

PMP

Estudio de Mercado Alimentos e Ingredientes Funcionales en Corea del Sur

Mayo 2018

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



I. TABLA DE CONTENIDO

II. RESUMEN EJECUTIVO	2
1. Códigos arancelarios SACH y código local país destino	4
2. Descripción de la tendencia.....	4
3. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.	5
4. Análisis FODA	5
5. Posibles estrategias de penetración, prospección o mantención del mercado	6
6. Recomendaciones de la Oficina Comercial	7
III. Acceso al Mercado	7
1. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	7
2. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país (<i>links a fuentes e imágenes</i>).	9
3. Certificaciones.Legislación y requerimientos locales.	11
IV. Potencial del Mercado	12
1. Producción local y consumo	12
2. Importaciones del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.....	13
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	15

1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	15
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	16
3. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.	17
VI. Consumidor/ Comprador	21
1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.....	21
2. Influencias en decisiones de compra de tendencias	22
VII. Benchmarking.....	23
1. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:	23
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....	25
IX. Fuentes de información relevantes.....	25
X. Anexos.....	26

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. Códigos arancelarios SACH y código local país destino

De acuerdo a la ley “ Health Functional Food Act” de Corea del sur, existen muchos productos funcionales y en diferentes formas, polvos, extractos, capsulas, pastillas, granos, líquidos entre otros, que se categorizan en diferentes códigos arancelarios.

2. Descripción de la tendencia

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

Entre las principales características de los productos funcionales, se destaca el contenido de sus ingredientes que apoyan el metabolismo, la mantención o mejoramiento de la salud de las personas.

El MFDS, exige que los envases de estos productos deben identificarse con una etiqueta con el símbolo de los alimentos funcionales para que los consumidores puedan verificar su certificación. En el caso de los alimentos funcionales importados esta etiqueta debe estar en idioma coreano.



Según las estadísticas del MFDS, el mercado de alimentos funcionales en Corea del Sur está creciendo rápidamente. El año 2011, el tamaño del mercado local alcanzó un monto cercano a S\$ 1.878.183.521, con importaciones cercanas a US\$ 349.157.303. El año 2015 el mercado alcanzó un total de US\$ 2.180.805.243, con importaciones cercanas a los US\$ 558.520.599.

Desde el año 2011 al 2015, el promedio anual de crecimiento de las importaciones de estos productos fue de 12,5%. Según el Korean Health Supplements Association, el año 2016 el mercado local llegó a los US\$ 2.996.254.682 y el año 2017 a US\$ 3.558.052.043.

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

De acuerdo al Statistics Korea, para el año 2020, la población coreana sobre los 65 años será alrededor de un 15,6% y el año 2025 alcanzara el 20% del total. Esto significa que el mercado de alimentos funcionales cada vez ira creciendo y será muy atractivo para la industria alimenticia.

3. Las oportunidades del producto chileno en el mercado.

En los últimos dos años, se ha incrementado el interés por el maqui berry liofilizado y los aceites de pescados chilenos. El año 2017, por primera vez dos empresas chilenas exportaron, a Corea del Sur, aceite de pescado como alimentos funcionales con la certificación de Ministerio de Alimentos y Sanidad de Droga, MFDS.

4. Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las relaciones comerciales entre los principales importadores y productores de alimentos, mediante actividades promocionales, invitación a rondas de negocios en Chile. Elaboración de estudio de mercado para los productos chilenos en mercado coreano. Continuo monitoreo de nuevos productos lanzados en el mercado y tomar medidas rápidas ante cambios de tendencias en Corea 		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Inocuidad, seguridad y alta calidad de los productos chilenos Zonas productivas de Chile en ambientes naturales y limpios Chile goza de un buen posicionamiento como país proveedor de principales alimentos a Corea. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de promoción sobre los productos chilenos que se pueden utilizar para elaborar alimentos funcionales
	<ul style="list-style-type: none"> Baja proporción de productos importados en el mercado local. Gran interés sobre alimentos saludables. Envejecimiento de la población coreana. 	<ul style="list-style-type: none"> Asociarse con proveedores locales para la importación de insumos o formar empresas Joint venture para desarrollar nuevos alimentos funcionales apropiados al gusto del consumidor local Elaborar o re coleccionar informes acerca del mercado local para capacitar a los exportadores chilenos 	<ul style="list-style-type: none"> Participar en las ferias de alimentos en Corea para estudiar las tendencias del mercado, productos y consumidores. Difundir más informaciones sobre los posibles productos chilenos a los productores locales e importadores para aumentar la presencia de Chile como país proveedor de materias primas y no solo productos terminados

