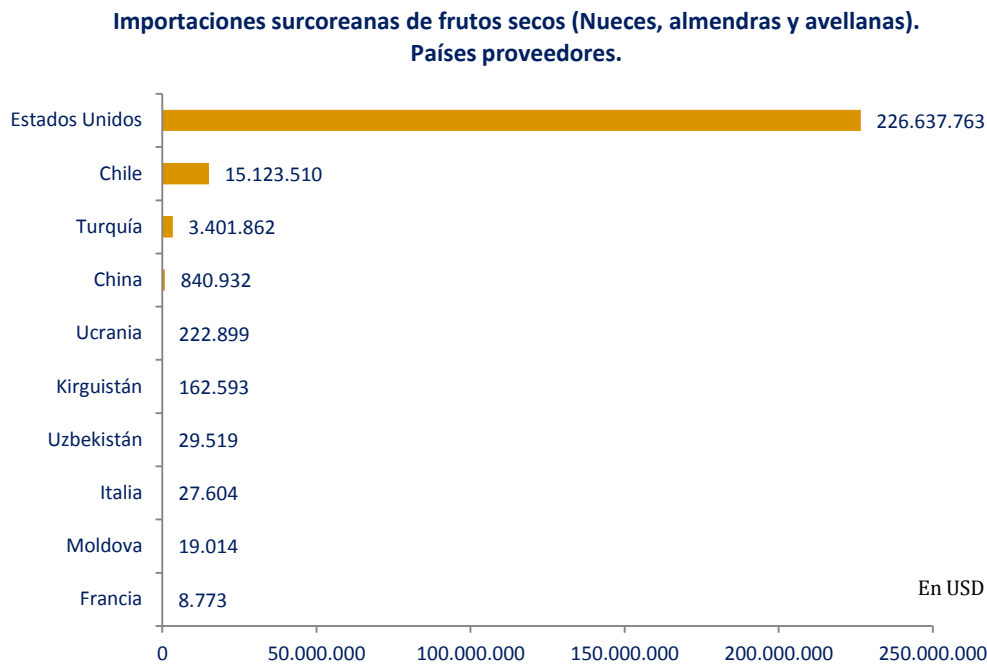


Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

2. Importaciones de Corea del Sur por País de Origen

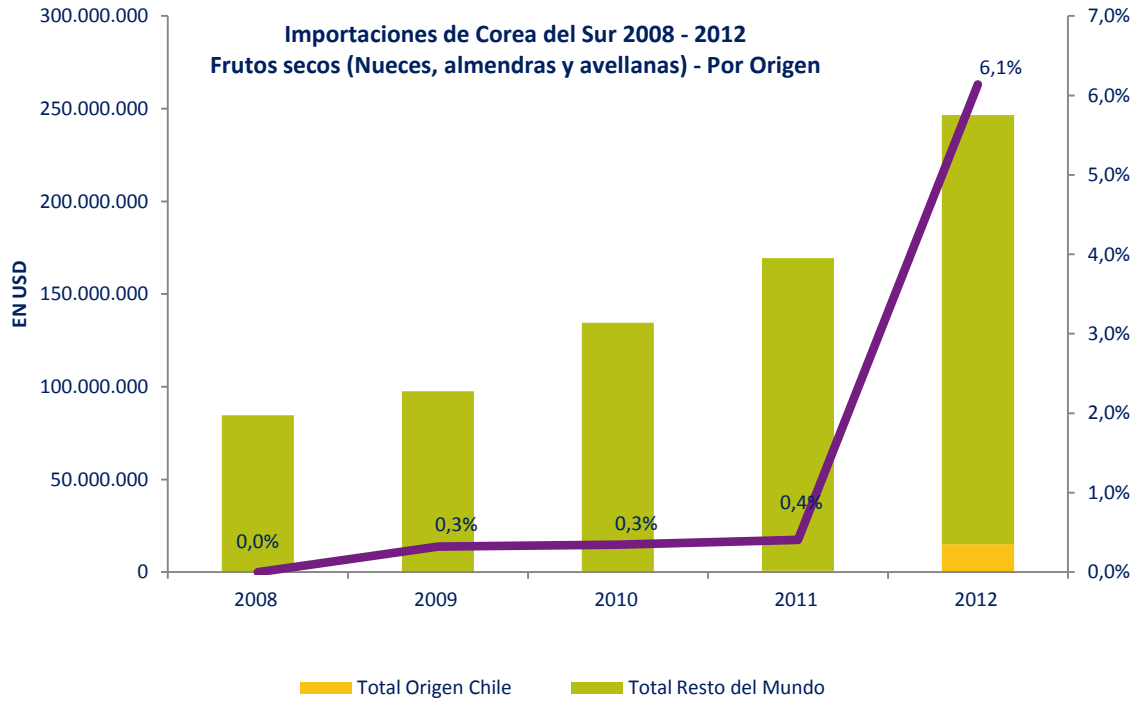
Estados Unidos se posiciona como el mayor exportador de frutos secos a Corea del Sur, con operaciones por USD 226,6 millones en 2012.

