

Perfil de Mango Fresco y Congelado

del mercado de Corea del Sur



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado coreano, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado ha sido supervisado y validado por la OCEX Seúl, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: “MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Corea del Sur”





Índice

Introducción	6
1. Tamaño del Mercado	8
1.1 Producción local	8
1.2 Exportaciones del país de destino	10
1.3 Importaciones del país de destino	10
1.4 Importaciones desde Perú y análisis de los principales competidores	12
2. Análisis de la Demanda	20
2.1 Usos y formas de consumo	20
2.2 Perfil de la demanda del consumidor	21
2.3 Atributo y Percepción del Producto	22
2.4 Análisis de tendencias	23





3. Auditoría en Tiendas	25
4. Condiciones de Acceso al Mercado	32
4.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos	32
4.2 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado	33
5. Canales de Comercialización y Distribución	35
6. Perfil de Compradores	39
7. Actividades de Promoción	40
7.1 Ferias	40
8. Oficinas y Gremios	41
9. Fuentes de Información	42
9.1 Fuentes de información	42



Introducción

El perfil de mango fresco y congelado para el mercado de Corea del Sur, analiza el comportamiento de sus importaciones y exportaciones, al mismo tiempo que identifica las oportunidades de comercialización para las empresas peruanas.

A continuación, se presenta la subpartida arancelaria de mango fresco, así como el arancel aplicado para ingresar el producto al mercado.



Tabla N° 1: Subpartida arancelaria de mango fresco

Subpartida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú
0804.50.20.00	Mangos	30%	9% (2017)

Fuente: Oficina de Aduanas de Corea del Sur, <https://unipass.customs.go.kr/>

Para el caso de mango congelado, se presenta la subpartida arancelaria y

el arancel aplicado para ingresar al mercado coreano.

Tabla N° 2: Subpartida arancelaria de mango congelado

Subpartida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú
0811.90.90.00	Otras Frutas	30%	0%

Fuente: Oficina de Aduanas de Corea del Sur, <https://unipass.customs.go.kr/>

Los datos incluidos en este informe han sido obtenidos por estadísticas oficiales del Gobierno coreano en la moneda en la que están publicadas. Como referencia para aquellas tablas que están en la moneda local ₩ o won surcoreano (en adelante

KRW), el cambio medio USD / KRW en el año 2016 fue de 1 USD = 1 070,76933KRW.

Para las cifras de comercio indicadas se han tomado como referencia precios CIF para las importaciones y FOB para las exportaciones.



01

Tamaño del Mercado

1.1 Producción local

Mango fresco

La creciente demanda de mango fresco en Corea del Sur ha estado acompañada por el crecimiento en su producción local. En la isla de Jeju, el cultivo de mango comenzó el año 2001, actualmente se ha estabilizado. El número de agricultores que cultivan mangos en las regiones Gyeongnam, Jeonnam y Jeonbuk es cada vez mayor.

Las hectáreas dedicadas al cultivo de mango en Corea han aumentado 3,6 veces, desde las 7,1 ha registradas el año 2011 hasta 25,5 ha el 2015. En tanto que la producción alcanzó las 398 TM el año 2016 (frente a las casi 12 mil TM importadas ese año).

El Apple Mango cultivado localmente se vende a 3 kg (6 ~ 8 unidades) por KRW 100,000 al consumidor final. Mientras que el Apple Mango importado, se vende entre KRW 3,000 y KRW 20,000 el kg.

La ventaja competitiva en términos de calidad es principalmente la firmeza del producto al no estar expuesto a tratamiento hidrotérmico en comparación con los mangos importados a los que si se les exige. Además, el reconocimiento de producción nacional que les permite cobrar un precio muy alto pero que impide su consumo masivo. En enero de 2016, la Administración de Desarrollo Rural de Corea seleccionó y difundió seis especies adecuados para su cultivo doméstico a los agricultores, los cuales son: Alphonso, Carrie, Dot, Lancetilla, Chok anan, y Pickering.

Tabla N° 3: Producción de mango fresco (2015)

Región	Numero de granja	Superficie en acres	Producción toneladas
Gyeongnam	3	0,90	7
Gyeonggi	1	0,20	0
Jeonju	5	0,60	8,90
Jeju	50	23,80	326,60
Total	59	25,50	342,50

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales de Corea
Instituto Económico Rural de Corea
Elaboración: OCEX Seúl



1.2 Exportaciones del país de destino

Mango fresco

Las exportaciones de mangos frescos de Corea del Sur han sido poco significativas.

Por ejemplo, en el 2016 solo se llegó a exportar USD 3 mil.

1.3 Importaciones del país de destino

Mango fresco

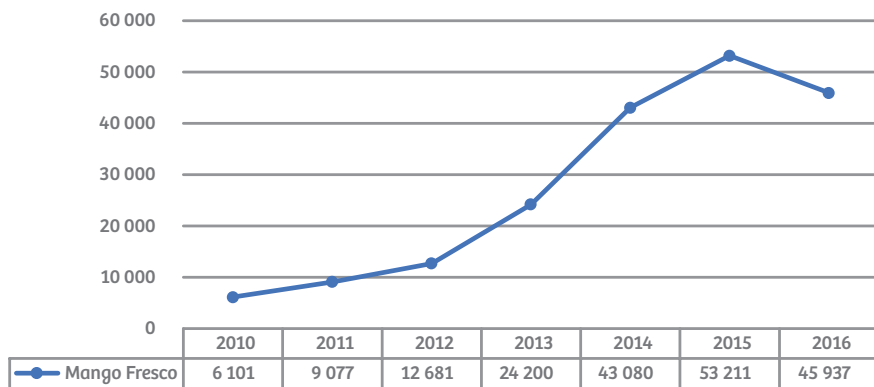
El Gráfico N° 1 muestra la importación del mango fresco entre los años 2010 y 2016. Se observa que es un mercado en crecimiento hasta el año 2015. En el 2010, se importó USD 6,1 millones, pero en el 2015, su incremento fue de 8,7 veces. En el 2016, la importación del mango decreció a USD 45,9 millones, ello debido a la incertidumbre generada por la inestabilidad y la reestructuración

de algunos sectores industriales lo cual sumergió al país en una recesión que llevó a las familias coreanas a reducir su consumo.

