

---

# Estudio de Mercado Salmón del Atlántico Congelado en Corea

Octubre 2012

---

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

Documento elaborado por ProChile en Corea

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno:</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	5
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	7
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	9
<b>1. Estadísticas 2012 (Septiembre)</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2011</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2010</b> .....	9
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	15
<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)</b> .....	16

<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).</b> .....	17
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.</b> .....	18
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.</b> .....	18
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i> .....	18
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i> .....	19
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i> .....	21
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i> .....	22
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i> .....	22
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i> .....	23
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i> .....	25

## PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**  
0303.13

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**  
Salmones del Atlántico (*Salmo salar*) y salmones del Danubio (Hucho hucho )

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**  
0303.13.0000 (descripción en inglés: Atlantic salmon (*Salmo salar*) and Danube salmon (Hucho hucho))

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL:**  
10%

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:**  
0%

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

País / Región	2012	2013	2014	2015
TLC Asean	0	0	0	0
TLC Singapur	0	0	0	0
TLC EFTA	0	0	0	0
TLC India	4	2	0	0
TLC UE	6.6	5	3.3	1.6
TLC Perú	6	4	2	0
TLC EE.UU.	0	0	0	0

**4. OTROS IMPUESTOS:**

Exención del IVA (10%)

**5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS**

No existen.



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

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

La importación de salmón atlántico congelado está sujeta a las normas estipuladas por la Ley de Higiene Alimentaria. De acuerdo con la ley, el formulario “Declaración de Importación de Alimentos etc.”, debe ser llenada y presentada ya sea personalmente o vía internet por el importador en el puerto marítimo o aeropuerto de entrada ante la oficina de Servicio de Aduanas de Corea (KCS) y de la Agencia de Inspección y Cuarentena de Animales, Plantas y Pesca (QIA).

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

Como indicado en el punto anterior, el importador deberá presentar el formulario de “Declaración de Importación de Alimentos, etc.” ante la Oficina de Distrito de QIA.

No se requiere documentos específicos adicionales para el Salmón Atlántico congelado, solamente se requiere que el producto tenga una etiqueta en idioma coreano con la siguiente información:

- Nombre del producto
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del productor / exportador
- Método de almacenamiento
- Contenido de peso (peso debería ser calculado excluyendo el peso del paquete, contenedor, y utensilios utilizados para el producto)
- Nombre de la materia prima y su proporción
- Nombre de los aditivos alimentarios utilizados
- Nombre del material de embalaje si el producto se envase con resina sintética
- País de origen

La QIA realizara la inspección sanitaria para evitar la entrada de organismos nocivos para la salud y verificar el cumplimiento de las normas relativas a la forma, color, tamaño y frescura, según las Normas y Especificaciones de la Alimentación.

Principales normas para Salmon Atlántico congelado son las siguientes:

- a. Los salmones congelados deberán ser mantenidos congelados a temperatura inferior a  $-18^{\circ}\text{C}$  en todo momento durante el almacenamiento y transporte usando equipo apropiado, tales como vehículos con congelador, contenedores “reefer”. Los productos no se deben descongelar y vueltos a congelar, o distribuir como productos refrigerados después de ser descongelado.
- b. Microorganismo: si el salmón congelado es para consumo en crudo (sin calentamiento o cocinado adicional)
  - Recuento de bacterias: no superior a 100.000/g
  - Coliformes: no superior a 10/g
  - Salmonella spp. and Listeria monocytogenes: No debe ser detectado
  - Vibrio parahaemolyticus and Staphylococcus aureus: no superior a 100/g
- c. Residuos de metales pesados:
  - Mercurio total: no superior a 0,5 mg/kg
  - Plomo: no superior a 0,5mg/kg
- d. Melamina: no superior a 2,5mg/kg
- e. Radioactividad
  - $^{131}\text{I}$ : no superior a 300 Bq/ kg
  - $^{134}\text{Cs}$  +  $^{137}\text{Cs}$ : no superior a 370 Bq/ kg
- f. Colores de alquitrán: no deben ser detectados
- g. CO (monóxido de carbono) : no se debe aplicar
- h. Benzo(a)pyrene: no superior a  $2,0\mu\text{g}/\text{kg}$
- i. Poly Chlorinated Biphenyl (PCB): no superior a 0,3mg/kg
- j. Medicina para animales:
  - Acido Oxolinico: no debe detectarse más de 0,1mg/kg
  - Los siguientes medicamentos para animales no deben ser detectados en absoluto.

