

El mercado de Aceite de oliva en Corea del Sur

El mercado de Aceite de oliva en Corea del Sur

Esta nota ha sido elaborada por Cristina Montiel bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Seúl.

Actualizado por Carlos Rebato Barredo.

Noviembre 2008

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	10
3. Importaciones	12
4. Competidores	19
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	23
1. Evolución de la demanda	23
2. Hábitos de compra y consumo	24
3. Potencial del mercado	25
4. Tendencias de la demanda	26
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	28
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	34
VI. DISTRIBUCIÓN	36
1. Sector Hostelero	36
2. Venta al público	37
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	40
1. Procedimiento de importación y etiquetado	41
2. Consejos para el importador español	42
VIII. ANEXOS	46
1. Ferias	46
2. Publicaciones del sector	48
3. Asociaciones	50
4. Estadísticas actualizadas. enero-septiembre 2008	52
5. Listado importadores	55

CONCLUSIONES

Después de unos años de enorme crecimiento hasta el 2005, las importaciones coreanas de aceite de oliva han caído en los dos últimos años en torno a un 52%, atribuyéndose este cambio de tendencia a diversas causas, entre ellas un agotamiento del efecto “novedad”, la acumulación de *stocks* excesivos en años anteriores, el incremento de precios y la aparición de otros aceites promocionados como “saludables”, caso del aceite de pepitas de uva. Por otro lado las cifras disponibles para los dos primeros meses de 2008, muestran una recuperación considerable con respecto al mismo período de 2007, aunque parece prematuro asegurar que se esté produciendo un nuevo cambio de tendencia

España es el principal proveedor de aceite de oliva al país, contando con una cuota de mercado del 74,8% en 2007. A pesar de ello, el consumidor medio sigue asociando el aceite de oliva con Italia, nuestro principal competidor. Ello se debe a que aproximadamente el 80% de las ventas del aceite español a Corea del Sur son a granel, por lo que la asociación producto-país de origen se diluye. En cambio, Italia, a pesar de contar con una cuota de mercado muy inferior a la nuestra, es líder en cuanto a reconocimiento por parte de los consumidores.

En estos momentos la preocupación generalizada del sector es la subida del precio del aceite de oliva. Como reacción a esta situación se están observando dos tendencias en el mercado; por una parte, la activa campaña de promoción del aceite de semilla de uva, como producto sustitutivo frente al aceite de oliva, y por otra, el incremento de las ventas del aceite turco que se posiciona por precio.

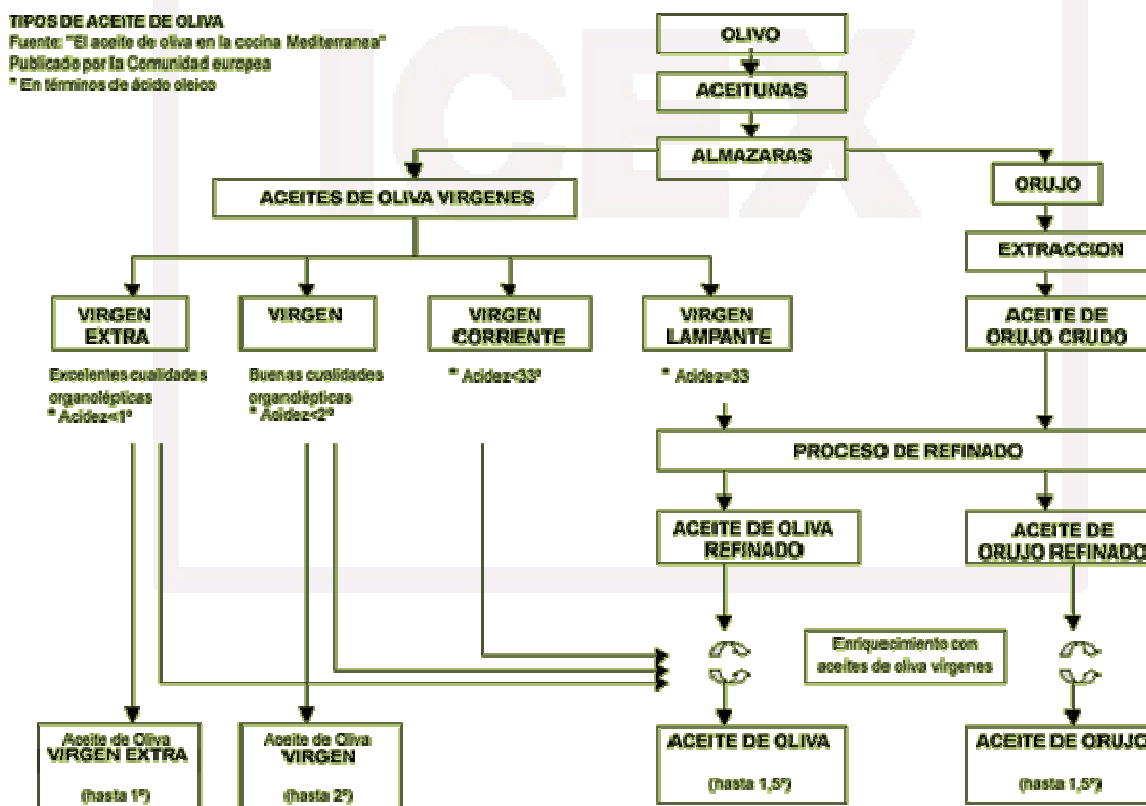
Las principales marcas de aceite de oliva presentes en los lineales son las marcas coreanas de distribución, las italianas y algunas marcas españolas. Sin embargo, teniendo en cuenta que el aceite de oliva español es el más competitivo del mercado, tanto en producción como en calidad, las marcas españolas deberían tener una mayor presencia en el mercado coreano.

Para afrontar la introducción de la marca propia en el mercado coreano se aconseja: por una parte, adaptar la oferta a los gustos del consumidor, especialmente suavizando el gusto y el aroma del aceite de oliva, y por otra, cuidar la presentación, al tratarse de un factor clave para influir en la decisión de compra del consumidor local. Igualmente, consideramos que el momento es propicio para llevar a cabo una agresiva campaña promocional, tanto privada como institucional, que refuerce la imagen del aceite de oliva español y favorezca el posicionamiento de las marcas españolas en el mercado coreano.

I. DEFINICION DEL SECTOR

Como paso previo al análisis del sector del aceite de oliva en el mercado coreano adjuntamos un gráfico que ilustra el proceso de transformación de la oliva para dar lugar a los distintos tipos de aceite: virgen extra, virgen, aceite de oliva y aceite de orujo.

TABLA I. TIPOS DE ACEITE DE OLIVA



1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota de mercado analizará el aceite de oliva en el mercado coreano, siguiendo la definición de “aceite de oliva” especificada en el Convenio Internacional del Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa, elaborado en Ginebra, en el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en noviembre de 2005¹.

Según lo establecido en el citado Convenio, por aceite de oliva se entiende los aceites procedentes únicamente del fruto del olivo, con exclusión de los aceites obtenidos mediante disolventes o procedimientos de reesterificación y de toda mezcla con aceites de otra naturaleza. En consecuencia, analizaremos la situación del aceite de oliva, el aceite de oliva virgen y el virgen extra en el mercado coreano, sin tener en consideración el aceite de orujo.

El término virgen indica que el aceite se ha obtenido del fruto del olivo por procedimientos mecánicos sin recibir ningún tratamiento químico posterior. Dentro de esta categoría se considera que el aceite es de oliva virgen cuando tiene una acidez inferior a los dos grados. Si la acidez es menor a un grado se clasifica como aceite de oliva virgen extra, que es el de mejor calidad. Si, por el contrario, el grado de acidez es demasiado alto (igual o superior a tres grados), se denomina aceite virgen lampante, que no es apto para el consumo humano.

Tras pasar un proceso de refinación, el aceite virgen lampante se convierte en aceite de oliva refinado, que debe ser mezclado con aceites vírgenes para obtener sabor y color. Esta mezcla es la que se comercializa con el nombre de aceite de oliva y tiene una acidez máxima de un grado y medio.

Durante el proceso de elaboración del aceite de oliva se obtiene una pasta llamada orujo, a partir de la cual se produce el aceite de orujo de oliva. Este es de peor calidad que el de oliva y se puede clasificar también en diferentes tipos en función de su pureza. Este tipo de aceite no tiene la consideración de aceite de oliva según el Convenio Internacional del Aceite de Oliva y apenas tiene relevancia en el mercado coreano, por lo que no será objeto de análisis en la presente nota de mercado.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La clasificación arancelaria del aceite de oliva según el Arancel Comunitario Integrado (TARIC) se corresponde con la partida arancelaria 1509² y la 1510.

A su vez, la partida arancelaria 1509 se desglosa de la siguiente forma:

Aceite de oliva virgen lampante → 1509.10.10	} <u>Aceite de oliva virgen</u>
Aceite de oliva virgen (o extra) → 1509.10.90	
<u>Aceite de oliva</u> → 1509.90	

¹ TD/OLIVE OIL.10/6 (art.2.4) -

http://www.agrodigital.com/upload/l_30220051119es00470067%5B1%5D.pdf

² Esta clasificación coincide con la nomenclatura utilizada por la *Korea International Trade Association* (KITA).

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA II. PARTIDA ARANCELARIA DEL ACEITE DE OLIVA SEGÚN EL CÓDIGO TARIC

CÓDIGO	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO
1509	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.
1509.10	Virgen
-10	Lampante
-90	Los demás
1509.90	Los demás
1510	Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de la aceituna, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, y mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites o fracciones de la partida 1509.

Fuente: www.taric.es

La partida arancelaria 1510 de *los demás aceites y sus fracciones* posee una cuota de mercado ínfima cuando se compara con la 1509, en concreto alrededor de un 1,4% del mercado. Responde prácticamente en su totalidad a las importaciones de aceite de orujo a granel, por lo que no será objeto de la presente nota de mercado.

ICEX

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado coreano del aceite de oliva se nutre en su totalidad de las importaciones. En consecuencia, conociendo las importaciones y las exportaciones (en realidad reexportaciones) podremos estimar el tamaño del mercado del aceite de oliva en Corea.

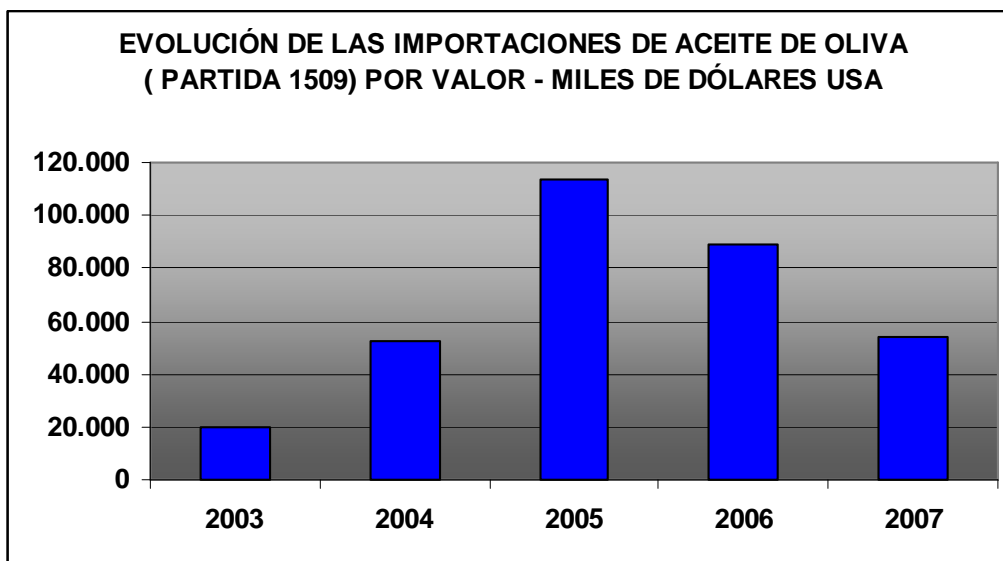
A continuación analizaremos la evolución de las transacciones totales del aceite de oliva en los últimos cinco años, tanto en valor económico como en volumen.

TABLA III. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE OLIVA (P.A. 1509) EN MILES DE USA \$

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Valor	$\Delta\%$	Valor	$\Delta\%$	Valor	$\Delta\%$	Valor	$\Delta\%$	Valor	$\Delta\%$
Producción	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Import	20.200	151	52.613	160	113.786	116	89.340	-21	53.785	-39.8
- Export	0	100	37		102	172.8	106	3	260	146.1
Consumo Aparente	20.200	176	52.576	136	113.684	116	89.234	-21	53.525	-40

Fuente: Korean International Trade Association (KITA)

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR



Llama la atención el espectacular crecimiento de las importaciones de aceite de oliva en los últimos años. Sin embargo, en estos dos últimos años parece que se está dando un cambio de tendencia lo que ha provocado una bajada de más del 50 % con respecto al año 2005.

En el año 2002 se importaban unos 8 millones de dólares de aceite de oliva. Sólo cinco años después esta cifra se ha multiplicado casi por tres, a pesar de la caída registrada en 2006 y 2007.

El elemento clave que determina el espectacular crecimiento que se produce en el año 2005, es el aumento de la popularidad entre el consumidor coreano de los productos sanos, entre los que logra situarse el aceite de oliva

La caída en las importaciones que se ha producido en los dos últimos años se debe a dos factores:

- Descenso en el consumo del aceite de oliva, que ha perdido terreno respecto a productos sustitutivos, especialmente frente al aceite de semilla de uva, al que se atribuyen también propiedades “saludables”.
- Las empresas distribuidoras poseen todavía stocks desde 2005 al que van dando poco a poco salida.

