



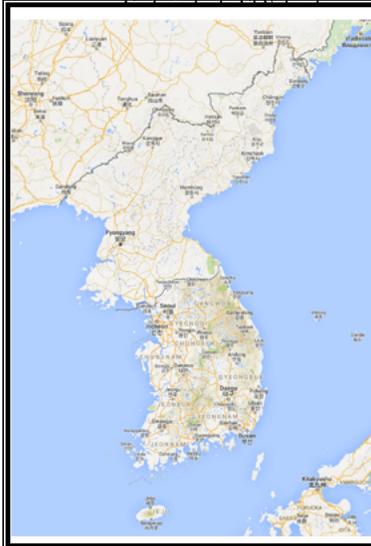
Análisis de Mercado del Sector de la Miel en la República de Corea del Sur 2 de mayo del 2019

1. Información General de Corea del Sur

Corea del Sur¹, situada en el este de Asia, tiene una superficie de 100.339 Km².

Corea del Sur, con una población de 51.454.000 personas, se encuentra en la posición 27 de la tabla de población, compuesta por 196 países

y tiene una alta densidad de población, con 513 habitantes por Km². Su capital es Seúl y su moneda Won surcoreanos



Resumen Ejecutivo

Nombre: República de Corea

Ciudad Capital: Seúl (desde 1394)

Himno Nacional: Aegukga

Lenguaje: Coreano, Hangeul

Tamaño de la península:

223,405km² (incluyendo Corea del Norte) Solo Corea del Sur: 100,284km²

Población: 51.45 millones (estimado a 2017)

Presidente: Moon Jae-In (since 2017)

Indicadores Económicos 2017:

- PIB: US\$ 1.53 billones

- Moneda: Won(US\$1 = 1,150 won;
tipo de cambio fluctuante)

- Crecimiento del PIB: 3.1%

Corea del Sur es la decimoprimer economía mundial gracias al espectacular crecimiento de los últimos treinta años. Sin embargo, debido a su gran implicación en el comercio y las finanzas internacionales, el país es extremadamente vulnerable a las crisis externas. Tras dos años de estancamiento, el PIB creció ligeramente a 3.1% en 2017, debido a un repunte del consumo de los hogares, una mejora del sector inmobiliario y medidas de estímulo monetario. Se prevé que el repunte del comercio internacional y un mayor soporte fiscal estimulen el crecimiento, que debiera marcar en torno a 3% en 2019 y 2020.

Desde 2012 el crecimiento económico de Corea del Sur se ha ralentizado debido a las crisis cíclicas y a la disminución del potencial de crecimiento del país. En 2017, se agravaron las dificultades económicas por un deterioro en las relaciones con China, su mayor socio comercial. Las pruebas nucleares efectuadas por Corea del Norte empujaron al país a aceptar el despliegue en su territorio de un sistema antimisiles por Estados Unidos, lo que provocó el rotundo rechazo de Beijing.

El país se enfrenta a problemas estructurales como un mercado financiero subdesarrollado, el envejecimiento de la población, una dependencia de las exportaciones y una caída de la competitividad frente al imparable crecimiento chino. No obstante, una menor tensión en la península coreana podría traducirse en una mejor confianza para el consumo y los negocios.

Tras un período de fuerte tensión militar, ambas Coreas reanudaron el diálogo, y mantienen comunicaciones abiertas sobre temas de interés común, como se vio durante los Juegos Olímpicos de invierno en PyeongChang en febrero de 2018.

¹ Portal Comercial Santander, <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/corea-del-sur/politica-y-economia>





Embajada de El Salvador
República de Corea

El ingreso per cápita ha aumentado de 100 USD en 1963 a casi 30.000 USD en la actualidad. Aunque la tasa de desempleo se ha reducido (3,7%), el número de trabajadores irregulares es muy elevado, las desigualdades sociales son cada vez mayores y los lazos sociales se están deteriorando. A continuación se presenta los indicadores de crecimiento de acuerdo al FMI Outlook 2018.

Indicadores de crecimiento	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.414,80	1.540,46e	1.655,61	1.699,68	1.781,77
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,9	3,1e	2,8	2,6	2,8
PIB per cápita (USD)	27.608	29.938e	32.046	32.766	34.209
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	39,9	39,5	40,4	40,4	41,1
Tasa de inflación (%)	1,0	1,9	1,5	1,8	2,0
Tasa de paro (% de la población activa)	3,7	3,7	3,7	3,7	3,2

2. Acuerdos y/o tratados comerciales de Corea del Sur²

Según cifras de la OMC, el año 2017 (hasta septiembre) Corea del Sur se posicionó como la sexta mayor potencia mundial por sus exportaciones. El monto exportado alcanzó una cifra de US\$ 573.717 millones¹, siendo China su principal destino, por un monto de US\$ 142.115 millones, seguido de Estados Unidos US\$ 68.611 millones y Hong Kong US\$ 47.749 millones.