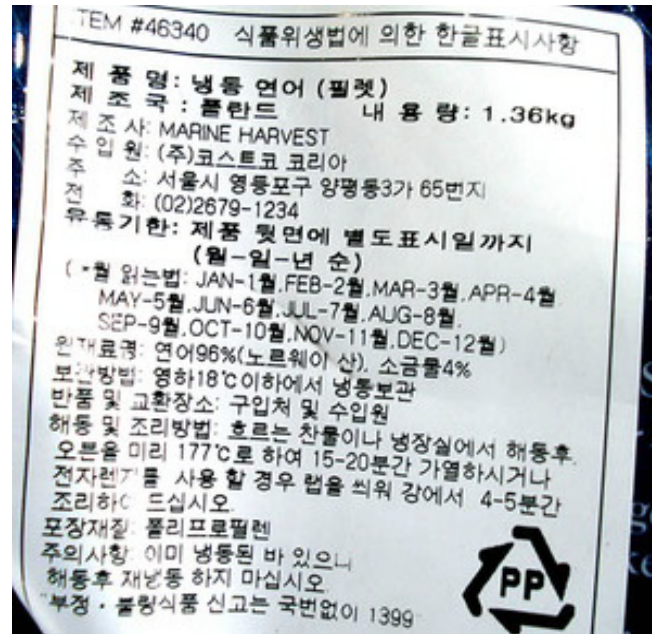
Nitrofurán (Furazolidone, Furaltadone, Nitrofurazone, Nitrofurantoine, Nitrovin, etc.) y sus metabolitos: Semicarbazide (SEM) es prohibido solo en productos de ganado que no han sido tratados térmicamente y en productos de animales acuáticos (incluyendo productos que han sido simplemente cortados/seccionados).

- Chloramphenicol
- Malachite green and its metabolites
- Diethylstilbestrol (DES)

- Dimetridazole
- Clenbuterol
- Vancomycin
- Chlorpromazine
- Thiouracil
- Colchicine
- Pyrimethamine
- Medroxyprogesterone acetate (MPA)
- Norfloxacin
- Ofloxacin
- Perfloxacin

### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)





**Traducción no oficial**

Etiqueta en coreano, conforme al artículo 10 de la Ley de Sanidad de Alimentos

1. Nombre del producto: Salmon congelado (Filete)
2. País de producción: Polonia
3. Productor exportador: Marine Harvest
4. Importador: Costco Korea
5. Domicilio: 65, Yangpyeongdong 3-ga, Youngdeungpo-gu, Seúl
6. Tel.: 82-2-2679-1234
7. Fecha de vencimiento: Fijar la fecha descrita en el producto
8. Ingredientes: 96% salmón (Noruega), 4% agua con sal
9. Forma de conservación y forma de tratamiento: Conservar congelado bajo temperatura menor a -18 grados.
10. Lugar de cambio o devolución: A través de la empresa importadora y/o lugar de compra
11. Forma de descongelación y forma de cocina: Después de descongelar con agua corriente o en el refrigerador, hornear por 15 o 20 minutos en el horno precalentado a 177 grados. Si utiliza horno microonda, se envuelve el salmón descongelado con el firme plástico y se cocina por 4 o 5 minutos.
12. Envoltorio: Polipropileno
13. Peso: 1.36 kg
14. Este producto está congelado y no debe ser congelado una vez descongelado.
15. Llamar al número 1399 por mal estado de sanidad del producto (mala calidad)



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2012 (SEPTIEMBRE)

Principales Países de Origen	Cantidad Kg	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
Noruega	3,195,570	18,295,063	52.89
<b>Chile</b>	<b>3,024,233</b>	<b>16,295,520</b>	<b>47.10</b>
Tailandia	6	26	0.01
Subtotal	6,219,809	34,590,609	100.00
Total	6,219,809	34,590,609	100.00