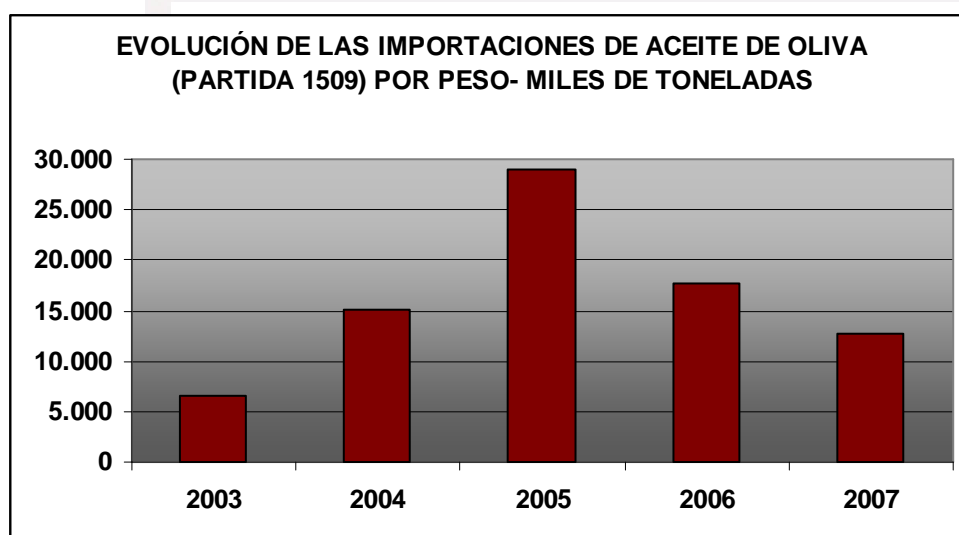
Las re-exportaciones de aceite de oliva son muy irregulares. Se trata de re-exportaciones puntuales llevadas a cabo por mayoristas coreanos que venden a terceros países, en concreto a China.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA IV. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES TOTALES DE ACEITE DE OLIVA (P.A. 1509) EN MILES DE TONELADAS

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%
Produc.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Import	6.652	111,6	15.078	126,6	29.096	93,0	17.732	39,5	12.651	-28,65
- Export	0	0	11		42	281	19	-54,7	43	121
Consumo Aparente	6.652	111,8	15.067	126,5	29.056	92,8	17.713	92,8	12.608	-28.82

Fuente: Korean International Trade Association (KITA)



Las importaciones por volumen evolucionan de la misma forma que lo hacen las importaciones por valor económico. Sin embargo, se puede apreciar que el crecimiento proporcional de las transacciones en valor es superior a las transacciones en volumen. Ello se debe a que el precio medio del aceite de oliva ha ido aumentando a lo largo de los años.

En conclusión, podemos destacar el asombroso incremento que se venía dando en el consumo del aceite de oliva en el mercado coreano hasta el año 2006. Sin embargo, en estos últimos años se ha producido un descenso de más del 50%. El tamaño del mercado en la actualidad se sitúa en unas 12.000 toneladas por valor de unos 50 millones de dólares.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La totalidad del aceite de oliva que se consume en Corea del Sur es importado ya que las condiciones climáticas extremas (inviernos muy fríos y secos y veranos muy cálidos y húmedos) no son las adecuadas para el cultivo de olivos y la producción de aceite de oliva.

Como productos sustitutivos del aceite de oliva se encuentra en el mercado el aceite de soja, el aceite de maíz y el aceite de sésamo. En los últimos tiempos se está promocionando exitosamente el aceite de semilla de uva.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Aunque no existen cifras oficiales al respecto, los importadores entrevistados estiman que el aceite de oliva representa no más de una décima parte del mercado total de los aceites en Corea del Sur.

El **aceite de soja** (P.A.1201.00.10.00) es consumido prácticamente por el 99% de la población. La producción nacional se sitúa alrededor de las 300.000 toneladas anuales, sin embargo, el mercado se nutre principalmente de las importaciones. En 2006 se importaron unas 860.000 toneladas aproximadamente, por valor de unos 240 millones de dólares. El principal país exportador es Brasil seguido de Estados Unidos. El aceite de soja se importa mayoritariamente a granel y el proceso de transformación y embotellado lo llevan a cabo las compañías coreanas. La comercialización de este aceite se concentra en tres empresas: **Shindong Bang Co., y CJ cor.** El aceite de soja presenta como ventajas competitivas frente al aceite de oliva que es muy económico y que tiene un gran arraigo en la sociedad coreana.

El segundo aceite más consumido en los hogares es el **aceite de maíz** (P.A. 1515.21). La producción nacional de los últimos años ha sufrido un ligero receso y se sitúa en la actualidad en torno a las 50.000 toneladas anuales. Adicionalmente se importan unas 4.000 toneladas de este tipo de aceite, por importe de unos 3 millones de dólares. Tradicionalmente, el principal abastecedor había sido Estados Unidos, pero en los últimos años las importaciones de China se han incrementado vertiginosamente.

Otro aceite de uso tradicional es el **aceite de sésamo** (P.A 1515.50). La producción doméstica es de unas 10.000 toneladas y las importaciones se sitúan alrededor de las 680 toneladas, por un valor económico que ronda 1.500.000 dólares. El principal proveedor del producto en el mercado coreano es China. Al igual que el aceite de oliva es muy beneficioso para la salud, pero por su elevado precio, su uso se limita para determinados platos.

Como producto sustitutivo novedoso se está promocionando el **aceite de semilla de uva** (P.A. 1515.90.90.90). Su precio es similar al del aceite de oliva, su sabor es más suave, por lo que se adecua mejor al gusto de los consumidores y, adicionalmente, se le atribuyen propiedades beneficiosas para la salud como diurético y para la prevención de enfermedades cancerígenas. Las importaciones de este tipo de aceite han experimentado un incremento notable en el último año. En 2005 se importaron un total de 7.796.817 kilogramos mientras que en 2006 las importaciones ascendieron a 16.309.542 kilogramos, lo cual supuso un crecimiento de más del 100% en tan sólo un año. El incremento del precio del aceite de oliva ha hecho que las marcas de distribución coreanas estén promoviendo el consumo de este tipo de aceite con el que obtienen mayores beneficios que con el aceite de oliva. No en vano, los principales importadores de este tipo de aceite son las compañías coreanas de alimentación que lo compran a granel y lo comercializan con marca propia. Los principales países suministradores son, por este orden, España, Italia y Francia. Algunas marcas de aceite de oliva españolas también están comercializando este tipo de aceite.

Al margen de estos aceites se comercializan también otros aceites comestibles como el de **girasol y canola**. Aceites de coco, algodón o palma uso se destina mayoritariamente para la industria alimentaria y química³.

3 Fuente: *Korea International Trade Association (KITA)* y *Korea National Statistical Office (KNSO)*

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

3. IMPORTACIONES

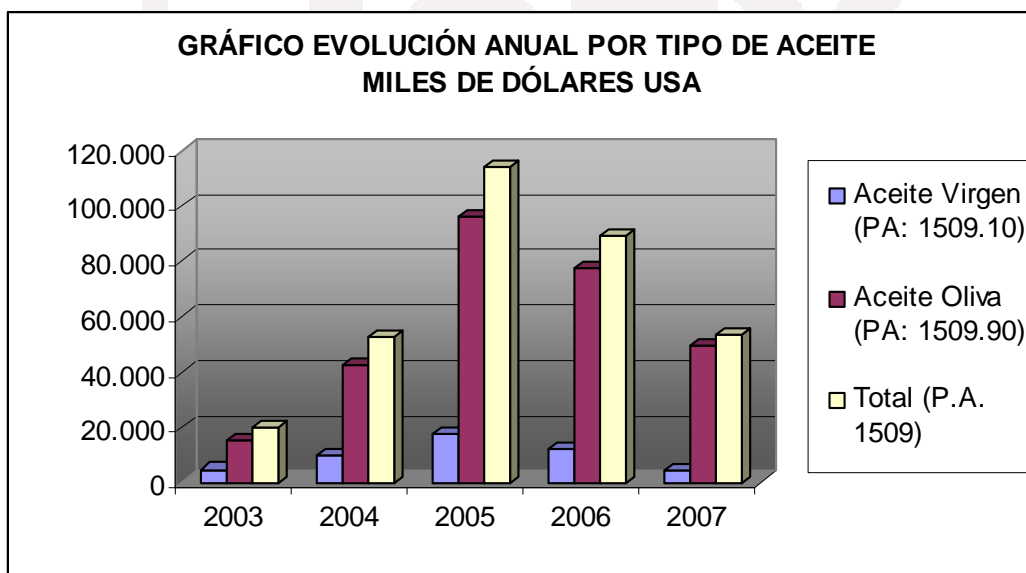
El aceite de oliva es un producto de reciente introducción en el mercado coreano. Las primeras partidas importadas se utilizaron principalmente para uso industrial, concretamente para la industria cosmética y para la limpieza de componentes electrónicos.

En las tablas que se exponen a continuación se detalla la evolución en valor económico y en volumen de las importaciones de aceite de oliva en los últimos cinco años, desglosadas por tipo de aceite.

TABLA V. IMPORTACIONES DESGLOSADAS DE ACEITE DE OLIVA EN MILES DE US \$

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%	Valor	Δ%
Aceite oliva (P.A.1509.90)	4.796	36	10.093	110	17.267	71	12.025	-30	4.380	-63
Aceite virgen (P.A. 1509.10)	15.404	241	42.520	176	96.519	127	77.315	-20	49.404	-36
Total (P.A. 1509)	20.200	151	52.613	160	113.786	116	89.340	-22	53.524	-40

Fuente: Korean International Trade Association (KITA)



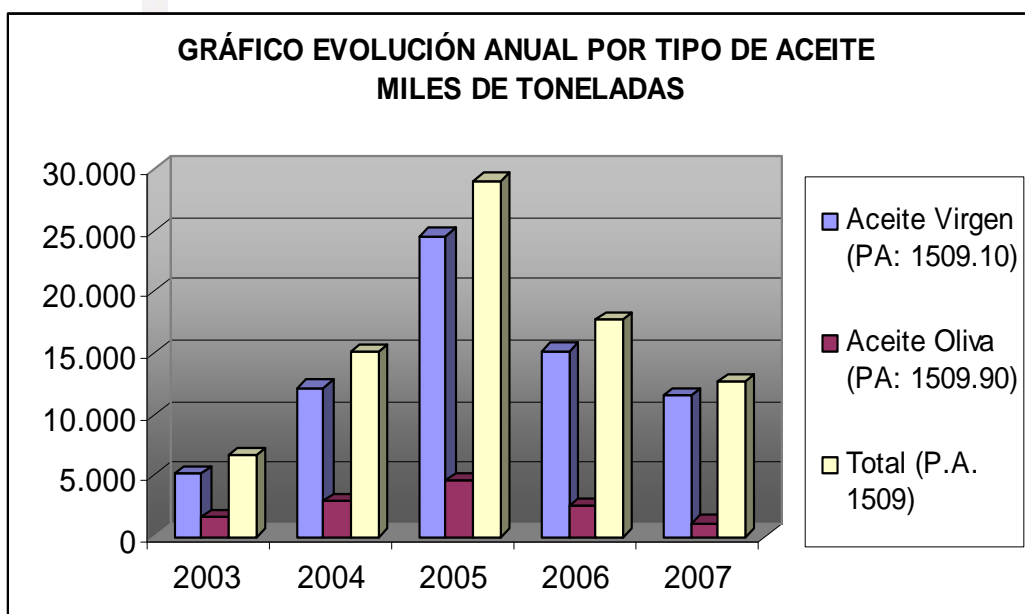
Tal y como se puede apreciar en el gráfico, alrededor del 85% de las importaciones de aceite de oliva en valor corresponden a las importaciones de aceite de oliva virgen.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA VI. IMPORTACIONES DESGLOSADAS DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN, EN MILES DE TONELADAS

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Cant	Δ%	Cant	Δ%	Cant	Δ%	Cant	Δ%	Cant	Δ%
Aceite Oliva (P.A. 1509.90)	1.572	14	2.881	83	4.523	57	2.546	-44	1.124	-56
Aceite Virgen (P.A.1509.10)	5.080	184	12.197	141	24.573	102	15.186	-38	11.527	-25
Total (P.A. 1509)	6.652	112	15.078	127	29.096	93	17.732	-40	12.651	-29

Fuente: Korean International Trade Association (KITA)



La evolución de las importaciones en volumen es paralela a la evolución de las importaciones por valor. Hasta el año 2005 se venía observando que las importaciones en valor se incrementan en mayor proporción debido a la subida continuada del precio del aceite de oliva, sin embargo en este último año han descendido sus importaciones cerca de un 40% en volumen.

En conclusión, del análisis de las estadísticas se deducen algunas ideas, veamos:

En términos económicos, en 2001 la demanda rondaba los 5,6 millones de dólares, mientras que en 2005 la cifra se situó en los 113 millones de dólares. Sin embargo, en el año 2007 la cifra desciende a algo más de 50 millones de dólares.

En lo que respecta al volumen, en 2001 la demanda se situaba en las 2.309 toneladas, mientras que en 2005 se han importado unas 29.000 toneladas. De nuevo, se produce en el 2007 un descenso con unas cifras de importación de algo más de 12.000 toneladas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

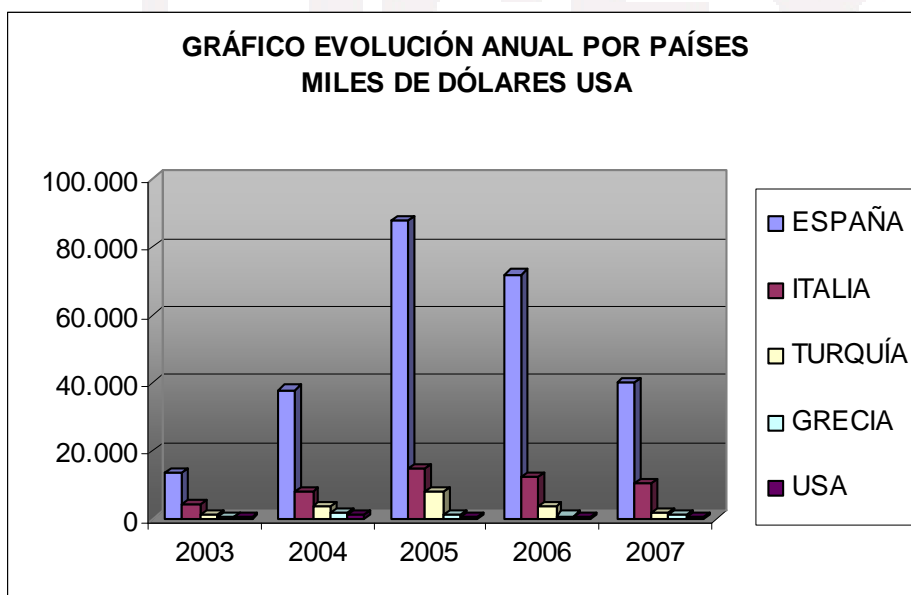
Por otro lado, se observa que el aceite de oliva virgen, correspondiente a la partida arancelaria 1509.10, es el más demandado en el mercado coreano. Las importaciones de aceite de oliva virgen representan el 85% de las importaciones totales de aceite de oliva y sus cifras de crecimiento son muy superiores a las del aceite de oliva puro.