Actualmente, Corea del Sur cuenta con los siguientes TLC

- ✓ Corea-Chile 1 de abril de 2004
- ✓ Corea-Singapur 2 de marzo de 2006
- ✓ Corea EFTA 1 de septiembre de 2006
- ✓ Corea-Asean 1 de junio de 2007
- ✓ Corea-India CEPA 1 de enero de 2010
- ✓ Corea-EU 1 de Julio de 2011
- ✓ Corea-Perú 1 de agosto de 2011
- ✓ Corea-EE.UU. 1 de enero de 2014
- ✓ Corea-Turquía 1 de mayo de 2013
- ✓ Corea-Australia 12 de diciembre de 2014
- ✓ Corea-Canadá 1 de enero de 2015
- ✓ Corea-China 20 de diciembre de 2015
- ✓ Corea- Nueva Zelanda 20 de diciembre de 2015
- ✓ Corea-Vietnam 20 de diciembre de 2015
- ✓ Corea-Colombia 15 de julio de 2016

² www.fta.go.kr (Ministry of Trade, Industry & Energy)



Embajada de El Salvador
República de Corea

b) En negociación

- ✓ Corea-RCEP(China, Japón, India, Australia y Nueva Zelanda)
- ✓ Corea-Ecuador SECA
- ✓ Corea-China-Japón
- ✓ Corea- Israel
- ✓ Corea-Ecuador

c) En consideración

- ✓ Corea-EAEU (Eurasian Economic Union)
- ✓ Corea-México
- ✓ Corea-GCC
- ✓ Corea-Mercosur

d) Firmado

- ✓ Corea - Centro América (Panamá, Costa Rica, Guatemala (sin finalizar la negociación), Honduras, El Salvador y Nicaragua)

3. Comercio de Corea del Sur con el mundo

A continuación se presentan los montos de exportación y exportación de Corea del Sur en los últimos 4 años registrados por la Asociación de Comercio Internacional de Corea; habiéndose registrado importantes crecimientos en el comercio durante los últimos dos años, especialmente por el lado de las importaciones del país asiático.

Importación y Exportación de Corea del Sur 2015-2018 (millones de US\$)				
Fuente: Korean Trade International Association				
Año	Exportación	Crecimiento	Importación	Crecimiento
2018	604,860	5.4%	535,202	11.9%
2017	573,694	15.8%	478,478	17.8%
2016	495,426	-5.9%	406,193	-6.9%
2015	526,757	-8.0%	436,499	-16.9
5 principales exportaciones	Semiconductores, productos del petróleo, automóviles, pantallas planas y sensores, autopartes.			
5 principales importaciones	Equipo para la manufactura de petróleo, semiconductores, gas natural, petróleo y sus productos.			
Dependencia Comercial	68.8% (exportación 37.5%, importación 31.3%) (2017)			

Los principales socios comerciales de Corea del Sur, por el lado de las exportaciones e importaciones, además de su evolución comercial para el año 2018 son los siguientes



Embajada de El Salvador
República de Corea

País	Exportación	Crecimiento	Importación	Crecimiento
Total	604,860	5.40%	535,202	11.90%
China	162,125	14.10%	106,489	8.80%
Estados Unidos	72,720	6.00%	58,868	16.00%
Vietnam	48,622	1.80%	19,643	21.40%
Hong Kong	45,996	17.60%	1,997	6.30%
Japón	30,529	13.80%	54,604	-0.90%
Taiwán	20,784	39.50%	16,738	-7.40%
India	15,606	3.70%	5,885	18.90%

Es importante destacar que Corea del Sur en el 2019 fue clasificado en el 5° puesto del "Doing Business" de los 190 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

4. Detalles comerciales del Mercado de Miel en Corea del Sur

a. Situación arancelaria para Miel natural y productos de interés del sector

De acuerdo al arancel vigente en Corea del Sur y el detalle de lo negociado en el Tratado de Libre Comercio entre este país y El Salvador, se resume la situación de ingreso arancelario al mercado en la siguiente tabla.

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTOS	ARANCEL EN COREA	REDUCCIÓN EN TLC
04090000	NATURAL HONEY 500g	243% or 1,864won/kg whichever is the greater	H (16 años)
04090000	CREAMED HONEY 500g	243% or 1,864won/kg whichever is the greater	H (16 años)
04100000	CREAMED HONEY (APPLE) 500g	8%	C (5 años)
04100000	CREAMED HONEY (MANGO) 500g	8%	C (5 años)
04100000	CREAMED HONEY THREE-PACK 360g	8%	C (5 años)
04100000	HONEY WITH EUCALYPTUS 120g	8%	C (5 años)
04100000	HONEY WITH BALSAM 120g	8%	C (5 años)
04100000	HONEY ULTRAPLEX 120g	8%	C (5 años)
33069000	PROPOMIST SPRAY 30mL	6.5%	A (Acceso Inmediato)



21069099	PROPOLIS SOLUTION 30mL		
13019090	BALSAMO	3%	C (5 años)
04100000	PROPOLEO	8%	C (5 años)
30019090	APITOXINA (no exportado)	0%	A (Acceso Inmediato)

A continuación se presentan los detalles de los abastecedores de Miel Natural a la República de Corea para el año 2017 de acuerdo a la base de datos Trade Map.