## 2. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad Kg	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
<b>Chile</b>	<b>5,188,741</b>	<b>39,156,767</b>	<b>51.63</b>
Noruega	4,842,554	36,671,999	48.36
EE.UU.	68	584	0.0008
Vietnam	4	54	0.0092
Subtotal	10,031,367	75,829,404	100.00
Total	10,031,367	75,829,404	100.00

## 3. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Noruega	4,324,231	30,915,985	77.88
<b>Chile</b>	<b>1,436,814</b>	<b>8,776,767</b>	<b>22.11</b>
Japón	70	556	0.009
Subtotal	5,761,140	39,693,358	99.99
Total	5,761,178	39,693,406	100.00

Fuente: Korea International Trade Association (KITA)

# V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

### Reseña general del mercado coreano de productos del mar en 2011

La producción total de productos del mar en Corea alcanzó a 3.25 millones TM. Las importaciones a 2.06 millones TM y el consumo interno a 3,81 millones TM. Corea exportó 1,47 millones TM, la producción local abastece el 85.4% de la demanda interna.

Principales productos del consumo

- 1) Alaska pollak : 284.106 TM
- 2) Calamar: 226.390 TM
- 3) Macarela: 126.435 TM (conocida como "Caballa" en Chile, *Scomber scombrus*)
- 4) Hair tail: 58.682 TM (conocido como "Pez sable", *Trichiurus lepturus*)
- 5) Corvina: 87.213 TM

Las importaciones de productos del mar vivos están disminuyendo, dando paso a las importaciones de productos congelados provenientes de Chile, Rusia y otros países, principalmente por los siguientes factores:

1. Desmejoramiento de la economía Coreana producto del crecimiento decreciente en China, y la crisis financiera/fiscal en la Eurozona y EEUU.
2. Accidente nuclear de Fukushima en Japón en Marzo 2011, el cual disminuyó fuertemente las importaciones de productos frescos/vivos/congelados/deshidratados del mar desde Japón, por riesgo de radiactividad. En 2011 Japón disminuyó sus exportaciones a Corea a 75,765 TM, alcanzando solo el 47% respecto del volumen exportado en 2010. Los importadores coreanos han optado por traer productos desde otros países, especialmente desde Chile y Rusia. En el caso de Chile, ha aumentado fuertemente las exportaciones de calamares, macarela (caballa) y salmón. El año 2010 Chile exportó US\$8,7 millones de Salmón congelado, en 2011 US \$39,2 millones (446% de aumento anual)

### Cifras de importación de Salmón Atlántico congelado de Chile en Corea (Fte: Kita)

Año	US\$	Kg
2011	39,156,767	5,188,741,000
2010	8,776,767	1,436,814,000
2009	21,793,678	4,406,977,000
2008	23,598,006	4,317,745,000
2007	20,088,334	3,676,589,000

Emart, una de las cadenas más grandes de supermercados en Corea, indicó que en las ventas del primer trimestre de 2012 el salmón congelado ha aumentado aprox. 68.4% en comparación con el mismo periodo del año pasado, ocupando un 4.6% de participación en la venta de todos los productos del mar en Emart, sobrepasando al pescado Pacific Saury 4.3%, tradicionalmente el más popular y de mayor venta en Corea.

**Foto de pescado Pacific Saury (*Cololabis Saira*)**



Desde hace 6 años que ha venido creciendo el hábito de consumir salmón gracias a sus propiedades nutricionales. Los consumidores Coreanos son altamente informados sobre los aspectos nutricionales de sus comidas, y se ha creado una especie de “moda” por comer salmón, ya que se le asocian beneficios para la salud, como la prevención de varios tipos de enfermedades, por su alto contenido de ácidos grasos esenciales, proteínas, antioxidantes y vitaminas. También se le atribuyen propiedades para la belleza del cutis, de hecho existe una marcada preferencia de consumir salmón por parte de las mujeres coreanas para prevenir arrugas, las ojeras y también para mantener la línea por su bajo contenido calórico.