A continuación analizaremos la procedencia geográfica de las importaciones del aceite de oliva en los últimos cinco años.

TABLA VII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A. 1509) DESGLOSADAS POR PAÍSES EN MILES DE USA \$

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
1. ESPAÑA	13.564	67,15	37.912	72,06	87.800	77,16	71.921	80,50	40.258	74,8
2. ITALIA	4.289	21,23	7.731	14,69	14.722	12,94	12.164	13,62	10.368	19,3
3. TURQUÍA	1.153	5,71	3.517	6,68	7.798	6,85	3.610	4,04	1.533	2,9
4. GRECIA	629	3,11	1.662	3,16	1.303	1,15	841	0,94	893	1,7
5. USA	367	1,82	1.269	2,41	727	0,64	448	0,50	301	0,6
Total Top 5	20.002	99,02	52.091	99,01	112.350	98,74	88.984	99,60	53.353	99,2
Resto	197	0,98	522	0,99	1.436	1,26	356	0,40	431	0,8
Total	20.199	100%	52.613	100%	113.786	100%	89.340	100%	53.784	100%

Fuente: *Korean International Trade Association (KITA)*

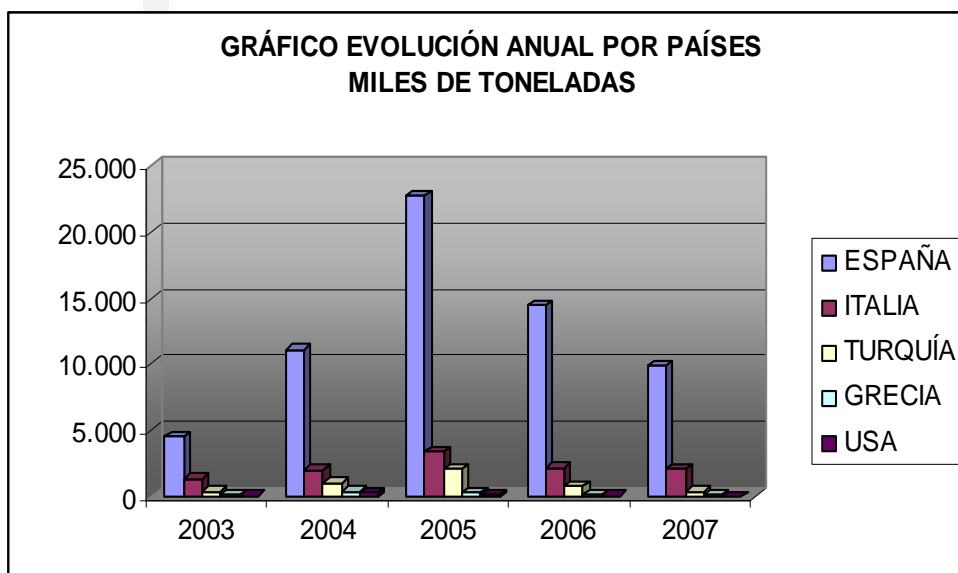


EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA VIII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A. 1509) DESGLOSADAS POR PAÍSES EN MILES DE TONELADAS

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Cant	Cuota	Cant	Cuota	Cant	Cuota	Cant	Cuota	Cant	Cuota
1. ESPAÑA	4.508	67,77	11.144	73,91	22.754	78,20	14.427	81,36	9.923	78,4
2. ITALIA	1.364	20,51	2.004	13,29	3.398	11,68	2.216	12,49	2.069	16,4
3. TURQUÍA	424	6,37	1.047	6,94	2.124	7,30	784	4,42	381	3
4. GRECIA	184	2,77	413	2,74	312	1,07	171	0,96	172	1,4
5. USA	107	1,61	320	2,12	155	0,53	83	0,47	35	0,3
TOTAL (5)	6.587	99,03	14.898	99,01	28.742	98,78	17.680	99,71	12.580	99,4
Resto	65	0,97	180	0,99	180	1,22	51.512	0,29	71	0,6
Total	6.652	100%	15.078	100%	29.096	100%	17.731	100%	13.651	100%

Fuente: Korean International Trade Association (KITA)



El líder indiscutible de las importaciones de aceite de oliva en el mercado coreano es **España** que acapara el 74,8% del total de las importaciones en valor, y un 78,4 % del total de las importaciones por volumen.

En el gráfico se puede apreciar el claro predominio de las importaciones españolas respecto a las de sus competidores más cercanos, aunque en este último año ha perdido en valor, más de un 5% de cuota de su cuota mercado, en beneficio de Italia.

Un dato interesante se deriva de comparar la cuota de mercado de cada país medida en valor y en cantidad. Cuando la cuota en valor es mayor que la cantidad para un país y año, quiere decir que el aceite de oliva se vende a un precio medio alto. Del análisis de la cuota de mercado del aceite español se deduce que el precio medio del aceite español es inferior al de sus competidores.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

La evolución del posicionamiento español ha sido muy rápida. En 2002 contaba con una cuota de mercado del 53,24%, bastante superior a la cuota de mercado del aceite de oliva italiano; y ya en el 2003 ascendió a más de un 60% del mercado, en 2006 tiene el liderazgo absoluto con casi un 80% del mercado. En 2007 España sigue siendo el líder indiscutible, pero pierde terreno con respecto a Italia, su más directo competidor, que ahora posee una cuota de mercado del 19,3 %, gracias a una agresiva política de promoción llevada a cabo en 2006.

El principal competidor del aceite de oliva español es **Italia**, con un 16,4% de las importaciones en términos económicos. Las importaciones de aceite de oliva italianas han descendido en los últimos años, pasando de suponer el 35,31% de las importaciones en 2002, al 13,65% en 2006. Analizando las importaciones, tanto en valor económico como en volumen, observamos que ocurre lo contrario que en España, esto es, la cuota de importación en valor es superior a la de las importaciones por volumen. Esto se debe a que los italianos venden el aceite de oliva a un precio medio superior que el resto de los proveedores internacionales.

El segundo competidor del aceite de oliva español es **Turquía**, aún así se posiciona a gran distancia de España con un 2,9% de la cuota de importación. Al igual que Italia, la proporción de sus importaciones ha descendido en lo que va de lustro. Tradicionalmente el aceite de oliva de Turquía se ha caracterizado por su venta a granel a precios inferiores a los españoles o italianos. Esta tendencia se muestra en el gráfico dónde se puede apreciar como su cuota de importación por volumen es superior a su cuota de importación por valor económico. La diferencia de precio entre el aceite de oliva virgen español y el turco se sitúa alrededor de los 300 ó 400 euros por tonelada.

Estos tres países: España, Italia y Turquía acaparan más del 98% de las importaciones totales de aceite de oliva en volumen. El resto de los países exportadores cuentan con cuotas de importación inferiores al 1% del total de las importaciones. Entre éstos países se encuentra **Grecia** que ha visto descender su cuota hasta un 0,96%, también **Estados Unidos** que ha ido perdiendo cuota progresivamente.

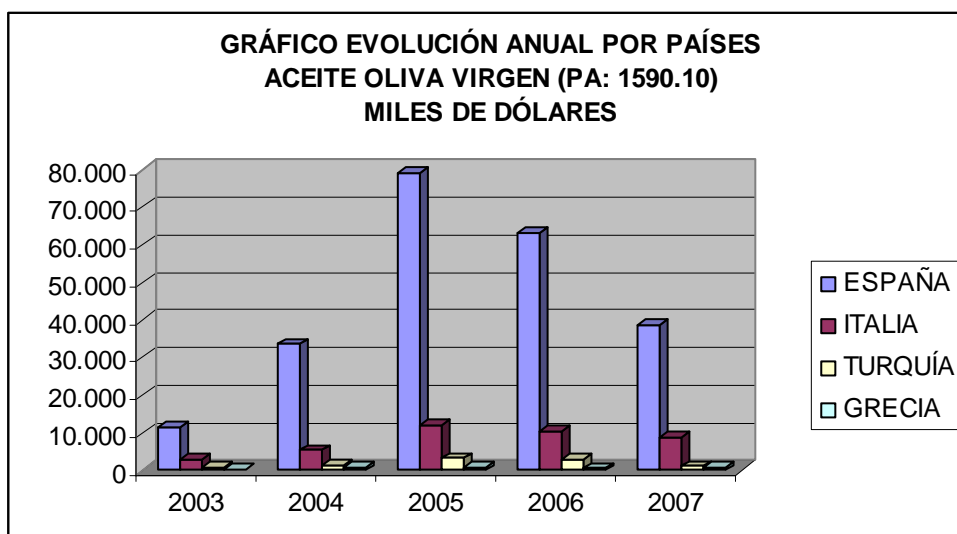
Dado que España, Italia, Turquía y Grecia acaparan más del 99% de las importaciones en valor, a continuación vamos a analizar la evolución de las importaciones de estos países desglosadas por tipo de aceite.

TABLA IX. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN (P.A. 1509.10) EN MILES DE USA \$

		2003		2004		2005		2006		2007	
		Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
1.	ESPAÑA	11.253	73,05	33.580	78,97	79.374	82,24	63.240	82,35	38.491	77,9
2.	ITALIA	2.790	18,11	5.299	12,46	11.773	12,20	10.250	13,35	8.709	17,6
3.	TURQUÍA	747	4,85	1.514	3,56	3.223	3,34	2.761	3,60	1.025	2,1
4.	GRECIA	372	2,41	824	1,94	914	0,95	546	0,71	779	1,6
	TOTAL (4)	15.162	98,43	41.217	96,94	95.284	98,72	76.797	99,33	49.404	99,2
	Resto	242	1,57	1.303	3,06	1.235	1,28	518	0,67	400	0,08
	Total	15.404	100%	42.520	100%	96.519	100%	77.315	100%	49.404	100%

Fuente: *Korean International Trade Association (KITA)*

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR



El aceite de oliva virgen representa el 86,54% del aceite de oliva importado en Corea. España es el líder indiscutible con una cuota de mercado del 81,79%.

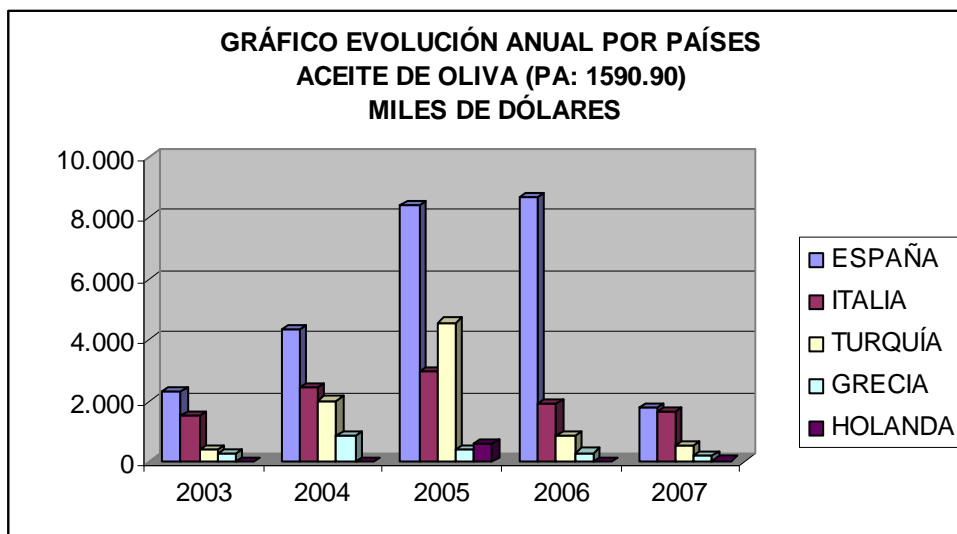
Italia es el principal competidor de España. En el 2002 sus exportaciones representaban un 38,94%, pero ante el avance de las importaciones de aceite de oliva virgen español sus exportaciones han descendido considerablemente en los últimos años. En la actualidad representa el 17,6 % de las importaciones totales de aceite de oliva virgen al país.

TABLA X. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.90) EN MILES DE USA \$

	2003		2004		2005		2006		2007	
	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota	Valor	Cuota
1. ESPAÑA	2.311	48,2	4.332	42,9	8.426	48,8	8.681	74,0	1.777	40,6
2. ITALIA	1.498	31,2	2.431	24,1	2.949	17,1	1.914	16,3	1.658	37,9
3. TURQUÍA	406	8,5	2.003	19,9	4.575	26,5	849	7,2	508	11,6
4. GRECIA	257	5,4	838	8,3	388	2,3	295	2,5	207	4,7
5. HOLANDA	0	0	0	0	594	3,4	0	0	46	1,1
TOTAL (5)	4.472	93,2	9.604	95,2	16.932	98,1	11.739	97,6	4.196	95,8
Resto	324	6,8	489	4,8	335	1,9	286	2,4	184	4,2
Total	4.796	100	10.093	100	17.267	100	12.025	100	4.380	100

Fuente: *Korean International Trade Association (KITA)*

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR



Analizando las importaciones de aceite de oliva⁴ de la partida arancelaria 1509.90 observamos que las importaciones desde España se han reducido drásticamente en el año 2007. En 2006 se contaba con una cuota de importación del 73,95%, mientras que en 2007 sólo del 40,6%. Las exportaciones se han reducido en casi un 90%.

