

---

# Estudio de Mercado Arándano congelado en Corea

Octubre 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Corea

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	5
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	8
<b>1. Estadísticas 2012 (Abril)</b> .....	8
<b>2. Estadísticas 2011</b> .....	8
<b>3. Estadísticas 2010</b> .....	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	9
<b>1. Potencial del producto</b> .....	9
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	10
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto</b> .....	12

<b>1.3. Comentarios de los importadores .....</b>	<b>14</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>14</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>14</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>15</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista .....</i>	<i>16</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>18</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>19</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>20</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>21</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>22</i>

## PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**

A partir del año 2012, los demás arándanos congelados se clasifican bajo la siguiente partida:

081190.19 (los demás)

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

Arándanos congelados.

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

0811.90.9000 - Fruit and nuts, uncooked or cooked by steaming or boiling in water, frozen, whether or not containing added sugar or other sweetening matter; Other

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL:**

- 30 %

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:**

- 0%

**3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

Región/Año	2012	2013	2014
TLC Asean	30	30	30
TLC Singapur	10.9	8.2	5.5
TLC EFTA Suiza	27	27	27
TLC UE	20	15	10
TLC Perú	18	12	6
TLC EE.UU.	25.7	21.4	17.1

**4. OTROS IMPUESTOS:**

- Exención de IVA

**5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS**

- No existen barreras



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

**1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO**

La importación de berries congelados está sujeta a las normas contenidas en el Ley denominada “Acta de Protección de Plantas” (Plant Protection Act) y en la Ley denominada “Acta de Sanidad de Alimentos” (Food Sanitation Act).

De acuerdo a estas normas, se requiere la presentación de una Declaración de Importación de Alimentos en las oficinas locales de la Administración de Alimentos y Drogas de Corea (KFDA) y una Solicitud de Inspección de Importación en las oficinas locales de la Agencia de Cuarentena e Inspección de Animales, Plantas, y Productos del Mar (QIA) ubicados en los puertos o aeropuertos de entrada.

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

El importador debe presentar una Solicitud de Inspección de Importación ante la QIA. El producto debe ingresar acompañado de un certificado fitosanitario emitido por el SAG-Chile, incluyendo la frase “Este producto ha sido procesado y almacenado en una temperatura inferior a los -18°C (This product has been processed and stored at a temperature of -18°C or lower)”.

Se hace presente que si bien los berries congelados tienen la apariencia de un producto procesado, el solo proceso de congelación no es suficiente tratamiento para considerarlo como producto “procesado” propiamente tal en Corea.

Una vez concluida la inspección por parte del QIA, se debe presentar una Declaración de Importación de Alimento en las oficinas locales del la KFDA o a través de la página web de <http://www.foodnara.go.kr/foodnara/index.do> (en coreano).

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.

Los berries congelados envasados deben ser etiquetados de acuerdo a lo estipulado en la norma “Estándares de etiquetado de alimentos”, y los elementos 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 del contenido (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
- Material del paquete si es empacado por resina sintética

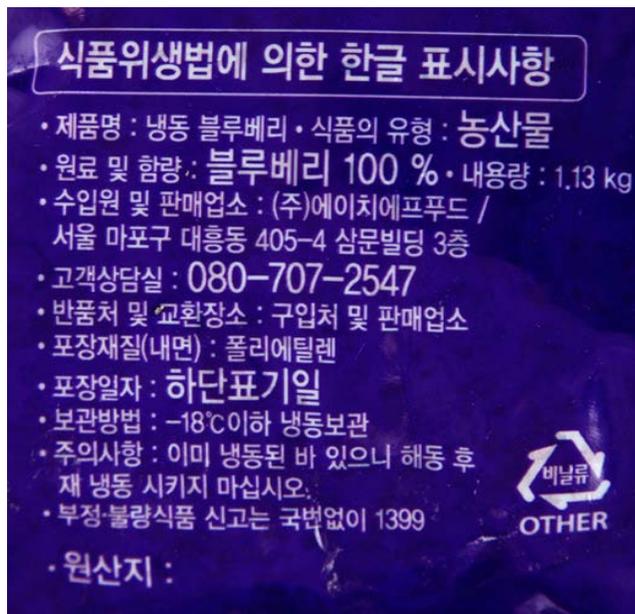
Esta exigencia tiene por propósito prevenir el ingreso de organismos perjudiciales para la salud y verificar que se cumplan las normas sobre forma, color, tamaño y frescura, tal como está estipulado en los estándares y especificación de alimentos.