Hasta finales de 2011, Estados Unidos prácticamente dominaba el mercado de las nueces en Corea del Sur, sin embargo, a contar de 2012, Corea del Sur abrió sus fronteras a nuevos proveedores –Chile entre ellos-, con lo cual la producción de otros orígenes ha comenzado a ganar espacio en las preferencias de los consumidores de esta nación asiática.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

En su primer año de exportación a Corea del Sur, las nueces chilenas sumaron operaciones por USD 15,12 millones, con lo cual la cuota de mercado de nuestro país en las importaciones surcoreanas de frutos secos aumentaron en un 6,1%.



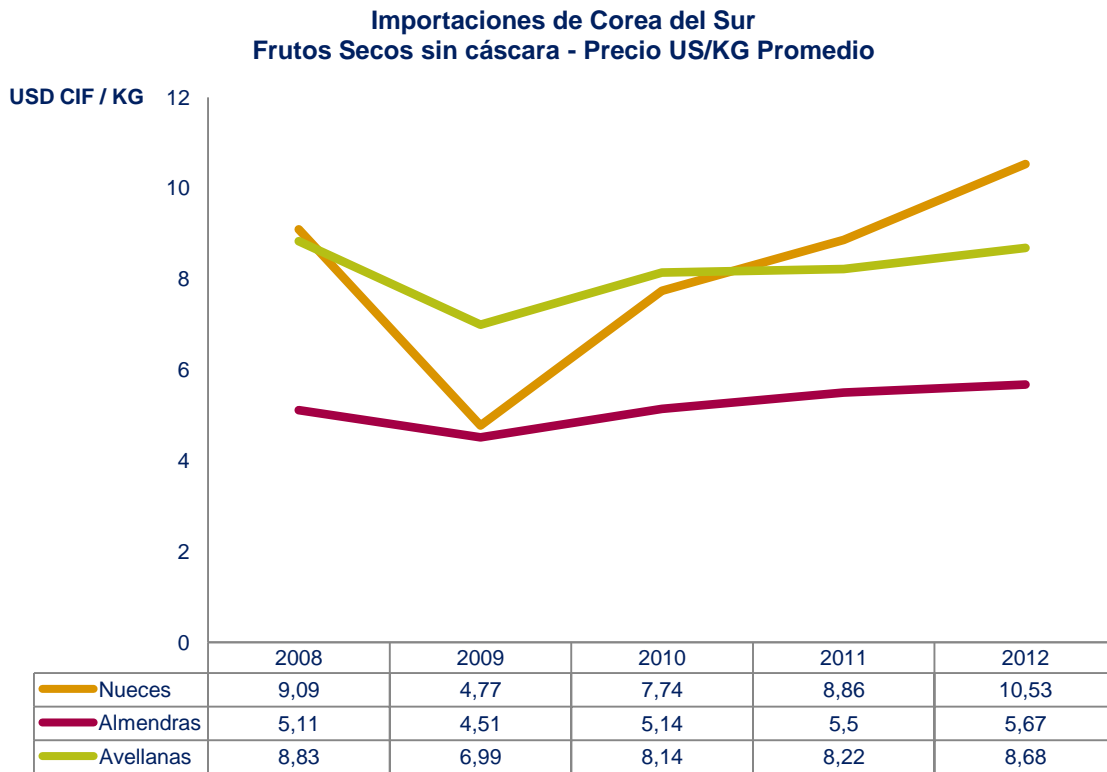
Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

Turquía y China son otros proveedores relevantes, aunque a gran distancia de Estados Unidos y Chile.