Italia gana terreno respecto a España. Sus exportaciones descienden moderadamente desde el año 2003, pero su cuota de mercado es en la actualidad similar a la española.

Turquía obtuvo menos ingresos por las exportaciones de aceite de oliva, pero su cuota de mercado ha crecido considerablemente alcanzando el 11,6%. Turquía se posiciona por precio y, en consecuencia, comercializa principalmente aceite de oliva, más económico que el aceite de oliva virgen. Fue destacable el rápido incremento en ventas que experimentó en el 2005 con un incremento proporcional respecto al año anterior de un 128,41% y, en 2004 respecto de 2003, de un 393,35%. Por contra en el año 2006 su valor ha descendido hasta más de un 80%.

En conclusión, podemos observar como de forma generalizada descienden las cifras de importación tanto de aceite de oliva virgen en aproximadamente un 20% y de aceite de oliva un 30%. Sin embargo, las cuotas de mercado para España se mantienen estables, incluso en el caso del aceite de oliva pasa del año 2005 con una cuota del 48,80% al 73,95% en el 2006 incrementándose así de manera considerable. Siendo además España el líder absoluto, puesto que en ambos casos acapara más de la mitad de la cuota de mercado, y posee cifras superiores al 70% del mercado de aceite. Otros países que parecían que amenazaban con despuntar, han sufrido una bajada a excepción de Italia y Turquía, para el aceite de oliva virgen.

⁴ Emplearemos el término "aceite de oliva" en este apartado para referirnos al aceite de oliva de la partida arancelaria 1509.09.

4. COMPETIDORES

Los principales países exportadores competidores de España son, por este orden, **Italia**, **Turquía** y **Grecia**.

Italia es el segundo productor de aceite de oliva mundial con un 24,1 % del mercado, sin embargo, sus importaciones son superiores a sus exportaciones. Ello se debe a que las compañías italianas importan aceite de oliva de otros países para embotellarlo y comercializarlo con marca propia; no en vano, Italia es el primer exportador mundial de aceite de oliva embotellado. Los italianos fueron los que primero comercializaron el aceite de oliva en Corea del Sur, y dominaron el mercado hasta el 2000. Hoy en día, a pesar de que sus importaciones son inferiores a las españolas, el precio medio de venta de su aceite es superior al español; ello se debe a que los italianos han llevado a cabo una exportación muy agresiva y cuidada, promoviendo la venta del aceite embotellado con sus propias marcas frente a la venta de aceite a granel.

La oferta italiana se caracteriza por:

- La cuidada presentación de sus envases (casi siempre de vidrio).
- La imagen de tradición y alta calidad que saben transmitir a través de cuidados diseños que resaltan el aspecto artesanal del aceite, o etiquetas con motivos tradicionales que destacan el valor de *“lo italiano”*.
- La gran variedad que presentan con la que intentan diferenciar sus productos de los de la competencia y, al mismo tiempo, adaptar su oferta a los gustos del mercado coreano; por ejemplo, presentando aceites que son *“rich & fruity”*, *“cerealli e frutta”*, *“delicate & mild”*, *“fruttato”* o *“da agricoltura biológica”*.

Adicionalmente, el aceite italiano se nutre de la fuerte imagen-país que todo lo italiano tiene en Corea del Sur. Los coreanos asocian el aceite de oliva con Italia, con el *“buen comer”* y la *“comida sana”*. Estos factores condicionan la decisión de compra del consumidor, de forma que, ante un mismo precio, el consumidor medio se decantará por el aceite de oliva italiano frente al español. De ahí la importancia que las campañas informativas y promocionales tienen para influir en la percepción del consumidor medio coreano.

Las marcas de aceite de oliva italiano con mayor presencia en el mercado coreano son: **Bertolli** (comercializada por el Grupo Unilever) y **Filippo Berio. De Cecco** ha conseguido posicionarse en el sector gourmet y se trata de una de las marcas de las que más variedades de aceite de oliva se pueden encontrar, al margen de que sus precios sean los más elevados del mercado.

Otras marcas italianas comercializadas que se pueden encontrar en el mercado son: **Carpelli**, **Olitalia**, **Olivital**, **Il Tempio**, **Pietro Coricelli**, **Fiesole**, **Monini**, **Costa d'oro** o **Podoro**.

El aceite de oliva de **Turquía** no cuenta con el reconocimiento del consumidor. Se posiciona por precio, de ahí que las ventas sean principalmente al por mayor a hoteles, restaurantes o a la industria alimentaria. Es difícil localizar marcas turcas en el mercado coreano; en los lineales se comercializan **Olivos** y **Lío**, que es un aceite de tipo orgánico.

El posicionamiento de **Grecia** en Corea del Sur es débil si tenemos en cuenta que Grecia es el tercer mayor productor de aceite de oliva del mundo, con una cuota del 17% del volumen mundial. Su producción se centra en el aceite de oliva virgen, y su comercialización se dirige

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

principalmente a la Unión Europea, en concreto a Italia, que acapara el 80% de sus exportaciones. En Corea la mayor parte de sus exportaciones se realizan a granel. El aceite de oliva griego tiene muy buena consideración entre los importadores, pero su precio es superior al aceite de oliva español en un 5 ó 10%. Las pocas marcas griegas se suelen encontrar en la zona gourmet de los grandes almacenes. Destacan las marcas **Sitia** y **Nutri Crete**, que comercializan aceite de la isla de Creta.

Otras marcas presentes en el mercado, procedentes de terceros países son: la **siria Zirtoon**, que se posiciona en el sector gourmet, la **americana Spectrum Naturals** que comercializa aceite de oliva orgánica, la **australiana Olivital** y la **tunecina Sfax Huile**, que se posiciona a un precio inferior al de sus competidores.

Entre las marcas extranjeras, llama especialmente la atención la presencia de marcas chilenas que se ven favorecidas por el Tratado de Libre de Comercio que Corea del Sur firmó con Chile en 2004. El arancel que se le aplica a su aceite de oliva es de un 4%, mientras que para el resto de países es de un 8%. Entre las marcas **chilenas** destacan **Casta de Peteroa**, **Terra Mater Petralia** y **Kardamili**.

Las marcas que predominan en los lineales de los hipermercados y supermercados son las de las grandes compañías coreanas de alimentación que compran el aceite de oliva a granel y lo comercializan con sus propias marcas.

Las marcas de aceite coreano más conocidas son: **Ottogi**, que solía embotellar el aceite de oliva de la marca italiana Monini pero que en la actualidad comercializa aceite de oliva de procedencia española (Borges), la marca **Cheongjungwon** que comercializa la compañía Daesang, la marca **Haepyo** de la empresa Shindongbang Trading y la marca **Baeksul** que comercializa la empresa Cheil Jedang Corporation (CJ Corporation). Todas estas empresas indican en su etiquetado que el aceite de oliva que comercializan es de procedencia española.

Llama la atención la gran variedad de aceites de oliva que se pueden encontrar en el mercado, así como la cantidad de marcas procedentes de un gran número de países. El fuerte incremento de la demanda del aceite de oliva en los últimos años ha atraído a numerosos agentes del sector alimentario hasta el punto que el mercado presenta síntomas de cierta saturación. Sin embargo, se prevé que en los próximos años, cuando se estabilice la demanda, sólo los agentes más competitivos continuarán en el mercado.

Hoy en día existen más de 45 marcas de aceite de oliva en el mercado coreano, algunas de las cuales son:

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

ITALIA



Otras marcas: Podoro, Il tempo, Fiesole, Monini, etc.

ESPAÑA



EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TURQUÍA



CHILE



AUSTRALIA



Baeksul

TÚNEZ



Ottogi

CRETA



Haepyo

SIRIA



Cheongjungwon

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

1. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

El aceite de oliva ha sido un producto desconocido para los coreanos hasta hace relativamente pocos años. Tradicionalmente han utilizado como productos sustitutivos, el aceite de soja y el aceite de maíz principalmente.

A raíz de los Juegos Olímpicos de 1988 las grandes corporaciones italianas comenzaron a ver el mercado coreano con interés y se lanzaron a la promoción de la cocina mediterránea. El aumento de las ventas fue continuo pero débil hasta mediados de los años 90 en el que las ventas empezaron a despuntar. A partir de 2000 las importaciones coreanas de aceite de oliva se incrementaron de forma vertiginosa. Ello se debió, por un lado, a la apertura masiva de restaurantes occidentales en régimen de franquicia, y por otro lado, a la introducción del consumo del aceite de oliva en los hogares.

El sabor y el aroma del aceite de oliva resultan muy fuertes para los gustos de los consumidores coreanos, sin embargo, lo que les ha llevado a probarlo y a consumirlo de forma regular es el hecho de que sea “bueno para la salud”.

Los coreanos están muy preocupados por la alimentación saludable, adoptando fácilmente aquellos productos que presentan propiedades beneficiosas para la salud y, por otra parte, son muy receptivos a la información mediática. A partir de 2000 se llevaron a cabo campañas publicitarias y de promoción que resaltaron los beneficios del aceite de oliva para la salud y contribuyeron directamente al asombroso auge de la demanda de aceite de oliva.

Perfil del consumidor

El consumidor de aceite de oliva se perfila de la siguiente forma:

Residente en las grandes áreas urbanas, sobre todo, Seúl, Busan e Incheon. En las zonas rurales el aceite de oliva es prácticamente desconocido y difícil de encontrar en los establecimientos. Sin embargo, hay que señalar que el 80% de la población se concentra en las áreas urbanas.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

El sabor y el aroma del aceite de oliva les resulta muy fuerte, pero aún así lo consumen porque están preocupados por la alimentación y la salud. No les importa pagar más si a cambio reciben mayor calidad.

Suelen ser jóvenes o de mediana edad que pertenecen a la clase media-alta o alta y han probado el aceite de oliva por primera vez en el extranjero o en restaurantes italianos.

No son expertos consumidores y, por lo general, no saben la diferencia entre el aceite de oliva virgen y el normal. En consecuencia, uno de los factores clave que determina su decisión de compra es la imagen del producto.

Desconocen las aplicaciones culinarias del aceite de oliva y lo utilizan como si de aceite de maíz se tratase, es decir, principalmente para la elaboración de fritos.

La colonia extranjera residente en Corea es un importante nicho de mercado demandante de aceite de oliva.

El sector hostelero es el otro gran demandante de aceite de oliva. Los hoteles de lujo y los restaurantes occidentales (en especial los italianos y las pizzerías) fueron los primeros demandantes de aceite de oliva y, hoy en día, son responsables de una buena parte del consumo de aceite de oliva. Dadas las cantidades de aceite que emplean, se mueven esencialmente por precio, de ahí que demanden, mayoritariamente, aceite de oliva puro, que utilizan para dar sabor a algunos platos. El aceite de oliva virgen lo destinan exclusivamente para las ensaladas, de ahí que su demanda sea inferior.

2. HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO

El aceite de oliva se utiliza para la preparación de fritos y platos de pasta fundamentalmente. Su uso como aliño de ensaladas no está muy extendido, pero cada vez es más frecuente.

Se estima que una familia de tres personas consume al mes un litro y medio de aceite y la Oficina de Comercio Agrícola de Estados Unidos en Corea⁵, según datos de 2003, calcula que el gasto familiar en aceites, mantequilla y otras salsas es, aproximadamente, 11,86 dólares al mes, lo cual representa un 2,79% del gasto total en alimentación.

El sabor y el aroma del aceite de oliva no se adaptan a los gustos culinarios de los coreanos. Es por ello por lo que la oferta se ha adaptado y han proliferado los aceites suaves, ligeros y frutados.

El consumidor medio coreano desconoce la diferencia entre el aceite de oliva normal y el aceite de oliva virgen, aunque si son conscientes de que el aceite de oliva virgen es de mayor calidad que el aceite de oliva normal.

Dado que el conocimiento que tienen del producto no es muy profundo, su compra no es premeditada, sino que se determina en el momento mismo de la compra. En consecuencia la imagen del producto juega un papel muy importante en su decisión de compra.

⁵ <http://www.fas.usda.gov>

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

El aceite de oliva es un producto de larga duración y no existe un margen de precios muy amplio entre las distintas marcas, es por ello por lo que al consumidor coreano no le importa pagar un poco más a cambio de un producto de calidad. La calidad va asociada a:

La procedencia del producto; de esta forma, ante un mismo precio, se decantarían por un aceite italiano en vez de uno español, puesto que asocian el aceite de oliva con Italia antes que con España.

El tamaño, forma y material del envase; percibirán de mayor calidad el aceite envasado en recipientes de cristal de pequeño tamaño, que el embotellado en grandes recipientes de plástico. Adicionalmente, el consumidor que adquiere por primera vez el aceite de oliva acepta mejor comprar pequeños envases de algo que no conoce en profundidad, a pesar de que el coste unitario sea mayor.

Los envases predominantes en los lineales son los de medio litro y un litro. El más demandado es el de litro. Se observa que los consumidores tienden a adquirir envases de mayor tamaño una vez han probado el producto y lo consumen de forma regular.

El envase y el etiquetado son muy importantes a la hora de transmitir la imagen de tradición aceitera y calidad. Se debe cuidar el etiquetado puesto que los coreanos prestan un especial interés a la información de las etiquetas de los productos de importación.

La ubicación en los lineales; los lineales centrales acaparan la atención de los consumidores y normalmente se destinan a aquellos productos de mayor calidad y aceptación. Así mismo, se considera que los productos que se encuentran en los espacios reservados para las marcas de importación tienen gran calidad.

El precio; los coreanos consideran que a más precio mayor calidad. Esta es la estrategia que han adoptado muchas de las marcas desconocidas de aceite de oliva que se pueden encontrar en el mercado coreano.

Los principales puntos de adquisición del aceite de oliva son los hipermercados y los supermercados. Los consumidores coreanos no tienen costumbre de hacer grandes compras semanales sino que más bien realizan pequeñas compras casi diariamente. Dos factores que influyen en este hábito de compra son, por un lado, la escasez de espacio en muchos de los hogares y, por otra parte, el reducido plazo de caducidad que presentan la mayoría de los productos de consumo coreanos.