Los principales estándares que deben cumplir los berries congelados son:

- a. Los berries congelados deben mantenerse congelados a temperaturas bajo los -18°C, tanto durante su transporte como durante su almacenamiento, utilizando para ello equipos adecuados, tales como vehículos con cámara frigorífica o contenedor reefer.
- b. El producto no puede ser descongelado y vuelto a congelar, o ser distribuido como “refrigerado” una vez descongelado.
- c. El contenido de bacterias no puede ser superior a 100.000/g, y los coliformes no deben exceder de 10/g.
- d. El contenido de plomo no debe exceder de 2 mg/kg en berries congelados.
- e. Se debe cumplir con los límites máximos de residuos de agroquímicos permitidos. Estos son actualizados periódicamente por las autoridades sanitarias coreanas. Para consultar sobre los límites máximos vigentes, contactar al Área Internacional-Bilateral de la División de Protección Agrícola del SAG ([www.sag.cl](http://www.sag.cl)).

El Acta de Comercio Exterior estipula que la etiqueta del paquete debe indicar el país de origen del producto.

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS



Etiqueta en coreano de acuerdo al Acta de Sanidad de Alimentos

- Nombre del producto : Arándano congelado – Tipo de producto: Agrícola
- Materias primas y su contenido: Arándano 100%
- Peso: 1,13 kg
- Importador y vendedor: HF Food Co., Ltd.
- Piso 3, Sammoon Bldg., 405-4, Daeheung-dong, Mapo-gu, Seul
- Atención al público: 080-707-2547
- Devolución y cambio de producto : Lugar de compra
- Materia de envase(interior): Polipropileno
- Fecha de fabricación : la fecha mencionada en el producto
- Conservación : Conservar a la temperatura menos de 180 grado bajo 0
- Precaución: No congelar nuevamente después de ser descongelado ya el producto ha sido congelado una vez
- Corrupción o por producto del mal estado llamar a 1399.
- Origen

# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## Arándano congelado

### 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad Kg.	% Participación en el Mercado
EE.UU.	3,931,050	83.33
Canadá	557,499	11.82
<b>Chile (3)</b>	<b>122,235</b>	<b>2.60</b>
Francia	70,441	1.50
Tailandia	18,360	0.39
China	16,110	0.35
Holanda	960	0.02
Gran Bretaña	907	0.0193
Nueva Zelandia	14	0.0003
Finlandia	8	0.0002
Total	4,717,584	100.00

### 2. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad Kg.	% Participación en el Mercado
EE.UU.	4,631,934	63.53
Canadá	1,600,695	21.96
<b>Chile (3)</b>	<b>898,898</b>	<b>12.33</b>
Francia	70,119	0.97
México	44,137	0.61
Argentina	35,558	0.49
Bélgica	6,295	0.09
China	3,953	0.06
Alemania	109	0.0015
Lituania	11	0.0002
Total	7,291,709	100.00

### 3. ESTADÍSTICAS 2012

Principales Países de Origen	Cantidad Kg.	% Participación en el Mercado
EE.UU.	3,608,350	50.90
<b>Chile (2)</b>	<b>2,594,874</b>	<b>36.60</b>
Canadá	818,859	11.55
Francia	40,770	0.58
Argentina	19,152	0.27
Bélgica	3,210	0.05
Holanda	3,115	0.044
Alemania	810	0.0115
China	538	0.0076
Serbia	1	0.0001
Total	7,089,679	100.00

Fuente: Animal Plant & Fisheries Quarantine & Inspection Agency

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Los principales países competidores son EE.UU. y Canadá, los cuales en 2010 concentraban el 95% de las importaciones a Corea, en tanto Chile solo tenía una participación de un 2.6%. En 2011, EEUU y Canadá bajaron su participación relativa al 85%, mientras que Chile aumentó al 12.33%, incrementando el volumen importado en más de 7 veces respecto de 2010. En lo que va corrido de 2012 (Octubre), Chile ha exportado casi 2.600 toneladas, con un 36% de participación sobrepasando a Canadá y acercándose rápidamente al volumen exportado por EE.UU. en el mismo periodo.