3. Precio Promedio de Importación

La fruta seca en el formato “sin cáscara” es la de mayor demanda en Corea del Sur, en la gráfica inferior es posible apreciar que el precio promedio de importación se ha recuperado en los últimos tres años, luego de una pronunciada caída en 2009.

En el año 2012, las nueces sin cáscara registraron un valor de importación CIF de USD 10,53 por kilo, las almendras sin cáscara promediaron un valor CIF USD 5,67 por kilo, por su parte, las avellanas sin cáscara alcanzaron un valor medio de CIF USD 8,68 por kilo.



Fuente: ProChile en base a datos Global Trade Atlas.

4. Producción Local de Productos de frutos secos en Corea del Sur.

Según el Foreign Agricultural Service del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, en Corea del Sur no existe producción local de pistachos o almendras y la producción anual de nueces es muy limitada, estimándola en 3 a 4 mil toneladas por año, lo cual no permite satisfacer la creciente demanda del mercado. La principal razón de esta reducida producción son las desfavorables condiciones climáticas para el cultivo de estos frutales².

² Walnuts, Almonds and Pistachios 2013, Reporte N° KS1320. Foreign Agricultural Service, USDA.

III. NORMATIVA INTERNACIONAL

Actualmente, el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile indica que el mercado de Corea del Sur se encuentra habilitado para la exportación desde Chile de:

ABIERTO	NO ABIERTO
Nueces sin cáscara.	Nueces con cáscara.
Almendras sin cáscara.	Almendras con cáscara.
	Avellanas.

Nueces sin cáscara

A contar del 15 de enero de 2012, Corea del Sur permitió la importación de nueces sin cáscara, estableciendo que de acuerdo a la normativa de “Estándares y Especificaciones para Alimentos” emitida por la Korea Food & Drugs Administration (KFDA), se debe cumplir con lo siguiente:

- 1) Máximo admisible de aflatoxinas (sumando las siguientes formas de aflatoxina: B1, B2, G1, y G2) es de 15 µg/kg. De lo anterior, el máximo admisible de B1 es de 10 µg/kg.
- 2) La detección de *Salmonella* spp. debe ser negativa.
- 3) Se debe cumplir con los Límites Máximos de Residuos de agroquímicos permitidos (MRL). El MRL en nueces sin cáscara debe ser consultado directamente en el sitio de la KFDA, pues estos son actualizados en forma periódica: [http://www.kfda.go.kr/files/upload/eng/Pesticide_MRL\(201204\).pdf](http://www.kfda.go.kr/files/upload/eng/Pesticide_MRL(201204).pdf)

También se puede contactar al Área Internacional-Bilateral de la División de Protección Agrícola del SAG (www.sag.gob.cl).

Se requiere igualmente la presentación de una Declaración de Importación de Alimentos en las oficinas locales de la Korea Food and Drug Administration (KFDA) y de una Solicitud de Inspección de Importación en las oficinas locales de la Animal and Plant Quarantine Agency (QIA) ubicados en los puertos o aeropuertos de entrada. El proceso es el siguiente:

- 1.- El importador debe presentar una Solicitud de Inspección de Importación ante la QIA.
- 2.- El producto debe ingresar acompañado de un certificado fitosanitario extendido por SAG-Chile.
- 3.- Las nueces sin cáscara que han pasado la inspección de la QIA, deberán presentar una Declaración de Importación de Alimento en las oficinas locales de la KFDA o a través de la página web www.foodnara.go.kr.

El producto debe venir acompañado de una explicación acerca de su contenido en idioma coreano, ya sea impresa en el propio envoltorio o en una etiqueta pegada al mismo.