A través del Gráfico N° 2 se puede apreciar que el volumen de mango fresco importado por Corea del Sur el año 2016, alcanzó las 11346 toneladas, considerando que el tamaño del mercado fue 2839 toneladas en el 2012, el mercado creció 740% solo en 6 años.

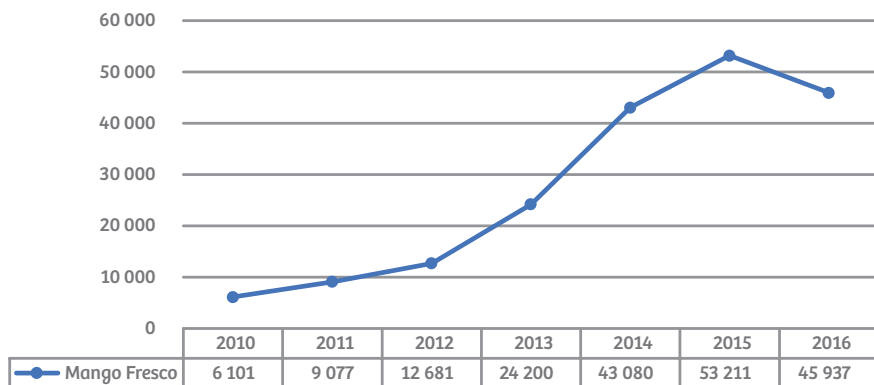


Gráfico N° 1: Valor importado de mango fresco, miles de USD (subpartida N° 0804.50.20.00)



Fuente: Korea International Trade Association, <http://stat.kita.net/>

Gráfico N° 2: Cantidad importada de mango fresco, toneladas (subpartida N° 0804.50.20.00)



Fuente: Korea International Trade Association, <http://stat.kita.net/>



1.4 Importaciones desde Perú y análisis de los principales competidores

Mango fresco

Tabla N° 4: Principales proveedores de mangos frescos (subpartida N° 0804.50.20.00)

Socio	Valor Importado (USD Millones)				
	2012	2013	2014	2015	2016
Tailandia	6,50	11,70	22,177	26,452	27,30
Filipinas	3,30	0,80	14,52	15,35	10,50
Taiwán	2,70	4,30	5,70	10,11	3,40
Perú	0	0	0	0	2,60
Vietnam	0	0	0,20	0,70	1,30
Subtotal	12,50	16,80	42,60	52,60	45,10
Mundo	16,70	24,20	48	53,20	45,90

Fuente: Trade Map, <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

Elaboración: OCEX Seúl

Tailandia y Filipinas son los proveedores más importantes de mango fresco con 5 945 y 3 968 toneladas respectivamente el año 2016, obteniendo 53% y 35% de cuota. Sin embargo, es importante

mencionar que Taiwán es el mayor competidor del mango peruano, porque es el principal proveedor de mango rojo (Apple Mango) que exportó 1 760 toneladas a Corea en las 2015 y 386

Cantidad Importada (Toneladas)					Precio ¹ (USD/kg)
2012	2013	2014	2015	2016	
1 319	2 954	4 961	5 693	5 945	4,50
1 085	2 447	4 619	5 716	3 968	2,60
406	723	909	1 760	386	8,80
0	0	0	0	525	4,90
0	0	55	211	394	3,20
2 810	6 124	10 544	13 380	11 218	
2 839	6 154	10 599	13 469	11 346	

toneladas en el 2016 pero disponibles solo entre mayo y junio.

Australia también compite con Perú en el mercado coreano de Apple Mango pues

su cosecha se produce por lo general entre octubre y enero, en tanto que la peruana se da entre diciembre y marzo; es decir febrero y marzo son los meses en los que la oferta peruana no tendría competencia.

¹ Precio basado al valor y a la cantidad del año 2016.



La competencia del mercado para los mangos importados parece ser aún más intensa, ello debido a India, el número principal exportador mundial de mango ha completado la quinta etapa en la

obtención de acceso a Corea (análisis del riesgo de presencia de plagas). Por su parte, el mango procedente del sudeste asiático, otrora con un 30% de arancel se redujo a 24% desde el 2016.

Mango congelado

Tabla N° 5: Principales proveedores de mango congelado (subpartida N° 0811.90)

Socio	Valor Importado (USD Millones)				
	2012	2013	2014	2015	2016
China	28 706	28 885	21 724	21 333	23 753
Vietnam	6 548	9 645	15 852	21 316	20 276
Chile	13 025	21 840	23 097	25 302	16 341
Estados Unidos	19 707	18 076	20 779	23 263	15 801
Perú	578	1 419	4 962	12 119	10 494
Tailandia	3 277	3 133	4 194	5 397	2 718
Canadá	7 248	6 001	3 233	2 263	1 707
Filipinas	949	1 243	1 219	1 709	1 512
Subtotal	80 038	90 242	95 060	112 702	92 602
Mundo	81 813	92 224	98 729	115 841	96 619

Fuente: Trade Map, <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>

Elaboración: OCEX Seúl

Mientras tanto, el mango peruano hizo su debut en el mercado coreano el año 2016 con USD 2,6 millones, ocupando así el cuarto lugar en monto después que Taiwán, pero ocupando el tercer lugar en volumen desplazando a Taiwán al quinto

lugar. Vietnam también es un competidor importante, aunque proveedor de otra variedad, pues fue hasta el año 2015 el único proveedor de mango fresco del sudeste asiático con un tratado de libre comercio con Corea del Sur.

