

PMP

Estudio de Mercado Mejillones en Corea del Sur

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Seúl- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código arancelario SACH objeto del estudio.....	4
2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.....	4
3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.	4
4. Recomendaciones de la Oficina Comercial.....	4
5. Análisis FODA	5
III. Acceso al Mercado	6
1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	6
4. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	6
5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país	8
6. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.....	9
IV. Potencial del Mercado	10
1. Producción local y consumo	10
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país.....	13
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	14
1. Identificación de los principales actores en cada canal	14
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	15
Mejillones importados.....	15
3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).	15
4. Estrategia comercial de precio.....	15
5. Política comercial de proveedores.....	15
6. Política comercial de marcas.....	15
VI. Consumidor/ Comprador	16
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.	16
VII. Benchmarking (Competidores).....	17
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	17
2. Segmentación de competidores	17
Existen dos principales segmentos :	17
3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado	18
4. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales.....	19
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	21
IX. Ferias Internacionales Sector Productos del Mar en Corea....	21

X. Fuentes de información relevantes..... 22

XI. Anexos..... 22

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.

II. RESUMEN EJECUTIVO

1. Código arancelario SACH objeto del estudio

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN (<i>Mejillones : Mytilus sp. ; Perna sp.)</i>
0307.39.1000	Mejillones congelados
1605.53.1000	Mejillones preparados o conservados
1605.53.9000	Los demás mejillones preparados o conservados

2. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En los últimos años, se ha incrementado el consumo de este molusco en el mercado coreano, principalmente en canal Food Service/restaurantes. Este incremento, básicamente, obedece al cambio de estilo de vida que ha experimentado el consumidor coreano en los últimos años, a una búsqueda por consumir platos occidentales y a la fuerte presencia de las mujeres en el trabajo, que contribuye a generar más ocasiones para comer fuera del hogar.

Recientemente, Chile se ha ido dando a conocer por la calidad y notable sabor de su producto y prácticamente es reconocido como un importante proveedor de mejillones en las cadenas de restaurantes y de servicio de alimentos, y catering.

En este sentido, este producto tiene buenas oportunidades de crecer en el mercado coreano.

3. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado.

Con el fin de mejorar la penetración y mantención de este producto en el mercado coreano, es importante apoyar las actividades de promoción realizadas por los importadores, entregando información sobre las condiciones y el ambiente que poseen las zonas de producción acuícola chilena. Asimismo, es recomendable participar en las ferias internacionales que se realizan en Corea, a fin de posicionarse como un buen producto.

Por otra parte, cumplir las condiciones de embarque acordados con los clientes para ganar la confianza en los controles de la calidad del producto, es otro elemento que no se debe descuidar.

Otro elemento a considerar, se refiere a lograr competitividad en los precios, en particular frente a uno de los principales competidores o proveedores de este mercado, como es el caso de Nueva Zelanda y China. En este sentido, se puede maximizar el beneficio de la tarifa arancelaria de TLC entre Chile- Corea , compartiendo dicho beneficio con los importadores.

4. Recomendaciones de la Oficina Comercial

Es recomendable la promoción de nuestros productos mediante actividades y distribución de material de difusión dirigido a los importadores coreanos, resaltando la avanzada tecnología acuícola que posee Chile a nivel internacional.

Asimismo, es deseable consolidarla marca sectorial en este mercado para fortalecer la imagen de productos chilenos junto con otros productos altamente reconocidos, tales como los vinos, frutas frescas y carnes.

Por otro lado, es recomendable iniciar la comercialización de diferentes variedades de mejillones para complementar y diversificar productos disponibles para la venta.

Por último, se sugiere monitorear la competitividad de precios de otros países competidores.