Las nueces sin cáscara envasadas deben ser etiquetadas de acuerdo a lo que se estipula en los estándares de etiquetado de alimentos, y los aspectos mínimos que se debe considerar (traducidos al idioma coreano) en el envoltorio o la etiqueta son:

- Nombre del producto.
- Nombre y dirección del importador.
- Nombre del exportador y del fabricante.
- Fecha de vencimiento.
- Método de preservación.
- Peso de contenido del producto (el peso efectivo debe ser entre 95% y 105% de lo que se indica).
- Nombre de la principal materia prima y su proporción.
- Nombres de los aditivos utilizados.
- Materia del paquete si es empacado por resina sintética.

Esta exigencia tiene por propósito prevenir el ingreso de organismos perjudiciales para la salud y verificar que se cumplan las normas sobre forma, color, tamaño y frescura, tal como está estipulado en los estándares y especificación de alimentos conforme a las regulaciones del Acta de Sanidad de Alimentos.

Almendras sin cáscara y procesadas

Los importadores deben cumplir con las disposiciones de los artículos 7 y 9 de la Ley de Sanidad de Alimentos. Conforme al artículo 7 de la Ley de Sanidad de Alimentos, el importador debe efectuar una declaración ante el Director del *National Plant Quarantine Service* (NPQS) y los embarques deben ser inspeccionados por la División de Prevención de Enfermedades del NPQS.

La Korea Food and Drug Administration (KFDA) es la agencia encargada del cumplimiento de las normas de etiquetado. Al ingresar el producto en su primer embarque, debe someterse a un examen preciso que requiere de aproximadamente 10 días. A partir del ingreso del segundo embarque, sólo está sujeto a un examen aleatorio.

Dado que la almendra seca se clasifica como producto agrícola en tanto que la almendra procesada como producto procesado, ambas están sujetas a diferentes tipos de exámenes específicos, sin embargo, los dos productos deben especificar en sus etiquetas, como mínimo:

- 1) El nombre del producto,
- 2) El nombre y dirección del importador,
- 3) El contenido y peso,
- 4) La forma de conservación, y
- 5) La fecha de elaboración o de producción. Deben incluir, además, información respecto de la materia prima y pesos, cambio y devolución del producto, el número de teléfono al que puede llamar para pedir compensación, material del envase, entre otros.

IV. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

El Tratado de Libre Comercio suscrito entre Chile y Corea del Sur ha permitido que los productos chilenos ingresen al mercado coreano libres del pago de aranceles de importación, lo cual constituye una gran ventaja frente a la producción estadounidense la cual aún ingresa pagando arancel de importación a pesar de existir un Tratado de Libre Comercio entre Corea y Estados Unidos (ver cuadro inferior).

Código	Descripción	Arancel General	Arancel Chile	Arancel EE.UU.
0802.3100	Nueces con cáscara	45% del CIF	0% del CIF	42% del CIF
0802.3200	Nueces sin cáscara	30% del CIF	0% del CIF	25% del CIF
0802.1100	Almendras con cáscara	8% del CIF	0% del CIF	0% del CIF
0802.1200	Almendras sin cáscara	8% del CIF	0% del CIF	0% del CIF
0802.2100	Avellanas con cáscara	8% del CIF	0% del CIF	6,8% del CIF
0802.2200	Avellanas sin cáscara	8% del CIF	0% del CIF	7,2% del CIF

Fuente: Elaboración ProChile con información de TradeWizard.

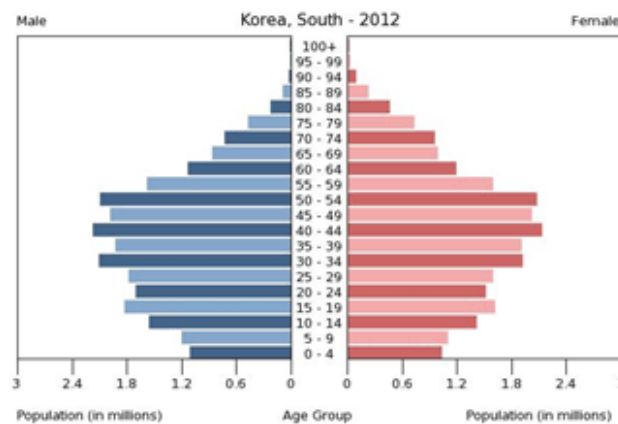
V. TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO

1. Población y Cambios Demográficos

Corea del Sur es la tercera economía de Asia y el vigésimo cuarto país más habitado del mundo, con una población de 50.004.441 de habitantes (estimado julio del 2012) y un PIB per cápita de US\$ 22.720 (2012). La población masculina representa un 50,08% y la femenina un 49,92%.