3. POTENCIAL DEL MERCADO

El mercado coreano se encuentra actualmente en pleno cenit de importaciones y consumo de aceite de oliva. En los supermercados coreanos se pueden encontrar más variedades y marcas de aceite de oliva que las que se encontrarían en un país consumidor habitual de aceite de oliva como es España.

Sin embargo, este país está mostrando en la actualidad síntomas de saturación. Ya que aunque el sector ha estado en auge durante varios años, los agentes del sector de la alimentación han buscado proveedores aceiteros que han copado el mercado de tipos, formatos y marcas de aceites, en muchos casos desconocidas.

En esta época de receso que se está viviendo se espera de forma que muchos de los agentes que han penetrado en el mercado ocasionalmente, aprovechando el auge del momento,

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

se retiren del mercado y sean las marcas más consolidadas las que se hagan con un nicho de mercado.

Así pues, es previsible que la demanda continúe descendiendo o se mantenga estable en cuotas similares a las actuales, pero no en grandes proporciones, sino lenta y consolidadamente. Ya que no debemos olvidar que en los años anteriores el mercado ha crecido a un ritmo anual superior al 100%.

Un factor de riesgo a tener en cuenta es la subida de precio del aceite de oliva. El consumo de aceite de oliva en el mercado coreano todavía no se encuentra arraigado entre la población, es decir, son susceptibles de adoptar otros productos sustitutivos que se adecuen mejor a sus gustos. Esto es lo que, precisamente, está ocurriendo con el aceite de semilla de uva que está compitiendo directamente con el aceite de oliva.

El aceite de semilla de uva es más suave que el aceite de oliva, por lo que se adecua mejor a los gustos coreanos, tiene propiedades beneficiosas para la salud, factor que acondiciona sobremanera la compra de los consumidores coreanos, y tiene un precio de venta similar al precio del aceite de oliva, por lo que los agentes del canal de alimentación, que obtienen mayores márgenes que con el aceite de oliva, están promocionando su consumo activamente. Es frecuente que las marcas de alimentación coreanas regalen aceite de semilla de uva con la compra de aceite de oliva para incentivar su consumo.

Aún así, Corea del Sur es un mercado de gran interés si tenemos en cuenta que tiene una población de 48,8 millones de habitantes⁶, preocupados por la comida saludable y que se está adoptando las costumbres culinarias occidentales. Por otra parte, la proliferación de las cadenas franquiciadas occidentales augura un buen futuro para el sector del aceite de oliva en el mercado coreano.

4. TENDENCIAS DE LA DEMANDA

Las marcas aceiteras italianas son las que más rápidamente localizan las preferencias de la demanda y se intentan adaptar al mercado, diferenciándose de la competencia por la gran variedad de aceites que ofrecen.

La demanda tiende hacia aceites que presentan un sabor y un aroma suavizados para adaptarse a los gustos del país. Proliferan de esta forma los aceites suaves y frutados.

Así mismo se detecta una ampliación de gamas de aceites para usos específicos y de sabores variados; por ejemplo, la marca Fillipo Berio presenta un aceite específico para aliños y adobo (*Dressing & Marinating*) y otro para sofreír y cocinar (*Sauteing & Grilling*). De igual forma, De Cecco presenta individualiza cada uno de los aceites que presenta, tanto por nombre como por formato y color del envase (*Extra Virgine, Gli Exclusivi, Fruttato, Classico, Da agricoltura biologica*, etc.). También es posible encontrar aceite de oliva al limón, con albaca, a la pimienta, etc.

Los coreanos no sólo están preocupados por su salud, sino también por su físico, en especial por el peso, de ahí el éxito que se aprecia en los aceites de tipo *light* y *extra light*.

⁶ <http://www.nso.go.kr>

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

El mercado Coreano está en pleno auge en el consumo de productos ecológicos, y esta tendencia se ha dejado sentir igualmente en el sector aceitero. Numerosas marcas presentan aceites de tipo ecológico a un precio muy superior al aceite de oliva normal. Entre ellas a modo de ejemplo De Cecco, las coreanas Haepyo, Cheongjungwon, Borges, o La Española.

Especialmente en las gamas más altas, el aceite de oliva se presenta en formatos de envases realmente innovadores y atractivos, como son pequeñas garrafas de aceite, vasijas de cristal con cierres lacrados o envases de lata que reproducen diseños del pasado.

La industria cosmética se está haciendo eco de la publicidad positiva que tiene el aceite de oliva y está comercializando productos para el cabello y el cuidado facial y corporal que incorporan extracto de aceite de oliva, como por ejemplo Imolive, la japonesa DHC, *Body Shop*, Oliers & Co o la siria Zanabili.

Así mismo, algunas compañías aceiteras están aprovechando esta tendencia y se han lanzado a la promoción de extensiones de productos relacionados con el aceite de oliva, como ambientadores, cosméticos, jabones y toda una serie de productos relacionados con el cuidado facial y corporal.



ICEX

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El precio del aceite de oliva ha ido aumentando en los últimos años, prueba de ello es que el crecimiento medio proporcional de las importaciones en valor es superior al incremento medio de las importaciones totales por volumen.

El precio medio de venta del aceite de oliva varía según las previsiones de cosecha, el tipo de aceite, los proveedores, los clientes, el volumen de compra y de si el aceite está embotellado o se vende a granel.

La producción de la campaña 2006-2007 en sus dos primeros meses (noviembre-diciembre) descendió un 9% respecto de la campaña anterior y un 18% respecto a la media de las cuatro últimas campañas según datos de la Agencia del Aceite de Oliva. Esta situación ha repercutido en los precios del aceite de oliva que en el último año han subido un 27,5% y un 6,11% sólo durante el mes de enero, según datos del Ministerio de Industria.

El precio CIF medio del aceite de oliva a granel en 2005 en Corea del Sur era de unos 3,8 euros por litro. En el mes de noviembre de 2005 se situaba en los 4,2 euros el litro y, en la actualidad, se encuentra entre los 4,5 y 4,7 euros el litro de aceite de oliva virgen. Se espera que este precio se incremente aún entre un 30 y un 50% a lo largo del año.

En la mayoría de los casos el precio se negocia en condiciones CIF aunque, algunos grandes importadores prefieren negociarlo FOB, puesto que obtienen precios especiales de las navieras debido a su volumen de carga.

La botella de litro de aceite de oliva más económica que se puede encontrar en el mercado coreano se sitúa en los 9.350 won. Teniendo en cuenta que 1 euro son 1.272,72 won⁷, una botella de aceite de oliva de una marca de distribución cuesta en el mercado coreano unos 8 euros. Las marcas de importación son más caras y su precio medio ronda los 10 o 12 euros por litro. Se prevé que en marzo o abril, la subida del precio del aceite de oliva se repercuta en el precio de venta del aceite de oliva en los lineales. En la actualidad, los aceites que generan un mayor margen de beneficio son los de tipo orgánico. Se puede encontrar en los lineales botellas de aceite ecológico de 750 ml. por unos 27 euros.

El arancel en Corea es de un 8% y el IVA de un 10%.

⁷ Tipo de cambio promedio durante el año 2007.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Se estima que el margen de beneficio de las cadenas de distribución ronda el 8 ó 10%. Sin embargo, los mayores márgenes de beneficio los obtienen los puntos de venta. El precio del aceite de oliva en los grandes almacenes es el más elevado del mercado. Suelen fijar sus márgenes por encima del 30%. Los supermercados establecen su margen entre el 20 y el 30% y los hipermercados, aprovechando sus volúmenes de compra, pueden ofrecer los precios más competitivos con un margen que ronda el 15%.

En general se observa que los aceites más caros son los importados de Italia, seguidos por los españoles. Por otro lado, los aceites más baratos son los de las empresas coreanas de distribución. Estas empresas compran el aceite a los proveedores internacionales, lo embottellan en Corea y lo comercializan con su marca aprovechando las economías de escala y los canales de distribución que ya tienen establecidos.

El precio medio del aceite de oliva en Corea es superior al de otros tipos de aceite. En la tabla que se presenta a continuación se puede observar el precio del aceite de oliva en comparación con el de otros productos sustitutos.

TABLA XI. COMPARACIÓN PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA Y PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Marcas de distribución Producto	Baeksul		Ottogi	
	Tamaño	Precio	Tamaño	Precio
Aceite de oliva virgen	0.9 litros	10.500 won (8,25 €)	0,9 litros	8.440 won (6,63 €)
Aceite de semilla de soja	0,9 litros	2.100 won (1,65 €)	0,9 litros	2.200 won (1,73 €)
Aceite de maíz	0.9 litros	1.900 won (1,49 €)	0,9 litros	1.780 won (1,40 €)
Aceite de semilla de uva	0.9 litros	8.100 won (6,36 €)	0,9 litros	4.950 won (3,89 €)
Aceite de sésamo	0,5 litros	8.400 won (6,60 €)	0,45 litros	7.380 won (5,80 €)

Fuente: elaboración propia^a

Tipo de cambio aplicado: 1 Euro = 1.272,72 Won coreano (promedio del año 2007).

El aceite de oliva es, después del aceite de sésamo, el aceite más caro en el mercado coreano. El aceite de soja es el más económico, seguido por el aceite de maíz y el aceite de semilla de uva.

A continuación se detallan los precios de venta del aceite de oliva expresados en won y clasificados por la marca, el país de origen, el tipo de aceite de oliva y el tamaño del envase⁹.

Los establecimientos de referencia son: Lotte Department Store y Hyundai Department Store que son los supermercados de los respectivos grandes almacenes. E-Mart y Lotte Mart, que

⁸ Según datos de febrero de 2007 y recopilando los datos del mismo punto de venta.

⁹ Según datos de enero y febrero de 2006.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

son de los hipermercados más importantes del país, y Grand Mart, que es un supermercado de barrio.

TABLA XII. PRECIO AL CONSUMIDOR DEL ACEITE DE OLIVA

Marca	País	Producto	Envase	Lotte	Hyundai	E-Mart	Lotte Mart	Gran Mart
Arteoliva	España	Extra virgen	1 l.		14.000			
Baeksul	Corea	Extra virgen	1,5 l.		14.000	13.600		
Baeksul	Corea	Extra virgen	1 l.		9.500	9.350	7.500	9.380
Baeksul	Corea	Extra virgen	750 ml.			4.950		
Baeksul	Corea	Extra virgen	0,5 l.		5.000		3.980	4.980
Baeksul	Corea	Extra light	1 l.		9.500	9.380		
Baeksul	Corea	Extra light	1,5 l.		14.000			
Baeksul	Corea	Extra light	0,5 l.			4.980		
Baeksul	Corea	Aceite oliva	1 l.				9.380	
Bertolli	Italia	Extra virgen	1,5 l.			13.650		
Bertolli	Italia	Extra virgen	1 l.			11.650	13.650	12.400
Bertolli	Italia	Extra virgen	0,5 l.					
Bertolli	Italia	Extra light	1 l.					10.600
Bertolli	Italia	Extra light	0,5 l.					
Bertolli	Italia	Extra virgen	0,5 l.				7.600	
Borges	España	Extra virgen	2 l.				21.280	
Borges	España	Extra virgen	1,5 l.			11.950		
Borges	España	Extra virgen	1l.	15.000	15.000		12.400	
Borges	España	Extra virgen	750 ml.					
Borges	España	Extra virgen	0,5 l.		8.500	6.600	6.600	
Borges	España	Aceite oliva	2 l.					
Borges	España	Aceite oliva	1 l.		12.000	10.500	10.500	
Borges	España	Aceite oliva	750 ml.					
Borges	España	Aceite oliva	0,5 l.		7.000	5.850	5.900	
Borges	España	Picual	750 ml.				12.200	
Borges	España	Arbequina	751 ml.				13.300	
Borges	España	Hojiblanca	752 ml.				14.800	
Carapelli	Italia	Extra virgen	3 l.					
Carapelli	Italia	Extra virgen	1 l.				9.500	
Carapelli	Italia	Extra virgen	750 ml.			8.200		9.500
Carapelli	Italia	Extra virgen	0,5 l.			7.600	6.600	6.600
Carapelli	Italia	Extra virgen	250 ml.					
Carapelli	Italia	Extra light	0,5 l.			6.950		
Carapelli	Italia	Aceite oliva	750 ml.					8.200
Carapelli	Italia	Aceite oliva	0,5 l.					5.800
Carbonell	España	Extra virgen	1 l.		16.000			
Carbonell	España	Aceite oliva	1 l.		15.000			
Carrefour	Francia	Extra virgen	1 l.					