5. Análisis FODA

		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
ESTRATEGIA	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia comercial en el mercado Adaptación del producto a necesidades del mercado. Estrategia de posicionamiento frente a competidores 	<ul style="list-style-type: none"> Importante desarrollo de la <i>mitilicultura</i> chilena, surgida hace 50 años, con crecimiento relevante últimas décadas. Importantes inversiones chilenas y extranjeras, principalmente españolas. Tecnología acuícola avanzada en Chile. Procesamiento de la cocina al vapor reconocida Sabor y aroma notorio Abundante oferta de mejillones de cultivo 	<ul style="list-style-type: none"> Precios menos competitivos en comparación producto local y de China Preferencia de compra consumidores locales concentrada en producto fresco. Fragilidad y fácil ruptura de las conchas Alta fluctuación de precios de exportación
	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> Características del mercado que favorecen el desarrollo de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar productos procesados e invertir en las actividades promocionales de dichos productos ante los consumidores finales Apoyar, en lo posible financieramente, a los importadores locales para sus actividades promocionales en los lugares de venta Maximizar el beneficio de la tarifa arancelaria TLC Chile- Corea y compartir dicho beneficio junto con los importadores Precio competitivo en comparación con Nueva Zelanda Consolidación Marca Sectorial en determinados mercados relevantes. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover las actividades comerciales de mejillones y de otros moluscos chilenos congelados entre los consumidores locales para sustituir, en parte, consumo productos frescos. Mejorar el problema de la fragilidad de la concha para reemplazar, en parte, la actual demanda muy concentrada en los neozelandeses.
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Características del mercado que dificultan el desarrollo de negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Promocionar, <i>cuando la situación así lo amerite</i>, la pureza de las aguas de la zona productiva chilena de mejillones, lo que no pueden mostrar competidores como China. Mostrar el medio ambiente de Chile y las políticas impulsadas por el gobierno sobre el cuidado del ambiente y de la acuicultura. 	<ul style="list-style-type: none"> Iniciar la comercialización de la cholga en forma de <i>media concha</i>, que muestre dureza de la concha para complementar y diversificar productos disponibles para venta

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
0307.39.1000	Mejillones congelados
1605.53.1000	Mejillones preparados o conservados (<i>mussels prepared in airtight containers</i>)
1605.53.9000	Los demás mejillones preparados o conservados (<i>Other mussels prepared</i>)

2. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

CÓDIGO ARANCELARIO	ARANCEL CHILE	ARANCEL COMPETIDOR1	ARANCEL COMPETIDOR2
0307.39.1000	0	Nueva Zelanda 20	China 19 si entra vigencia TLC con Corea
1605.53.1000	0	EE.UU. 0	China 19 si entra vigencia TLC con Corea
1605.53.9000	0	Nueva Zelanda 20	China 19 si entra vigencia TLC con Corea

3. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

P.A. 0307.39.1000 y P.A 1605.53.9000 Están exentos en pagar el 10% de IVA.

P.A. 1605.53.1000 Está sujeto a pagar el 10% de IVA

4. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

A. Regulación

Links: <http://www.mfds.go.kr>, <http://www.law.go.kr>

Los mejillones importados están sujetos a inspecciones por parte del Ministerio de la Seguridad de Alimentos y Medicamentos (MFDS).

El primer envío comercial de mejillones al mercado coreano tiene el mandato de una prueba de laboratorio, que toma más de 10 días hábiles (en el caso de la prueba de incubación, hasta 14 días hábiles). Para la prueba de laboratorio, se requiere que los importadores presenten cierta cantidad de muestras a la autoridad de control, junto con información detallada del producto, como el listado de ingredientes y el diagrama de flujo del procesamiento. Una vez que las pruebas de laboratorio del primer envío confirman

que no hay preocupaciones potenciales para la salud, los envíos posteriores del mismo producto estarán sujetos solamente a la revisión de documentos y a la prueba sensorial con excepciones de un muestreo aleatorio.

La prueba sensorial no debería tomar más de 3 días hábiles, a condición que el producto del envío posterior sea idéntico al producto del primer embarque con respecto al nombre del importador, exportador, fabricante y producto.

Sin embargo, de acuerdo a la política del MFDS se requerirá una prueba de laboratorio aleatoriamente de una porción significativa de los envíos posteriores de estos productos (prueba de muestreo aleatorio).

