

# Oportunidades en el mercado de Corea para frutas procesadas, confitería y derivados del café

Enero de 2015



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

# Agenda

- ▣ **Corea en contexto**
- ▣ Situación de los sub sectores
  - ▣ Café
  - ▣ Frutas procesadas
  - ▣ Confitería
- ▣ Requerimientos de producto y mercadeo
- ▣ Regulaciones y requisitos
- ▣ Requisitos de negociación
- ▣ Conclusiones
- ▣ Preguntas & Respuestas



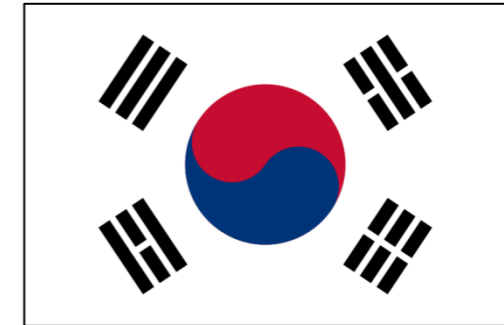
## Corea en Contexto

- ▣ **PIB:** USD 1,304 billones (2013)\*
- ▣ **PIB Per Cápita:** USD 25,977 (2013)\*
- ▣ **Área** 100.200 km2 (Colombia es 11 veces Corea).

### ▣ **Corea es en el mundo:**

- ▣ 2º Productor de Barcos
- ▣ 2º Productor de Semiconductores
- ▣ 5º Productor de vehículos
- ▣ 7º mayor Exportador
- ▣ **7º mayor importador de alimentos**
- ▣ **8º mayor Importador**
- ▣ **12ª mayor Economía**

\*Fuente: CIA



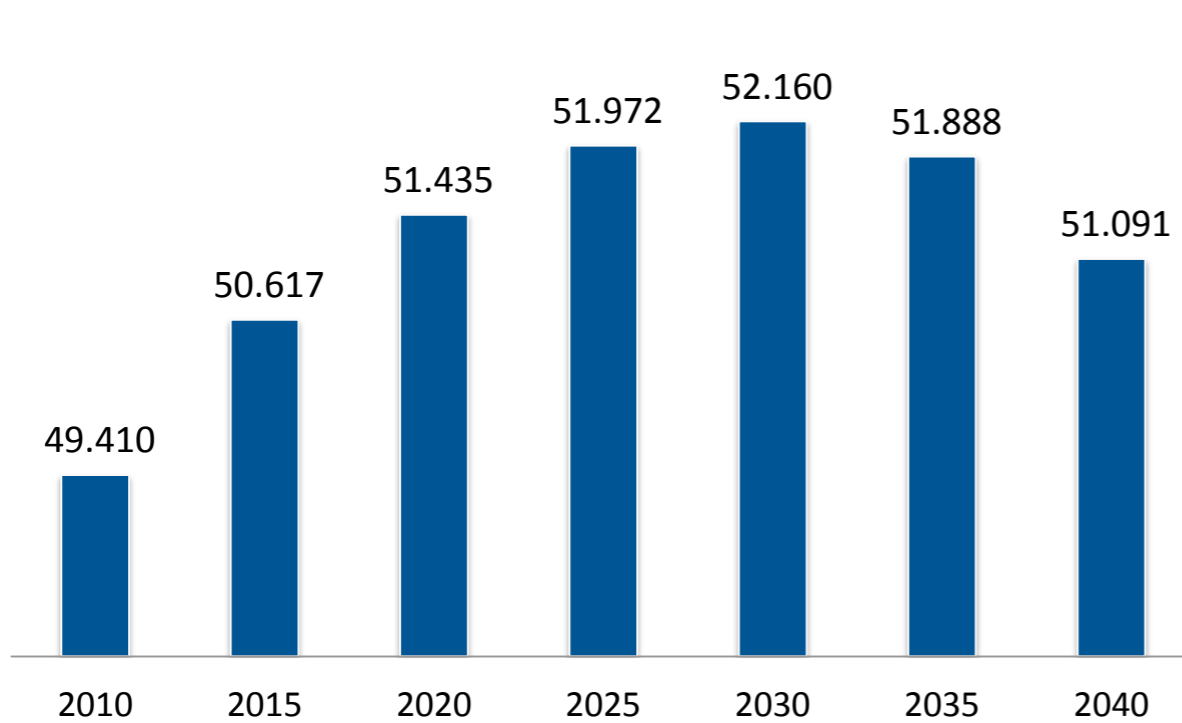
**Moneda oficial:** Won Coreano (KRW)  
**1 USD\$ = Aprox. 1,080KRW\*\***  
**Idioma oficial:** Coreano

\*\* Valor aprox. A Enero 25 de 2015

# Corea en Contexto

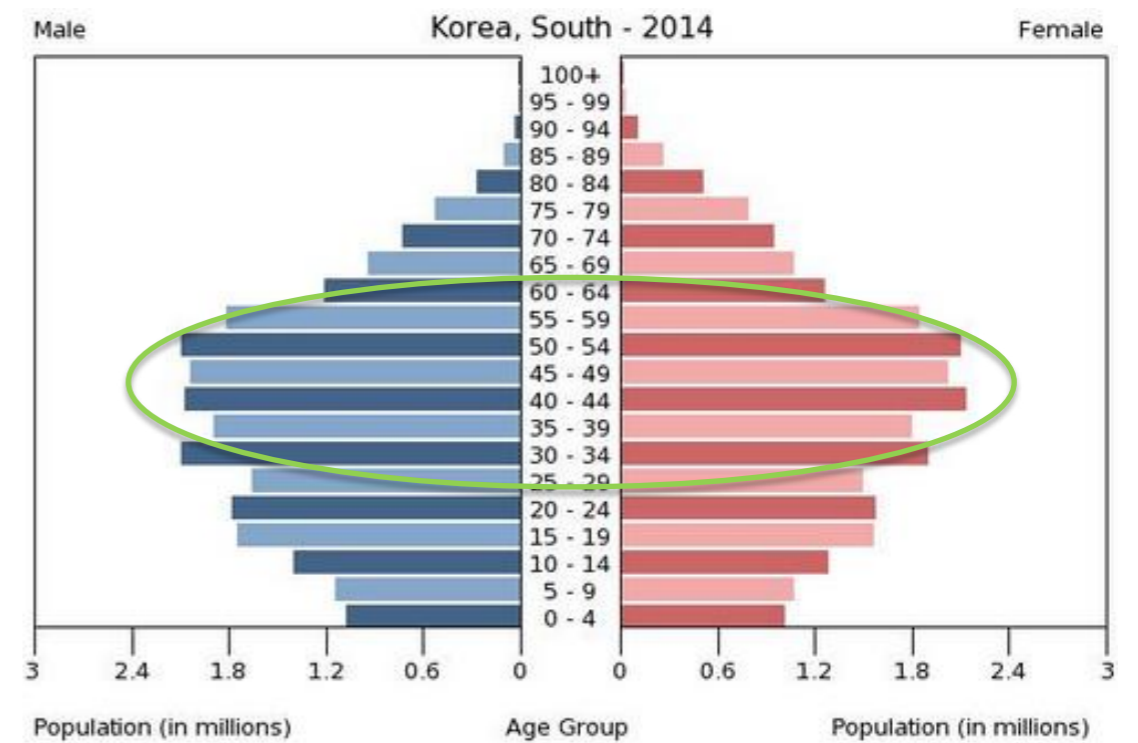
Población (a abril 2014)\*: 51.2 millones