El tamaño medio de la familia coreana se ha reducido en las últimas décadas y es actualmente de tan solo 3 personas aproximadamente, se espera que para el 2015 los hogares unipersonales representen uno de cada cinco hogares.³

El 15,11% de la población tiene entre 0 y 14 años (hombres: 3.921.866 y mujeres: 3.637.197); 73,11% tiene entre 15 y 64 años (hombres: 18.689.577 y mujeres: 17.866.126); y 11,78% tiene 65 años o más (hombres: 2.431.843 y mujeres: 3.480.219). La población está envejeciendo rápidamente, el Instituto de Estadísticas de Corea del Sur proyecta que los seniors representarán el 20% de la población para el 2026.



Fuente: CIA World Factbook

2. Gasto y Consumo

En el 2012 el ingreso promedio mensual de una familia de 2 miembros ascendió a aproximadamente US\$ 4.077⁴. El gasto promedio mensual por hogar fue de US\$2.457. (Tipo de Cambio 1 US\$ = 1.100 Won, promedio 2012⁵). El mayor gasto en bienes de consumo corresponde a alimentos y bebidas no alcohólicas y restaurantes y hoteles.

Los alimentos representan un 23% del total de las ventas del sector retail y en el 2012 estas ventas aumentaron un 5% respecto al año anterior. Asimismo se proyecta un aumento total de un 17,5% del gasto en alimentación entre el año 2010 al 2015, siendo el subsector “Frutas” uno de los que ofrece la mayor tasa de crecimiento con un 20%.

³ Agriculture & Agri-Food Canada, Market Analysis Report, The South Korean Consumer, May 2011.

⁴ Korea National Statistics Office, Household Income & Expenditure Trends in the Fourth Quarter and in 2012

⁵ <http://fxtop.com/en/historical-exchange-rates.php?MA=1>

3. Comportamiento del Consumidor

- ✓ Los coreanos son extremadamente preocupados por su salud, situación que en parte se atribuye al aumento de sus ingresos y mejores estándares de vida. Asimismo al resultado de campañas de prevención sobre riesgos para la salud, lo que ha llevado al incremento del consumo de alimentos frescos y saludables así como la preparación de comidas con menos sal y grasas.
- ✓ La falta de tiempo y la vida agitada ha provocado un incremento en las compras de alimentos preparados y listos para llevar, muchas veces combinados con opciones preparadas saludables que contienen carne y vegetales de alta calidad.
- ✓ El surgimiento de un segmento aspiracional joven y profesional, que viaja constantemente a otros países y que usa intensivamente el internet y las redes sociales, hacen de Corea un mercado muy dinámico, donde el consumidor está constantemente a la búsqueda de nuevos productos, especialmente de aquellos que se asocian a una alta calidad de vida y sofisticación.⁶
- ✓ Una serie de escándalos públicos asociados con la seguridad alimentaria proveniente de productos alimenticios importados de China y Japón en los últimos años, ha llevado a que tanto los comerciantes y consumidores se preocupen más de la calidad y el origen de los productos importados que adquieren.
- ✓ La fruta ocupa cada vez más un lugar importante en la dieta diaria de los coreanos, si bien tradicionalmente no se incluía en las principales comidas del día como podría suceder en occidente. Sin embargo, el cambio de hábito de consumo, el ritmo de vida acelerada y el creciente interés por una vida saludable están influyendo a introducir cada vez más las frutas en el desayuno, almuerzo y cena.^{7 8}

4. Tendencias

- ✓ Aumento sostenido de ventas de alimentos funcionales.
- ✓ Creciente importancia por los temas de sustentabilidad, trazabilidad y temas medioambientales.
- ✓ Mayor preocupación y conciencia sobre el origen de los alimentos y la seguridad alimentaria.
- ✓ Se prevé que el mayor aumento en el consumo de alimentos frescos sea en frutas, frutos secos y carnes.
- ✓ Mayor interés en alimentos naturales, sin aditivos y sin glutamato de sodio. Aumento en el consumo de alimentos procesados.
- ✓ En cuanto a los alimentos envasados, el segmento de mayor crecimiento es el de los sustitutos alimenticios adelgazantes y para convalecientes.
- ✓ El creciente envejecimiento de la población aumentará la demanda por alimentos en envases más pequeños y fáciles de abrir.