El éxito que ha tenido Chile en ventas de arándanos congelados se atribuye a costos más bajos por economías de escala, e infraestructura de frío adecuada que permite entregar producto a precios competitivos a lo largo de todo el año y competir contra el arándano fresco proveniente del hemisferio norte. Cabe destacar que durante 2012, EE.UU. aumentó fuertemente sus precios, tanto del producto fresco como congelado, para compensar el mayor costo de producción generado por inversiones para ampliar la superficie productiva. El aumento de precio del arándano de EEUU no fue bien recibido por los importadores y retailers de Corea, ya que no pudieron traspasar el mayor precio a los consumidores sin comprometer sus márgenes de rentabilidad. En este escenario el producto congelado de Chile se ha presentado como la opción más competitiva lo cual se ha reflejado claramente en los volúmenes importados desde Chile.

En este contexto, se estima que los exportadores chilenos que tengan la capacidad de mantener precios competitivos tendrán mejores oportunidades de aumentar sus volúmenes, ganar mayor participación de mercado

y reconocimiento por parte del consumidor final. Se estima que el 70% del arándano congelado se comercializa directamente en retail/supermercados y tan solo el 30% como ingrediente para la industria de alimentos. La familia coreana compra arándanos congelados como sustituto del producto en fresco (cuando el fresco está muy caro o no cuando hay disponibilidad) y principalmente para uso en leches malteadas, smoothies y jugos naturales, los cuales se consumen a diario en desayunos y/o como bebida acompañante en las meriendas. La presentación congelada facilita la preparación de este tipo de bebidas ya que se evita la adición de hielo.

Si bien es cierto que los consumidores coreanos prefieren el arándano (y la mayoría de las frutas) en fresco, el factor precio y la disponibilidad del producto en el mercado son determinantes a la hora de comprar. Por ejemplo, en Junio de 2012 se observó que el clam-shell de 310 gramos de producto fresco procedente de EE.UU. costaba 9.800 KRW (US \$8.35), mientras que la bolsa de 1 kg del producto congelado de Chile costaba 8,900KRW (US\$7.58 aprox.).

Las dueñas de casa compran arándano fresco (ya sea local o importado) principalmente para el consumo de los niños como snack y postre. Sin embargo, frente a precios más elevados del producto fresco importado, o a falta de disponibilidad del producto fresco local (Corea produce solo 2mil TM al año las cuales se venden rápidamente todo en fresco), se opta por comprar más cantidad del producto congelado en donde Chile ha ocupado un espacio importante gracias a su precio competitivo y calidad.

Los consumidores coreanos dan mucha importancia a la salud y el bienestar, por lo que existe un amplio reconocimiento sobre las propiedades benéficas del arándano por su alto contenido en antioxidantes, lo cual ha expandido su uso tanto en fresco y congelado, como también en forma de ingrediente para la elaboración de alimentos (ej: jugos, lácteos, suplementos nutricionales) y la industria de repostería y cafeterías que se encuentra en fuerte expansión en las principales ciudades del país.

Se estima que el consumo de arándanos congelados y frescos seguirá creciendo, presentando oportunidades de nuevos negocios con las grandes cadenas de supermercados que importan directamente (E.j Emart, Shinsegae, TESCO/Homeplus), los importadores/distribuidores de frutas mayoristas y proveedores del canal HORECA.

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

#### Ingrediente para la industria alimentaria



Repostería y pastelería



Yogurt y lácteos



Helados



Jugos



Bebidas – smoothies



Patbingsoo  
(postre popular coreano hecho con hielo granizado)

Uso doméstico



Licuada



Ensaladas



Yogurt con arándano



Cereales con arándano



Panqueques

## 1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

### Canales de Venta

La venta de arándano congelado se realiza a través de dos principales canales

- Retail (tiendas por departamento y/o cadenas de supermercados)
- Televenta a través de internet

Las ventas por internet otorgan el servicio de despacho a domicilio dentro de las 24 hrs después de colocado el pedido. El producto se envía en un embalaje térmico (caja de plumavit con hielo seco como se muestra en la fotografía más abajo). Las compañías de venta por internet contratan servicios de courier para garantizar que el producto llegue perfectamente congelado y a tiempo.

No existe mayor diferencia de precios entre el canal retail y ventas por internet, salvo el incremento marginal por costo de reparto.



Embalaje término utilizado para el despacho de ventas por internet

### Arándano en Polvo

Producto del fuerte crecimiento en la demanda de arándanos, junto con el mayor reconocimiento de las propiedades benéficas para la salud, es que los institutos de investigación Coreanos y laboratorios tanto públicos como privados están desarrollando nuevos productos y aplicaciones tales como el polvo de arándano.