## Proyección de la población ('000)



Fuente: Statistics Korea

## Pirámide poblacional (2014)



Fuente: CIA

# Cambios socioeconómicos



**Mujeres Coreanas ingresando a la fuerza laboral**



**Jóvenes más educados y expuestos a otras culturas**



**Jubilación de los baby boomers**

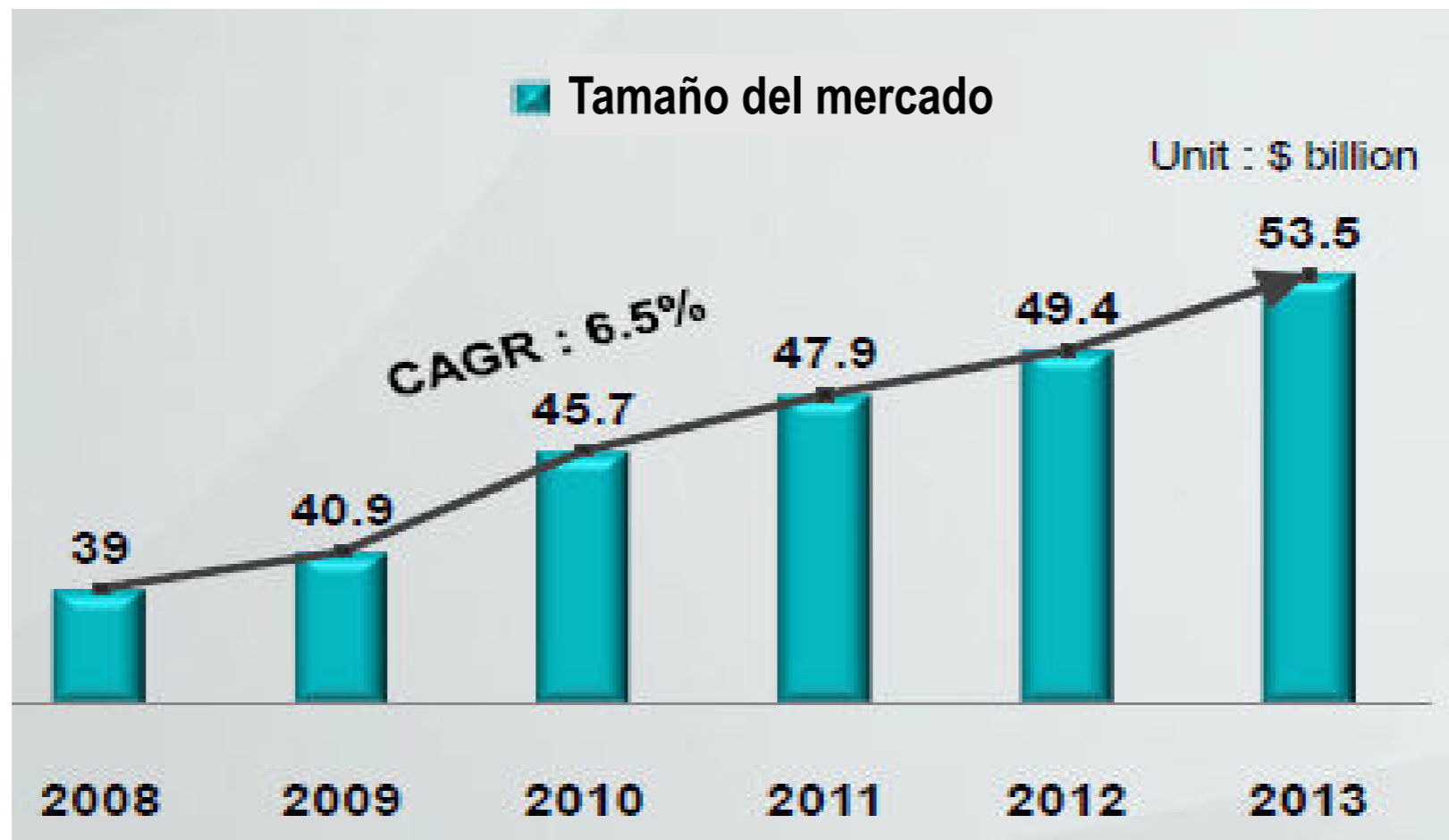


**Familias más reducidas**



**Nuevas tecnologías**

## Sector de alimentos en Corea



- Principales proveedores de alimentos al mercado coreano: **Estados Unidos, China y Australia.**
- Hipermercados y supermercados grandes: principales canales de comercialización de los productos importados y de alimentos en general.

# Sector de alimentos en Corea

## **Productos Premium:**

Los ingredientes orgánicos y saludables siguen tendiendo a crecer en el mercado coreano.

## **Súper alimentos y otras alternativas saludables:**

los consumidores que pueden están dispuestos a pagar más por los alimentos que ellos creen que son beneficiosos para su salud.

## **Mobile shopping:**

Conveniencia y ahorro de tiempo a la hora de comprar. Entregas gratis de los productos.

## **Trazabilidad de los productos:**

Seguridad a la hora de consumir alimentos.

# Agenda

- ▣ Corea en contexto
- ▣ **Situación de los sub sectores**
  - ▣ **Café**
  - ▣ **Frutas procesadas**
  - ▣ **Confitería**
- ▣ Requerimientos de producto y mercadeo
- ▣ Regulaciones y requisitos
- ▣ Requisitos de negociación
- ▣ Conclusiones
- ▣ Preguntas & Respuestas



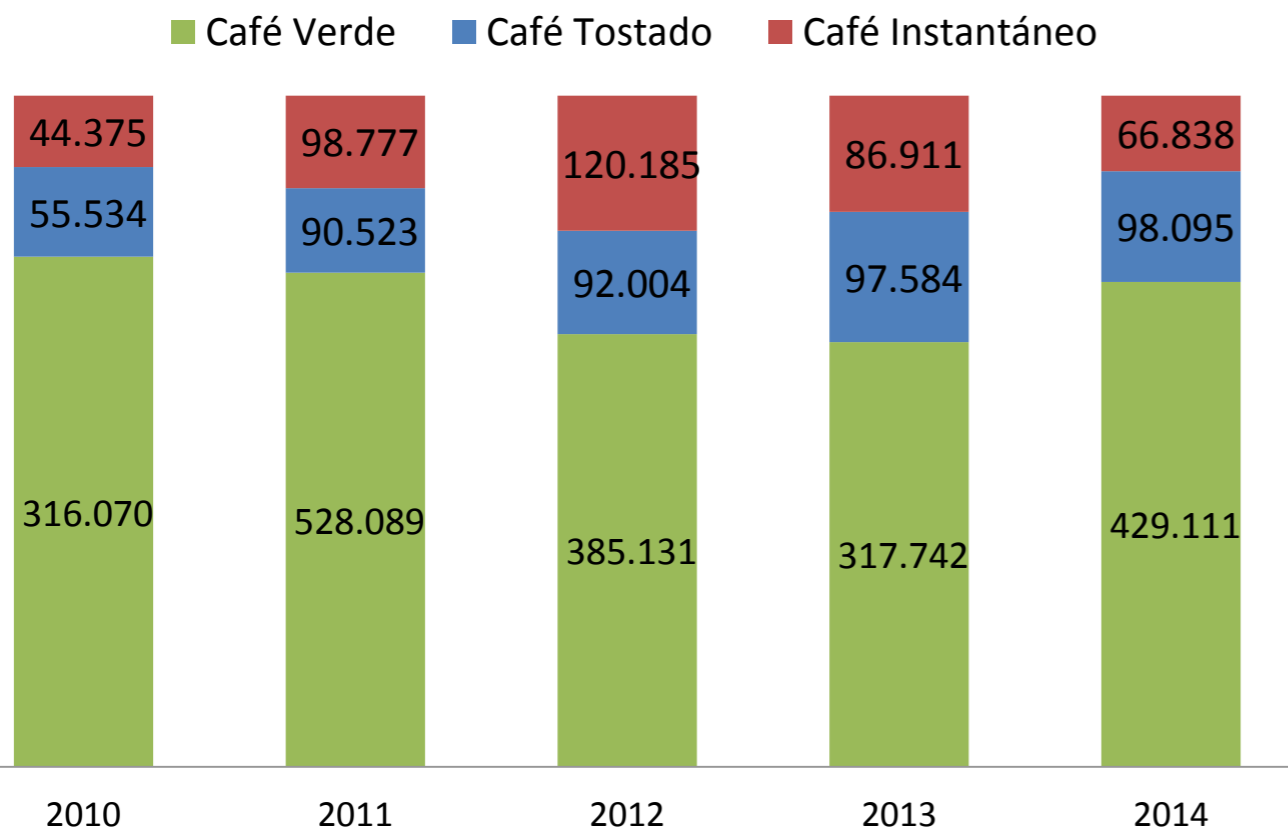


# Cafés

Tamaño del mercado: más de USD 4 billones.