	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Alta preferencia a los productos nacionales Fuertes competidores, que están posicionados como países proveedores de alimentos, EE.UU. , Nueva Zelanda, Australia, Alemania entre otros (hay competidores fuertes) 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades de promociones sobre Chile como productor seguro de alimentos Difundir informes sobre los productos chilenos en el mercado internacional, no solo para Corea 	<ul style="list-style-type: none"> Seguir fortaleciendo Imagen País y alimentos de Chile a través de medios de comunicaciones, eventos promocionales, distribución de libros o catálogos Fuerte credibilidad en los alimentos funcionales tradicionales de Corea en comparación con productos importados.
--	---	--	---

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

En general el consumidor coreano considera que los productos funcionales son fáciles de consumir y muy eficientes para conservar su estado de salud. En este sentido, este mercado está creciendo rápidamente en Corea del Sur, incluso algunos estudios de proyecciones, mencionan que este rubro podría llegar a ser una industria que lideraría los crecimientos en la economía coreana.

El año 2015 una familia coreana gastaba en promedio cerca de US\$ 249 en compras de alimentos funcionales, en dos años más, el año 2017, esta cifra se incrementó a los US\$ 280.

Cada vez varían más los canales de compra en Corea del sur. Hoy día la tendencia del consumo está basada en el “Smart Consumption”, destacándose cada vez más la compra por internet en todo el canal de distribución.

Los exportadores chilenos deben estar muy atentos a esta tendencia actual para penetrar en el mercado local, y asimismo, desarrollar nuevos productos e invertir en actividades promocionales conjuntamente con los importadores, con el fin de potenciar las promociones en los principales canales de distribución.

Corea del Sur es un país que posee una muy buena plataforma de internet en todo su territorio. Actualmente, cerca del 95% de la población coreana es usuaria de teléfonos inteligentes, el año 2017 estaban registradas 48.606.657 personas. Por lo tanto, los exportadores chilenos deben desarrollar un marketing adecuado para este mercado, el cual se basa principalmente en herramientas de alta tecnología.

6. Recomendaciones de la Oficina Comercial

Se recomienda visitar el mercado coreano para estudiar y experimentar en terreno la tendencia actual y desarrollar productos oportunos para este mercado. Para lograr este objetivo se sugiere visitar las ferias relacionadas a la industria de alimentos, visitar los lugares de ventas para ver productos existentes, presentación, preferencias de ingredientes, precios, marketing, etc. Estas visitas les permitirán en forma personal, conocer los hábitos y las conductas de los consumidores locales, y los productos de la competencia, con el fin de establecer estrategias apropiadas para este mercado.

III. Acceso al Mercado

1. Regulaciones y normativas de importación

Requisitos fito/zoosanitarios

Los alimentos funcionales en el forma de materias primas deben cumplir los requisitos fito/zoosanitarios que corresponden a las especies de origen. En este sentido, algunos productos no podrían ingresar a Corea y otros productos podrían ingresar después de pasar la inspección fito/zoosanitaria realizada por la Agencia de Cuarentena de Plantas y Animales (APQA). Por lo tanto, se recomienda consultar los requisitos fito/zoosanitarios para el producto de interés al importador cliente, Servicio Agrícola y Ganadero o a la Oficina Agrícola en Corea del Sur, antes de desarrollar el plan de negocios.