B. Sustancias permitidos y sus límites

Links: <http://www.mfds.go.kr>, <http://www.law.go.kr>

De acuerdo con las regulaciones propias de la Ley de Higiene Alimentaria, las normas aplicadas a los mejillones congelados o en conserva son los siguientes:

ITEM	SUSTANCIA PERMITIDA	LÍMITES Y REGLAMENTOS
Metales pesados	Plomo	No más de 2,0 mg/kg
	Cadmio	No más de 2,0 mg/kg
	Mercurio	No más de 0,5 mg/kg
Toxinas paralizantes		No más de 0,8 mg/kg
Diarreica Marisco toxinas	Suma de ácido ocaídoico y Dinophysistoxin-1	No más de 0,16 mg/kg
Benzo(a)pireno		No más de 10,0 µg/kg
Antibióticos	Suma de Oxitetraciclina, Clorotetraciclina, y Tetraciclina	No más de 0,2 mg/kg
	Los otros	No más de 0,03 mg/kg
Melamina		No más de 2,5 mg/kg
Actividad radio	¹³¹ I	No más de 300 Bq/L
	¹³⁴ Cs + ¹³⁷ Cs	No más de 370 Bq/L
Microorganismos	<i>Clostridium perfringens</i> <i>Salmonella</i> spp. <i>Staphylococcus aureus</i> <i>Vibrio parahaemolyticus</i> <i>Listeria monocytogenes</i> <i>Escherichia coli</i> enterohemorrágica <i>Campylobacter jejuni/colii</i> <i>Yersinia enterocolitica</i> :	No deben detectarse.
	<i>Bacillus cereus</i>	No más de 1000/g
	Coliformes	No deben detectarse en caso de producto esterilizado.
	Recuento de Bacterias	No deben detectarse en caso de producto esterilizado.
Colorantes	No permitidos	No permitidos
Aditivos alimentarios	No permitidos en general	Especialmente, los colores de alquitrán, conservantes sintéticos, y los antioxidantes están prohibidos para los mejillones congelados. En caso de mejillones conservados, diferentes requisitos se aplican según las características del producto. Por ejemplo, se permite el uso de Hidroquinona terciaria butilo, Tolueno dibutylhydroxy, o Butilhidroxianisol en el líquido para conservar mejillones en algunos casos, pero no en otros casos. Por lo tanto, se recomienda

		consultar la Oficina Comercial de Chile en Corea respecto a si se permite cierta aditivo alimentario para los mejillones, proporcionando con especificación detallada del producto de cuestión.
--	--	---