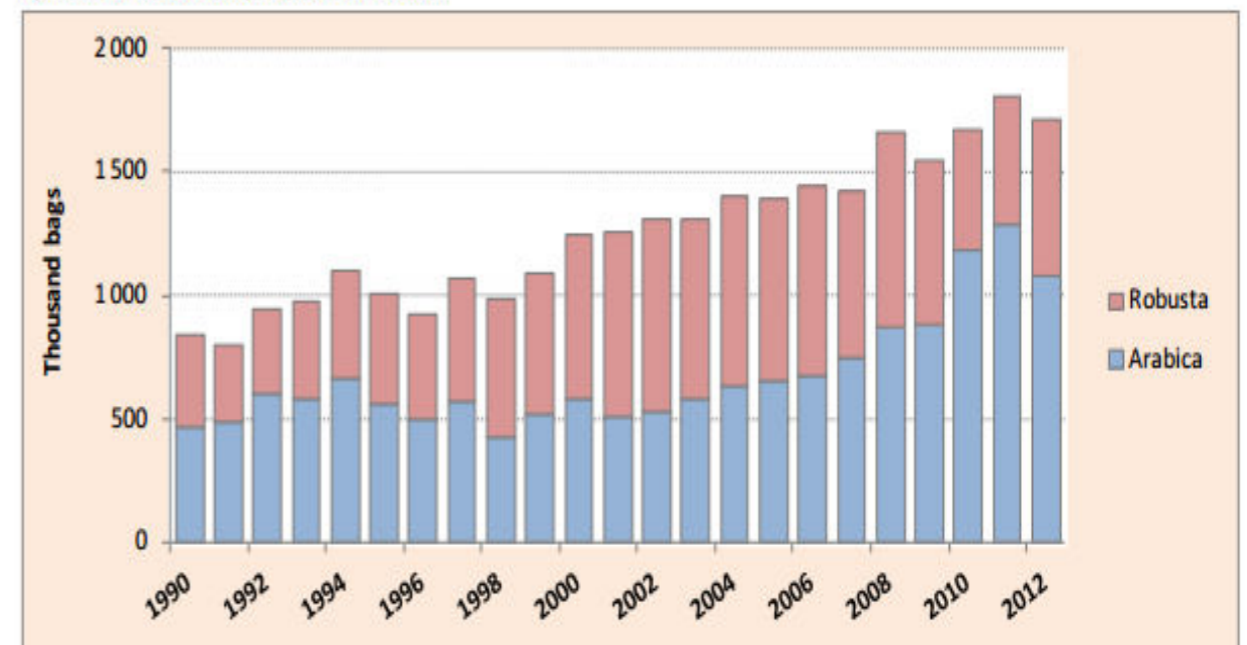
El monto total de las importaciones den 2014 fue de **USD 594 millones** representando un crecimiento del **18.3%**

## Valor de las importaciones por tipo de café (USD miles)



Fuente: Trademap

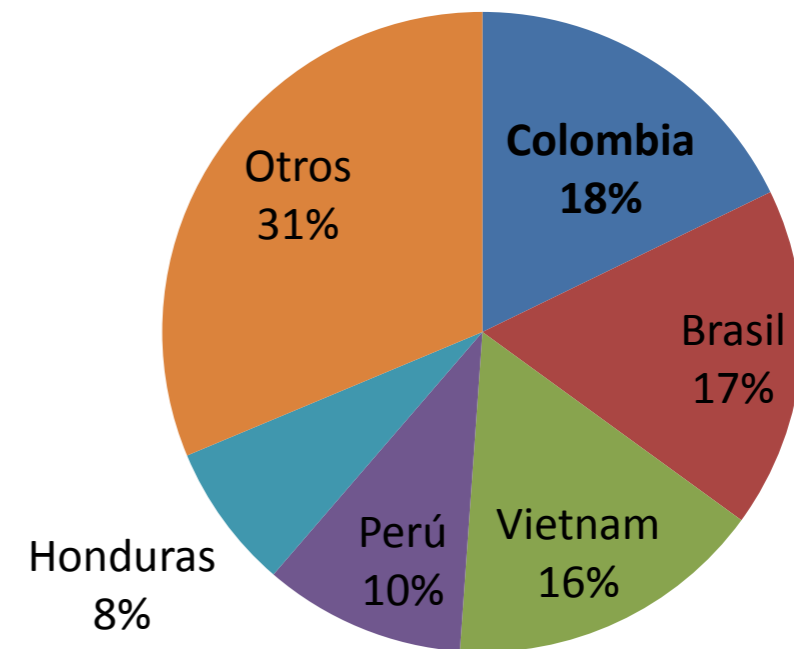
Figure 7: Coffee consumption in South Korea



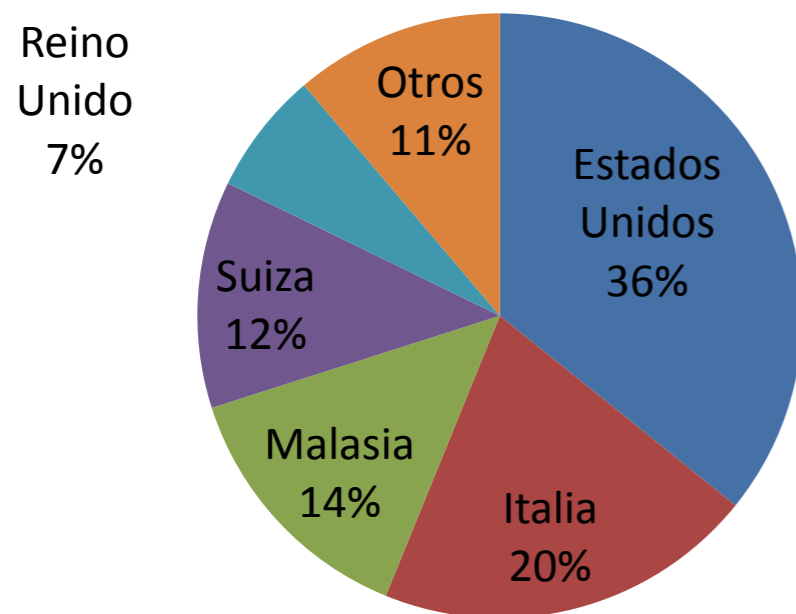
Fuente: International Coffee Organization (ICO)

## Importaciones de café verde 2014

País	USD miles 2012	USD miles 2013	USD miles 2014
Total	385,131	317,742	429,111
Colombia	60,310	48,075	76,365
Brasil	89,018	62,888	73,813
Vietnam	73,675	70,501	69,146
Perú	39,074	37,065	43,735
Honduras	42,491	22,632	31,631
Otros	80,563	76,581	134,421



## Importaciones de café tostado 2014



País	USD miles 2012	USD miles 2013	USD miles 2014
Total	92,003	97,584	98,095
Estados Unidos	38,819	4,002	35,109
Italia	1,366	16,457	19,973
Malasia	2,335	4,234	13,656
Suiza	17,561	20,753	11,912
Reino Unido	4,712	5,084	6,454
Alemania	3,289	3,292	3,085
Japón	3,964	3,725	2,926
España	199	462	662
China	79	95	627
Colombia	797	264	498

# Café

- Tasa de crecimiento anual superior al tres por ciento (3,3%) desde 1990.
- El consumo per cápita aproximado **2,1 kilogramos (kg)** siendo el tercer (3er) país consumidor per cápita del este y sudeste Asiático después de Brunei y Japón.
- Café instantáneo (85%) vs. Café de grano (15%)
- Cafés Premium
- Perspectivas de crecimiento del mercado para los próximos 5 años.
- Los consumidores son cada vez más sofisticados con respecto al sabor y la conveniencia y tienden a preferir paquetes de tamaño pequeño por términos prácticos.
- Crecimiento del mercado de cafés especiales.
- Los principales consumidores de cafés son las personas entre los 20s y los 30s al igual que las mujeres.
- La venta de cafés a través de internet y canales de televentas siguen ganando terreno por temas de comodidad y conveniencia.