Requisitos de Inocuidad

El Ministerio de Seguridad de Alimentos y Drogas (MFDS) de Corea del Sur controla la producción, importación, distribución y venta de alimentos funcionales en el país, según lo indicado en la ley Health Functional Food Act.

Health Functional Food, es el término que se refiere a los alimentos funcionales aprobados por el MFDS. Este ministerio establece estrictas normas para este tipo de productos.

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

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

Cabe destacar, que el coliforme no puede ser detectado en los alimentos funcionales.

Nutrientes (28)	Vitamina A, Betacaroteno, Vitamina D, Vitamina E, Vitamina K, Vitamina B ₁ , Vitamina B ₂ , Niacina, Ácido pantoténico, Vitamina B ₆ , Ácido fólico, Vitamina B ₁₂ , Biotina, Vitamina C, Calcio, Magnesio, Hierro, Zinc, Cobre, Selenio, Yodo, Manganeso, Molibdeno, Potasio, Cromo, Fibra dietética, Proteína, Ácidos grasos esenciales
Materiales funcionales (67)	Ginseng, ginseng rojo, plantas que contienen clorofila, chlorella, espirulina, extracto de té verde , hoja entera de aloe, extracto de propóleos , coenzima Q10, isoflavona de soja, extracto de hoja de guayaba, extracto de hoja de banaba, extracto de hoja de ginkgo, extracto de cardo mariano, extracto de semilla de onagra, grasas y aceites que contienen EPA y DHA , grasas y aceites que contienen ácido γ-linolénico, lecitina, escualeno, fitoesteroles/ésteres de fitoesteroles , aceite de hígado de tiburón que contiene alcoiglicerolos, grasas y aceites que contienen octacosanol, extracto de mume, ácido linoleico conjugado, extracto de <i>Garcinia cambogia</i> , extracto de flor de calendula, extracto de <i>haematococcus</i> , extracto de fruta de saw palmetto, fosfatidilserina, glucosamina, N-acetilglucosamina, mucopolisacárido-proteína, goma guar/hidrolizado de goma guar, glucomanano, fibra dietética de avena, maltodextrina no digerible, fibra dietética de soja, fibra dietética <i>Auricularia auricular judae</i> , fibra dietética de trigo, fibra dietética de cebada, goma arábiga (goma de acacia), fibra dietética de salvado de maíz, inulina/extracto de achicoria , fibra dietética de cáscara de psyllum, polidextrosa, fibra dietética de semilla de fenogreco, gel de aloe, extracto de cuerpo de fruta de <i>Ganoderma lucidum</i> , quitosano/quitooligosacáridos, fructooligosacáridos, probióticos , <i>Monascus purpureus</i> , proteína de soja, teanina, metil sulfonulometano, ácido poli-γ-glutámico, ácido hialurónico, extracto de <i>Rhodiola rosea</i> , extracto de <i>Vaccinium myrtillus</i> , ajo, rafinosa, polvo de agar , creatina, hidrolizado de proteínas lácteas, extracto de tomate , extracto de <i>Phellinus linteus</i> , extracto de <i>Amorphophallus konjac</i> , extracto de frutos de Sophora japónica L.

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

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

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


Adicionalmente, el importador debe estar registrado en el MFDS como importador de Health Functional Food. También las facilidades chilenas donde se producen los alimentos funcionales deben ser registradas en el MFDS, como Foreign Food Facility para Health Functional Food.


2. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

Los contenidos de las indicaciones en los envases de productos funcionales, incluyendo los de la etiqueta, deben pasar la revisión del MFDS en forma previa. Este requisito se exige también a los contenidos en anuncios comerciales de Health Functional Food. En este sentido, las informaciones para envase y anuncio comercial deben ser proporcionadas al importador cliente.

En el caso de alimentos que no estén aprobados como Health Functional Food, no se pueden indicar esta función en los envases.