Especialmente, las siguientes sustancias están prohibidas en mejillones

A. Medicina impotencia (5) Sildenafil ($C_{22}H_{30}N_6O_4S$, 474), Tadalafil ($C_{22}H_{19}N_3O_4$, 389), Vardenafil ($C_{23}H_{32}N_6O_4S$, 488) Udenafil ($C_{25}H_{36}N_6O_4S$, 516), Mirodenafil ($C_{26}H_{37}N_5O_5S$, 531)
B. Medicina Diabetes (4) Glibenclamida ($C_{23}H_{28}ClN_3O_5S$, 493), Gliclazida ($C_{15}H_{21}N_3O_3S$, 323), Glipizida ($C_{21}H_{27}N_5O_4S$, 445), Glimepirida ($C_{24}H_{34}N_4O_5S$, 490)
C. Medicina Obesidad (2) Sibutramina ($C_{17}H_{26}ClN$, 279), Orlistat ($C_{29}H_{53}NO_5$, 495)
D. Sustancia similar a la medicina impotencia (31) Homosildenafil, Hongdenafil, Hydroxihomosildenafil, Amino tadalafil, Pseudo-vardenafil, Hydroxyhongdenafil, Dimethylsildenafil, Xanthoanthrafil, Hydroxyvardenafil, Norneosildenafil, Demethylhongdenafil, Piperidinhongdenafil, Carbodenafil, Thiosildenafil, Dimethylthiosildenafilacetylardenafilbenzylsildenafil, Norneovardenafiloxhongdenafil, Thiohomosildenafil, Desulfovardenafil, Nitrodenafil, Cyclopentynafil, Octylnortadalafil, Chlorodenafil, Cinnamyldenafil, Thioquinapiperifil, Hydroxythiohomosildenafil, Chloropretadalafil, Hydroxychlorodenafil, Dichlorodenafil
E. Sustancia similar a la medicina obesidad (2) Desmetilsibutramina, Didesmetilsibutramina
F. Medicina para animales (18) Nitrofuranos (Furazolidona, Furaladona, Nitrofurazone, Nitrofurantoína, Nitrovin, etc.) y sus metabolitos: semicarbacida (SEM), que es un metabolito de Nitrofurazone, solamente está prohibida en los productos pecuarios no calentados y productos de animales acuáticos (incluidos los productos simplemente cortados), cloranfenicol, malaquita verde y sus metabolitos, dietilestilbestrol (DES), dimetridazol, Clenbuterol, vancomicina, clorpromazina, tiouracilo, colchicina, pirimetamina acetato de medroxiprogesterona (MPA), Carbadox, dapsona, Olaquinox, ronidazol, Metronidazol, y otras medicinas para animales que están prohibidas de su fabricación y la importación debido al hecho de que ha habido problemas en la seguridad y el efecto como la medicina animal
G. Otros (4) Fenfluramina ($C_{12}H_{16}F_3N$, 231), Liotironina ($C_{15}H_{12}I_3NO_4$, 651), Levotiroxina ($C_{15}H_{11}I_4NO_4$, 777), Efedrina ($C_{10}H_{15}NO$, 165)

Además, los mejillones congelados se deben transportar y almacenar a una temperatura de $-18^{\circ}C$ o menos. Si los mejillones (conservados) están congelados, deberán transportarse y almacenarse a una temperatura de $-18^{\circ}C$ o menos.

Los mejillones en conserva deben ser envasados sanitariamente para prevenir la contaminación de microorganismos.

Si los mejillones conservados en lata, botella o bolsa hermética (réplica), deberán presentar información adicional sobre el proceso de esterilización a la autoridad coreana. También, podría ser requerida una indicación adicional sobre el proceso de esterilización en la etiqueta.

En el caso de los mejillones en conserva, los requisitos varían dependiendo del paquete, el tipo de consumo, etc., por lo que se recomienda consultar a la Oficina Comercial de Chile en Corea sobre los detalles de las especificaciones del producto de cuestión.

5. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

Links: <http://www.mfds.go.kr>, <http://www.law.go.kr>

Según la Ley de Higiene Alimentaria, se requiere una etiqueta separada en idioma coreano que se debe adjuntar firmemente en el paquete de los mejillones importados. También, la etiqueta otorgada en el país de origen debe ser adjuntada. En la mayoría de los casos, la etiqueta en idioma coreano, debe adjuntarse manualmente en el paquete por el importador en la bodega del duty free, antes del despacho de aduana. La etiqueta en idioma coreano debe contener la siguiente información:



- a. Nombre del producto (por ejemplo, mejillones congelados)
- b. País de origen (por ejemplo, Chile)
- c. Cantidad (por ejemplo, 300g)
- d. Tipo de producto (por ejemplo, productos del mar)
- e. Nombre, dirección y número de teléfono del importador
- f. Consumir antes de o fecha de caducidad (por ejemplo, año-mes-día)
- g. Nombre de los principales ingredientes y su proporción (por ejemplo, mejillones 100%)
- h. Nombre del lugar, en caso que el producto deba ser devuelto o intercambiado por algún defecto.
- i. Instrucciones para el adecuado almacenamiento
- j. Instrucciones para el consumo (por ejemplo, comer después de cocido)
- k. Instrucciones para la descongelación y frase en idioma coreano sobre el significado "No re-congelar después de la descongelación)
- l. Nombre de los aditivos alimentarios utilizados (por ejemplo, sal)
- m. Frase en idioma coreano de lo que significa "Informe sobre alimentos ilegales o adulterados al fono 1399"
- n. Nombre del material de embalaje y el logo de reciclaje (por ejemplo, Polipropileno)