También se ha visto una creciente tendencia en los supermercados el consumo de filetes/medallones de salmón para preparar a la plancha en reemplazo del beef-steak de vacuno. Por ejemplo, durante Febrero de 2012, en la cadena de supermercados Emart, la venta de salmón para steak creció en 29% respecto de Febrero de 2011.

En consideración de esta creciente “moda” o boom por el salmón, los grandes supermercados y tiendas por departamentos (tipo shopping mall) han instalado vitrinas refrigeradas exclusivamente para vender salmón, de la misma forma que lo tienen otros dos pescados muy populares en Corea: el Hairtail (“Pez Sable” o *Trichiurus lepturus*) y la Macarela (“Caballa” o *Scomber scombrus*).

El fuerte aumento del consumo de salmones en 2011 y 2012 también ha sido posible por los precios altamente competitivos del salmón importado desde Chile, país el cual ha podido ofrecer volúmenes y calidad muy apropiados para atender el gran mercado de Corea.

Tradicionalmente la mayoría del salmón que se vende en las grandes cadenas de supermercados de Corea es el importado de Noruega, país que ha logrado un posicionamiento muy fuerte entre los consumidores Coreanos,

quienes lo asocian como un producto de tradición europea, puro y de alta calidad. No obstante lo anterior y gracias al precio competitivo del salmón de Chile, es que se ha comenzado a ver con mayor frecuencia productos de origen chileno.

Cabe destacar que para los consumidores Coreanos, el país de origen de los productos es muy importante al momento de elegir un producto o marca, ya que buscan atributos específicos que influyen la decisión de compra. El salmón chileno tiene cierto reconocimiento de calidad y precio competitivo básicamente por un efecto “halo” o de asociación a otro producto emblemático de Chile como es el vino embotellado de Chile, el cual tiene un fuerte posicionamiento entre los consumidores.

Este es un beneficio indirecto importante que juega a favor de los exportadores de salmón de Chile, quienes tienen la oportunidad única de apalancar la imagen de Chile (como productor premium de vinos a precios competitivos) y desarrollar una marca para el “Frozen salmon from Chile” donde se destaquen los mismo atributos, y se incorporen otros como la pureza de las aguas del sur de Chile, bienestar para la salud y aspectos gourmet o de maridaje con los distintos tipos de vinos de Chile.

### Nuevos Productos aparecidos en el mercado

- **“Pink Salmon from Alaska”**

En Septiembre 2012, la cadena de supermercados Emart lanzó una campaña muy agresiva para vender el “Pink Salmon From Alaska”. Indicaba que el producto se captura solamente entre los meses de Agosto y Septiembre en la isla Kodiak, que Emart coordinaba un barco exclusivo de captura el cual traía el recurso directamente a puerto Coreano en donde se congela inmediatamente en IQF y se distribuye directamente a los supermercados de Emart sin intermediarios, ofreciendo condiciones de frescura, calidad y precios que otros países no pueden igualar. De hecho el costo por 100 grs. de Pink Salmon From Alaska llegó a 1,280 KRW que es 57% más barato que el salmón fresco de Noruega (proveniente de cultivos) y 35% más barato que el Salmon Coho congelado de Chile.

La campaña de marketing hizo mucho énfasis en que el Pink Salmon de Alaska era muy bueno para preparaciones típicas de la gastronomía coreana (ej: al horno) por ser menos grasoso.

Fotos del “Pink Salmon from Alaska” vendido en Emart en Agosto y Septiembre



- ***Salmón premium refrigerado Aurora (Noruega)***

Durante el mes de Octubre 2012, fue lanzado en el mercado el producto Salmon Premium Refrigerado Aurora de la empresa noruega Hallvard Leroy. La importación se hizo por vía aérea desde Noruega y fue distribuida por el grupo Shinsegae Food Corp, en sus tiendas por departamento Shisegae Department Stores, y de cinco restaurantes de sushi “BonoBono” que están dentro de las mismas tiendas Shinsegae. El salmón Premium Aurora se reconoce como uno de los mejores para su uso en sushi por su sabor más dulce, presentación, color intenso y textura ideal para su consumo en crudo.