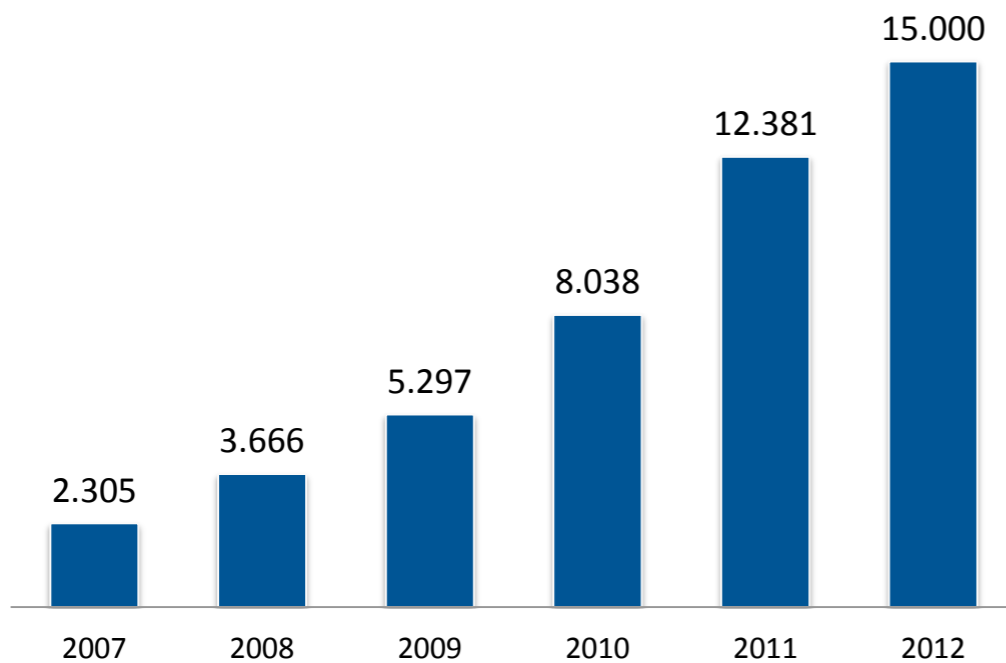


# Tiendas de café

- Más de 15,000 tiendas de café.
- Para los coreanos es uno de los espacios favoritos para socializar, estudiar o trabajar en sus computadores.
- Café Quindío y Juan Valdez ya cuentan con tiendas en este mercado.
- Saturación de tiendas de cafés?**



Número de tiendas de café en Corea



Marca	No. De tiendas	Ventas (USD Mill.)
Starbucks (Americana)	554	369
Café Bene (Coreana)	811	199
The Coffee Bean (Americana)	244	130
Tom & Toms (Coreana)	360	59
Hollys Coffee (Coreana)	396	54

# Precios de café

## Cafés listos para consumir (RTD):

Entre USD 0.80 Y USD 2.5



## Precios en tiendas de café:

- Café late en cadenas de tiendas de café: Entre USD 4 - USD 6
- Tasa de café especial recién tostado entre USD 5 – USD 7



## Precios de importación:

Según algunas entrevistas realizadas a importadores los precios a los que compran ellos los cafés especiales es de entre **USD 3 Y USD 6 por libra** dependiendo del café.

Según un importador coreano “Por el **café especial de Rwanda** pagamos aproximadamente **3.5 USD/libra**. **Panamá, Costa Rica** precio aproximado **4.4USD/libra”**.

Producto	Descripción	Producto	Descripción
	<b>Colombia Caldas Supremo</b> (Café tostado) Tamaño: 500g. Precio: KRW 9,900 USD 9.4		<b>Ethiopia Yirgacheffe G2</b> (Café tostado) Tamaño: 500g. Precio: KRW 10,500 USD 10
	<b>Ethiopia Sidamo 100</b> (Café tostado) Tamaño: 200g. Precio: KRW 7,800 USD 7.4		<b>Cantata Blend</b> (Café tostado) Tamaño: 200g. Precio: KRW 7,800 USD 7.4
	<b>Origin Coffee Roasters</b> (Café tostado) Tamaño: 200g Precio: 12,900 USD 12.3		<b>Colombia Supremo</b> (Café tostado) Tamaño: 200g Precio: 12,000 USD 11.4

## FRUTAS PROCESADAS: Pulpas de fruta y fruta congelada tipo IQF

- Los principales países proveedores de **pulpa de fruta congelada (HS 0811)** son **China (35.1%), Chile (22%) y Estados Unidos (20.7%)**.
- Además de los 3 principales países proveedores, Vietnam, Tailandia, Perú y Filipinas le siguen en participación en el mercado.
- Los coreanos no suelen comprar alimentos “made in China” pero los fabricantes de alimentos lo usan como insumo por temas de precio.

*“Los consumidores coreanos tienen mejor percepción de los alimentos de Estados Unidos y de Suramérica que de los países del sudeste asiático”. Importador de pulpa de fruta y fruta congelada IQF.*



# FRUTAS PROCESADAS: Pulpas de fruta y fruta congelada tipo IQF

## Frutas preferidas

- Arándanos (blueberry)
- Mango
- Fresa
- Kiwi
- Acai
- Piña
- Caqui



- El consumidor final coreano prefiere que las pulpas tengan un sabor natural.
- Los niveles de azúcar deberían ser menores a los que se utilizan para el mercado colombiano.
- Si el producto es un ingrediente para fabricantes de alimentos los niveles de azúcar son más altos.

# FRUTAS PROCESADAS: Pulpas de fruta y fruta congelada tipo IQF

## Canales de distribución:

Para el producto industrial los importadores principalmente le venden a:

- **Fabricantes** de productos lácteos, jugos, mermeladas, confitería y otros alimentos.
- **Tiendas de café** donde recientemente además de café se están ofreciendo granizados y otras bebidas. A 2013 existen mas de quince mil (15,000) tiendas de café en Corea.
- **Tiendas de smoothies, helados y restaurante** que ofrecen dentro de su menú granizados y smoothies.



Fuente: Trademap



**Fruta congelada:** Valor aproximado por 1kg en retail entre USD 6.0 y USD 8.0



Tamaño: 2.2Kg  
 Precio: KRW 25,990  
 (USD 24,09)  
 Origen: USA  
 Fuente: ezshopkorea.com

**Pulpa de fruta:**



Tamaño: 1 Kg  
 Precio: KRW 6,800  
 (USD 6,30)  
 Origen: Vietnam  
 Fuente: mcfood24.com



Tamaño: 1 Kg  
 Precio: KRW 8,500 (USD 7,87)  
 Origen: Chile  
 Fuente: mcfood24.com



Tamaño: 1.3 Kg  
 Precio: KRW 9,980  
 (USD 9,25)  
 Origen: USA  
 Fuente: emart.ssg.com



Tamaño: 1.3 Kg  
 Precio: KRW 9,800  
 (USD 9,08)  
 Fuente: emart.ssg.com



Tamaño: 0.5 Kg  
 Precio: KRW 6,000  
 (USD 5,56)  
 Fuente: mcfood24.com



Tamaño: 2.5Kg  
 Precio: KRW 25,990  
 (USD 24,09)  
 Fuente: thebaking.co.kr



Tamaño: 0.5Kg  
 Precio: KRW 10,000  
 (USD 9,26)  
 Fuente: ehomebaking.co.kr



1. Fresa
2. Frambuesa (Chile)
3. Mango (C. de Marfil)
4. Banano (Filipinas)
5. Pera (Corea)
6. Caqui (Corea)

**Fresa (4.5kg):**  
 45,000 KRW (USD 41,70)  
**Frambuesa (4.5 kg):**  
 77,000 KRW (USD 71,37)  
**Arándanos (4.5 kg):**  
 82,000 KRW (USD 76,00)

## Algunas marcas comercializadas en el mercado coreano



Origen: USA



Origen: Chile



Origen: Francia



Origen: USA



Origen: Corea  
Importadora y comercializadora  
bajo la marca "Premium  
Blueberry"