Cantidad Importada (Toneladas)					Precio (USD/kg)
2012	2013	2014	2015	2016	
17 165	15 131	12 533	12 726	13 557	1,75
4 104	5 677	8 692	10 495	10 035	2,02
2 997	6 055	6 602	7 036	4 554	3,58
4 143	4 656	5 912	6 576	4 812	3,28
176	465	1 874	3 735	3780	2,77
1 689	1 479	1 761	1 934	940	2,89
1365	1 315	669	506	413	4,13
478	576	561	979	790	1,91
32 117	35 354	38 604	43 987	38 881	
33 057	36 295	40 057	45 363	40 614	



El análisis cuantitativo del mango congelado es todavía limitado, pues en Corea del Sur todavía no se lo clasifica en una subpartida propia, solo es una parte del HSK 0811.90.90.00. En esta subpartida se incluyen nueces, uvas, arándanos, entre otros productos congelados, cocidos o sin cocer. Por ejemplo, de los USD 12 millones y USD 10,4 millones que se le atribuyen a Perú durante los años 2015 y 2016, solo USD 9 millones y USD

7,5 millones respectivamente, realmente corresponden a mango congelado (clasificado en la subpartida 0811.90.91.00 del Arancel de Aduanas peruano) de acuerdo con la data de Aduanas - Perú que aparece en la tabla N° 6.

Luego de agregar las cifras de los principales países proveedores² de mango congelado y suponiendo que el 100% de lo que se atribuye a Vietnam y Tailandia es

Tabla N° 6: Exportaciones peruanas de mango congelado a Corea (subpartida N° 0811.90.91.00)

Razón Social		
	2011	2012
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	0	0
AGROWORLD S.A.C.	0	0
NATURANDINA DEL PERU S.A.C.	127 275	101 232
V & F SAC	0	0
CAMPOSOL S.A.	0	0
MEBOL SAC	0	0

Elaboración: OCEX Seúl

Fuente: Aduanas - Perú / ADEX DATA TRADE

² Precio basado al valor y a la cantidad del año 2016.

realmente mango congelado (no exportan ni nueces, ni uvas, ni arándanos a Corea), se puede concluir que la importación de dicho producto ha experimentado un importante crecimiento entre el 2012 y 2016, al pasar de USD 10 millones a USD 30 millones. Correspondiéndole a Perú el 25% de participación ubicándolo después de Vietnam que concentra el 66% y seguido por Tailandia con el 9%, país

al que Perú habría desplazado al tercer lugar desde el año 2014.

Un total de 20 empresas peruanas actualmente atienden el mercado coreano con mango Kent congelado en cubos, trozos y mitades. En la mayoría de casos el empaque es proporcionado por el importador, pero ya se registran casos en los que el empaque proviene de Perú.

Valor FOB exportado (USD)

2013	2014	2015	2016
0	609 382	594 032	1 775 180
0	0	1	1 024 011
336 000	785 228	443 482	814 237
0	0	578 521	595 050
13	968 667	454 104	550 195
0	46 730	992 326	538 058



Razón Social		
	2011	2012
DEL ANDE ALIMENTOS S.A.C.	0	0
VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	0	0
INTERNATIONAL BUSINESS AQP-PERU S.A.C.	0	0
PROCESADORA PERU S.A.C.	0	27 581
TROPICAL FARM S.A.C.	0	0
PHOENIX FOODS S.A.C.	0	0
AGRICOLA Y GANADERA CHAVIN DE HUANTAR S.A.	91 017	0
FRUTOS TONGORRAPE S.A.	0	49 440
EMPRESA AGRO EXPORT ICA S.A.C.	0	0
DANPER TRUJILLO S.A.C.	0	47 586
AGROYEX EXPORTACIONES DEL PERU S.A.C.	0	0
BIO FRUTOS S.A.C.	0	0
AGRO EXPORT Y SERVIS DON PEPE S.C.R.L.	0	0
Otras	0	0
Total	218291	225 839

Elaboración: OCEX Seúl

Fuente: Aduanas - Perú / ADEX DATA TRADE



Valor FOB exportado (USD)

2013	2014	2015	2016
0	109 235	994 072	409 776
0	0	522 582	382 682
0	0	0	278 300
5	130 450	1 194 196	234 392
0	0	1 223 839	221 000
0	0	0	212 780
0	0	85 200	200 844
88 134	66 736	375 191	143 419
0	0	0	95 011
0	120 220	103 450	54 167
0	0	454 480	0
0	0	54 852	0
0	69 610	123 165	0
34 211	400 550	868 716	0
458 363	3 306 808	9 062 209	7 529 099



02

Análisis de la Demanda

2.1 Usos y formas de consumo

Mango fresco:

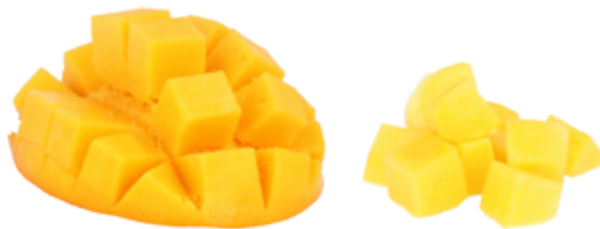
El mango fresco es un complemento ideal para las dietas por su contenido de azúcares, fibras y vitamina C, por ese motivo es consumido en postres de forma directa.