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Marca	País	Producto	Envase	Lotte	Hyundai	E-Mart	Lotte Mart	Gran Mart
Carrefour	Francia	Extra virgen	0,5 l.					
Casta de Peteroa	Chile	Extra virgen	0,5 l.	18.000				
Cheong-jungwon	Corea	Extra virgen	0,9 l.		8.750	8.400		
Cheong-jungwon	Corea	Extra virgen	0,5 l.		5.200	4.980	4.980	
Cheong-jungwon	Corea	Aceite oliva	1 l.				8.270	
Cheong-jungwon	Corea	Aceite oliva	0,9 l.					
Cheong-jungwon	Corea	Aceite orgánico	350 ml.		8.600	7.900	8.600	
Costa d'oro	Italia	Extra virgen	2 l.			21.000		
Costa d'oro	Italia	Extra virgen	1 l.			12.000		
Costa d'oro	Italia	Aceite de oliva	0,5 l.			4.570		
De Cecco	Italia	Extra virgen	1 l.	25.000				
De Cecco	Italia	Extra light	0,5 l.					
De Cecco	Italia	Aceite orgánico	750 ml.	32.000				
Fiesole	Italia	Extra virgen	0,5 l.		24.000			
Filippo Berio	Italia	Extra virgen	1 l.	15.000	15.000			
Filippo Berio	Italia	Extra virgen	0,5 l.	8.000	8.000			
Filippo Berio	Italia	Extra light	1 l.	12.000				
Filippo Berio	Italia	Aceite oliva	1 l.		12.000			
Filippo Berio	Italia	Aceite oliva	0,5 l.		6.500			
Filippo Berio	Italia	Aceite orgánico	0,5 l.	15.000				
Filippo Berio	Italia	Aceite orgánico	250 ml.		8.000			
Fontana	Corea	Extra virgen	1 l.			9.900		
Fontana	Corea	Extra virgen	0,5 l.			5.500		
Fontana	Corea	Aceite orgánica	0,5 l.					
Fragata	España	Extra virgen	1 l.			9.190		
Fragata	España	Aceite oliva	1 l.			8.990		
Haepyo	Corea	Extra virgen	1,5 l.				13.600	
Haepyo	Corea	Extra virgen	1lros					9.380
Haepyo	Corea	Extra virgen	0,9 l.			9.380		
Haepyo	Corea	Extra virgen	0,5 l.				4.980	4.980
Haepyo	Corea	Extra light	750 ml.					
Haepyo	Corea	Aceite oliva	1 l.				9.380	9.380
Haepyo	Corea	Aceit oliva	0,5 l.					
Haepyo	Corea	Aceite orgánico	0,5 l.				14.000	
Il Tempio	Italia	Extra virgen	1 l.		13.500			
Il Tempio	Italia	Extra virgen	0,5 l.		7.000			
Il Tempio	Italia	Aceite oliva	1 l.	12.000	12.000			

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Marca	País	Producto	Envase	Lotte	Hyundai	E-Mart	Lotte Mart	Gran Mart
Il Tempio	Italia	Aceite oliva	0,5 l.		6.500			
La Española	España	Aceite orgánica	0,5 l.	18.000				
Lío	Turquía	Aceite orgánico	250 ml.			12.500		
Lío	Turquía	Aceite orgánico	1 l.	22.000	22.000			
Lío	Turquía	Aceite orgánico	0,5 l.		12.000			
Noble	Corea	Extra virgen	0,9 l.			8.450	8.450	
Noble	Corea	Aceite oliva	0,9 l.			8.450		
Noble	Corea	Extra virgen	0,5 l.		5.300		4.980	
Nutri Crete	Grecia	Extra virgen	0,5 l.	12.000		11.500		
Olitalia	Italia	Extra virgen	1 l.		15.000			
Olitalia	Italia	Aceite oliva	1 l.		12.000			
Olitalia	Italia	Aceite oliva	1 l.	12.000				
Olivital	Australia	Extra virgen	1 l.	18.000				
Olivital	Australia	Aceite oliva	1 l.	15.000				
Ottogi	Corea	Extra virgen	1,5 l.			13.600		
Ottogi	Corea	Extra virgen	0,9 l.				8.440	8.440
Ottogi	Corea	Extra virgen	0,5 l.		5.000	3.600		4.980
Ottogi	Corea	Aceite oliva	1 l.				8.270	
Ottogi	Corea	Aceite oliva	0,9 l.					8.440
Ottogi	Corea	Aceite oliva	0,5 l.		5.000			
Pietro Coricelli	Chile	Extra virgen	1 l.			11.500		
Pietro Coricelli	Chile	Extra virgen	0,5 l.			6.500		
Podoro	Italia	Extra virgen	1 l.	15.000	15.000			
Podoro	Italia	Aceite oliva	1 l.	12.000				
Pons	España	Extra virgen	1,5 l.			9.800		
Pons	España	Extra virgen	0,9 l.				8.800	
Pons	España	Extra virgen	0,5 l.			5.800		
Pons	España	Aceite oliva	1 l.			8.450	9.000	
Pons	España	Aceite oliva	0,5 l.			4.985		
Romulo	España	Extra virgen	0,5 l.		8.000			
Sabroso	España	Extra virgen	1,5 l.			9.800		
Sabroso	España	Extra virgen	1 l.	15.000				
Sabroso	España	Extra virgen	0,9 l.		15.000			
Sabroso	España	Extra virgen	0,5 l.	8.000	8.000			
Sabroso	España	Aceite oliva	1 l.	12.000		9.500		
Sabroso	España	Aceite oliva	0,5 l.	6.500	6.500			
Sfax Huite	Túnez	Extra virgen	1 l.				9.500	
Sfax Huite	Túnez	Extra virgen	750 ml.				7.800	
Sfax Huite	Túnez	Extra virgen	0,5 l.				4.980	
Sitia	Grecia	Extra virgen	0,5 l.	25.000				
Spectrum	USA	Extra virgen	1 l.		30.000			

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Marca	País	Producto	Envase	Lotte	Hyundai	E-Mart	Lotte Mart	Gran Mart
Naturals								
Spectrum Naturals	USA	Extra virgen	750 ml.	34.500				
Spectrum Naturals	USA	Extra virgen	0,5 l.	19.600	20.000			
Spectrum Naturals	USA	Extra virgen	250 ml.	13.500				
TerraMater Petralea	Chile	Extra virgen	0,5 l.	20.000	20.000			
Uniolive	España	Extra virgen	0,5 l.			3.980		
Villa Blanca	España	Aceite orgánica	0,5 l.					
Viriato	España	Aceite orgánico	250 ml.		12.000			
Viriato	España	Aceite orgánica	750 ml.		36.000			
Wiselect	Corea	Extra virgen	1 l.				8.500	
Wiselect	Corea	Extra virgen	0,9 l.				8.450	
Wiselect	Corea	Extra virgen	0,5 l.				4.980	
Ybarra	España	Extra virgen	1 l.					
Ybarra	España	Extra virgen	0,5 l.					
Zirtoon	Siria	Extra virgen	0,5 l.	10.000				

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España es el primer país productor de aceite de oliva del mundo, con una cuota del mercado mundial del 75.4%¹⁰. Sin embargo, el consumidor coreano asocia el aceite de oliva con Italia. Ello se debe a que los italianos fueron los pioneros en comercializar y promocionar con marcas propias el aceite de oliva de Corea. Así mismo, el gran número de restaurantes italianos que se han abierto en los últimos años refuerzan la asociación entre la cocina mediterránea e Italia.

La opinión de los importadores y expertos del sector difiere de la del consumidor; tienen una idea clara de la calidad del aceite según el país de origen:

Reconocen la excelente calidad del aceite de oliva español y consideran que es el que mejor relación calidad-precio ofrece del mercado. Sin embargo, se mueven por precio porque consideran que el consumidor coreano medio no tiene el suficiente criterio como para distinguir entre calidades de aceite. En estos momentos los importadores coreanos se encuentran expectantes ante la subida del precio del aceite de oliva, están tanteando proveedores y, aunque están satisfechos con el aceite de oliva español, no dudan en acudir a proveedores de terceros países si éstos les ofrecen mejores condiciones.

Al mismo tiempo, son conscientes de que el aceite de oliva italiano se nutre de las importaciones de terceros países y de que, aún así, su precio es superior a la media del mercado. Sin embargo, reconocen que el aceite de oliva italiano se vende sólo y el margen de beneficios que les puede reportar puede ser mayor, debido a la percepción que el consumidor coreano tiene de la calidad y tradición de los productos italianos.

El aceite de oliva griego, en especial el procedente de la isla de Creta, tiene gran consideración entre los importadores, no en cambio el aceite de oliva turco, que lo consideran de inferior calidad y lo miran con cierto recelo después de que años atrás se detectasen algunas partidas contaminadas con benzopireno. Sin embargo, no dudarían en recurrir a proveedores turcos ante un incremento sustancial en el precio del aceite de oliva español.

¹⁰ <http://www.internationaloliveoil.org>

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

La mayor parte de las ventas de aceite de oliva español a Corea son a granel. Según datos de ASOLIVA¹¹, 18, de las 62 empresas exportadoras de aceite que la componen, exportan a Corea. Sus exportaciones, que en 2005 ascendieron a 13.625.224 kilogramos, representan el 70% de las exportaciones totales del aceite de oliva español a Corea. El 86% del aceite de oliva vendido (11.822.266 kilogramos) se vendió en envases superiores a cinco litros, es decir, a granel.

El aceite a granel es adquirido en su mayoría por marcas de distribución que embotellan y comercializan el aceite de oliva con su propia marca, indicando en los envases la procedencia española del aceite de oliva.

Las marcas de distribución se posicionan por precio y, en consecuencia, venden el aceite en envases de plástico y se suelen encontrar en los lineales a desmano de los puntos de venta. Las marcas italianas cuidan mucho la imagen, tanto la de las marcas propias como la de las marcas de distribución que la comercializan. Por todo ello, el consumidor coreano piensa que el aceite de oliva italiano es de calidad superior al español. Además, como el aceite de oliva de Italia tiene una imagen país más fuerte, a igualdad de precios, el consumidor medio probablemente se decantará por el aceite italiano.

Las primeras compañías que empezaron a importar a Corea por el año 1995 fueron Hispano-oliva, S.A., Aceite Carbonell S.A., Agrosevilla S.C. y Olis de Catalunya, S.A. Actualmente algunas de las marcas españolas que se pueden encontrar en los lineales son:

Aceite Borges, Aceite Pons, Aceite Ybarra, Aceite Fragata, Aceite Sabroso (Rafael Salgado), Aceite La Española, Aceite Carbonell, Aceite Rómulo (Grupo Pons), Aceite Arteoliva, Aceite Viriato, Aceite Olí Olé o Aceite Hojiblanca.

Estas marcas se posicionan por calidad y se suelen encontrar en los hipermercados y en las zonas gourmet de los supermercados. Su precio de venta suele ser ligeramente inferior a las de las marcas italianas.

Algunas de estas marcas están llevando a cabo agresivas campañas de publicidad y promoción que están reforzando la percepción de calidad de sus marcas y dando a conocer el aceite de oliva español.

¹¹ Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (<http://www.asoliva.com>).

VI. DISTRIBUCIÓN

Hasta hace cinco años, el aceite de oliva sólo se podía comprar en las tiendas gourmet de los grandes almacenes. Hoy en día ha dejado de ser un producto exclusivo y se puede encontrar en los lineales de todo tipo de establecimientos.

La penetración en el mercado coreano es complicada debido a las múltiples barreras a las que tiene que hacer frente el exportador: lingüísticas, culturales, proteccionistas, desconocimiento del mercado, recelo a los productos de importación, burocráticas, etc. Es por ello por lo que, la principal vía de acceso del aceite de oliva en el mercado coreano sea a través de un importador/distribuidor que compra directamente al fabricante extranjero.

Estos importadores cuentan con una organizada red de distribución, equipos de ventas propios, experiencia en el sector, fuentes de información y un conocimiento real de la situación del mercado.

Normalmente los importadores adquieren el aceite de oliva y lo revenden a las cadenas de distribución que son las encargadas de hacer llegar el aceite de oliva a los lineales de los supermercados, los hoteles y los restaurantes.

Las importaciones del aceite de oliva van destinadas en su mayoría al sector hostelero (restaurantes occidentales, establecimientos de comida rápida y hoteles) y a la venta al público a través de grandes almacenes, hipermercados y supermercados.

La industria alimenticia, la industria química y, en los últimos años, la industria cosmética también son demandantes importantes de aceite de oliva.

1. SECTOR HOSTELERO

En el sistema de distribución de aceite a los hoteles ha jugado un papel fundamental la *Korea Tourist Hotel Supply Center* (KTC). Esta organización, fundada en 1972, fue hasta 1996 el único importador autorizado por el Ministerio de Comercio e Industria para suministrar productos alimenticios a los hoteles. La KTC llegó a tener un contrato de suministro en exclusiva con más de 100 hoteles sólo en el área de Seúl. En 1996 se liberalizó la distribución para el sector de la hostelería, pero la KTC continúa siendo uno de los principales suministradores hosteleros del país. La razón se debe a que su capital se encuentra participado por algunos de los hoteles a los que suministra; entre ellos el *Sheraton Walker Hill Hotel*, el *Seoul Plaza Hotel*, el *Hotel Lotte* y el *Hotel Shilla*.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

El suministrador de aceite puro de oliva de la KTC es la empresa española Sunoliva, sin embargo, el aceite de oliva virgen lo compran de Grecia a través de un importador coreano.

2. VENTA AL PÚBLICO

Los canales de venta al público del aceite de oliva son los supermercados de los grandes almacenes, los hipermercados (*discount stores*), los supermercados, el pequeño comercio y las ventas a través de la televisión e Internet.

En el siguiente cuadro podemos observar las ventas totales en alimentación según el tipo de establecimiento, así como el porcentaje de sus ingresos que se deriva de las ventas de productos de alimenticios en el año 2002:

TABLA XIII. VENTAS TOTALES EN ALIMENTACIÓN POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

Tipo de establecimiento	Ventas totales en alimentación en millones de dólares	Porcentaje de ventas derivadas de productos de alimentación
Grandes almacenes	2.200	15,1%
Hipermercados	6.300	43,9%
Supermercados	3.200	72,7%
Pequeño comercio	1.000	47,7%
T.V / Internet	1.600	17,8%

Fuente: USDA *Foreign Agricultural Service* (<http://www.fas.usda.gov>)

Hipermercados

El principal punto de venta de los productos agroalimentarios son los hipermercados. En estos establecimientos se puede encontrar una variada oferta de aceites de oliva al precio más competitivo del mercado.

Los hipermercados más importantes del país son E-Mart (Grupo Shinsegae¹²), que además fue la primera compañía en abrir un hipermercado en Corea, Lotte Mart (Grupo Lotte¹³) y Home Plus (Samsung Tesco).

La apertura del mercado de la distribución para las compañías extranjeras se produjo en 1996. Hoy en día las principales cadenas de distribución extranjeras son: Home Plus (TESCO) y COSTCO Whole Sales .

Todos ellos comercializan sus propias marcas. Por ejemplo, COSTCO comercializa una gran gama de productos bajo la marca Kirkland y TESCO tienen igualmente sus propias marcas blancas.

Para estos establecimientos, la importación directa representa una parte mínima del volumen total de sus compras, ya que acuden a los importadores locales y mayoristas para suministrarse la mayoría de los productos. Las importaciones directas generalmente las realizan a

¹² <http://www.shinsegae.com/emart/home/main.asp>

¹³ <http://www.lottemart.com>

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

través de su red internacional de compras y, en la mayoría de los casos, se trata de la importación de sus propias marcas. La única compañía extranjera que tiene un volumen importante de importaciones es COSTCO Whole Sales, aunque la mayoría de las compras las realiza a través de su central de compras en Estados Unidos.