Por ejemplo, el Kyungsangnamdo Agricultural Research & Extension Service ha desarrollado un polvo de arándano que puede ser utilizado en la industria de alimentos y repostería (ver foto). Estas aplicaciones innovadoras permiten conservar el producto y mantener sus beneficios por mayor tiempo, y minimizar la dependencia del producto fresco o congelado, permitiendo el consumo de arándano durante todo el año.



Queque hecho con arándano en polvo

(Desarrollado por Kyungsangnamdo Agricultura Research & Extension Services)

Fuente: [www.rda.go.kr](http://www.rda.go.kr)

### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES

#### Que opinan los importadores de Arándano en Corea?

Opiniones sobre Chile:

- Largo periodo de transporte marítimo
- Demoras y alto costo en el manejo de empaquetado (bolsas de arándanos congelados)
- Precios de exportación deben ser más bajos (percepción que solo los exportadores Chilenos se benefician de la preferencia arancelaria, no los importadores)

Opiniones sobre EE.UU.:

- Se prevé precios más competitivos y mayor oferta de EE.UU., dada la entrada en vigencia del TLC con Corea, que considera una reducción arancelaria progresiva del 6% anual, llegando a 0% de arancel en 2016
- Buena reputación entre los consumidores coreanos (EEUU se ha posicionado como país proveedor líder en calidad)
- Ventajas por menor tiempo de transporte

#### ¿Cómo podemos mejorar en Chile?

- Invertir en el mejoramiento tecnológico de embalajes congelados y empaquetado
- Balancear márgenes comerciales – compartir los beneficios por preferencia arancelaria del TLC
- Mayor apoyo para promocionar ventas en canal retail y online (materiales audiovisuales)

### 1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

La mayor demanda de arándanos congelados (al igual que otros berries y frutos congelados) se da en la época más cálida, es decir, entre Mayo y Septiembre (primavera y verano de Asia). Los consumidores finales preparan en casa jugos naturales, smoothies, y el tradicional Patbingsoo. Como se ha señalado, el 70% de arándano congelado se vende en supermercados y retail, y un 30% se destina a la industria alimentaria, específicamente para uso en yogurt, lácteos, y jugos en general.

### 1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumo se concentra en los grandes centros urbanos donde están presentes las cadenas de retail, restaurantes y donde existe una alta penetración de internet.

- Tiendas por departamento (Shinsegae, Hyundai, Lotte, etc.)
- Supermercados (Emart, Lottemart, Homeplus, etc.)
- Cafés, pastelerías, restaurantes, etc.

Ejemplos de empresas de Televenta por Internet

<http://www.11st.co.kr/product/SellerProductDetail.tmall?method=getSellerProductDetail&xfrom=search^prd&prdNo=270787346>

[http://www.akmall.com/catalog/general/detail.jsp?goods\\_cd=261904300250&flagsso=t](http://www.akmall.com/catalog/general/detail.jsp?goods_cd=261904300250&flagsso=t)

[http://www.cjmall.com/prd/detail\\_cate.jsp?item\\_cd=16175984&nv\\_pchs=4kFchDKywdAkrlvKd7uHdCVMjYWLPYo](http://www.cjmall.com/prd/detail_cate.jsp?item_cd=16175984&nv_pchs=4kFchDKywdAkrlvKd7uHdCVMjYWLPYo)

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 1) Importador ⇒ Cadena de venta propia minorista (pequeños supermercados) ⇒ Consumidor final  
Ej.: La empresa Orga Whole Food importa productos y venden en sus cadenas de pequeños negocios.



- 2) Importador ⇒ Cadenas de supermercados (Ej.: Lotte mart) ⇒ Consumidor final
- 3) Cadenas de supermercados importando directamente (Ej.: TESCO/Homeplus) ⇒ Consumidor final
- 4) Importador ⇒ Tele venta/Internet ⇒ Consumidor final

Ejemplo de venta en internet

<http://www.11st.co.kr/product/SellerProductDetail.tmall?method=getSellerProductDetail&xfrom=search^prd&prdNo=270787346&trTypeCd=20&trCtgrNo=585021>

- 5) Importador ⇒ Productor de mermeladas ⇒ Industrias de lácteos y jugos (Ej.: Maeil Dairies Co., Ltd. Que produce yogurt de arándano) ⇒ Almacenes/supermercados ⇒ Consumidor final