Por último, los alimentos importados, incluyendo el mango fresco peruano, se han vuelto populares como regalo en las fiestas nacionales como el año nuevo lunar y chusok (día de acción de gracias coreano)

Mango congelado:

El mango congelado es usado por las familias coreanas para la elaboración de jugos por su fácil preparación.

Por su parte la franquicia Bing-Su, que ha popularizado el mango en Corea, utiliza como insumo principal el mango congelado para elaborar postres de heladería y jugos. Además, como se podrá apreciar en la sección de Auditoría de tiendas, la forma de presentación del mango congelado es en helados.



2.2 Perfil de la demanda del consumidor

Mango fresco y congelado

El importador del mango fresco ve a las mujeres entre 30 y 40 años de nivel socio económico alto como su target (público objetivo). Afirman que es la facción más abierta a comprar frutas exóticas y que tienen preferencia por las frutas frescas. Ellas podrían consumir el mango peruano motivadas por haber viajado a Perú, lo cual haría que se inclinen a dicho origen entre los mangos de otros países. Por otro lado, los mangos congelados son comprados generalmente por las mujeres que tienen niños para la preparación de jugos. Además, la moda de mango (específicamente de mango rojo, también conocido como Apple Mango) empezó desde las franquicias y entre los más

jóvenes, ya que son más abiertos a las novedades y gustan de experimentar lo exótico desde o antes de su aparición.

Entre muchas razones, el importador señala el gusto de los coreanos por lo exótico, como la principal razón de consumo. También cree que el sabor es importante para los coreanos, aunque sea exótico.

Para el caso de mango congelado un factor importante es la comodidad, relacionado con la tendencia de reducir el trabajo doméstico, característica muy presente en la sociedad coreana. Dado que los principales clientes son las familias jóvenes, es muy importante que se ofrezcan alimentos en presentaciones de fácil preparación.



2.3 Atributo y Percepción del Producto

Mango fresco y congelado

El mango rojo, o AppleMango, tiene éxito en Corea por su presentación, especialmente su color y cáscara más claro que otros. Los mangos procedentes de Taiwán, Australia y Perú son clasificados como mango rojo (variedad Kent principalmente) y tratados como mangos de lujo (un mango rojo de la Isla de Jeju puede superar los USD 50 por Kg). La cosecha de mango rojo de Taiwán se da en mayo y junio, la de Australia entre noviembre y enero y la peruana entre noviembre y marzo. La provisión de mango congelado peruano se inicia principalmente al finalizar el procesamiento del mango fresco es decir de abril hasta junio principalmente.

El primer atributo del mango fresco y congelado de Perú es el sabor pues coincide con la preferencia de los coreanos. A comparación con el mango de color amarillo proveniente de Tailandia y Filipinas que se caracteriza por tener pequeñas semillas, alto dulzor y suave pulpa. El control de calidad también es un atributo reconocido en la oferta peruana en comparación con su competencia, aunque mencionan que el año 2015 se registraron envíos que no cumplieron

con los estándares de los importadores, lo cual llevó a una caída de 16% el 2016. La estabilidad de suministro también es mejor que la de otros países proveedores. Algunas empresas valoran el empaque, porque hay demanda de empaques pequeños.

La disponibilidad de mango orgánico en Perú es también un distintivo pues no existen países que puedan competir contra ellos. Se puede apreciar en los corners de la marca ORGA Whole Foods, ubicadas en supermercados, la presencia de producto peruano.

El precio del mango peruano fresco es competitivo comparando al mango doméstico, pero todavía es relativamente alto frente al proveniente de otros mercados. Dado a su reciente introducción, aún no es posible conocer cabalmente la reacción del mercado.

Para su ingreso de frescos se exige un tratamiento de agua caliente para evitar el ingreso de plagas no presentes en Corea. Dicho tratamiento reduce la calidad del producto en términos de dulzor, dureza y fragancia, así como vida útil en el anaquel.



2.4 Análisis de tendencias³

Mango fresco

El consumo mensual por familia de frutas ha crecido en 30% en los últimos 10 años, desde KRW 33 141 a KRW 43 242. Específicamente, el crecimiento de la demanda fue importante entre los años 2009 y 2012, cuando creció 23%. En los últimos 4 años, en cambio, ha experimentado un descenso.

Aunque la demanda de frutas en general no creció, cada año se consume mayor variedad de frutas extranjeras, ello se puede observar en la tendencia de producción doméstica e importación de fruta. Entre el 2009 y 2012, la producción doméstica cayó en 794 485 toneladas, desde 5 236 473 a 4 441 988 toneladas, mientras que la importación de frutas aumentó 324 276 toneladas, desde 515 895 a 840 171 toneladas.

No solo aumentó la cantidad de importación, sino que también aumento el precio. Entre los últimos 10 años el

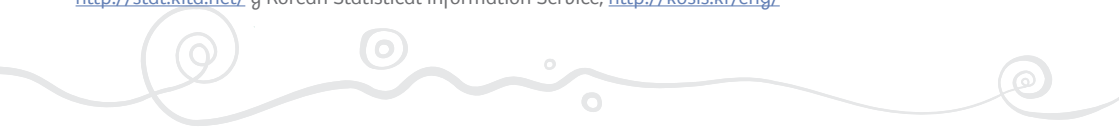
promedio del valor unitario en importación se ha duplicado, desde USD 0,91/kg a USD 2,07/kg. El aumento del precio significa que cada año hay más demanda en las frutas más lujosas, como el mango (USD 3,95/kg) o arándano (USD 9,95/kg).

Mango congelado

El éxito de franquicias de jugos y de “Bing-Su” marcan una tendencia notable. Las franquicias son las principales responsables de que el mango sea una fruta de moda en Corea, aunque los métodos de contribución fueran diferentes. También son los principales compradores de mango congelado pues los importadores indican a las franquicias como su principal cliente.