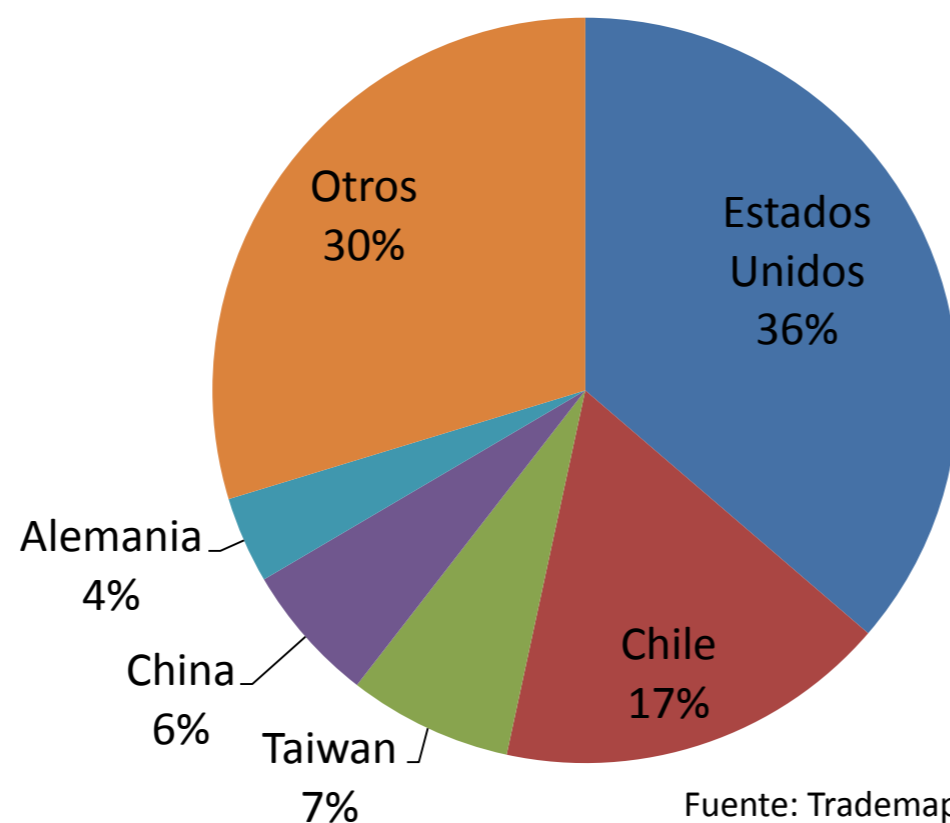


Origen: USA

## FRUTAS PROCESADAS: Jugos de frutas

- Fuerte industria de procesamiento de bebidas dependiente de la importación de jugos de frutas y verduras.
- Valor importado en 2014 USD 152.8 millones
- Principales proveedores de jugos: Estados Unidos, Chile y Taiwan
- Sabores: naranja, toronja, mango entre otros.
- Mezclas de frutas y súper frutas

### Principales proveedores de jugos a Corea 2014 (20.09 Jugos de frutas y vegetales sin fermentar)



Fuente: Trademap

## FRUTAS PROCESADAS: Jugos de frutas

- El gusto del consumidor coreano por diversificar y por consumir productos de calidad Premium están generando una mayor demanda por los jugo importados.
- Precios de las frutas frescas son muy costosos.
- Corea mantiene una fuerte demanda de productos de jugo de fruta dado los beneficios de salud y nutricionales de los jugos de fruta.
- Gran parte de los jugos importados son productos concentrados que se utiliza para ser procesados, mezclados y embotellados por las empresas coreanas.
- Consumo de jugos como Acai y otras súper frutas se ha incrementado debido a las propiedades funcionales y beneficios para la salud
- Oportunidad para jugos de uchuva y otras frutas tropicales.

Fuente: Trademap



# FRUTAS PROCESADAS: Jugos de frutas



Producto: JijungHae Haetsal Orange  
Cantidad: 1000mL (1L)  
Precio: 5500KRW / 5.08USD  
Fabricante: WoongJin Food



Producto: Langers Ruby Red Jamong  
Cantidad: 474mL  
Precio: 2500KRW / 2.31USD  
Importador: JUMAX KOREA



Producto: I'm Real Smoothie Strawberry  
 Ingrediente notable: Fresa-Importada  
 Cantidad: 700mL  
 Precio: 8400KRW / 7.7USD  
 Fabricante: Pulmuone



Producto: I'm Real Yogurt Apple & Mango  
 Ingrediente notable: Mango Dice - Pilipinas  
 Cantidad: 190mL  
 Precio: 2600KRW / 2.38USD  
 Fabricante: Pulmuwon

## Frutas deshidratadas

- La industria de producción de alimentos sigue siendo el principal consumidor de las frutas secas importadas para usos de panadería y otros sectores de alimentos.
- Incremento en la venta de frutas secas en tiendas minoristas como snacks saludables.
- Presentaciones pequeñas para ser consumidos como snacks.
- Opción para comer contenidos de fruta dado los altos costos de las frutas frescas.
- Principales proveedores de frutas secas:
  - Bananos: Filipinas, Guatemala, Perú
  - Otras frutas: Filipinas, Tailandia, Taiwán & Estados Unidos
- Estados Unidos es el principal proveedor de uvas arándanos y ciruelas deshidratadas.



# Frutas deshidratadas



Producto: Dried Pineapple Core Slice  
País de procedencia: Tailandia  
Importador: BosanChinHyu  
Vendedor: SeokBo distribution System  
Cantidad: 220g  
Precio: 5000KRW / 4.58USD



Producto: Dried Mango Slice  
País de procedencia: Tailandia  
Importador: GeumHo FD  
Vendedor: SeokBo distribution System  
Cantidad: 180g  
Precio: 7000KRW / 6.42USD



Producto: Ocean Spray Craisins Dried Cranberries  
Pomegranate  
País de procedencia: EE.UU.  
Importador: Dongsuh  
Cantidad: 142g  
Precio: 3000KRW / 2.77USD



## Confitería (Barras de cereal)

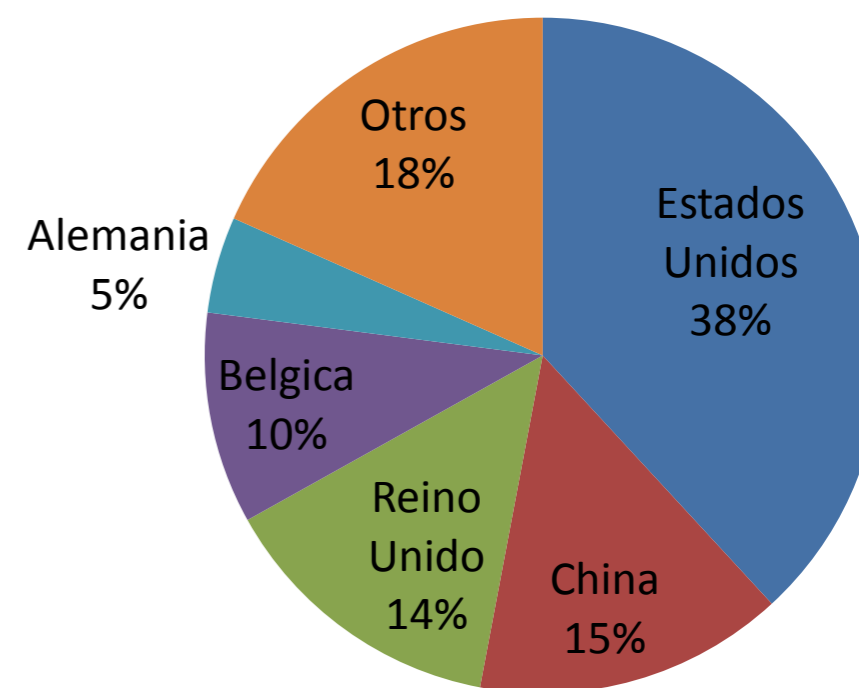
- ▣ Sector con gran potencial de crecimiento. Crecimiento esperado en los próximos años del 10%
- ▣ Las barras de snack registraron un crecimiento del 11% en valor y de 5% en volumen durante el 2013.
- ▣ El mercado sigue siendo pequeño y hay muy pocas marcas
- ▣ Barras de cereal de Muesli y Granola son las mas apetecidas. Crecimiento del 14% en 2013.
- ▣ Gran demanda por parte de jovenes en zonas urbano por tema de conveniencia.
- ▣ Las barras de cereales muestran una gran tendencia hacia productos Premium.
- ▣ Resaltar las características saludables del producto.