El Director del Norwegian Seafood Council Sr. Henry Andersen, quien está encargado del mercado de Asia, señaló que la venta del salmón fresco refrigerado está aumentando fuertemente y que durante el 2013 van concentrar que se sus actividades de promoción y marketing en este producto en particular.

**Foto de Sashimi preparado con Salmon refrigerado Premium Aurora de Noruega**



**HORECA, principal destino de las importaciones de Salmon congelado**

El 90% del salmón congelado importado lo manejan las empresas mayoristas, las cuales venden a empresas que hacen el proceso de ahumado en Corea, quienes posteriormente distribuyen principalmente entre los Hoteles, Restaurantes y Casinos de Corea, y en menor grado a supermercados y retail mas pequeños. El 10% restante lo importa y distribuye directamente las cadenas de supermercados para venta en sus tiendas.

**País de origen y Sensibilidad de Precios**

Los principales países proveedores de salmón congelado son Noruega y Chile. En el caso de salmón congelado la mayoría proviene de cultivos tecnificados con altos estándares de control y sanidad. Países como Canadá, Australia, Japón y Escocia no exportan a Corea ya que estos en su mayoría capturan salmón silvestre (no de cultivos) los cuales tienen presencia de parásitos en agallas y no sirven para ahumado.

La preferencia de origen es liderada por Noruega, quienes introdujeron el producto antes que Chile (ventaja de ser los primeros), lo cual logró un fuerte posicionamiento de Noruega entre la mayoría de los consumidores finales

coreanos, quienes no han aprendido a diferencia entre el sabor y la calidad de los distintos países (según nos informaron los mismos comerciantes mayoristas y del retail).

Por este mismo efecto de mejor posicionamiento, el precio de salmón de Noruega es aprox. 10% más alto que el salmón de Chile. De manera general los importadores buscan el mejor precio de mercado por lo que alternan entre Noruega y Chile, sin embargo si existe una diferencia marginal en el precio de Chile y Noruega, ellos prefirieron importar desde Noruega ya que pueden obtener mayores márgenes tanto en el mercado mayorista como en el retail. Este año 2012 el precio del Salmon de Chile ha estado muy competitivo y con muy buena calidad, por ende ha tenido aceptación y muy buena reputación por parte de los importadores y mayoristas.

El mercado de salmón en Corea está en crecimiento, por lo que se espera un aumento en las importaciones e introducción de nuevos productos premium como el "Pink Salmón de Alaska" y el Salmón AURORA.

Los productores chilenos de salmón congelado deben ser capaces de desarrollar una marca/pais que tenga un significado de relevancia para los consumidores coreanos, lo cual permitiría aumentar la percepción de Chile como país productor líder en salmoneos y ganar terreno en el canal retail con estrategias de marketing inteligentes basadas en los atributos de economía, conveniencia, frescura, pureza, calidad premium, salud y bienestar.

**Producto nacional:**

En Corea no existe producción significativa de salmón para su venta comercial. Existe una zona turística en el noreste del país (Comuna Yangyang de la provincia Gangwon) donde los salmoneos silvestres suben por ciertos ríos a desovar. Ahí los turistas capturan salmoneos solo para su consumo personal.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.



Pastas con crema y trozos de salmón



Bibimbap (arroz con verduras y trozos de salmón)



Salmón asado al horno



Sandwich de salmón asado



salmón asado con la salsa teriyaki



Tortilla de salmón



Salmón en sección sushi en Restaurantes Today



Salmón ahumado en restaurantes Vips

**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

**Ventas por televisión**

Existe una creciente oferta de salmón congelado en diferentes presentaciones (filete, laminado, medallones, etc) las cuales se comercializan a través de los canales de televisión en programas de televenta (tipo “Llame ya”). Estos programas muestran las diferentes características y uso del producto (corte, tamaño, calidad, país de origen, recetas, conveniencia, etc.) Se presenta ya sea una página web o un número de teléfono donde los consumidores pueden colocar sus pedidos contra cargo de tarjeta de crédito. Los pedidos son despachados ya sea el mismo día o el día siguiente, con un empaque propicio para mantener el producto congelado durante el tiempo de traslado el cual generalmente es breve. Estas empresas de televenta están ubicadas en los principales centros urbanos del país.