Las franquicias de Bing-Su fueron los primeros en utilizar el mango como ingrediente principal. Originalmente, Bing-Su se preparaba con hielo molido, frijoles adzuki (una especie de frijol

³ Fuente: Trade Map, <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>, Korea International Trade Association, <http://stat.kita.net/> y Korean Statistical Information Service, <http://kosis.kr/eng/>



rojo) y leche condensada. Sin embargo, las franquicias empezaron a usar varios ingredientes en vez de adzuki y entre ellos el mango fue uno de los más populares. Con ello se cambió la forma tradicional de consumir mango (en jugos o helados).

En el caso de las franquicias de jugos, el jugo de mango no es el más popular pues existe una amplia variedad de ingredientes. No obstante, ello, es uno

de los clientes más grandes del mango congelado debido al número de tiendas asociadas. Muestra de ello es Juicy Juice, una franquicia de jugos que abrió su 3ª tienda en abril de 2015 y a la fecha cuenta con más de 500 tiendas en todo Corea. Este fenómeno inició las grandes empresas de alimentos luego de desarrollar productos derivados de mango, como paletas de mango helado (mitades de mango congelado).



03

Auditoría en Tiendas

Mango fresco

A continuación, se presenta los cuadros de precios al mayorista y minorista. El

precio mayorista está basado en el precio registrado el 13 de marzo de 2017. Cabe mencionar que el precio del mercado Banyeo no varía mucho por su pequeño volumen de subasta.

Tabla N° 7: Precio mayorista

Mercado	Peso	Calidad	Precio Alto (KRW)	Precio Bajo (KRW)	Precio Medio (KRW)
Garak (Seúl)	5 kg	Especial	58 000	58 000	58 000
Banyeo (Busan)	5 kg	Especial	32 000	33 000	32 500
Garak (Seúl)	5 kg	Normal	58 000	32 000	43 228
Banyeo (Busan)	5 kg	Normal	28 200	29 300	28 700

Fuente: Mercado Garak (<http://www.garak.co.kr/eng/>) y Mercado Banyeo (<http://bymarket.busan.go.kr>)

Elaboración: OCEX Seúl

En la tabla N°7 se muestra el precio mayorista de mangos importados. El mango rojo doméstico de Jeju está en otra categoría y tiene un precio mucho más alto que el mango importado.

El precio mayorista es muy variado, según

los orígenes, la temporada de subasta, entre otros. Desafortunadamente no existe un dato que muestra el promedio de precio, pero se puede observar que el precio alto puede subir hasta KRW 90 000 por 5 kg en la temporada alta (el verano).

Tabla N° 8: Precio minorista de mango fresco

Presentación	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Lotte	Filipina	Caja de 5 kg	KRW 56 000
	Shinsegae	Tailandia	Caja de 3,3 kg	KRW 70 000

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>) y Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Shinsegae	Filipina	Caja de 1,8 kg	KRW 32 900
	Shinsegae	Corea	Caja de 3 kg	KRW 160 000
	Shinsegae	Taiwán	Venta por Unidad (350 g)	KRW 6 980
	Shinsegae	Perú	Caja de 2,5 kg	KRW 45 800

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>) y Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>)

Elaboración: OCEX Seúl



En la tabla N° 8 acerca del precio minorista se puede observar que el precio de mango es muy variado según su origen. Los mangos de Filipinas tienen mayor variación, el precio por kg puede variar entre KRW 11 200 a KRW 18 278. En tanto que los mangos de otros países tienen precios más elevados, el mango tailandés cuesta KRW 21 212 por kg y el mango taiwanés, KRW 19 943 por kg.



El mango doméstico tiene un precio especial y es tratado como una fruta

de lujo, por su pequeña cantidad de producción y preferencia por los productos domésticos. Dicho precio demasiado alto motiva la importación de mangos rojos de Taiwán o Perú.

Mango congelado y derivados



A continuación, se presenta las tablas N° 9 y N° 10, donde figuran el precio al por menor de productos de mango congelado y sus derivados, respectivamente.

Tabla N° 9: Precio minorista de mango congelado

Presentación	Descripción	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Mango Congelado Orgánico en Cubos	Shinsegae	Perú	Bolsa Plástica de 700 g	KRW 11 980 (KRW 17 114/kg)
	Mango Congelado, en Cubos	Homeplus	Vietnam	Bolsa Plástica de 500 g	KRW 5 500 (KRW 11 000/kg)

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>), Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>) y Homeplus (<http://www.homeplus.co.kr/>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Descripción	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Mango Congelado, Mitades	Shinsegae	Tailandia	Envase de 500 g al Vacío	KRW 6 500 (KRW 13 000/kg)
	Perú Apple Mango (Mango Rojo Peruano), en Cubos	Lotte	Perú	Bolsa Plástica de 1 kg	KRW 8 900

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>), Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>) y Homeplus (<http://www.homeplus.co.kr/>)

Elaboración: OCEX Seúl

El precio minorista varía entre KRW 7 000 y KRW 18 000 por kg pero no existe un criterio de precio según el origen. Solo el certificado de alimento orgánico es el único criterio que decide el precio del mango congelado y en cuyo caso alcanza los USD 16 por kg.

Las tiendas on-line de grandes distribuidores minoristas son las que muestran más productos de Vietnam y Perú. La mayoría de los productos convencionales provienen de Vietnam, pero el mango peruano domina la categoría de mango orgánico.