⁶ ProChile Seúl. Cómo Hacer Negocios con Corea del Sur, 2013.

⁷ USDA Gain Report Nº KS 1318. Retail Foods – Republic of Korea, marzo 2013.

⁸ Agriculture & AgriFood Canada. Market Analysis Report – The South Korean Consumer, mayo 2011.

- ✓ Aumento en el consumo de alimentos Premium y orgánicos⁹ y de producción local.
- ✓ Población dispuesta a gastar más dinero en artículos de lujo prioritariamente de marcas extranjeras.¹⁰
- ✓ Influencia occidental: La adopción de valores propios de la cultura occidental como nuevo patrón de imagen social.
- ✓ Creciente influencia de movimiento social embarcado a rescatar las raíces de la agricultura y cocina tradicional coreana.¹¹

5. Lanzamientos de Productos

De acuerdo a lo informado por Agriculture & Food Canada¹², en base a información de Mintel, un 56,8% de los nuevos productos en el mercado entre el año 2000 al 2010 venía etiquetado como producto natural, un 38% con el atributo “demográfico”, un 35,6 % cómo “conveniente”, un 15,7% “funcional” y un 5% cómo “ético y medioambientalmente amigable”.

⁹ AUSTRALIA. Agribusiness & Food, Trade Opportunities in the Asian Century, marzo 2013.

¹⁰ McKinsey & Company. South Korea: Living it up in Luxury, 2011.

¹¹ <http://www.foodfirst.org/en/local+Korean+food>

¹² <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/asi/pdf/6129-eng.pdf>

VI. TENDENCIAS DE DISTRIBUCIÓN

Fuentes de la industria local estiman que sobre el 70% de todos los alimentos y productos agropecuarios consumidos en el mercado son importados o procesados localmente de ingredientes importados.¹³ Asimismo, se calcula que Corea del sur es el quinto mayor importador de alimentos del mundo.

Corea tiene una industria alimentaria bien desarrollada que produce una gran variedad de alimentos procesados que incluyen carnes, productos del mar, hortalizas, frutas, noodles, productos en base a soya, salsas y especias, bebidas, snacks, lácteos y licores. Requiriendo de gran cantidad de diferentes ingredientes para cubrir la demanda de esta industria.

Las importaciones de los sectores alimentarios y agroindustria son manejadas por grandes conglomerados mayoristas que dominan el poder de compra y distribución local a gran escala. A su vez, las grandes tiendas por departamento, tiendas de descuento y tiendas de conveniencia están ganando un mayor poder y cobertura del mercado nacional, desplazando al comercio de menor escala.¹⁴

En la actualidad cualquier empresa establecida en Corea puede realizar importaciones directamente sin necesidad de recurrir a intermediarios, sin embargo, una muy considerable parte de las importaciones aún se realiza a través de compañías de trading. En muchos casos estas compañías son, al mismo tiempo, mayoristas y distribuidores, como ocurre muy frecuentemente en el sector de productos alimenticios y bebidas, pero en muchos otros actúan de simples intermediarios.¹⁵

Los super e hipermercados son las mayores cadenas de distribución para los alimentos y bebidas importadas. Las tiendas de departamentos son el mayor canal para la venta de alimentos y bebidas de consumo final. Los minoristas confían en importadores y distribuidores especializados para los productos alimenticios importados.

Los hipermercados, con sus economías de escala y conveniencia para el consumidor son la mayor fuerza de venta en Corea a partir del año 2002, reemplazando a las tiendas de departamentos. Estos puntos de venta representaron el 12,1% de todas las ventas retail el año 2012. Sin embargo se espera que su crecimiento se estanque ya que el mercado se encuentra casi saturado, como asimismo debido a un creciente movimiento social de protección a los pequeños locales.¹⁶

Marcas Propias

La expansión y poder de los grandes conglomerados ha contribuido a la presencia emergente de productos con marcas propias, impulsadas además por la búsqueda de productos de menor valor y la disminución de visitas a los supermercados.