6. Certificaciones. Legislación y requerimientos locales.

Certificación orgánica

Los mejillones cultivados orgánicamente pueden ser etiquetados y vendidos como mejillones orgánicos en el mercado coreano, solamente después de haber sido certificados por la autoridad coreana, National Fisheries

Products Quality Management Service (FIQ). De lo contrario, los mejillones etiquetados como orgánicos están prohibidos (www.nfqs.go.kr)

Trazabilidad

Los productos pesqueros nacionales, hoy día requieren información de trazabilidad. Los productos importados no están sujetos a este sistema. ([Http://www.fishtrace.go.kr](http://www.fishtrace.go.kr))

Comercio justo

Algunos productores minoristas coreanos, trabajan con productos del Comercio Justo, según la certificación de la Organización Mundial del Comercio Justo. En la mayoría de los casos, los consumidores coreanos pueden reconocer los productos de comercio justo en el propio punto de venta, donde está indicado el precio, en lugar de la marca de certificación en la etiqueta.

HACCP

Los mejillones importados no están sujetos al HACCP coreana.

Halal, Kosher, etc.

Las certificaciones como Halal, Kosher, etc., todavía no son reconocidos por el gobierno coreano y, por lo tanto, no se permite indicarlos en la etiqueta. El MFDS está revisando la posibilidad de reconocer la certificación Halal a condición de que sea otorgada por el gobierno del país de origen.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Según la cifra de Korea Statistics, el año 2013, la producción coreana de todos los productos del mar ha llegado a 3,135,250 toneladas métricas, incluyendo la pesca de marina doméstica, la acuicultura marina, la pesca en aguas internas y la pesca en alta mar.

PRODUCCION COREANA DE PRODUCTOS DEL MAR

	TOTAL	PESCA MARINA LOCAL	ACUICULTURA MARINA	PESCA EN AGUAS INTERIORES	PESCA EN ALTA MAR
2011	3.255.929	1.235.489	1.477.546	32.270	510.624
2012	3.183.424	1.091.034	1.488.950	28.131	575.309
2013	3.135.250	1.044.697	1.515.210	25.414	549.928

Fuente: Statistics Korea / Unidad: Tonelada métrica

La producción coreana de mejillones del año 2013 llegó a 34.429 toneladas métricas capturadas a través de la extracción marina local y la acuicultura marina.

PRODUCCION COREANA DE MEJILLONES

	TOTAL	PESCA MARINA DOMESTICA	ACUICULTURA MARINA
2011	72.642	2.226	70.416
2012	63.045	1.735	61.310
2013	36.396	1.967	34.429

Fuente: Statistics Korea / Unidad: Tonelada métrica

El año 2013, La producción coreana de productos del mar procesados llegó a 1.297.259 toneladas. Dentro de dicha cifra, los mejillones procesados fueron 1.829 toneladas (1.826 toneladas fueron sometidas al proceso de congelamiento después del lavado, separada por el calibre y/o por el peso etc., y el resto, 53 toneladas, fueron hervidas para deshidratar).

El año 2014, el consumo de productos del mar per cápita en Corea fue de 53,9 kilogramos.

Generalmente, los consumidores coreanos consumen los mejillones en sopa caliente en sus hogares. Por lo tanto, prefieren comprarlos frescos.



Sopa de mejillones

Los mejillones como ingrediente en menús servidos en restaurantes



Jjamppong Chinese-style noodles with vegetable and seafood



Pasta de mariscos



Mejillones con queso



Sopa caliente de mejillones

2. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país..