Tabla N° 10: Precio de productos derivados del mango

Presentación	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Smoothie Mango: Jugo helado de Mango (260 ml)	GS Retail	-	KRW 2 000
	Mango 25% Bing-Su: Helado Tradicional con Mango	GS Retail	-	KRW 3 000
	99,7% Ice Mango: Jugo Helado de Mango (100 g)	Shinsegae	Vietnam	KRW 1 350
	Mango 100: Helado de Mango (80 g)	Shinsegae	Vietnam	KRW 1 000
	Making Yogurt with Mango: Yogur de Mango (105 g)	Shinsegae	Vietnam	KRW 2 980

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>) y Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Distribuidor	Origen	Empaque	Precio
	Miss Mango: Helado de Mango (60 g)	CU	Tailandia	KRW 1 200
	Mango Cheese Bing-Su: Helado Tradicional de Mango Rojo y Queso	Sulbing	-	KRW 10 000
	Mango Juice: Jugo de Mango	Juicy	-	KRW 2 000 (Mediano) KRW 3 800 (Grande)

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>) y Lotte Mart (<http://www.lottemart.com>)

Elaboración: OCEX Seúl

Recientemente, las empresas coreanas desarrollaron muchos productos de mango congelado con el fin de maximizar sus utilidades.

Los productos desarrollados normalmente son helados pues no requieren de muchos procesos. Aunque no se muestra un desarrollo innovador,

se puede observar que el mango está de moda.

En la sección de productos derivados de mango, también la mayoría proviene de Vietnam, pero en algunos casos no se aprecia el origen. Solo se puede presumir que los productos de mango rojo (Apple Mango) sean con ingrediente peruano.



04

Condiciones de Acceso al Mercado

4.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

Mango fresco

El arancel base del mango fresco es 30% (código arancelario HS10 0804.50.2000) pero el arancel actual (2017) por mango peruano es 9%. La desgravación absoluta se alcanzará el 2020 (disminuye 3% anual).

Dado que los principales proveedores de mango fresco pagan un arancel alto al ingresar a Corea, los importadores lograron gran aceptación al presentar el mango peruano a sus clientes. En el 2016, se aplicaba 24% de arancel a los países de ASEAN (Vietnam, Myanmar, Singapur, Malasia, Indonesia, Filipinas, Brunéi, Laos, Camboya y Tailandia) mientras que a Taiwán 30%. En el 2015, entró en vigencia el TLC entre Corea del Sur - Vietnam y para el mango la desgravación absoluta se alcanzará el año 2025.

Mango congelado

Para el mango congelado, el arancel general es 30% (Subpartida Arancelaria HS10 0811.90.9000). La desgravación absoluta para Perú se alcanzó el año 2015; es decir, ya se puede aprovechar el libre comercio.

Los competidores de mango congelado no cuentan con ventaja en el arancel. El arancel es 24% para los países competidores de ASEAN y no habrá más desgravación si no hay renegociación.

El mango peruano registra precios que van desde los USD 2,6 hasta USD 1,88 por kg (cuanto más cerca al verano coreano más barato) en tanto que el mango vietnamita cuesta USD 2,03 y el tailandés, USD2,79.

4.2 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Mango fresco

Para el mango fresco Corea negoció con Perú un protocolo fitosanitario que entró en vigencia en noviembre del 2015 y que exige el tratamiento hidrotérmico (que la fruta sea sumergida en agua caliente) para prevenir plagas inexistentes en Corea.

El protocolo exige la instalación infraestructura especial en centros de empaque que debe ser pre aprobada cada año por SENASA e inspeccionado también cada año por su par coreano QIA (ver detalles en el Anexo “Especificación y Guía de la Instalación de Tratamiento de Agua Térmica por Mangos Frescos de Perú”).

Mango congelado

Por el mango congelado no se aplica una regulación especial como el mango fresco. Solo está bajo algunas regulaciones básicos como cuarentena y la regulación de etiqueta coreana. La regulación de etiqueta obliga a que el empaque contenga información básica en idioma coreano.

En el Gráfico N° 3 se muestra la etiqueta encontrada en un empaque de mango congelado de procedencia peruana que contiene: el nombre de artículo, peso, tipo de alimento, fecha de producción, fecha de caducidad, ingredientes, país de origen, empresa exportadora, instrucciones para la conservación y uso, contenido nutritivo, precauciones, entre otros.



Gráfico N° 3: Ejemplo de etiqueta en Corea del Sur

식품위생법에 의한 한글표시사항

- 제품명: 애플망고 • 식품유형: 과 - 제가공품(가열하지 않고 섭취하는 냉동식품)
- 유통기한: 별도표시없음(년, 월, 일 순) • 내용량: 1kg
- 원재료 및 함량: 애플망고 100%(페루산)
- 보관 및 주의사항: (-18℃ 이하에서 냉동보관 (이미 냉동된 제품)이므로 해동 후 재냉동은 삼가하시기 바랍니다.)
- 수입 및 소분장: (주)이룸푸드시스템
서울특별시 강남구 봉은사로 500(삼성동, 삼호빌딩지하 1층)
- 제조사: NATURANDINA DEL PERU S.A.C
- 반출 및 교환장소: 구입처 및 수입처 • 소비자상담실: 02-539-9421
- 본 제품은 공정거래위원회 고시 소비자분쟁해결 기준에 의해 보상받을 수 있습니다.
- 해동방법: 실온에서 30~40분간 해동한 후 드십시오.
- 포장재질(내면): 폴리에틸렌(PE)
- 별도의 세척없이 바로 즐기실 수 있습니다.
- 부장 - 불량식품 신고는 국번없이 1399

Etiqueta en coreano de acuerdo con la ley de saneamiento de alimentos.