## Barras de cereal

Valor importado en 2014: USD 33.8 millones con un crecimiento del 30.6%.

Productos bajo la subpartida 19.04

País	USD miles 2012	USD miles 2013	USD miles 2014	Variación 2013-2014
Total	28,731	25,878	33,789	30.6%
Estados Unidos	11,887	10,082	12,887	27.8%
China	6,752	5,124	5,012	-2.2%
Reino Unido	4,190	2,770	4,707	69.9%
Belgica	949	3,024	3,423	13.2%
Alemania	897	1,126	1,559	38.5%
Otros	4,056	3,752	6,201	65.3%



Mercado dominado por las empresas coreanas Orion Group y Haitei Confectionery foods.



# Barras de cereales



Producto: Energy Bar  
 Cantidad: 40G  
 Precio: 980KRW / 0.9USD  
 Fabricante: Orion confectionary



Producto: Diet Bar  
 Cantidad: 28G  
 Precio: 1000KRW / 0.92USD  
 Fabricante: SevenEleven

## Confitería (azúcar)

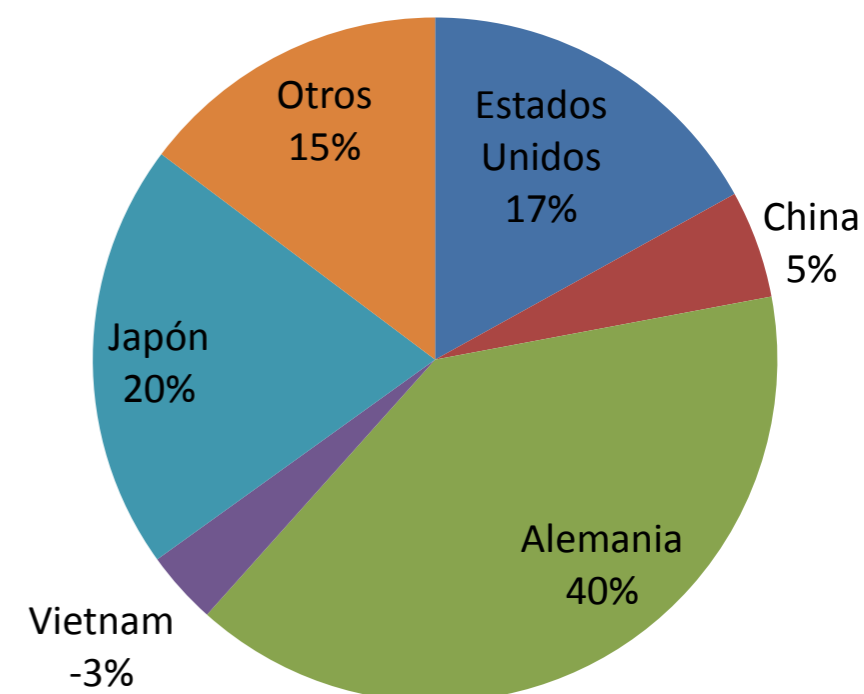
- Se espera que el mercado de confitería de azúcar se reduzca en un 2% dado principalmente los cuidados de salud y bienestar y la decreciente población infantil.
- Preferencia por las marcas extranjeras.
- Productos premium: alta calidad y empaques más pequeños
- Los fabricantes nacionales representaron un 50% de las ventas totales de valor confitería de azúcar en 2014.
- La presentación y características únicas del producto son claves en las decisiones de compra (por impulso).
- Al igual que en la confitería de chocolate, los pequeños tamaños de y productos de alta calidad tienden a atraer a la población femenina.



## Confitería (azúcar)

Las importaciones de productos de confitería continúan creciendo a medida que los consumidores coreanos buscan nuevos sabores, diversidad, y productos de alta calidad.

País	USD miles 2012	USD miles 2013	USD miles 2014	Variación
Total	96,747	120,372	157,124	30.5%
Estados Unidos	15,606	21,373	30,158	41.1%
China	21,450	25,952	29,155	12.3%
Alemania	8,319	11,563	22,652	95.9%
Vietnam	18,429	20,266	18,564	-8.4%
Japón	6,127	4,884	7,273	48.9%
Otros	26,816	36,334	49,322	35.7%



HS 17.04

PROCOLOMBIA.CO

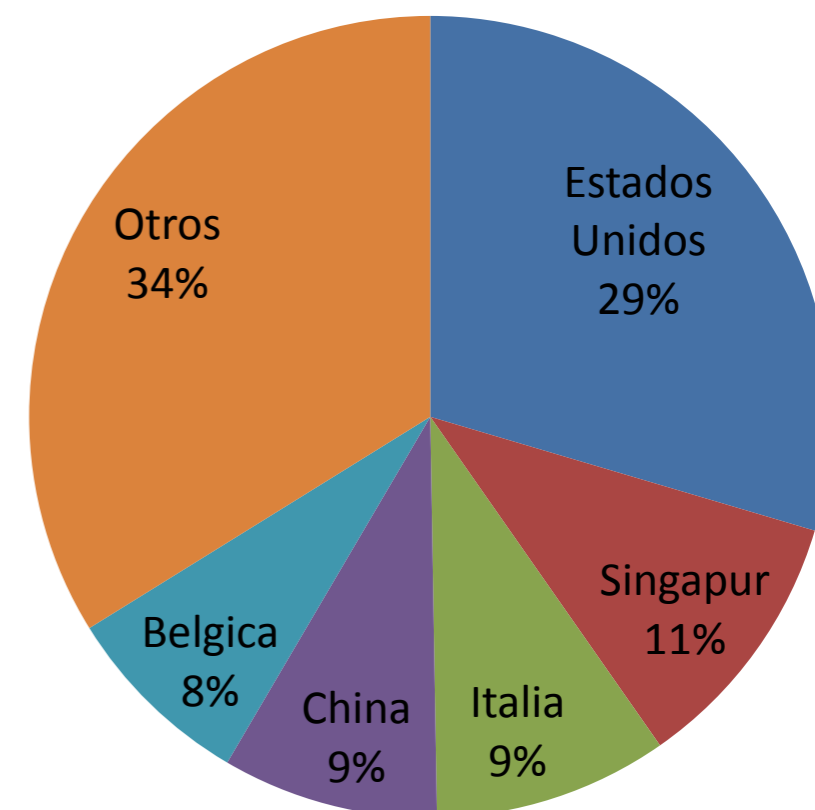
## Confitería (Chocolate)

- Aunque la categoría artículos de chocolate de Corea del Sur es relativamente pequeño en comparación con otros mercados avanzados, se prevé que el consumo seguirá aumentando.
- Crecimiento del 2% en 2014 en términos de volumen y un 5% en términos de valor alcanzando ventas por KRW531 billones (aprox. USD 491 millones)
- La conciencia de los beneficios del chocolate, en particular, el chocolate negro, impulsó el consumo. Se incrementó el consumo en la población mayor.
- chocolates premium hechos a mano están creciendo en demanda y oferta. Hoteles y tiendas por departamento están mejorando su oferta para atender la demanda de los consumidores.
- Las ventas de Chocolates normalmente se aumentan durante Valentine's Day (feb. 14), white day (marzo) y navidad.

## Confitería (chocolate)

Valor total importado en 2014: USD 322.9 millones con un crecimiento del 13.8%

País	USD miles 2012	USD miles 2013	USD miles 2014	Variación
Total	260,935	283,800	322,981	13.8%
Estados Unidos	88,531	90,297	95,550	5.8%
Singapur	21,250	29,006	34,578	19.2%
Italia	27,144	28,333	30,496	7.6%
China	5,092	13,747	28,151	104.8%
Belgica	21,358	23,556	24,924	5.8%
Otros	97,560	98,861	109,282	10.5%



HS 18.06

# Confitería (chocolates)





# Agenda

- Contexto General: Corea
- Tendencias sector de alimentos
- Situación de los sub sectores
- Requerimientos de producto y del mercado**
- Regulaciones y requisitos
- Requisitos de negociación
- Conclusiones



## Producto

- ▣ Dependiendo del producto ajustar a los gustos del consumidor Coreano  
Ej. menos dulces, nivel de tosti3n etc.
- ▣ Homogeneidad del producto
- ▣ Sabores nuevos
- ▣ Productos con valor agregado

## Empaque

- ▣ Atractivo ante los ojos del consumidor final, de buena calidad.
- ▣ El producto debe ser f3cil de abrir y de conservar
- ▣ Tama3os no muy grandes, dependiendo del producto varían los tama3os



***“El consejo para los empresarios colombianos es que deben mejorar el empaque, ya que un producto que es dif3cil de abrir y que se ve muy simple o de mala calidad afecta bastante el inter3s del comprador”.***  
Importador coreano de pulpa de fruta y fruta congelada IQF.