P.A. 0307.39.1000 Mejillones congelados

IMPORTACIONES 2012-2015							
2012		2013		2014		2015 Hasta Octubre	
PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)
China	58.389	China	44.245	Indonesia	1.300	Tailandia	85
CHILE	790	N. .Zelanda	1.121	N. Zelanda	83	CHILE	83
N. .Zelanda	306	CHILE	1.014	Pakistán	49	N. .Zelanda	14
Japón	20	Tailandia	17	Japón	38	Total	182
Total	59.505	Total	46.397	CHILE	-		
				Total	1.470		

P.A. 1605.53.1000 Mejillones preparados o conservados

IMPORTACIONES 2012-2015							
2012		2013		2014		2015 Hasta Octubre	
PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)
CHILE	169.315	CHILE	42.000	CHILE	-	CHILE	47.497
Sudáfrica	37	España	9	Total	-	EE.UU.	178
EE.UU.	2	Total	42.009			España	6
Total	169.354					Total	47.684

P.A. 1605.53.9000 Los demás mejillones preparados o conservados

IMPORTACIONES 2012-2015							
2012		2013		2014		2015 Hasta Octubre	
PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)	PAÍS	VALOR (US\$)
N. Zelanda	12.122.234	N. Zelanda	8.649.736	N. Zelanda	9.655.841	N. Zelanda	7.133.725
China	5.887.930	China	4.237.517	China	4.622.118	China	3.132.446
CHILE	2.442.289	CHILE	1.791.949	CHILE	2.450.419	CHILE	1.602.991
Tailandia	211.593	Otros	6.282	Irlanda	4	Italia	24.302
Total	20.664.070	Total	14.685.484	Total	16.728.382	Total	11.895.358

Fuente: Korea International Trade Association / No se dispone el volumen de importaciones

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

Los principales consumidores de mejillones procesados, clasificados en la posición arancelaria 1605.53.9000, son las cadenas de restaurantes (oriental y/o buffet) operadas por las empresas grandes con sus afiliadas tales como CJ, Hyundai, Samsung, etc., las empresas de servicio de alimentos (hospitales, colegios, casinos militares, almuerzo para empresas entre otros.) y los productores de conservas de productos del mar.

Actualmente, los mejillones chilenos utilizados en las cadenas de restaurantes son importados por las empresas que tienen sus propios canales de distribución.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.

Mejillones importados

Importador → Mayorista → Venta on line. Grandes supermercados → Consumidor final

↳ Pescaderías o pequeños almacenes → Consumidor final

↳ Servicios de alimentos; restaurantes hoteles hospitales colegios servicios militares. etc.

Mejillones nacionales

Productor → Coleccionador → Remate → Intermediario/Corredor → Mayorista → Minorista → Consumidor final

Productor → Coleccionador → Remate → Intermediario/Corredor → Comerciante → Supermercados o
almacenes → Consumidor final

3. Posicionamiento del producto en canal(es) analizado(s).

En general los mejillones verdes de Nueva Zelanda son consumidos en los grandes hoteles y restaurantes de lujo, ya que se consideran que tienen mejor calidad por su fuerte aroma, su gran tamaño y, además, porque mostrarían buenas calidad nutritiva. También, se pueden encontrar mejillones neozelandeses congelados en venta retail, los que son importados por distribuidores de productos del mar que los venden online y en algunos grandes supermercados.

Los mejillones chinos son usados en restaurantes donde se ofrecen platos económicos y en servicios de alimentos en base a precios competitivos. En general, los mejillones chilenos son usados como productos sustitutos de los chinos cuando los mejillones chinos no pueden abastecer el total del consumo. No hay importadores fijos para los mejillones chilenos, aunque los productos son reconocidos por su delicioso sabor y aroma. Los mejillones chilenos pierden competitividad por sus precios.

4. Estrategia comercial de precio.

Actualmente, los importadores prefieren comprar de manera directa desde los países de origen para obtener mejores precios y retener así a sus consumidores finales. A través de la importación directa y la presencia en todo el canal de distribución les permite abaratar el precio de la venta.