Exportadores	Valor importado en 2017 (miles de USD)	Saldo comercial en 2017 (miles de USD)	Participación de las importaciones (%)	Cantidad importada en 2017 (toneladas)	Valor unitario (USD/unidad) por kilogramo	Tasa de crecimiento 2013-2017 (% p.a.)	Tasa de crecimiento entre 2016-2017 (% p.a.)	Arancel medio (estimado)
Mundo	9,430	-9,064	100	935	10.09	4	18	
1 Estados Unidos	4,012	-4,009	42,5	329	12.19	1	36	243
2 Nueva Zelandia	1,580	-1,580	16,8	45	35.11	-6	-33	243
3 Argentina	1,319	-1,319	14	319	4.13		111	243
4 Australia	982	-982	10,4	46	21.35	1	50	243
5 Grecia	665	-665	7,1	36	18.47	416	128	243
6 Canadá	478	-478	5,1	107	4.47	152	-17	243
7 Suiza	103	-103	1,1	7	14.71	18	101	243
8 Bulgaria	94	-94	1	18	5.22	1001	-35	243
9 Alemania	53	-53	0,6	4	13.25	-28	13	243
10 Reino Unido	45	-45	0,5	5	9.00	-6	37	243
11 Austria	36	-36	0,4	3	12.00	288	558	243
12 Francia	18	-18	0,2	1	18.00	2	-47	243
13 Brasil	11	-11	0,1	5	2.20	-15	-17	243
14 China	8	8	0,1	4	2.00	-10	75	243
15 Japón	5	0	0,1	1	5.00	-18	-40	243
16 España	4	-4	0	1	4.00	125	-75	243
17 Viet Nam	3	-3	0	2	1.50	-29	-97	178,2



Embajada de El Salvador
República de Corea

b. Mercado de la miel en Corea del Sur³

Se estima que el consumo anual de miel en Corea es de 27,000 toneladas al año, principalmente como insumo en la industria alimenticia, ubicándose en el 15° lugar del consumo mundial. Sin embargo las restricciones arancelarias son muy altas. En este sentido, en el marco del Acceso Mínimo al Mercado (MMA) de la OMC, Corea posee una cuota de importación de 420 toneladas anuales, con un arancel dentro de cuota del 20%. El ingreso a esta cuota se hace por medio de una licitación pública organizada por la Federación Nacional de Cooperativas Agrícolas (www.nonghyup.com).

Fuera de esta cuota el arancel es de 243% o KRW 1,864 por kilo de miel. Dentro de los TLC en vigencia por Corea, hay algunos países que gozan del 0% de tarifa preferencial como Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, tarifa que se aplica dentro de la cuota asignada como contingente (TRQ). En el caso de El Salvador se cuenta con una desgravación lineal en 16 cortes anuales.

El año 2016, las importaciones de miel a Corea fueron de US\$ 7.994.453 con 843.130 kg. El año 2017, estas importaciones se incrementaron en un 15.2%, alcanzando un total de US\$ 9,430,110 equivalente a 935.245 Kg. Los principales proveedores fueron EE.UU. US\$ 4.012.127/ 328.728 kg, Nueva Zelanda US\$ 1.579.849/45.054 kg, Argentina US\$ 1.318.598/319.233 kg, Australia US\$ 982.068/46.309 kg, y Canadá US\$ 477.852/106.631 kg.

En los últimos años la producción coreana de miel por abejas silvestres ha disminuido drásticamente. Según un estudio del Instituto de la Provincia Chung Nam, la miel obtenida por la apicultura representa el 97% en el sentido del volumen y el 60% en el valor del total de Corea. Por la rápida disminución de la miel mediante abejas silvestres, la apicultura coreana está reemplazando las formas de obtención de la miel. Según estadísticas del Ministerio de Agricultura, Alimentos y Asuntos Rurales en Corea (MAFRA), el año 2000 había 40,774 granjas con grupos de cría de 1,240,286, el año 2010 había 25,013 granjas con 1,697,847 grupos de cría y el año 2017 existían 24,246 granjas con una producción aproximada de 15,100 toneladas de miel. Esta baja en la cantidad de granjas, se debe a varios factores que dificultan su producción.