De salmón

Foto: Programa NS Homeshopping (tipo “llame ya”) de ventas por televisión congelado de Noruega, ahumado en Corea y presentado en láminas



### Productos Cosméticos en base a salmón

La afamada empresa coreana de cosmético Skinfood, han desarrollado su propia línea de cosméticos en base a extractos de salmón (provenientes de la hueveras de salmón y de aceites como Omega 3), la cual vende y distribuye a través de sus numerosas tiendas de cosméticos ubicadas en los centros comerciales de las principales ciudades de Corea.



### 1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Comentarios de importadores:

- El salmón congelado de Chile tiene precios muy competitivos y es de buena calidad. En 2011 un kilo del salmón chileno costaba entre US \$ 5.5 a \$6.0 En 2012 el precio del mismo producto de Chile cuesta 4.6\$, mientras que el salmón noruego cuesta aprox. US\$ 0.5 a US\$ 0.7 más caro que el de Chile
- Algunos importadores comentan que en 2012 la calidad del salmón chileno ha sido notablemente superior que la del salmón noruego
- El mercado es muy sensible al precio, por lo tanto los importadores compraran del país que les venda más barato, con preferencia por Noruega ante precios marginalmente más altos que Chile, ya que Noruega goza de mayor reconocimiento como país origen entre los consumidores coreanos
- Respecto del precio más barato del Pink Salmon, y tipo Coho (vs. del Salmon Atlántico), señalan que estos tipos de salmón son más baratos porque tienen carne más dura y sin grasa, lo cual no es adecuado para el proceso de ahumado, ni tampoco para el uso en steak. Comentan que puede ser un intento arriesgado de Emart promocionar con tanta agresividad este tipo de salmón ya que los consumidores son exigentes al

momento de cocinar el pescado y notan cuando este no es adecuado. Todavía no han comprobado si se puede formar un mercado particular para este tipo de productos.

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

La mayor demanda de salmón congelado entre Abril y Mayo, meses que concentra el mayor número de ceremonias y fiestas de matrimonio, en las cuales se dan grandes banquetes tipo buffet donde se consume mayormente salmón, por motivos de status, elegancia y refinamiento para agasajar a los invitados.

En el mes de Mayo se celebran varios días feriados en familia, como: día de los padres, día del niño, etc., para los cuales las familias estilan salir a comer a restaurantes tipo bufete en donde hay salmón en abundancia.

También se observa un aumento del consumo de salmón en el mes de Diciembre, ya sea porque las dueñas de casa compran salmón para la cena de Navidad, o por que las empresas y corporaciones celebran las fiestas de fin de año con todo el personal, donde nuevamente se estila comer salmón por un tema de refinamiento, status y sofisticación gastronómica.

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

El consumo se concentra casi 90%-95% a través del canal HORECA (Restaurantes, hoteles y casinos/catering), y solo 10% a 5% en el retail y cadenas de supermercados.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

**PRODUCTO IMPORTADO:**

- 1) Importador ⇒ Supermercados ⇒ Consumidor final
- 2) Supermercados que importan directamente ⇒ Consumidor final
- 3) Importador ⇒ Distribuidor ⇒ Ventas por Internet/ TV ventas ⇒ Consumidor final
- 4) Importador ⇒ Empresas Ahumadoras ⇒ Distribuidor ⇒ Restaurantes /hoteles ⇒ Consumidor final
- 5) Ahumadoras que importan directamente ⇒ Distribuidor ⇒ Restaurantes / Hoteles ⇒ Consumidor final

# VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

 <p>Origen: Chile Peso: 100 g Precio: KRW 1,980 (US\$ 1.79)</p>	 <p>Origen: Noruega (elaborado en Polonia) Peso: 1.36 kg Precio: KRW 48,040 (US\$ 43.48)</p>
 <p>Origen: Chile Peso: 100 g Precio: KRW 1,980 (US\$ 1.79)</p>	 <p>Origen: Chile Peso: 1.8 kg Precio: KRW 27,000 (US\$ 23.48)</p>
 <p>Origen: EE.UU. Peso: 1.36 kg Precio: KRW 57,190 (US\$ 49.73)</p>	 <p>Origen: Chile Peso: 100 g Precio: KRW 1,780 (US\$ 1.55)</p>