¹³ USDA Gain Report N° KS 1318, Retail Foods – Republic of Korea, marzo 2013.

¹⁴ ProChile Seúl, Corea del Sur – Plan de Acción 2013.

¹⁵ ICEX, Corea de Sur; Canales y Estrategias de Distribución, 2011.

¹⁶ USDA Gain Report N° KS 1318. Retail Foods – Republic of Korea, marzo 2013.

VII. TENDENCIAS DEL SECTOR/PRODUCTO

La producción de almendras y nueces es casi nula pero existe alta demanda, especialmente debido a la publicidad que asocia su consumo con beneficios para la salud. La Korea Nutrition Society modificó en el 2010 la tabla de alimentos recomendados para la población coreana, conforme a la constitución corporal de la población, clasificando a los frutos secos en la categoría de los alimentos recomendados por su contenido proteico (junto a la carne, pescados, huevos y semillas).¹⁷

Asimismo el consumo se ha beneficiado por el auge en la elaboración de nuevos productos por parte de la industria de alimentos (cereales, snacks, confites, etc.) y el crecimiento de la industria del servicio de alimentos (pastelerías, cafés, etc.)

Consumo de fruta seca en Corea del Sur.								
	2008		2009		2010		2011	
	TM	Per cápita (kg/persona)	TM	Per cápita (kg/persona)	TM	Per cápita (kg/persona)	TM	Per cápita (kg/persona)
ALMENDRAS	6.533	0,131	10.445	0,209	10.785	0,216	14.142	0,284
NUECES	6.445	0,130	10.343	0,209	9.262	0,187	9.749	0,197

Fuente: *International Nut Council.*

La demanda proviene principalmente de parte del canal HoReCa y de los procesadores de alimentos. Las nueces se utilizan en repostería y confitería así como en la elaboración de “Hodo Kwaja”, un snack local que contiene nueces como su ingrediente principal.

De acuerdo a lo informado por John Talbott del Almond Board of California, la demanda por almendras aumentó el 2012 en Corea un 29%.¹⁸

El destino principal para las almendras es la repostería, utilizando el producto entero, en polvo y en rodajas; el consumo doméstico, que representa aproximadamente un 24% del consumo total, también ha aumentado debido especialmente a sus beneficios para la salud.¹⁹

¹⁷ ProChile Seúl, Estudio de Mercado Almendras, 2011.

¹⁸ <http://economia.terra.com.mx/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201304261420> AFP TX-PAR-AHD81



¹⁹ USDA Gain Report N°KS1320, South Korea - Almonds, Walnuts and Pistachios, 2013.

Formatos de venta:

Según ProChile Seúl, los importadores surcoreanos valoran que el sabor de las nueces de Chile es casi igual al de las nueces de EE.UU., lo cual no va a generar ningún tipo de problemas con los consumidores. También es importante que el color de la nuez sea claro y que no tenga manchas negras.

La mayoría de las nueces importadas en Corea corresponden a la especie Chandler la cual también se produce extensivamente en Chile.

Según MINTEL, en el último año la incorporación de avellanas, nueces y almendras a productos tipo snack o barras de cereal sobresale como una de las tendencias más destacadas, tanto en envases que contienen un solo fruto como en mezclas o "Mixed Nuts". Marcas propias como "Chioce L", perteneciente al gigante Lotte Shopping han innovado en formato, lanzando al mercado su "Wellbeing Mixed Nuts" en envase flexible, el cual incluye pequeñas porciones en bolsas (ver imagen inferior).

<p>WELLBEING MIXED NUTS</p> <p>MARCA: CHIOCE L</p> <p>EMPRESA: LOTTE SHOPPING</p>	
 <p>ENVASE COMPLETO</p>	 <p>PORCIÓN</p>

Fuente: Mintel GNPD.



CEREALES DE ALMENDRA



CARAMELOS DE NUEZ



GALLETAS



LECHE DE NUEZ Y ALMENDRAS



HELADOS



TÉ



GALLETAS
Y ALMENDRAS



ALMENDRAS Y CHOCOLATE

Fuente: ProChile Seúl.