³ Ficha de Mercado – El mercado de la miel en Corea del Sur/ Mayo 2018. PROCHILE



Embajada de El Salvador
República de Corea

Entre estos factores cabe destacar, la escasez de fuente de néctar, la grave contaminación ambiental, hay muchos días con partículas ultrafinas en Corea, especialmente durante los meses de cosecha, mayo a junio. También se destacan entre otras causas, el brote de enfermedades en las granjas que también actúa como factor causante de la disminución de la producción de miel en Corea.

La miel de Acacia es una de las especies de miel de mayor preferencia en Corea, junto con la miel de castañas y la miel de flor denominada “Rape blossoms”. El año 2017, la producción local empeoró como resultado del calentamiento global, ya que el tiempo de floración de la Acacia ha bajado a cerca de 16 días, la mitad de lo registrado en 2007. El precio de la miel local es alta, debido a la baja producción y los volúmenes del consumo local, también son bajos. Según cifras del MAFRA, el porcentaje de autosuficiencia de la miel coreana ha llegado al 94.3% durante el año 2017.

c. Distribución y consumo de miel en Corea del Sur

Según el Korea Beekeeping Association (<http://www.korapis.or.kr>), en Corea no existe una fuente oficial de estadísticas sobre la distribución de la miel. Sin embargo, de acuerdo a sus investigaciones se señala que la miel se vende a través de tres grandes canales. 1) Desde las granjas a los consumidores finales, venta directa aproximadamente entre 70 a 75%. 2) De las granjas a los distribuidores, como tiendas departamentales, supermercados, aproximadamente de 10 a 15%. 3) desde las granjas a la NACF (Nonghyup) ellos venden a los consumidores finales, mediante sus tiendas minoristas y a las empresas productoras de alimentos aproximadamente de 5% a 7%, entre otros canales.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO SEGUN CANAL DE DISTRIBUCION

Canal de distribución	%
Ventas directas por granjas	70% a 75%
Supermercados, Tiendas departamentales y almacenes	10% a 15%
Nonghyunp (NACF)	5% a 7%

Fuente: Korea Beekeeping Association www.korapis.or.kr



Embajada de El Salvador
República de Corea

Según cifras del MAFRA, el consumo de miel coreana fue de 19,300 toneladas en 2015 y en los años 2016 y 2017 de 19.800 toneladas. En el 2017 el consumo sobrepasó la producción local. En Corea, la mayoría de los consumidores consumen la miel de Acacia y como nueva especie el interés está en la miel de castaña. En general, los consumidores locales prefieren la miel en forma líquida y valoran la unicidad del origen de la miel, considerándola más pura si proviene de una sola planta o flora. El color más aceptado es el ámbar claro.

La miel cristalizada no tiene muy buena aceptación en los consumidores coreanos por su costumbre de consumir por mucho tiempo la miel muy líquida. Los coreanos no tienen el hábito de comer miel en sus hogares, la mayor parte de la miel se destina a la industria de alimentos. Sin embargo, en Corea existe una creencia de que la miel tiene un efecto estimulante para quienes se exceden en el consumo de bebidas alcohólicas.

d. Cadenas de Distribución de Miel en Corea

En el caso de la miel importada, el principal actor de distribución es el National Agricultural Cooperative Federation (NACF) , quien se encarga de realizar la licitación de la miel. Según ellos existen alrededor de 10 a 15 principales importadores que participan en dicha licitación cada año. Sin embargo, por la ley de protección de datos personales no se puede divulgar quienes son ellos.

En el marco de la distribución de grandes distribuidores a los consumidores finales existen las siguientes cadenas de hipermercados y tiendas departamentales:

a) Principales hipermercados:

E-mart www.emart.ssg.com

Kostco Korea www.kostco.co.kr

Lotte Mart www.lottemart.com

Homeplus www.homeplus.co.kr

Hanaro Mart www.nhhanaro.co.kr

Kim's Club www.ekimsclub.com

b) Principales tiendas departamentales:

Lotte Department Store www.lotteshopping.com

Shinsegae Department Store www.shinsegae.com

Hyundai Department Store www.ehyundai.com

Galleria Department Store <http://dept.galleria.co.kr>

AK Plaza www.akplaza.com



Embajada de El Salvador
República de Corea

e. Normativa y Requisitos aplicables

Los importadores de miel y las plantas de producción deben registrarse ante el Ministerio de Seguridad de Alimentos y Drogas (MFDS) de Corea, según lo indicado en el Special Act on Safety Control of Imported Food:

<http://www.mfds.go.kr/eng/eng/index.do?nMenuCode=120&page=2&mode=view&boardSeq=70007>

Las exportaciones de miel deben cumplir las normas establecidas por dicho ministerio:

<http://www.mfds.go.kr/eng/eng/index.do?nMenuCode=120&page=3&mode=view&boardSeq=69982>

Los envases deben estar etiquetadas según las normas coreanas:

<http://www.mfds.go.kr/eng/eng/index.do?nMenuCode=120&page=1&mode=view&boardSeq=70814>

f. Consideraciones para la comercialización de Miel en Corea del Sur

Corea puede cosechar su miel durante 2 o 3 meses en el año, lo que ha ido generando una disminución de la producción local. El año 2010 la tasa de autosuficiencia de la miel en Corea fue de más del 99% pero el año 2017 llegó a 94,3%. El comercio de miel internacional, es aún poco significativo en relación con la producción y el consumo doméstico. Las importaciones de miel natural del código 0409 del año de 2016 fueron de US\$ 7,994,453 y el año 2017 fueron de US\$ 9,430,110.