Origen: Corea  
 Peso: 500 g  
 Precio: KRW 11,400 (US\$ 9.91)



Origen: Noruega  
 Peso: 1 kg  
 Precio: KRW 18,610 (US\$ 16.18)



\*Salmon congelado importado, ahumado en Corea  
 Origen: Noruega  
 Peso: 300 g  
 Precio: KRW 13,500 (US\$ 12.16)



\*Salmon congelado importado, ahumado en Corea  
 Origen: Chile  
 Peso: 1.6Kg  
 Precio: KRW 35,000 (US\$ 31.52)

Fuentes:

<http://www.emart.com> , [www.gmarket.co.kr](http://www.gmarket.co.kr) , [www.homeplus.co.kr](http://www.homeplus.co.kr)  
 , <http://www.mcfood24.com/>, [www.foodmart.co.kr](http://www.foodmart.co.kr)

Tipo de cambio: 1.110.60 KRW/US\$ (fuente: Korea Exchange Bank) : 5 de Noviembre

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



Promoción de salmón noruego Aurora realizada en Emart en Octubre 2012

Han participado el Embajador de Noruega en Corea, y el encargado de importación de productos del mar de Emart.



Festival de salmón nacional realizado en octubre pasado en la Comuna Yangyang de la provincia Gangwon.

La comuna Yangyang es la zona donde hay captura de salmón pero no hay producción para hacer la venta. Realiza este evento solo para promocionar que en esta comuna existe zona donde se realiza la repoblación de peces

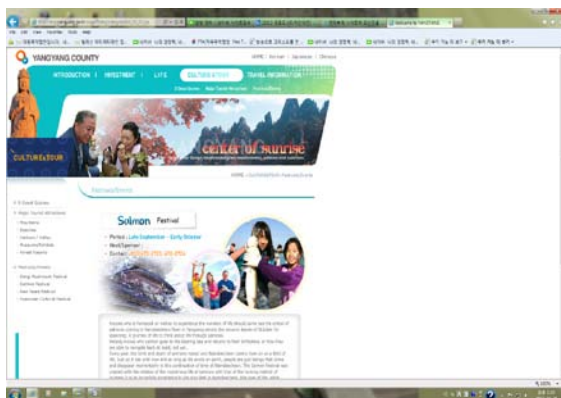


Foto de Sitio de web oficial de la comuna Yangyang donde promociona festival de Salmón

El salmón es un producto que tiene una fuerte demanda que genera una fuerte corriente importadora la cual depende mayormente del factor precio. No obstante lo anterior, algunos de los países que lideran las exportaciones están desarrollando campañas de promoción muy puntuales para introducir nuevas variedades o tipos de salmón como por ejemplo el Salmon fresco **Premium Aurora de Noruega** el cual está destinado como línea premium para restaurantes de comida japonesa.

También se han visto campanas muy creativas para abrir mercados con variedades de salmón de menor calidad y precio y tratar de adaptarlas a la cocina coreana (ej: Campaña de Emart para el **"Pink Salmon from Alaska"**), cuyo éxito aun está por comprobarse.

## IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Hay preferencia por el color damasco intenso y carne con textura firme (que no se rompa o deshaga).

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

El mercado coreano para el salmón congelado está en crecimiento; existe un mejor conocimiento por parte de los consumidores respecto de las propiedades benéficas del consumo de salmón, al cual también se le asocian aspectos y atributos de refinamiento, status y sofisticación para quienes lo consumen.

El salmón congelado de Chile ha ganado un espacio importante en el canal HORECA donde el precio y la calidad juegan un papel muy importante. Lamentablemente no podemos decir lo mismo en el canal retail, en donde el nombre de Chile pasa totalmente desapercibido en la nevera.

Los productores de salmón congelado de Chile tienen una oportunidad única de aumentar sus ventas en el canal retail, para lo cual se hace imprescindible desarrollar una marca/país de origen de Chile basada en los atributos que son relevantes para los consumidores coreanos, tales como: **sanidad y pureza** de las aguas del sur de Chile, **frescura** gracias a la infraestructura y técnicas de procesamiento de clase mundial, **salud y bienestar** por variedades con alto contenido de ácidos grasos esenciales, y proteínas saludables, **conveniencia** por precio y presentaciones que facilitan su almacenamiento y preparación.