Otros hipermercados importantes son Home Ever¹⁴, GS Mart, Kims Club, Hanaro Mart y Costco Wholesales.

Supermercados

Después de los hipermercados, son los supermercados los que alcanzan la mayor cifra de ventas en productos de alimentación. Los precios de los supermercados no son tan competitivos como los de los hipermercados y tampoco se localizan tantas variedades de aceite. Lo normal es que figuren las marcas coreanas de distribución y alguna marca italiana o española.

Los supermercados más importantes del país son: GS Supermarket de GS Retail, Lotte Super de Lotte Shopping, Super Express de Samsung Tesco y Kims Club Mart de E Land Retail.

Grandes almacenes

El tercer canal de distribución por ventas en el sector de la alimentación son los grandes almacenes. Hasta hace poco las tiendas *delicatessen* de estos establecimientos eran los únicos puntos de venta del aceite de oliva. Sin embargo, hoy en día los hipermercados y supermercados son los principales canales de venta del aceite de oliva.

En estos establecimientos se pueden localizar las principales marcas de importación, así como las más diversas variedades de aceites. Sin embargo, la facturación de los grandes almacenes por ventas de productos de alimentación ha ido descendiendo en los últimos años. En la actualidad, tan solo un 15% de sus ventas corresponde a productos de alimentación.

El precio del aceite de oliva en los grandes almacenes es el más elevado del mercado, con unos márgenes superiores al 30%. Los supermercados fijan su margen entre un 20 y un 30% y los hipermercados, aprovechando sus volúmenes de compra, pueden ofrecer los precios más competitivos con un margen que ronda el 15%.

Los tres grandes almacenes del país son Lotte Department Store, Hyundai Department Store y Shinsegae Department Store.

Pequeño comercio

Los *mini-markets* y el pequeño comercio han incorporado recientemente el aceite de oliva a sus lineales, aunque todavía hay muchos pequeños comercios que no lo venden. Lo normal

¹⁴ *Home Ever* es el nombre del establecimiento de la empresa E LAND RETAIL que fusionó el septiembre del año pasado las cadenas de CARREFOUR KOREA.

(<http://www.homever.com/main/index.asp>)

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

es encontrar una única marca, por lo general de una marca de distribución coreana, en un envase de pequeño tamaño y a la que le aplican un margen de hasta el 50%.

Televisión e Internet

El consumidor coreano es muy receptivo a la publicidad mediática; prueba de ello es que las ventas por televisión e Internet son el canal de ventas que mayor crecimiento ha experimentando en los últimos años.

Corea del Sur, es el quinto país con mayor número de usuarios con conexión a Internet del mundo¹⁵. La mayoría de los grandes supermercados ofrecen en su portal de Internet una gran gama de productos y un servicio de entrega a domicilio gratuito si la compra sobrepasa una determinada cantidad (en torno a los 30.000 won).

Las principales agencias de venta por televisión son *GS Home Shopping*, *CJ Home Shopping* y *Hyundai Home Shopping*, que fueron los primeros en introducirse en el mercado y ocupan las primeras posiciones en volumen de ventas.



ICEX

¹⁵ <http://www.cia.gov>

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

El método más efectivo para conseguir una penetración exitosa en Corea es a través de un agente importador experimentado e implantado en el mercado. Los importadores son la figura clave del mercado. Según datos ofrecidos por la Asociación Nacional de Importadores, el 85% de las importaciones de Corea se realizan a través de los importadores. Incluso para las grandes corporaciones coreanas la importación directa supone un porcentaje muy pequeño de sus compras totales. Tanto los hipermercados coreanos, como los extranjeros, se aprovisionan a través de agentes importadores especializados en el sector de la alimentación. Los jefes de compras de los hipermercados acuden a los agentes locales, y no acostumbran a negociar directamente con los exportadores extranjeros. Esto sucede principalmente con los hipermercados coreanos como Lotte Mart o E-Mart, que dependen de importadores externos. Las compañías internacionales como COSTCO Whole Sales importan directamente algunos productos, pero normalmente sus compras se canalizan a través de la central de compras de su casa matriz.

El primer paso para exportar es ponerse en contacto con varios importadores o distribuidores, informándoles sobre el producto y vendiéndoles pequeños lotes para comprobar su aceptación en el mercado. En una segunda fase, se puede optar por nombrar un representante o un agente en exclusividad.

El proceso de introducción en el mercado coreano puede ser bastante lento y difícil, por lo que no hay que esperar resultados inmediatos. La confianza mutua entre el importador y el exportador, así como la constancia y perseverancia son las claves para el éxito comercial en el mercado coreano.

La mayoría de importadores de aceite de oliva son de pequeños agentes y el volumen de sus pedidos no es por lo general muy grande. Los pedidos se suelen hacer con una frecuencia de entre uno y tres meses. El plazo de entrega suele ser de unos dos meses.

El importador más importante de Corea es CJ (*Cheiljedann Corporation*), que importa unas 9.000 toneladas de aceite de oliva al año (31% de las importaciones totales de aceite de oliva), en unos doce o quince pedidos anuales. El 90 % del aceite que importa es a granel, y el 10% restante refinado. CJ es una de las más importantes cadenas de distribución del país, y comercializa el aceite de oliva bajo la marca Baeksul.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

La *Korean Importers Association* (KOIMA) es la asociación nacional de importadores coreanos. El volumen de compras de sus miembros representa el 83% de las importaciones totales de Corea del Sur. KOIMA se compone de 6.804 empresas. Sus asociados representan y distribuyen los productos de más de 54.000 firmas extranjeras procedentes de más de 100 países. Por eso, contactar con KOIMA puede ser un medio muy eficaz para encontrar un importador experimentado en Corea. KOIMA tiene agentes delegados en varios países que sirven de punto de contacto entre Corea y los distintos mercados.

1. PROCEDIMIENTO DE IMPORTACIÓN Y ETIQUETADO

Las importaciones de aceite de oliva no están sujetas a ningún tipo de restricción. El arancel e IVA que se les aplica es un 8 y un 10%, respectivamente, sobre el precio CIF.

Al realizar la primera exportación a Corea es necesario remitir al Ministerio de Sanidad coreano la siguiente información:

- Nombre de exportador
- Origen de la mercancía
- Peso neto
- Ingredientes
- Fecha de envase
- Proceso de elaboración

Una vez que la mercancía ha llegado a puerto y antes de retirar la mercancía de la aduana, la *Korea Food & Drug Administration* (KFDA) llevará a cabo las oportunas comprobaciones y verificará que el aceite no contiene ningún aditivo o conservante nocivo. En concreto, las pruebas que llevan a cabo son las que se especifican a continuación:

TABLA XIV. PRUEBAS DE LA KOREA FOOD & DRUG ADMINISTRATION

	Aceite oliva virgen	Aceite oliva refinado	Aceite oliva mixto
1. Characteristic	Se analiza que el sabor y el olor correspondan con el del aceite de oliva.		
2. Gravity (25°/25°)	0,908~0,914	0,908~0,914	0,908~0,914
3. Refractive index (25°)	1,466~1,469	1,466~1,469	1,466~1,469
4. Non-saponification (%)	Menos de 1,5	Menos de 1,5	Menos de 3,0
4. Acid value	Menos de 2,0	Menos de 0,6	Menos de 2,0
5. Iodine value	75~94	75~94	75~94

Fuente: *Korean Food & Drug Administration*

Tras realizar las comprobaciones pertinentes dará su aprobación para la retirada de la mercancía. Durante todo este tiempo, la mercancía permanecerá en el recinto aduanero por un período máximo de 20 días.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

La primera exportación a Corea es la que permanece más tiempo paralizada en aduanas. En las sucesivas exportaciones el tiempo de despacho de aduanas se reduce a dos días aproximadamente. El importador se suele encargar de los trámites aduaneros.

Los datos de contacto de la *Korea Food & Drug Administration (KFDA)* son:

Korea Food & Drug Administration (KFDA)

5-Nokbun-dong, Eunpyong-gu, Seoul, Korea.

Teléfono: 0082-8-380-1733/4

FAX: 0082-2-388-6392

La *Food Sanitary Act*, que regula las normas de etiquetado en Corea, establece que todos los productos alimenticios importados que se distribuyan a los consumidores, sin haber sido reprocesados y/o embalados dentro del territorio coreano, deben ser etiquetados en el idioma coreano, incluyendo los siguientes datos:

- Nombre del producto.
- Datos completos del importador (razón social, dirección y número de teléfono).
- Número de registro mercantil del importador.
- Fecha de embotellado del producto.
- Peso y volumen (o número de unidades).
- Composición del producto.
- Uso del producto y normas de conservación (si se trata de productos que requieren conservación en frío, hay que indicar la temperatura de conservación).
- Lugar de reclamación para la devolución o cambio en caso de deterioro del producto.

Como aspecto específico del aceite de oliva, las autoridades coreanas imponen un periodo de caducidad de dos años a partir de la fecha de embotellado del producto.

El etiquetado de estos productos debe venir impreso desde el país exportador. No obstante, la práctica común es que se les apliquen etiquetas adhesivas en el almacén aduanero coreano antes del despacho de la mercancía.

2. CONSEJOS PARA EL IMPORTADOR ESPAÑOL

La importación del aceite de oliva español representa el 80% de las importaciones de aceite de oliva en el mercado coreano. Sin embargo más del 80% de las mismas son ventas a granel. Consideramos que el aceite de oliva español es lo suficientemente competitivo como para intentar posicionar en el mercado coreano sus marcas propias e ir dando a conocer la tradición aceitera española. Algunos de los aspectos a tener en cuenta serían los siguientes:

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Adaptar el aceite de oliva al gusto del consumidor coreano

Es importante mantener las características inherentes al aceite de oliva, pero al mismo tiempo analizar la preferencia de sabores por parte del consumidor y desarrollar una oferta adecuada. Teniendo en cuenta que a los consumidores coreanos les desagrada el sabor y el aroma fuerte del aceite de oliva, sería conveniente suavizar las gamas de aceites ofreciendo aceites frutados y suaves. Así mismo, teniendo en cuenta la preocupación de los coreanos por la salud y la dieta, se prevé un incremento de la demanda del aceite de tipo *light* y orgánico.

Presentación y envasado

La presentación del envase es un factor esencial ya que es uno de los factores determinantes de la decisión de compra. Como el consumidor coreano medio no tiene un conocimiento profundo del aceite de oliva, asocia la presentación con la calidad del producto. Los importadores coreanos destacan que las ventas del aceite de oliva se incrementan rápidamente con una adecuada presentación.

Los envases del aceite deberán ser de vidrio, utilizando ánforas o vasijas que consigan captar la atención del consumidor. El diseño del etiquetado deberá transmitir imagen de tradición y se deberá incidir en un etiquetado que indique claramente la composición y propiedades del aceite de oliva.

Campañas de publicidad y promoción

Una buena campaña publicitaria es básica para el éxito comercial de un producto en el mercado coreano. Los coreanos son muy receptivos a la información mediática y, en el caso del aceite de oliva, la publicidad es muy importante puesto que se trata de un producto novedoso del que en muchos casos desconocen sus propiedades y usos.

La campaña publicitaria deberá incidir en la calidad del aceite de oliva español y en los beneficios que aporta a la salud. Las primeras campañas de publicidad las llevaron a cabo los importadores de aceite italiano. Sin embargo, hoy en día las campañas publicitarias más agresivas las están llevando a cabo las importadoras coreanas de aceite de oliva español. Se puede encontrar publicidad del aceite de oliva español en las revistas, en las pantallas publicitarias del centro de la ciudad o en los pasillos y vagones del metro.

Al tratarse de un producto novedoso, el consumidor en muchos casos desconoce las propiedades y usos del aceite de oliva, por lo que sería interesante promocionar con los envases pequeños folletos informativos en los que se destaquen los beneficios del aceite y sus usos culinarios.

Sin embargo, una de las prácticas de venta más efectiva en el mercado coreano es la promoción directa el producto en un corner alquilado en el punto de venta. Los vendedores informan a los clientes de las propiedades del aceite y llevan a cabo degustaciones del producto. El personal de ventas suele cobrar un sueldo fijo (alrededor de 1.200.000 won) más una comisión que oscila entre el 15 y el 20% de las ventas.

Hay dos fechas destacadas en la que las familias coreanas se reúnen y se regalan productos de alimentación: *Chuseok* la Fiesta de Acción de Gracias que se celebra, según el calendario lunar, entre septiembre y octubre, y el Año Nuevo Lunar que coincide entre mediados de

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

enero y mediados de febrero. En estas fechas es frecuente la promoción de lotes de regalo de productos de alimentación, por lo que es un buen momento para llevar a cabo una agresiva y cuidada campaña de promoción.

Estrategia a largo plazo

A pesar del incremento de las importaciones del aceite de oliva, el mercado coreano se debería ver como un mercado a largo plazo, ya que este producto todavía no forma parte de la dieta habitual de los coreanos y su consumo todavía no se ha estabilizado.

Acuerdos con importadores

La relación con el importador es básica para la durabilidad de la permanencia en el mercado. Se recomienda ultimar todos los detalles con el importador antes del envío y concretar los pagos a través de carta de crédito documentaria confirmada. A los importadores es necesario facilitarles la información sobre el producto de una manera clara y detallada, por ejemplo mediante folletos. La elección del importador determina el canal de distribución y por lo tanto el público al que se dirigirá el producto.

Transporte

Debido a la situación de Corea y al cierre de la única frontera terrestre que tiene con Corea del Norte, el medio más habitual de transporte es el barco. La infraestructura portuaria es adecuada y Corea dispone de una importante flota mercante.

Bilbao, Barcelona y Valencia tienen conexiones semanales con Busan (Corea del Sur) por vía marítima. La duración aproximada de Bilbao a Busan es de unos 30 ó 35 días, mientras que desde Barcelona o Valencia a Busan es de unos 25 ó 30 días.