Durante los últimos años, EE.UU., Nueva Zelanda, Australia y Canadá han sido los principales proveedores de miel a Corea. A partir del año 2014, Argentina ha surgido como otro exportador importante, alcanzando el tercer puesto con 319,233 kg. La mayor parte de las importaciones de miel están destinadas a la industria alimenticia, importando a granel. Sin embargo, también existe un mercado de productos terminados enfocados a consumidores finales.

En el caso de la miel americana es importada por Costco Corea con la marca Kirkland y es muy popular en este mercado por su competitivo precio. La miel neozelandesa promocionada como Miel Manuka, miel obtenida de flores del árbol llamado *Leptospermum scoparium*, enfatiza que sus ingrediente contienen antibióticos y son anti cancerígenos. Se cuenta también con la reciente incorporación de miel chilena de ulmo al mercado coreano.



Embajada de El Salvador
República de Corea

5. Alimentos e ingredientes funcionales en Corea del Sur⁴

En Corea del Sur, el concepto de alimentos funcionales se refiere a los alimentos producidos con ingredientes o materias primas que ayudan a la salud del ser humano. Para ser considerados alimentos funcionales, estos productos deben tener la certificación del Ministerio de Alimentos y Sanidad de Droga en Corea, MFDS y cumplir con los requisitos de la ley llamada “Health Functional Food Act”. En este sentido, no necesariamente los alimentos saludables, suplementos alimenticios o nutricionales son alimentos funcionales.



Entre las principales características de los productos funcionales, se destaca el contenido de sus ingredientes que apoyan el metabolismo, mantener o mejoramiento de la salud de las personas. El MFDS, exige que los envases de estos productos deben identificarse con una etiqueta con el símbolo de los alimentos funcionales para que los consumidores puedan verificar su certificación. En el caso de los alimentos funcionales importados esta etiqueta debe estar en idioma coreano.

a) Mercado de productos funcionales

Según las estadísticas del MFDS, el mercado de alimentos funcionales en Corea del Sur está creciendo rápidamente. El año 2011, el tamaño del mercado local alcanzó un monto cercano a US\$ 1,878,183,521; con importaciones cercanas a US\$ 349,157,303. El año 2015 el mercado alcanzó un total de US\$ 2,180,805,243, con importaciones cercanas a los US\$ 558,520,599.

Desde el año 2011 al 2015, el promedio anual de crecimiento de las importaciones de estos productos fue de 12.5%. Según el Korean Health Supplements Association, el año 2016 el mercado local llegó a los US\$ 2,996,254,682 y el año 2017 a US\$ 3,558,052,043.

Como se puede apreciar, la tendencia de los alimentos funcionales en Corea del Sur ha ido creciendo constantemente. Según diversos estudios pronostican que este mercado seguirá creciendo, en virtud del mejoramiento del poder adquisitivo de la población coreana, avance del envejecimiento de la población, el fuerte interés de los consumidores por su salud, entre otros.

⁴ Estudio de Mercado Alimentos e ingredientes funcionales en Corea del Sur – Mayo 2018. PROCHILE



Embajada de El Salvador
República de Corea

De acuerdo a la página “Stastics Korea”, para el año 2020, la población coreana sobre los 65 años será alrededor de un 15.6% y el año 2025 alcanzara el 20% del total. Esto significa que el mercado de alimentos funcionales cada vez irá creciendo y será un sector atractivo para la industria alimenticia.

A través de la notificación ”Standards and Specification of Health Functional Foods”, el MFDS especifica los estándares y especificaciones de 28 nutrientes y 67 materiales funcionales, aprobados por ellos como Health Functional Food. Los productos incluidos en este listado pueden venderse en Corea como Health Functional Food, siempre que cumplan con las normas indicadas en dicho listado.

Antes de realizar importación, es necesario que el importador confirme con el MFDS, la conformidad del producto según las normas, debido a que los estándares y las especificaciones establecidos para Health Functional Food son estrictos, detallados y distintos según el producto.