- Nombre del producto: Apple Mango
 - Tipo de alimentos: Frutas procesadas (Alimentos congelados sin calefacción)
 - Fecha de caducidad: Se adjunta por separado (Año, Mes, Día)
 - Net bruto: 1 kg
 - Origen: Apple mango 100% (Perú)
 - Conservación: en 19 grados bajo cero (No es recomendable congelarlos después de descongelarlos)
 - Empresa importada: Irum Food System
 - Exportador (Fabricante): NATURINA DEL PERU S.A.C
 - Reembolso o cambio de producto: Tienda o empresa importadora
 - Oficina de asesoramiento al consumidor: 02-539-9421
- Este producto puede ser recompensado por la Comisión de Comercio Justo de Corea y los Criterios de Resolución de Disputas de Consumidores
- Método de Descongelar: Después de descongelar el producto a temperatura ambiente durante 30 ~ 40 minutos
 - Material de empaque: Polietileno
 - Estable sin necesidad de limpieza especial
 - Llamar a 1399 para alimentos corruptos o insalubres

Fuente: Importadora Irum Food System

Elaboración: OCEX Seúl

05

Canales de Comercialización y Distribución

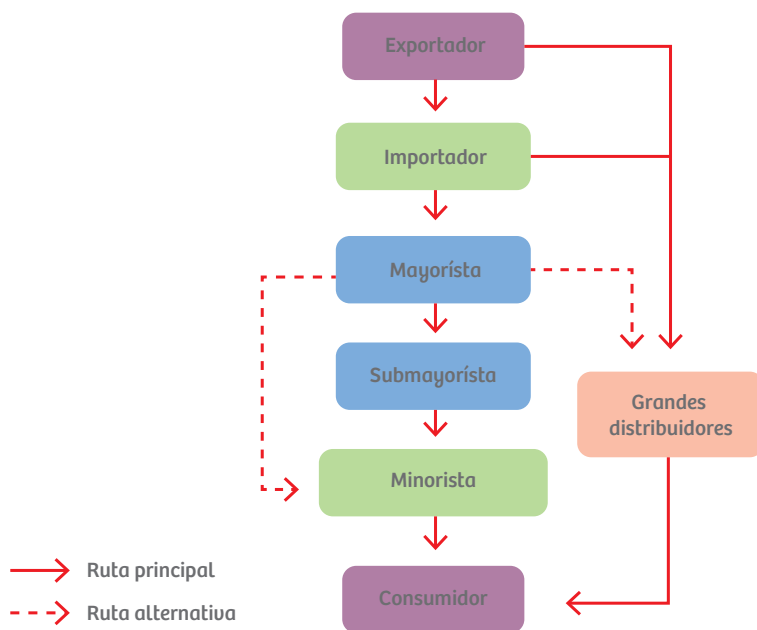
Mango fresco

Normalmente, el mango fresco sigue los canales más ordinarios de las frutas. Existe dos canales principales,

uno es lo más tradicional a través de mercados mayoristas y otro es el de grandes distribuidores que poseen super/hipermercados, grandes almacenes, tiendas conveniencia, entre otros.



Gráfico N° 4: Flujo de distribución del mango fresco



Fuente: Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, <https://edu.at.or.kr>

Elaboración: OCEX Seúl

Mango congelado

La influencia de grandes distribuidores es muy importante, porque dominan la mayoría de canales minoristas. Se puede observar en el volumen ingresado al mercado Garak, el mercado mayorista más grande. En el 2015, 1 268 toneladas de mangos

ingresaron a este mercado. Considerando su tamaño, hay muy alta posibilidad de que el ingreso total de mangos frescos a los mercados no supere las 2 000 toneladas.

Los grandes consumidores como procesadores, restaurantes y cafeterías prefieren utilizar el mango congelado por

La comodidad en su uso. Como el mango congelado ya está pelado y cortado, se necesita dos procesos menos. Además, es más económico que el mango fresco en comparación en precio y la cantidad utilizable. Para los procesadores, es más fácil desarrollar nuevos productos como helados o también cervezas con mango congelado.

Por lo tanto, uno de los principales canales de ventas son las franquicias de restaurantes y cafeterías, incluso las de Bing-Su y jugos. El principal canal de abastecimiento difiere entre las franquicias y tiendas individuales, normalmente las franquicias compran directamente desde

el importador o el procesador mientras que los restaurantes o las cafeterías individuales prefieren comprar sus ingredientes desde mayoristas o a veces, de grandes distribuidores tipo Costco o de marcas de supermercados locales que cuentan con tiendas formato mayorista E-Mart Traders, Homepluss, Lotte VIC Market.

La influencia del canal más tradicional es limitada, los minoristas individuales tampoco son los principales proveedores del mango congelado. Como es un producto que requiere ser almacenado en congeladores, la distribución minorista naturalmente está concentrada en los grandes distribuidores.