## Promoción del producto

- Tener información de los productos por lo menos en inglés e idealmente en coreano.
- Contar con una pagina web en inglés
- Algunas veces el comprador requiere hacer promoción de los productos en supermercados y otros canales. (degustaciones)

### Muestras

- Si el cliente potencial lo solicita se debe estar en capacidad de enviar muestras con la respectiva descripción técnica, datos de precios etc.
- Funciona también hacerlo proactivamente con clientes que han mostrado cierto interés por los productos.

 **Seoul Food:** La feria de alimentos más importante de Corea.

Fechas: Mayo 12 – 15, 2015

Lugar: KINTEX

No. De visitantes en 2014: Aprox. 45,000

<http://www.seoulfood.or.kr/eng/main.asp>

The logo for Seoul Food, featuring the words "SEOUL FOOD" in a bold, red, sans-serif font.

 **Organic & Natural trade fair Korea:**

La feria de productos orgánicos y naturales más importante de Corea.

Fechas: Mayo 30 – Junio 2, 2015

Lugar: KINTEX

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



**Food Week Korea:** este evento reúne a toda la industria de alimentos.

Fechas: Noviembre 11 – 18, 2015

Lugar: Coex, Seúl

<http://foodweek.info/>



## Café Show

Fechas: Noviembre 12 – 15, 2015

Lugar: COEX Exhibition center, Seúl.

No. De visitantes en 2014: Aprox. 40,000

Pagina web: <http://www.cafeshow.com/main.jsp>



## Coffee Expo Seúl

Fechas: Abril 9 – 12, 2015

Lugar: COEX Exhibition center, Seúl.

No. De visitantes en 2014: Aprox. 40,000

Pagina web: <http://coffeexpo.info/>



## Canales de distribución

**Hipermercados y supermercados:** E-Mart (Grupo Shinsegae/132 tiendas), Homeplus (121 tiendas), Lotte Mart (90 tiendas). Lotte Super (Grupo Lotte), GS Supermarket (Grupo GS), Homeplus Express (Tesco).

**Internet:** casi todos los principales hipermercados y supermercados cuentan con paginas web para comprar por internet. El sitio No. 1 de ventas en internet en Corea es Gmart.

**Televentas:** En Corea existen 6 canales de TV de Televentas: Lotte, CJ mall, Hyundai, NS mall, GS Shopping y Home & Shopping. Muchos coreanos en especial las amas de casa les gusta comprar productos por TV por el “bajo precio”, alta calidad y entrega rápida del producto.



# Agenda

- ▣ Corea en contexto
- ▣ Sector de alimentos en Corea
- ▣ Situación de los sub sectores
  - ▣ Café
  - ▣ Frutas procesadas
  - ▣ Confitería
- ▣ Requerimientos de producto y mercadeo
- ▣ **Regulaciones y requisitos**
- ▣ Requisitos de negociación
- ▣ Conclusiones
- ▣ Preguntas & Respuestas



## Regulaciones & Requisitos



### –*Ley de sanidad alimenticia (Food Sanitation Act)*

Es la base jurídica para los temas relacionados con los estándares de sanidad para alimentos frescos y procesados.

[http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/FOOD\\_SANITATION\\_ACT.pdf](http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/FOOD_SANITATION_ACT.pdf) (inglés)

### –*Ley de Cuarentena para Plantas(Plant Quarantine Act)*

La importación de **granos de café** está sujeta a esta ley. Se requiere certificado fitosanitario.

### –*Código de aditivos para alimentos*

Define las especificaciones estándares para los distintos aditivos alimentarios y normas de uso. Link: <http://fa.kfda.go.kr/foodadditivescode.html> (inglés)

### –*Estándares de etiquetado para alimentos (Foods Labelling standards)*

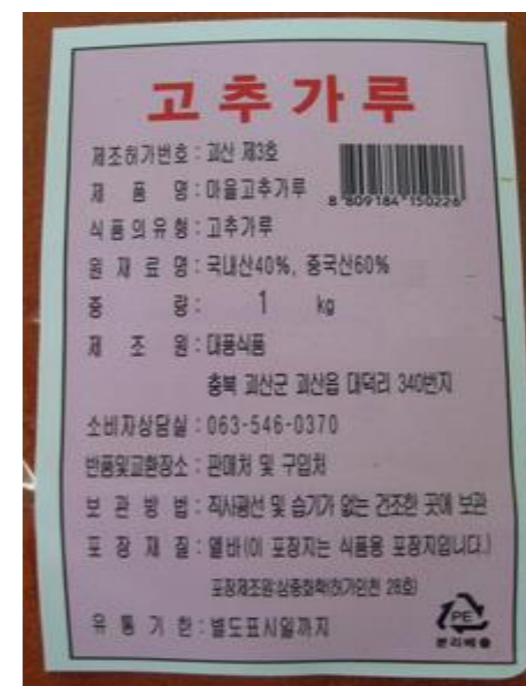
[http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/Foods\\_labeling\\_standars\\_03.pdf](http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/Foods_labeling_standars_03.pdf) (inglés)



## Etiquetado

Todos los productos alimenticios importados deben llevar etiquetas legibles en idioma coreano. Se pueden utilizar stickers pero no deben poder retirarse fácilmente ni deben cubrir la etiqueta original. Las etiquetas deben contener la siguiente información:

- Nombre del producto
- Nombre y dirección del importador
- Fecha de vencimiento
- Nombre de los ingredientes y contenidos
- Contenido neto
- Método de almacenamiento



**Los alimentos congelados deben estar etiquetados como: alimento congelado para consumir sin calentar o alimento congelado para consumir después de calentar.**

## Etiquetado

- Korean Food & Drug Administration (KFDA) estableció dentro del código de alimentos las "Normas y Especificaciones de envasado para Equipos y contenedores"
- Con el fin de facilitar el reciclaje, los empaques de los productos deben tener el logo de acuerdo al tipo de material para facilitar el reciclaje.

 페트	
      HDPE   LDPE   PP   PS   PVC   OTHER	
      비닐류   비닐류   비닐류   비닐류   비닐류   비닐류 HDPE   LDPE   PP   PS   PVC   OTHER	
  캔류   캔류 철   알루미늄	
 종이팩	
 유리	
 종이	



# Aranceles

## Cafés

Código HS	Descripción	Tarifa Básica	Desgravación TLC Colombia
09.01.11.00.00	Café verde sin descafeinar	2%	inmediato
09.01.12.00.00	Café verde descafeinado	2%	
09.01.21.00.00	Café tostado sin descafeinar	8%	
09.02.22.00.00	Café tostado descafeinado	8%	
21.01.11.00.00	Extractos, esencias y concentrados de café	8%	3 años
21.01.12.00.00	Preparaciones a base de café	8%	

## Pulpa de fruta

Código HS	Sabores	Tarifa Básica	Arancel TLC Chile	Arancel TLC Perú	Arancel TLC USA	Desgravación TLC Colombia
08.11.10.00.00	Fresas	30%	0%	6%	12%	16
08.11.20.00.00	Frambuesas, zarzamoras, moras, frambuesa y grosellas negras, blancas o rojas	30%	0%	12.8%	12%	7
08.11.90.90.00	otros	30%	0%	6%	17.1%	7