Nutrientes (28): Vitamina A, Betacaroteno, Vitamina D, Vitamina E, Vitamina K, Vitamina B1, Vitamina B2, Niacina, Acido pantotenico, Vitamina B6, Acido folico, Vitamina B12, Biotina, Vitamina C, Calcio, Magnesio, Hierro, Zinc, Cobre, Selenio, Yodo, Manganeso, Molibdeno, Potasio, Cromo, Fibra dietetica, Proteina, Acidos grasos esenciales

Materiales funcionales (67): Ginseng, ginseng rojo, plantas que contienen clorofila, chlorella, espirulina, extracto de té verde, hoja entera de aloe, extracto de propóleos, coenzima Q10, isoflavona de soja, extracto de hoja de guayaba, extracto de hoja de banaba, extracto de hoja de ginkgo, extracto de cardo mariano, extracto de semilla de onagra, grasas y aceites que contienen EPA y DHA, grasas y aceites que contienen ácido γ -linolenico, lecitina, escualeno, fitoesteroles/ésteres de fitoesteroles, aceite de hígado de tiburón que contiene alcoxilglicerol, grasas y aceites que contienen octacosanol, extracto de mume, ácido linoleico conjugado, extracto de Garcinia cambogia, extracto de flor de calendula, extracto de haematococcus, extracto de fruta de saw palmetto, fosfatidilserina, glucosamina, Nacetilglucosamina, mucopolisacarido-proteina, goma guar/hidrolizado de goma guar, glucomanano, fibra dietetica de avena, maltodextrina no digerible, fibra dietética de soja, fibra dietetica Auricularia auricular judae, fibra dietética de trigo, fibra dietética de cebada, goma arabiga (goma de acacia), fibra dietetica de salvado de maíz, inulina/extracto de achicoria, fibra dietetica de cascara de psyllum, polidextrosa, fibra dietetica de semilla de fenogreco, gel de aloe, extracto de cuerpo de fruta de Ganoderma lucidum, quitosano/quitooligosacaridos, fructooligosacaridos, probióticos, Monascus purpureus, proteína de soja, teanina, metil sulfonulometano, acido poli- γ -glutamico, ácido hialuronico, extracto de Rhodiola rosea, extracto de Vaccinium myrtillus, ajo, rafinosa, polvo de agar, creatina, hidrolizado de proteínas lácteas, extracto de tomate, extracto de Phellinus linteus, extracto de Amorphophallus konjac, extracto de frutos de Sophora japonica L.



Embajada de El Salvador
República de Corea

Para los alimentos funcionales que no están incluidos en este listado, el importador debe solicitar al MFDS la aprobación del producto de su interés como Health Functional Food, proporcionando los siguientes documentos:

- a) Antecedentes referentes a estándares, especificaciones, seguridad y funciones del producto en cuestión
- b) Resultados de inspección/prueba emitido por laboratorios autorizados por el MFDS

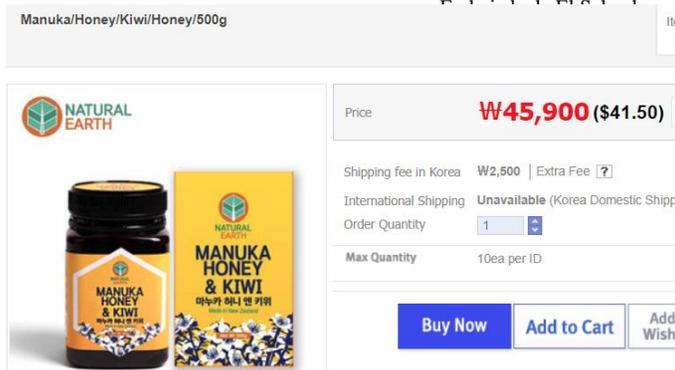
Después de la revisión de información presentada y cuando el MFDS apruebe el producto como Health Functional Food, el importador recién podría importar y vender el producto como Health Functional Food. Adicionalmente, el importador debe estar registrado en el MFDS como importador de Health Functional Food.

También las instalaciones del país de origen donde se producen los alimentos funcionales deben ser registradas en el MFDS, como Foreign Food Facility para Health Functional Food.

b) Canales de importación de productos funcionales

Los principales importadores de alimentos funcionales en Corea son:

- 1) Korea Amway (www.amway.co.kr),
- 2) Usana Health Sciences, (www.usna.com),
- 3) Unicity (korea.unicity.com),
- 4) Costco Korea (www.kostco.com),
- 5) Novarex (www.novarex.co.kr),
- 6) Ester Formula (www.esthermall.co.kr),
- 7) Dongwon FNB (www.dongwonfnb.com),
- 8) Nu Skin Korea (<http://www.nuskinkorea.co.kr>),
- 9) Juyoung NS y Synergy Wolrdwide Korea (<https://www.synergyworldwide.com/>).