- 6) Importador ⇒ Distribuidor ⇒ Restaurantes / Hoteles/ Cafeterías ⇒ Consumidor final  
Ejemplo de cafeterías donde utilizan arándanos para sus productos: Smoothie King; Blueberry Heaven



## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

 <p>Precio: KRW 8,900 (US\$ 7.58) Origen: Chile Peso: 1Kg</p>	 <p>Precio: KRW 9,800 (US\$ 8.35) Origen: EE-UU. Peso: 1Kg</p>
--	---



Precio: KRW 36,900 (US\$ 31.43)  
 Origen: EE.UU.  
 Peso 340g X 10 paquetes: 3.4 Kg



Precio: KRW 53,010 (US\$ 45.15)  
 Origen: Canadá  
 Peso 340g X 8 paquetes: 2.72 Kg  
 \*Arándano silvestre



Precio: KRW 15,800 (US\$ 13.46)  
 Origen: Chile  
 Peso 1 Kg \*Arándano orgánico



Precio: KRW 17,500 (US\$ 14.90)  
 Origen: Bélgica  
 Peso 300 g  
 Arándano IQF



Precio: KRW 28,800 (US\$ 24.53)  
 Origen: Chile  
 Peso 500g X 4 paquetes: 2Kg



Precio: KRW 41,000 (US\$ 34.92)  
 Origen: EE.UU.  
 Peso 750g X 2 paquetes: 1.5Kg

 <p>Precio: KRW 56,440 (US\$ 48.07)          Origen: Canadá          Peso 1Kg X 3 paquetes: 3Kg          Arándano silvestre</p>	 <p>Precio: KRW 18,140 (US\$ 15.45)          Origen: EE.UU.          Peso: 1.36 Kg          Arándano IQF</p>
--	---

Tipo de cambio: US\$1=1,174.30KRW (18/05/12) Korea Exchange Bank

Fuentes:

- [www.emart.com](http://www.emart.com)
- [www.lotte.com](http://www.lotte.com)
- [www.foodmart.co.kr](http://www.foodmart.co.kr)

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

### Seminarios especializados



El US Highbush Blueberry Council ha organizado el seminario de arándanos donde se invitaron los importadores, distribuidores, cadenas de restaurantes y productores. El 3 de Abril 2012 en Coex International Hotel

En general los países competidores (EEUU, Canada principalmente) organizan seminarios con las siguientes temáticas comunes:

- Datos de producción, oferta y precios
- Noticias técnicas
- Nuevos productos y desarrollos
- Herramientas de marketing para importadores y la cadena de agregación de valor
- Contactos y networking entre nuevos exportadores e importadores



En el lugar del seminario se han exhibido los productos nacionales que han usado arándanos provenientes de EE.UU e importados

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Incluidas en las fotos del punto 7.

# X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

## Educación del consumidor final:

Los consumidores coreanos son ávidos de información; de manera general se interesan en conocer más detalles sobre los productos y particularmente de aquellos que ofrecen beneficios para la salud. En este sentido los exportadores chilenos de arándanos deben reconocer esta característica del consumidor coreano y desarrollar elementos de marketing y promoción que faciliten la entrega de información respecto de las características y beneficios del producto, por ejemplo:

- Beneficios para la salud: concentración de antioxidantes y equivalencias/comparación con otros berries
- Producción: zonas geográficas, características agroclimáticas, pureza de las aguas, control de plagas, etc.
- Cosecha y procesamiento: cuidados que se toman en la recolección, congelado y packaging
- Presentación: flexibilidad para acomodar distintos formatos requeridos según el consumidor final
- Calidad: cuidados en la cadena de valor para que el producto llegue a la mesa del consumidor en las mejores condiciones de calidad
- Experiencia: reforzar el hecho que Chile se ha transformado en una potencia alimentaria, que es uno de los países líderes en la producción y exportación de berries congelados, y especialmente de arándanos, con amplia aceptación en mercados tan exigentes como EEUU, Canadá y Europa.

## Televentas e Internet:

Corea cuenta con uno de los índices de penetración de internet más altos del mundo, lo que ha desarrollado una creciente costumbre de comprar todo tipo de bienes y servicios a través de internet, incluyendo berries congelados. Ya existen empresas importadoras especializadas en productos congelados que venden exclusivamente por internet tanto a consumidores finales como industrias de alimentos y restaurantes.