Fuente: Agencia de Aduanas de Corea. <http://english.customs.go.kr/>

# Aranceles

## Jugos

Código HS	Descripción	Tarifa Básica	Desgravación TLC Colombia
2009110000	Jugo de naranja congelado	54	10 años
2009120000	Jugo de naranja sin congelar Brix<20	54	16 años
2009190000	Jugo de naranja otro	54	16 años
2009210000	Jugo de toronja	30	10 años
2009290000	otros	30	15 años
2009311000	Jugo de limon	50	7 años
2009312000	Jugo de lima	50	7 años
2009319000	otros	54	16 años
2009391000	Jugo de Limón	50	10 años
2009392000	Jugo de lima	50	7 años
2009399000	Otros	54	16 años
2009410000	Brix< 20	50	10 años
2009490000	otros	50	10 años
2009500000	Jugo de tomate	30	10 años
2009610000	Brix< 30	45	10 años
2009690000	Otros	45	10 años
2009710000	Brix< 20	45	16 años
2009790000	Otros	45	16 años
2009801010	Jugo de melocoton	50	10 años
2009801020	Jugo de fresa	50	7 años
2009801090	Otros	50	7 años
2009802000	Jugo de vegetales	30	7 años
2009901010	Principalmente a base de jugo de naranja	50	16 años
2009901020	Principalmente a base de jugo de Manzana	50	10 años
2009901030	Principalmente a base de jugo de uva	50	10 años
2009901090	otros	50	10 años
2009902000	De vegetales	30	10 años
2009909000	otros	50	10 años

Fuente: Agencia de Aduanas de Corea. <http://english.customs.go.kr/>

**PROCOLOMBIA.CO**



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

# Aranceles

## Frutas deshidratadas

Código HS	Descripción	Tarifa Básica	Desgravación TLC Colombia
0803000000	Bananos incluyendo platanos, frescos o deshidratados	30%	5 años
0804300000	Piñas	30%	7 años
0804400000	aguacate	30%	5 años
0804501000	Guayaba	30%	5 años
0804502000	Mango	30%	7 años
0804503000	Mangostinos	30%	7 años
0805100000	Naranja	50%	E
0805201000	Citrico coreano (Yuja)	144%	E
0805209000	Otros	144%	16 años

# Aranceles

## Jugos de frutas

Código HS	Descripción	Tarifa Básica	Desgravación TLC Colombia
2009110000	Jugo de naranja congelado	54	10 años
2009120000	Jugo de naranja sin congelar Brix<20	54	16 años
2009190000	Jugo de naranja otro	54	16 años
2009210000	Jugo de toronja	30	10 años
2009290000	otros	30	15 años
2009311000	Jugo de limon	50	7 años
2009312000	Jugo de lima	50	7 años
2009319000	otros	54	16 años
2009391000	Jugo de Limón	50	10 años
2009392000	Jugo de lima	50	7 años
2009399000	Otros	54	16 años
2009410000	Brix< 20	50	10 años
2009490000	otros	50	10 años
2009500000	Jugo de tomate	30	10 años
2009610000	Brix< 30	45	10 años
2009690000	Otros	45	10 años
2009710000	Brix< 20	45	16 años
2009790000	Otros	45	16 años
2009801010	Jugo de melocoton	50	10 años
2009801020	Jugo de fresa	50	7 años
2009801090	Otros	50	7 años
2009802000	Jugo de vegetales	30	7 años
2009901010	Principalmente a base de jugo de naranja	50	16 años
2009901020	Principalmente a base de jugo de Manzana	50	10 años
2009901030	Principalmente a base de jugo de uva	50	10 años
2009901090	otros	50	10 años
2009902000	De vegetales	30	10 años
2009909000	otros	50	10 años

Fuente: Agencia de Aduanas de Corea. <http://english.customs.go.kr/>

**PROCOLOMBIA.CO**



**PROCOLOMBIA**  
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

# Aranceles

## Confitería

Código HS	Descripción	Tarifa Básica	Desgravación TLC Colombia	Código HS
Barras de cereal	1904109000	Otros	5.4%	inmediata
	1904201000	Preparaciones de musli	45.0%	16 años
	1904209000	otros	5.4%	10 años
Galletas	1905310000	Galletas dulces	8%	5 años
	1905901040	Galletas de sal	8%	5 años
Confitería (sin chocolate)	1704100000	Chicles	8%	3 años
	1704902010	Drops	8%	5 años
	1704902020	Caramelos	8%	5 años
	1704902090	Otros	8%	5 años
	1704909000	Otros	8%	5 años
Confitería Chocolates	1806201000	Chocolates y confitería de chocolate	8%	3 años
	1806209010	Preparaciones de cocoa con 50 % o más de leche en polvo por peso	8%	3 años
	1806209090	Otros	8%	3 años
	1806311000	Chocolates y confitería de chocolate	8%	3 años
	1806319000	Otros	8%	3 años
	1806321000	Chocolates y confitería de chocolate	8%	3 años
	1806329000	Otros	8%	3 años
	1806901000	Chocolates y confitería de chocolate	8%	3 años
	1806902111	De leche en polvo	36%	10 años
1806902119	Otros	40%	10 años	

Fuente: Agencia de Aduanas de Corea. <http://english.customs.go.kr/>

# Agenda

- ▣ Corea en contexto
- ▣ Sector de alimentos en Corea
- ▣ Situación de los sub sectores
  - ▣ Café
  - ▣ Frutas procesadas
  - ▣ Confitería
- ▣ Requerimientos de producto y mercadeo
- ▣ Regulaciones y requisitos
- ▣ **Requisitos de negociación**
- ▣ Conclusiones
- ▣ Preguntas & Respuestas





## 📦 Tiempos de entrega

Depende del país de origen:

- Desde Asia: 2 semanas.
- Desde USA: Entre 4 y 5 semanas
- Desde Suramérica: Entre 4 y 6 semanas



📦 **Incoterm:** Usualmente se negocian precios **FOB** o **CIF**

## 📦 Aspectos a considerar

- 📦 Asegurarse de tener toda la documentación y que el producto cumpla con todos los requerimientos de aduanas.



## **Temporadas de compra**

- La demanda de alimentos es constante durante todo el año.

## **Cantidades mínimas por pedido**

- normalmente se manejan grandes volúmenes pero inicialmente 1 contenedor.  
En algunos casos productos como cafés especiales se maneja también por lotes.

## **Contratos**

- Los términos de cada contrato varían de acuerdo a la negociación con el importador.

## **Políticas de devolución**

- Son exigidas. El proveedor asume la responsabilidad y el costo derivado de los errores.

## Comercialización

- Control de calidad: algunos importadores se quejan de porque la calidad del producto de los pequeños productores puede variar.
- Flexibilidad con los pedidos específicos del comprador: atender las solicitudes del importador.

## Contacto con los compradores

- Antes de la venta es importante que el proveedor proporcione toda la información requerida por el comprador.
- Después de la venta es muy importante que el proveedor tenga un servicio eficiente de recibir quejas y reclamos.
- Contacto vía email, teléfono. Visitar y conocer el mercado es un plus.

## Puntualidad

- Para los coreanos la puntualidad en las entregas y envíos de muestras es muy importante.
- A las reuniones o eventos programados se debe llegar con antelación. En caso de creer llegar tarde se debe informar antes de la hora de la reunión.



# Agenda

- ▣ Corea en contexto
- ▣ Sector de alimentos en Corea
- ▣ Situación de los sub sectores
  - ▣ Café
  - ▣ Frutas procesadas
  - ▣ Confitería
- ▣ Requerimientos de producto y del mercado
- ▣ Regulaciones y requisitos
- ▣ Requisitos de negociación
- ▣ **Conclusiones**
- ▣ Preguntas & Respuestas



## Conclusiones

- El tamaño del mercado, el nivel de ingresos de los Coreanos y el creciente consumo de alimentos hacen de Corea un mercado atractivo para la exportación de los productos colombianos.
- El TLC representa grandes oportunidades en cuanto a disminución de las tarifas arancelarias para el ingreso de los alimentos colombianos al mercado Coreano.
- El mercado coreano requiere productos de alta calidad y valor agregado. Productos con beneficios para la salud y productos Premium tienen grandes oportunidades en este mercado.

**Invitación: explorar, conocer y llegar con sus productos al mercado Coreano!**

THANK YOU

GRACIAS  
MERCI  
THANK YOU  
OBRIGADO  
DANKE  
TEŞEKKÜRLER  
СПАСИБО  
谢谢  
ありがとう  
감사합니다