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

## 1. FOOD WEEK 2012

Período: 2012.11.6-2012.11.9

Lugar: COEX Hall A, B, C

Organizador: COEX

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

Fax: 82-2-6000-1310

E-mail: [foodweek@coex.co.kr](mailto:foodweek@coex.co.kr)

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

## 2. GWANGJU INTERNATIONAL FOOD FAIR 2012

Período: 2012.11.15-2012.11.18

Lugar: Kimdaejung Convention Center

Organizador: Kwangju Metropolitan Government

Tel.: 82-2-611-2213/2215

Fax: 82-2-611-2209

E-mail: [food@foodshow.kr](mailto:food@foodshow.kr)

[http://foodshow.kr/eng/sub.html?sub\\_p=01\\_02](http://foodshow.kr/eng/sub.html?sub_p=01_02)

## 3. BUSAN INTERNATIONAL SEAFOOD & FISHERIES EXPO 2012

Período: 2012.11.15-2012.11.17

Lugar: BEXCO

Organizador: BEXCO, KFTA, National Federation of Fisheries Cooperatives, KOTRA

Tel.: 82-51-740-7518

Fax: 82-51-740-7360

E-mail: [bisfe@bexco.co.kr](mailto:bisfe@bexco.co.kr)

<http://www.bisfe.com/>

## 4. SEOUL SEAFOOD SHOW 2013

Período: 2013.4.18-2013.4.20

Lugar: COEX

Organizador: B2EXPO CO., Ltd.

Tel.: 82-2-6000-2800

Fax: 82-2-6000-2805

E-mail: [3s@seoulseafood.com](mailto:3s@seoulseafood.com)  
<http://www.seoulseafood.com/eng/index.asp>

5. SEOUL FOOD & HOTEL 2012

Período: 2013.5.14-2012.5.17

Lugar: KINTEX

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

Tel.: 82-2-3460-7258

Fax: 82-2-3460-7918

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

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

6. BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION 2012

Período: 2013.6.19-2013.6.22

Lugar: BEXCO

Organizador: Korea Health Industry Development Institute, Busan MBC

Tel.: 82-2-588-2489

Fax: 82-2-588-2599

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

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

7. ORGANIC NATURAL 2012

Período: 2013.8.23-2013.8.25

Lugar: COEX

Organizador: Korea Organic Farming Association

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

Fax: 82-2-557-0870

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

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

Fuentes:

COEX (The Korea Exhibition Center)

KINTEX (Korea International Exhibition Center)

BEXCO (Busan Exhibition and Convention Center)



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

Ministry of Food, Agriculture, Forestry and Fisheries (MIFFAF)  
<http://english.mifaff.go.kr/main.jsp>

National Fisheries Products Quality Inspection Service (NFIS)  
<http://www.nfis.go.kr/English/index.asp>

National Fisheries Research and Development Institute (NFRDA)  
[http://www.nfrda.re.kr/page?id=en2\\_sub600](http://www.nfrda.re.kr/page?id=en2_sub600)

National Federation of Fisheries Cooperatives  
<http://www.suhyup.co.kr/eng/index.jsp>

Korea Agro -Fisheries Trade Corporation  
<http://www.at.or.kr/home/apen000000/index.action>

Noryangjin Fisheries Wholesales Market  
<http://www.susansijang.co.kr/index/index.do>

Korea Agricultural Marketing Information Service  
[www.kamis.co.kr](http://www.kamis.co.kr)

Korea Maritime Institute  
[www.kmi.re.kr](http://www.kmi.re.kr)

Korea Drug & Food Administration  
[www.kfda.go.kr](http://www.kfda.go.kr)

Fisheries Newspaper  
<http://www.fisheriesnews.co.kr/>

Korea Fisheries Economy Newspaper  
<http://www.fisheco.com>

Fisheries People Newspaper  
<http://www.isusanin.com>

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