5. Política comercial de proveedores.

En Corea, no se aprecian políticas comerciales notables sobre los proveedores. Sin embargo, los importadores locales comentan que los proveedores chinos son más flexibles con el precio de acuerdo a petición de los importadores y esta flexibilidad sería uno de los factores más importante en la selección de origen.

6. Política comercial de marcas

Aunque no se trata de una “marca propia” de empresas del retail coreano, y sólo como información general sobre el tema, cabe señalar que los productos del mar de Noruega se promocionan bajo la marca NORGE. Hoy día, la promoción de venta del salmón y de la caballa en Corea se realizan con dicha marca, tratando de lograr simpatía y confianza ante los consumidores locales.

Se sugiere ver la siguiente página web : <http://www.norge.co.kr/>



VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Básicamente, los consumidores coreanos prefieren los productos locales por su frescura. En este sentido, ellos buscan productos asociados al sabor y la textura al masticar.

El plato más preferido para el consumo de mejillones, es la sopa caliente. Para este plato, los consumidores lo primero que buscan son mejillones frescos y en el caso de los importados, aquellos productos que entregan mayor abundancia al sabor de sopa.

Los mejillones son reconocidos por ser un producto del mar muy familiarizado a un precio económico y fácil de cocinar en los hogares. Generalmente, su mayor consumo es durante el otoño y el invierno en periodos de su captura, la que comienza fines del mes de septiembre y termina el mes de marzo. Al fin de la temporada los consumidores evitan comprar este producto por la aparición de los mejillones tóxicos.

Sin duda, el precio de la venta es uno de los factores más importantes para los consumidores finales de este producto. Sin embargo, las degustaciones en los lugares de venta son otro factor importante de compra. En este

sentido, estas actividades de promoción, son un medio muy importante para que los consumidores puedan probar productos nuevos.

Otro factor clave, después del precio, es el estado del producto preparado, donde la carne de gran tamaño y bien lavada puede jugar un rol importante para la compra.

VII. Benchmarking (Competidores)

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

En el segmento Retail, la marca SANFORD de Nueva Zelanda es una de las más reconocidas para los mejillones de media concha.

También, cabe destacar que las marcas chilenas : INVERSIONES COIHUIN LIMITADA ; CHILOSEAFOODS y CAMANCHACA son reconocidas para los mejillones sin la concha.





2. Segmentación de competidores

Existen dos principales segmentos :



Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado

PRECIOS DE VENTA AL POR MENOR

 <p>Greenshellmussels de Nueva Zelanda</p> <p>Peso: 800 gr</p> <p>Precio: 11.000 KRW / US\$ 9,57</p> <p>Origen: Nueva Zelanda</p>	 <p>Mejillones sin concha</p> <p>Peso: 250 gr</p> <p>Precio: 1.500 KRW / US\$ 1,31</p> <p>Origen: China</p>
 <p>Mejillones IQF</p> <p>Peso: 800 gr</p> <p>Origen: Chile (Chiloseafoods)</p>	 <p>Mejillones verdes hervidos congelados</p> <p>Peso: 800 gr</p> <p>Precio: 11.250 KRW / US\$ 9,79</p> <p>Origen: Nueva Zelanda</p>

Fuentes :<http://www.chefrang.com><http://kfmall.kr>www.lottmart.com - <http://mcfood24.com/> - www.gmarket.co.kr Tipo de cambio US\$ 1= 1.149 KRW / Korea Exchange Bank

PRECIOS DE VENTA AL POR MAYOR

- Mejillones con concha de Corea: 3.200 KRW/ Kg
- Mejillones sin concha de China: 3.000 KRW/ Kg
- Mejillones sin concha de Chile: 8.000 KRW/ Kg
- Mejillones de media concha de Nueva Zelanda: 97.000 KRW / 12 paquetes de 800 gr

Fuente: Empresas importadoras de mejillones

El transporte a través del cual se distribuyen los mejillones chilenos (congelados) en este mercado, hace entre otros factores que el precio del producto chileno sea más alto que los mejillones frescos nacionales.

3. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales: (links e imágenes).



Degustación realizada en Emart (primera cadena de supermercado en Corea). Agosto 2014.

Los **productos locales** son promocionados en los grandes supermercados mediante las degustaciones de sopa preparada en los lugares de venta.



Seminario y degustaciones de productos del mar realizando por New Zeland Trade & Enterprise

5 de octubre de 2015 en Hotel Plaza

Fuentes: <http://news1.kr/photos/view/?1575926> y <http://www.bizwatch.co.kr/pages/view.php?uid=9140>

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

El mercado coreano de este producto importado está compuesto por pocos países proveedores; Nueva Zelanda, Chile y China notablemente.

Como se ha mencionado anteriormente, Nueva Zelanda está posicionada con su calidad y en la especie “Green mussels de media concha”. La carne de mejillones es muy abundante, su sabor notable y la concha presenta buena conformación y dureza. Por estas características los hoteles y restaurantes de lujo insisten en usar los mejillones neozelandeses.

En el caso de China, está posicionada fuertemente para el segmento de clientes quienes buscan productos asimilados a los nacionales y con los precios más económicos entre los importados.

Los actores importantes de este mercado señalan que los mejillones chilenos son de buena calidad y bien procesados, pero **serían demasiado caros** y que, de acuerdo al periodo de suministro, varía notoriamente el precio de exportación. A juicio de algunos importadores, la debilidad de los mejillones chilenos está en que la concha se rompe fácilmente. Aunque su calidad es buena no podría reemplazar al mejillón neozelandés y, por su precio alto, tampoco puede sustituir a los chinos.

Hay importadores que opinan que las actividades promocionales de productos del mar chilenos deben ser en forma conjunta o a nivel gubernamental (chileno) para que los consumidores obtengan más conocimientos sobre Chile como un excelente productor (*eco friendly*). De esta manera, los consumidores pueden tener la confianza y familiarizarse con los productos chilenos. En este sentido, se requiere de apoyo financiero para actividades de marketing en lugares de venta, con el fin de entregar mayor información del producto a los consumidores finales. Para realizar las actividades de promoción en los grandes supermercados, se necesita apoyar la contratación de personas que puedan dedicarse a la promoción de este producto. También, el desarrollo de nuevos productos con valor agregado y diferenciados de los productos existentes de otros países proveedores puede ser un nicho de mercado en el segmento retail. En los grandes supermercados, la reacción y la aceptación de los consumidores son uno de los factores más importantes que el precio, a la hora de decidir cuándo seleccionan el origen del producto que pondrán en vitrinas.

En este sentido, Nueva Zelanda apoya en la contratación de personas en los tres principales supermercados en Corea y realiza un concurso para elegir al empleado que más genera ventas, al que le otorga incentivos por haber logrado estas mayores ventas.

La opinión general de los actores relevantes de este producto en Corea, señalan que los exportadores chilenos se deben esforzar en bajar el precio de exportación para poder posicionarse mejor en este mercado. También, señalan que si Chile establece y promociona un factor propio y diferenciado de los chinos, los mejillones chilenos podrían ampliar la demanda de sus productos.

Ferias Internacionales Sector Productos del Mar en Corea

SEOUL FOOD AND HOTEL 2016 –Mayo 2016

http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/2009_IFIES_allworld/index.asp

BUSAN INTERNATIONAL SEAFOOD AND FISHERIES EXPO 2016 Octubre, 27/29 ,2016

<http://www.bisfe.com/index-e.php>

IX. Fuentes de información relevantes

MINISTRY OF OCEANS AND FISHERIES

<http://www.mof.go.kr/eng/index.do>

FISHERIES NEWS

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

CIEL HS (tarifas arancelarias)

www.cl24.co.kr

X. Anexos

MINISTRY OF OCEANS AND FISHERIES (*Estadísticas y tendencias del mercado*)

<http://www.mof.go.kr/article/view.do?articleKey=5197&boardKey=32&menuKey=396¤tPageNo=1>