A los exportadores Chilenos que deseen maximizar sus oportunidades en este canal se les sugiere diseñar elementos de promoción en cooperación con sus contrapartes coreana que sean compatibles con las plataformas de compras por internet (por ejemplo: videos educativos, ejemplos de aplicaciones y recetas del producto, desarrollo de marca, promociones/ofertas, todos los anteriores en idioma local)

## Mayor desarrollo de la industria de alimentos:

El 30% del consumo de arándanos congelados en Corea lo concentra la industria de alimentos y se espera que este siga aumentando. Hoy en día existe una creciente variedad de productos que contienen arándanos, por ejemplo, se elaboran mermeladas, jarabes concentrados, e incluso polvo de arándano, ingredientes que posteriormente son utilizados en la fabricación de productos lácteos, jugos, helados, pasteles, salsas, caramelos, etc. los cuales a su vez se comercializan tanto en el canal retail, como también en restaurantes, cafés y pastelerías de alto nivel.

Existe un verdadero boom en el uso del arándano en todo tipo de alimentos, por lo tanto es estratégico para los exportadores chilenos establecer relaciones comerciales con este segmento de clientes industriales, los cuales pueden ofrecer una demanda constante del producto congelado a través del año.

# XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

## 1. SEOUL FOOD & HOTEL 2012

Período: 2012.5.8-2012.5.11

Lugar: KINTEX

Organizador: Korea Trade Investment Promotion Agency (KOTRA), Allworld Exhibitions, Korean Exhibition Management Co., Ltd. (KEM)

Tel.: 82-2-3460-7258

Fax: 82-2-3460-7918

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

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

## 2. ORGANIC NATURAL 2012

Período: 2012.8.3-2012.8.5

Lugar: COEX

Organizador: Korea Organic Farming Association

Tel.: 82-2-557-6776 / 0637

Fax: 82-2-557-0870

E-mail: [org@world-expo.co.kr](mailto:org@world-expo.co.kr)

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

## 3. BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION 2012

Período: 2012.6.14-2012.6.17

Lugar: BEXCO

Organizador: Korea Health Industry Development Institute, Busan MBC

Tel.: 82-2-588-2489

Fax: 82-2-588-2599

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

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

## 4. FOOD WEEK 2012

Período: 2012.11.6-2012.11.9

Lugar: COEX Hall A, B, C

Organizador: COEX

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

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)

5. GWANGJU INTERNATIONAL FOOD FAIR 2012  
 Período: 2012.11.15-2012.11.18  
 Lugar: Kimdaejung Convention Center  
 Organizador: Kwangju Metropolitan Government  
 Tel.: 82-2-611-2213/2215  
 Fax: 82-2-611-2209  
 E-mail: [food@foodshow.kr](mailto:food@foodshow.kr)  
[http://foodshow.kr/eng/sub.html?sub\\_p=01\\_02](http://foodshow.kr/eng/sub.html?sub_p=01_02)

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### Entidades gubernamentales

- Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fishery [www.mifaff.go.kr](http://www.mifaff.go.kr)
- National Agricultural Products Quality Management Service [www.naqs.go.kr](http://www.naqs.go.kr)
- Agro Food Safety Information Service <http://www.agros.go.kr/index.jsp>
- Korea Food and Drug Administration [www.kfda.go.kr](http://www.kfda.go.kr)

### Institutos y Corporaciones

- Rural Development Administration [www.rda.go.kr](http://www.rda.go.kr)
- Agricultural Training Institute <http://www.ati.go.kr/>
- Korea Agro Fisheries Trade Corporation [www.at.or.kr](http://www.at.or.kr)
- Seoul Agricultural & Marine Products Corporation [www.garak.co.kr](http://www.garak.co.kr)
- National Agricultural Cooperative Federation <http://www.nonghyup.com/>

### Diarios y revistas

- The Agriculture, Fisheries & Livestock News [www.aflnews.co.kr](http://www.aflnews.co.kr)
- Korea Agriculture and Fishery News <http://www.agrinet.co.kr/>
- Agricultural News <http://www.nongmin.com/>

- The Monthly Food Industry
- Food News
- The Buyer

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

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

<http://www.withbuyer.com/news/main.asp>

Documento Elaborado por: Oficina Comercial – Seúl (Puntos III -1 y 2 Elaborado por Oficina Agrícola –Seúl)