6. Referencias de empaque y precios de Miel de abeja y propolis

<http://gsearch.gmarket.co.kr/Listview/Search?keyword=natural%20honey&GdlcCd=10000068&GdmcCd=200000748&type=LIST&page=1&pageSize=60&searchType=LIST&IsOversea=False&isDiscount=False&isGmileage=False&isGStamp=False&listType=LIST&IsBookCash=False&IsGlobalSort=True&CurrPage=srp&isGlobalSite=true&isBigSmileItem=false>

7. Medidas No Arancelarias⁵

Para realizar negocios de exportación e importación de productos se requiere de un registro de empresa en la Korean International Trade Association (KITA). La mayoría de los productos pueden ser importados en Corea del Sur sin ninguna licencia de importación. Las licencias de importación tienen validez de un año. Las solicitudes de licencia de importación deben estar acompañadas por el contrato de compra y otros documentos exigidos por el banco respectivo o ministerio y solo los comerciantes registrados se encuentran autorizados para importar artículos en su nombre. Las importaciones se encuentran controladas por el Ministerio de Comercio, Industria y Energía y se clasifican en tres categorías prohibidas, restringidas y aprobación automática.

Existe asimismo un sistema de control de los productos al ingresar al territorio. Dependiendo de la clasificación del importador otorgada por Aduanas, los productos serán controlados en mayor o menor medida. Si el importador se ha visto involucrado en una situación de no conformidad, sus productos tenderán a ser controlados sistemáticamente.

Los procedimientos de controles no solo consisten en verificar la correspondencia de productos importados con los documentos presentados, sino también en constatar que los productos cumplan con las reglas coreanas (estándares, reglas fitosanitarias y/o fumigaciones).

⁵ Guía de Mercado: Corea del Sur. PromPeru 2017. Departamento de Inteligencia de Mercado



Embajada de El Salvador
República de Corea

Al importar alimentos perecibles, el detalle de los componentes de productos (porcentaje de cada ingrediente) debe estar adjunto a la declaración de importación.

Solo algunos productos incluidos en la “lista negra” (nota de exportación e importación) se encuentran regulados o prohibidos⁴. Las licencias de estos productos se expiden dependiendo del tipo de importación, tras un estudio realizado por el ministerio competente y a través de la consulta de las asociaciones profesionales correspondientes.

En cuanto al etiquetado, Corea del Sur mantiene la obligatoriedad del etiquetado con indicación del país de origen para todas las mercancías y en la menor unidad de producto. El MKE exige que dichas indicaciones no sean de quita y pon y tengan un carácter de impresión permanente. La Korean Food and Drug Administration (KFDA) es responsable de las normas de etiquetado y envasado de alimentos según marcan las directrices de la Food Sanitation Act.

En los envases de los alimentos deben figurar los ingredientes y en cuanto al idioma, se aceptan las etiquetas con caracteres chinos, en las que figure también la información en lengua coreana y en principio no se imponen restricciones al uso de etiquetas en idiomas extranjeros. Por otro lado existen prescripciones obligatorias en materia de etiquetado de productos nacionales o importados modificados genéticamente en concreto para el maíz, la soja y la patata fresca, así como para otros alimentos que contengan estos productos, y para los productos orgánicos y funcionales.

8. Regulación para Certificación de Origen⁶

La reglamentación de Certificación de Origen se encuentra vigente desde el 1 de enero del 2014 con la cual se comenzó aplicar un nuevo criterio para los productos orgánicos importados, los cuales deberán contar con certificación orgánica, conforme a las disposiciones que emanan de la Ley Environment-friendly Agriculture Promotion Act⁷.

La certificación, según las disposiciones de la normativa, se puede resumir como sigue:

a) *Certificación directa de la Autoridad Sanitaria de Corea QIA*. La empresa interesada debe solicitar a QIA que inspectores viajen al país de origen y certifiquen el producto en cuestión.

c) *Certificación de la Autoridad Sanitaria del país de origen que cuente con reconocimiento mutuo equivalente con QIA*.

⁶ ProChile – ChileAlimentos

⁷ https://elaw.klri.re.kr/eng_service/lawView.do?hseq=40174&lang=ENG



Embajada de El Salvador
República de Corea

c) *Certificación indirecta por organismos privados.* Certificadores privados aprobados por la autoridad coreana. El costo de certificación es de cargo de la empresa interesada y durante el tiempo que demore en obtener la certificación, no podrá exportar sus productos orgánicos a Corea.

9. Tendencias del Consumidor

De acuerdo a datos de Euromonitor, el consumidor coreano presenta una alta sensibilidad en temas de marca-producto. Valoran la calidad y están dispuestos a pagar por ello. Tienen especial interés en productos que involucren beneficios para la salud y valoran el servicio post venta. Además, se observa un mayor consumo de productos extranjeros en todos los estratos socioeconómicos, lo que revela la poca influencia que tiene el nacionalismo como determinantes de consumo. El principal gasto en los hogares coreanos (16,1%) es en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar (13,6%), y en tercer término se ubica el ocio y la cultura con 11,9% del gasto total.