Las principales navieras que operan en esta línea son las que se indican a continuación:

TABLA XV. PRINCIPALES LÍNEAS MARÍTIMAS QUE OPERAN ENTRE ESPAÑA Y COREA

Línea marítima	País	Agente en España
Hanjin Shipping	Corea del Sur	Isamar
HMM – Hyundai Merchant Marine	Corea del Sur	Marítima Dávila
Evergreen	Taiwán	Green Ibérica
Maersk Line / Sea Land	Dinamarca / EEUU	Maersk España / Marítima Odiel
CMA-CGM	Francia	Transamares
ACL – Atlantic Container Line	_____	Mac Andrews
MSC – Mediterranean Shipping Co.	Suiza	MSC España
Yang Ming Line	Taiwán	Ártica Zugazaga (Bilbao)

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

Algunas de estas navieras operan conjuntamente, tal es el caso de Hanjin Shipping, K-line y Yang Ming, que disponen de siete barcos para el servicio *China Mediterranean Express*.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Los costes de transporte dependen del puerto de origen, de las tarifas de la naviera, del tipo de envío, etc. A modo orientativo, a continuación se indican las tarifas de la naviera Hyundai, que opera desde el puerto de Bilbao.

TABLA XVI. TARIFAS DE LA NAVIERA HYUNDAI TRAYECTO BILBAO - BUSAN

Container	Flete básico	Bunker Adjustment Factor (BAF)	Currency Adjustment Factor (CAF)	Terminal Handling Charges	Security charges
20'	850\$	233\$	4,40%	140 €	12 €
40'	1.075\$	466\$	4,40%	140 €	12 €

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

El 80% del transporte interno se lleva a cabo por carretera. Seúl dista de Busan 432 kilómetros. El restante 20% del transporte interior de mercancías se realiza por ferrocarril.

ICEX

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

SEOUL FOOD & HOTEL 2008

Fecha de celebración: del 14/5/2008 al 17/05/2008

Localización: KINTEX (*Korea International Exhibition Center*: <http://www.kintex.com/intro.jsp>),
Ilsan, Goyang-city, Gyonggi-do

Periodicidad: anual

Productos: productos alimentarios, bebidas, aditivos, maquinaria, equipos para la restauración y colectividades.

URL: <http://www.seoulfood.or.kr/>

Organizador: KOTRA (*Korea Trade Investment Promotion Agency*) 300-9, Yeomgok-dong,
Seocho-gu, Seúl

TEL 82-2-3460-7262/7263/7266/7269

URL: <http://www.swsexpo.com/kr/index.php>

E-mail: info@seoulfood.or.kr

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

FOOD WEEK 2008

Fecha de celebración: 20/11/2007 – 23/11/2007

Localización: COEX, Seoul

Tlfn: 82-2-6000-1102

FAX: 82-2-6000-1333

E-mail: ept@coex.co.kr

URL: www.foodweek.co.kr

FOOD KOREA 2008

Fecha de celebración: del 20/11/2008 al 23/11/2008

Localización: AT Center, Seoul

Periodicidad: anual

Productos: productos agrícolas, silvícolas, bebidas, carnes...

Organizador: Agricultural & Fishery Marketing Corporation Kukje Center B/D, 4F, 191 Hangangro 2-ga, Yongsan, Seúl

TEL : 82-2-6300-1491

FAX : 82-2-6300-1610

E-mail: atcenter@kati.net

URL: www.foodexkorea.com

GWANGJU INTERNATIONAL FOOD INDUSTRY FAIR 2008

Fecha de celebración: 20/11/2008 al 23/11/2008

Localización: Kim Dae Jung Convention Center (www.kdjcenter.or.kr)

Organizador: GEXCO

410 Naebangno Seo-gu, Gwanju, Korea

TEL: 82-62-611-2213

FAX: 82-62-611-2209

www.gwangjufood.or.kr

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Seoul Int'l Restaurant, Foodservice and Kitchen Equipment Show (SIRES)

Organizador: SIRES *Organizing Committee*

Lugar de celebración: Seúl - COEX *Convention Hall*

Celebración y frecuencia: Se celebra en octubre con carácter anual.

Perfil: Concentra a profesionales del sector de la alimentación, restaurantes, servicios de catering, equipamientos y utilidades para hoteles y restaurantes, equipos para el procesado y elaboración de alimentos, y otras industrias relacionadas.

Link: www.restaurants.or.kr

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

No existe ninguna publicación específica del aceite de oliva en el mercado coreano. Las revistas especializadas en el sector de la alimentación son:

The Monthly Food

Esta revista se edita únicamente en coreano y no dispone de página Web. Sus datos de contacto son:

Hyundai Jeonwon Building Room 1005

1589-7 Seocho-dong, Seocho-gu, Seúl

Teléfono: 82-2-585-0025

Fax: 82-2-585-0883

Mail: foodic@chol.com

The Monthly Food Industry

Esta publicación se lleva editando desde 1983. Tanto la revista como la página Web están en coreano. En la revista se indica que si alguna empresa extranjera desea contactar con ellos lo hagan a través de su página www.foodsa.co.kr o a través de la dirección de mail: master@foodsa.co.kr.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Hotel & Restaurant

Se publica en coreano. Sus datos de contacto son:

626-4, Ahyun 3-dong

Mapo-ku, Seoul

Teléfono: 0082-2-312-2828

Fax: 0082-2-312-2896

Mail: hr@hotelrestaurant.co.kr

www.hotelrestaurant.co.kr

The Food and Beverage News

Tanto la edición impresa, como la página Web: www.thinkfood.co.kr figuran en coreano. Sus datos de contacto son:

3F. Busung Building, 2-338 Hangangro 2-ga

Youngsan-gu, Seoul, Korea

Teléfono: 82-2-3273-1114

Fax: 82-2-3273-1150

Mail: fnbnews@thinkfood.co.kr

Asia & Middle East Food Trade

Esta revista se publica cuatro veces al año y trata sobre alimentos, bebidas, ingredientes, procesado y embalaje de comida. Los datos de contacto son:

J.Latka Verlag GmbH,

Heilsbachstr 32

53123 Bonn, Germany

Teféfono: +49-228-919320

Fax: +49-228-9193217

Mail: info@ameft.de

Web: www.ameft.de

A nivel internacional destaca:

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Olivae Magazine

Esta revista la publica el Internacional Olive Oil Council y contiene información general del mercado, así como información económica, científica, técnica y novedades legislativas del sector. Se publica en inglés, francés, italiano y español.

<http://www.internationaloliveoil.org/publications1.asp#2>

3. ASOCIACIONES

No existe asociación alguna del sector en el mercado coreano. No obstante, en el ámbito internacional y en el ámbito nacional destacan:

International Olive Oil Council → <http://www.internationaloliveoil.org/>

La Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (ASOLIVA) → <http://www.asoliva.com/home.htm>

Otras direcciones de interés

Korean Importers Association (KOIMA)

KOIMA Builidng. Hankangro 2-ka, Yongsan-ku, Seoul 140-875, South Korea

Teléfono: 82-2-792-1581/4

Fax: 82-2-785-4373

Datos de contacto del representante de KOIMA en España:

Lee Sang Woo

Calle Gerardo Diego 2-G

28223 Pozuelo de Alarcón, Madrid, España

Teléfono: 0034-91-352-4175 / FAX: 0034-91-352-4169

Móvil: 0034-609-071-762

E-mail: tbs1989@yahoo.co.kr

La Agencia para el Aceite de Oliva → <http://aao.mapa.es>

Sociedad Rectora del Mercado de Futuros del Aceite de Oliva (MFAO) → <http://www.mfao.es/inicio/inicio.asp>

Korea Trade Investment Promotion and Trade → www.kotra.or.kr

South Korea National Statistical Office → www.nso.go.kr

Korea Customs Service → www.customs.go.kr

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

Ministry of Agriculture and Forestry → <http://www.maf.go.kr>

Korea Food & Drug Administration → www.kfda.go.kr

Banco de Corea → <http://www.bok.or.kr>

Korea International Trade Association → www.kita.net

KOTIS, Korea Trade Information Service → www.kotis.net

KOIMA, Korea Importers Association → www.koima.or.kr

Korea National Tax Service → www.nta.go.kr

USDA Foreign Agricultural Service → www.fas.usda.gov

National Veterinary Research & Quarantine Service → www.nvrqs.go.kr

Korea Chamber of Commerce → www.kcci.or.kr

Korea Chain Store Association → <http://www.kosca.or.kr>

Ministry of Foreign Affairs and Trade → www.mofat.go.kr



ICEX

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

4. ESTADÍSTICAS ACTUALIZADAS. ENERO-SEPTIEMBRE 2008

TABLA XVII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509) EN MILES DE US \$

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	10.155.020	6.284.316	-38%	2.105.393	1.319.165	-37,3%
Febrero	13.472.697	8.674.235	-36%	2.867.274	1.835.345	-36,0%
Marzo	16.977.400	12.216.120	-28%	3.801.924	2.570.424	-32,4%
Abril	19.172.278	16.245.133	-15%	4.315.531	3.383.236	-21,6%
Mayo	21.335.311	20.448.077	-4%	4.871.282	4.309.330	-11,5%
Junio	24.401.068	22.302.287	-9%	5.652.897	4.671.904	-17,4%
Julio	29.270.960	30.157.313	3%	6.849.559	6.230.785	-9,0%
Agosto	34.776.605	37.143.296	7%	8.110.879	7.751.928	-4,4%
Septiembre	37.339.476	39.337.046	5%	8.672.983	8.224.800	-5,2%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

TABLA XVIII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.10) POR PAÍSES EN MILES DE US \$

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	39.337		8.224.800	
Francia	29.730	75,58%	6.487.397	78,88%
Chile	7.384	18,77%	1.357.964	16,51%
Italia	724	1,84%	148.644	1,81%
Estados Unidos	605	1,54%	112.985	1,37%
Australia	422	1,07%	57.239	0,70%
España	121	0,31%	14.024	0,17%
Alemania	112	0,28%	15.569	0,19%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA XIX. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.10) EN MILES DE US \$

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	9.986.914	5.895.023	-40,97%	2.066.374	1.242.735	-39,9%
Febrero	12.940.357	7.940.288	-38,64%	2.767.220	1.673.648	-39,5%
Marzo	15.820.787	11.135.584	-29,61%	3.506.588	2.330.804	-33,5%
Abril	17.661.273	14.639.634	-17,11%	3.943.658	3.044.770	-22,8%
Mayo	19.550.386	18.688.344	-4,41%	4.417.802	3.933.098	-11,0%
Junio	22.087.969	20.033.217	-9,30%	5.077.804	4.182.541	-17,6%
Julio	26.405.756	27.207.814	3,04%	6.124.160	5.597.415	-8,6%
Agosto	31.609.239	33.630.732	6,40%	7.288.300	6.989.648	-4,1%
Septiembre	33.915.325	35.458.188	4,55%	7.797.370	7.390.507	-5,2%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

TABLA XX. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.10) POR PAÍSES EN MILES DE US \$

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	35.458		7.390.507	
España	27.749	78,26%	6.072.784	82,17%
Italia	5.942	16,76%	1.016.067	13,75%
Grecia	605	1,71%	112.811	1,53%
Turquía	537	1,51%	105.317	1,43%
Estados Unidos	316	0,89%	40.905	0,55%
Suiza	103	0,29%	17.131	0,23%
Francia	100	0,28%	14.809	0,20%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA XXI. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.90) EN MILES DE US \$

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	168.106	389.293	131,58%	39.019	76.430	95,9%
Febrero	532.340	733.947	37,87%	100.054	161.697	61,6%
Marzo	1.156.613	1.080.536	-6,58%	295.336	239.620	-18,9%
Abril	1.511.005	1.605.499	6,25%	371.873	338.466	-9,0%
Mayo	1.784.925	1.759.733	-1,41%	453.480	376.232	-17,0%
Junio	2.313.099	2.269.070	-1,90%	575.093	489.363	-14,9%
Julio	2.865.204	2.949.499	2,94%	725.399	633.370	-12,7%
Agosto	3.167.366	3.512.564	10,90%	822.579	762.280	-7,3%
Septiembre	3.424.151	3.878.858	13,28%	875.613	834.293	-4,7%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

TABLA XXII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1509.90) POR PAÍSES EN MILES DE US \$

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	3.879		834.293	
España	1.981	51,07%	414.613	49,70%
Italia	1.442	37,17%	341.897	40,98%
Turquía	188	4,85%	43.327	5,19%
Holanda	121	3,12%	14.024	1,68%
Estados Unidos	105	2,71%	16.334	1,96%
Australia	18	0,46%	1.997	0,24%
Francia	12	0,31%	760	0,09%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN COREA DEL SUR

TABLA XXIII. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1510) EN MILES DE US \$

	VALOR			VOLUMEN		
	2007	2008	Variación 2008/07	2007	2008	Variación 2008/07
Enero	88	194	120,45%	26.326	60.925	131,43%
Febrero	154	257	66,88%	38.920	65.495	68,28%
Marzo	297	358	20,54%	91.859	98.631	7,37%
Abril	308	527	71,10%	92.716	157.938	70,35%
Mayo	357	572	60,22%	107.044	160.335	49,78%
Junio	496	576	16,13%	167.476	160.936	-3,91%
Julio	583	799	37,05%	200.351	222.797	11,20%
Agosto	620	895	44,35%	206.226	254.440	23,38%
Septiembre	627	977	55,82%	206.738	267.861	29,57%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

TABLA XXIV. IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (P.A.1510) POR PAÍSES EN MILES DE US \$

País	2008 (Datos hasta septiembre)		2008 (Datos hasta septiembre)	
	Valor	Cuota	Volumen	Cuota
Total	977		267.861	
Francia	508	52%	164.151	61,28%
Chile	242	24,77%	89.271	33,33%
Italia	149	15,25%	6.728	2,51%
Estados Unidos	46	4,71%	2.242	0,84%
Australia	30	3,07%	5.377	2,01%
España	1	0,1%	60	0,02%
Alemania	0	0%	28	0,01%

Fuente: Oficina Comercial de España en Seúl

5. LISTADO IMPORTADORES

La Oficina Comercial pone a su disposición como servicio personalizado un completo listado de importadores/distribuidores con información de interés sobre todos ellos. Para contratar este servicio puede contactar con esta Oficina Comercial o bien entrar en www.icex.es o llamar al 902-349-000.