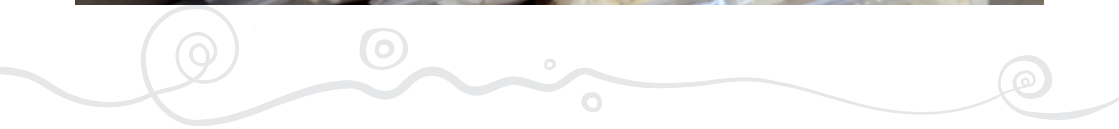
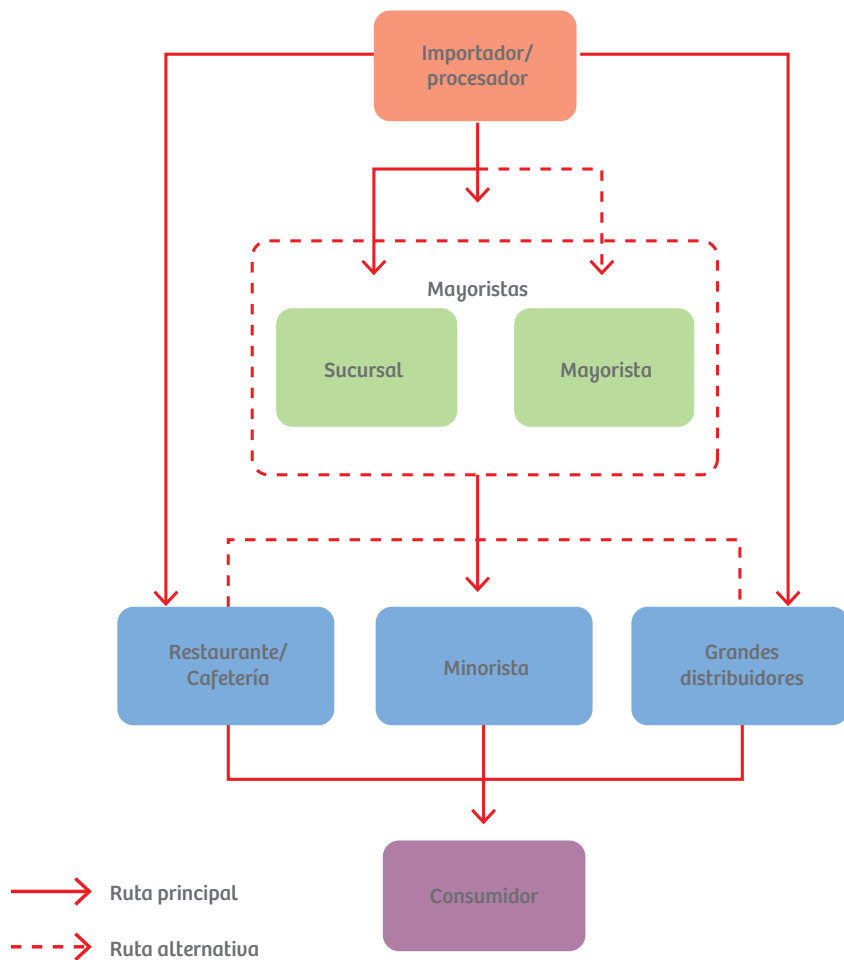


Gráfico N° 5: Flujo de distribución del mango congelado



Fuente: Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation, <https://edu.at.or.kr>

06

Perfil de Compradores

Mangos frescos y congelados

Los importadores suelen buscar proveedores directamente, ya sea contactándolos o visitándolos en origen. También utilizan otros canales de provisión como agentes, recomendación de la OCEX Seúl y visita a ferias especializadas. Las ferias más importantes para compradores coreanos son las de Europa. Casi todos los consultados mencionaron SIAL de Francia y ANUGA de Alemania. En Asia, también es importante Asia Fruit Logística en Hong Kong y Seoul Food & Hotel.

Los consumidores coreanos son famosos por ser muy exigentes, el control de calidad es lo más importante a la hora de seleccionar el proveedor. Además de la calidad y el precio, se valoran también los certificados y la exclusividad. La exclusividad es importante para un gran número de empresas con el motivo de poder controlar el mercado y tener una estabilidad de abastecimiento. En ese sentido, la estabilidad de suministro que

pueden ofrecer los exportadores es un punto considerable.

Las empresas coreanas prefieren tener un socio confiable y una larga relación. Cuando empiezan a confiar en un socio, no buscan otros solo por una pequeña diferencia de precio. Por lo mismo, es muy importante dar una buena primera impresión. En un principio los clientes serán difíciles, pero se convertirán en clientes confiables si se muestra respeto y se atiende pacientemente sus exigencias.

En el comercio, la condición CIF (Coste, Seguro y Flete) es la preferida, pero aceptan la oferta FOB (Libre a Bordo) que caracteriza a Perú. No obstante, los anterior, no quieren correr el riesgo de incumplimiento y en ese sentido prefieren: carta de crédito (en inglés, L/C), D/P (envío de documentos originales contra pago) o CAD (pago contra documentos). Cuando aceptan transferencia directa, prefieren pagar una parte contra aceptación o envío de documentos.



07

Actividades de Promoción

7.1 Ferias

Tabla N° 11: Ferias del sector

Feria del Sector	Fecha	Ubicación	Teléfono / Otros	Página Web
SEOUL FOOD	16 - 19 may 2017	Il San KINTEX	02-3460-7271 / 7259	www.seoulfood.or.kr
FOOD WEEK KOREA	25 - 28 oct 2017	Seúl COEX	02-6000-1068/1071	foodweek.co.kr
World Food Expo	30 nov - 3 dic 2017	Il San KINTEX	02-557-6776	www.worldfoodexpo.co.kr

08

Oficinas y Gremios

- Aduanas de Corea del Sur (<http://english.customs.go.kr>)
- Agencia de Promoción al Comercio e Inversión en Corea del Sur (www.investkorea.org)
- Comisión de Comercio de Corea del Sur (www.ktc.go.kr)
- Ministry of Food and Drug Safety (<http://english.mafra.go.kr/main.jsp>)
- Korea Importers Association (www.import.or.kr)
- Ministerio de Comercio, Industria y Energía (<http://english.motie.go.kr/www/main.do>)
- Korea Customs and Trade Development Institute (<http://www.kctdi.or.kr>)



09

Fuentes de Información

9.1 Fuentes de información

Tabla N° 12: Fuentes de información

Razón Social	Tipo	Página Web
AK Farm	Empresa Importadora	-
Trade Map	Organización no Gubernamental	http://www.trademap.org
aT (Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation)	Empresa Pública	http://www.at.or.kr
MFDS (Ministry of Food and Drugs Safety)	Organización Gubernamental	http://www.mfds.go.kr/eng/
KOSIS (Korean Statistical Information Service)	Organización Gubernamental	http://kosis.kr/eng
KITA (Korea International Trade Association)	Asociación de Empresas	http://global.kita.net



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