El concepto de "sanación" se ha filtrado en los consumidores surcoreanos, influyendo cada vez más en sus tendencias de consumo. Los consumidores de ese país intentan escapar del estrés de la sociedad y del ritmo acelerado del país.

Los productos alimenticios y las bebidas no alcohólicas representan una de las principales áreas en el gasto del consumidor y este consumo se ha elevado en los últimos años. Los consumidores han incrementado su preferencia por productos extranjeros y de alta calidad. Asimismo, tanto los hipermercados, como la competencia entre las tiendas de descuento, bajan los precios de los alimentos, especialmente en productos adquiridos en cantidad. Por su parte, el comercio móvil continúa creciendo con el mayor uso de teléfonos inteligentes, y se espera que esta tendencia continúe.

El nombre, origen y marcas es un factor importante en la decisión de compra y asocian los precios mayores con mayor calidad. Asimismo, es importante mencionar que Corea del Sur tiene un alto uso del internet, por lo que tiendas importantes como Lotte, Hyundai o Shinsegae están reforzando los canales de venta en línea.



Embajada de El Salvador
República de Corea

10. Cultura de Negocios⁸

Es importante entender que, a pesar de ser un país moderno, Corea ha mantenido su cultura por más de 500 años. Es por ello que el protocolo, tanto en las relaciones sociales como empresariales, es muy importante. Al momento de negociar, con frecuencia existe desconfianza hacia todo lo relacionado al exterior a nivel empresarial y comercial. Por lo tanto, es indispensable que un tercero, de preferencia coreano (símbolo de confianza), sea el intermediario.

Un punto importante a tener en cuenta es el tema del estatus. Con la adopción del Confucianismo (en reemplazo del budismo) como ideología oficial, el grado de autoridad cobró un significado más importante. Por ello, al iniciar una conversación, los coreanos preguntan por la edad para determinar la posición jerárquica y por lo tanto, el trato que se tiene que adoptar. Es necesario entonces conocer al representante de las negociaciones coreanas para “igualar el rango” de los individuos en la negociación.

A continuación se detallan algunos consejos adicionales:

- Aquella persona de menor estatus deberá reverenciar a aquella de mayor estatus.
- En lo social se debe esperar a ser presentado y al despedirse es necesario hacer una reverencia a cada persona por separado.
- Si es invitado a una casa coreana, se deberá regalar fruta, flores o chocolates.
- El número 4 o múltiplos se consideran de mala suerte mientras que el 7 es de buena fortuna.
- No envuelva los regalos en colores verde, blanco o negro. Utilice los colores amarillo y rosado en su remplazo.
- Ofrezca los regalos con las dos manos y al recibirlos no se deben de abrir frente al otro.
- Los coreanos son extremadamente directos en lo que respecta a la comunicación. Suelen preguntar varias veces para estar seguros del tema y tienden a ser concisos.
- Las reuniones de negocios deben ser solicitadas con 3 o 4 semanas de anticipación.
- Es recomendable que ambas partes manden una posible agenda de trabajo incluyendo información acerca de la empresa en general. El material debe estar disponible tanto en inglés como en coreano.
- El objetivo principal, en la primera reunión, es el conocerse mutuamente.
- La puntualidad es muy apreciado en la cultura coreana. Es común que lleguen con antelación a una reunión.

Se recomienda que uno de los lados de la tarjeta este en coreano. Examine la tarjeta de negocios que recibe de forma cautelosa. Nunca escriba sobre la tarjeta de alguien con quien acaba de intercambiar. Por último es necesario recordar que, en la cultura coreana, la forma como se trata a tarjeta es un indicador de cómo será tratado el propietario de la tarjeta.

⁸ Guía de Mercado: Corea del Sur. PromPeru 2017. Departamento de Inteligencia de Mercado



11. Enlaces de interés

Embajada de El Salvador
República de Corea

Entidad Enlace	
Aduana Coreana	http://english.customs.go.kr/
Agencia De Promoción Al Comercio E Inversión En Corea	www.investkorea.org
Banco Central De Corea	www.bok.or.kr
Comisión de Comercio de Corea	http://www.ktc.go.kr/
Federación De Industrias Coreanas	http://www.fki.or.kr/en/Default.aspx
Ministerio de Seguridad Alimentaria y de Medicamentos	http://www.kfda.go.kr
Ministerio de Estrategia y Finanzas	http://.mosf.go.kr/
Ministerio De Asuntos Exteriores Y Comercio	http://www.mofat.go.kr/english/main/index.jsp?lang=eng
Ministerio De Economía Y Conocimiento	http://www.mke.go.kr/language/eng/index.jsp
Gateway to Korea	http://www.korea.net/main
Korea Importers Association	http://www.import.or.kr/
Kotra	http://english.kotra.or.kr/kh/index.html
Korea International Cooperation Agency	www.koica.go.kr/english/main.html
Korea Consumer Agency	english.kca.go.kr



Embajada de El Salvador en la
República de Corea