Los productos funcionales vendidos a los consumidores finales deben estar etiquetados en idioma coreano, puede adjuntarse en los almacenes del importador, con los siguientes antecedentes:

1. Nombre del producto (ej. XXX Omega-3)
2. Logo de Health Functional Food ,  , o la frase en coreano que significa "Health Functional Food"
3. Nombres de los materiales o ingredientes los cuales habilitan el producto que funcione como Health functional Food (en el lado donde se indica el nombre del producto)
4. Nombres de ingredientes funcionales o nutrientes contenidos en el producto (en el lado donde se indica la información nutricional). En caso que la cantidad sugerida para ingesta diaria sea establecida por el MFDS, el ratio a dicha cantidad debe ser indicado también.
5. Cantidad de ingesta por vez, frecuencia de ingesta por día, manera de ingesta, atención durante ingesta tales como efectos secundarios
6. Fecha de caducidad (hasta yy-mm-dd o hasta yyyy-mm-dd)
7. Manera de almacenamiento (ej. Almacenar en lugar frío y seco sin luz solar directa); en caso que sea necesario el almacenamiento en frío (refrigeración o congelación), se debe indicar ciertamente que debe ser refrigerado o congelado.
8. La frase en coreano que significa "Health Funcional Food no es medicina para prevención o tratamiento de enfermedad"
9. Nombre, dirección y número de teléfono del importador
10. Nombre del país exportador y nombre de la facilidad donde se produce el producto en cuestión
11. Cantidad (peso, volumen o número)
12. Información nutricional (calorías, carbohidratos, azúcares, proteínas, grasas, sodio, vitaminas, minerales, fibra dietética, grasa saturada, grasa no saturada, colesterol, grasas trans)
13. Información funcional (Nombres de ingredientes funcionales y sus funciones, el contenido en una porción por vez o por día)
14. Nombre de materias primas y sus proporciones
15. En caso de que se utilicen ingredientes derivados de animales, la especie de animal y la parte desde la cual el ingrediente es derivado.
16. En caso del producto que facilitar la eliminación de la resaca, debe estar la frase en coreano que significa " El consumo excesivo de alcohol daña su salud"
17. En caso del producto donde se utilice aspartamo, la frase de "Contiene fenilalanina"

18. En caso del producto procesado en la facilidad donde se procesan materiales que inducen alergias o producto que contiene materiales que inducen alergia, "este producto ha sido fabricado en la misma facilidad donde se elaboran productos que contienen XXXX (nombre de material que induce alergia)" o "Este producto contiene XXXX (nombre de material que induce alergia)"
19. En caso de productos esterilizados o pasteurizados, la frase en coreano que significa "Producto esterilizado o "Producto pasteurizado", respectivamente
20. En caso de productos líquidos con cafeína de 0.15 mg/ml o más, la frase en coreano que significa "Con mucha cafeína"
21. Frase en el idioma coreano que significa "Informe a 1577-2488 en caso de sospechas de efectos secundarios"
22. En caso de Health Functional Food modificado genéticamente, lo requerido por "Labeling Standards for Genetically Modified Foods"
23. Frase en coreano que significa "Este producto puede ser reemplazado o compensado según lo indicado en la Norma para Resolver Disputas de Consumidores notificada por la comisión de Comercio Justo"
24. Código de Identificación para Distribución de la Importación
25. Nombre del material de envase y logo de reciclaje correspondiente (por ejemplo, polipropileno )
26. Información del lugar para reemplazo o devolución del producto

Además, los siguientes contenido están prohibidos para las indicaciones en el envase o anuncio comercial de Health Functional Food.

1. Dar a entender que el producto en cuestión tiene eficacia o efecto en la prevención y tratamiento de enfermedades
2. Utilizar indicaciones que pueden confundir a los consumidores que el producto en cuestión es una medicina.
3. Utilizar indicaciones que no son de verdad o que se exageran
4. Utilizar indicaciones que podrían engañar, entender mal o confundir a los consumidores
5. Utilizar nombres usados sólo para medicinas
6. Difamar otros productos
7. Indicar lo que no ha sido revisado por el MFDS o lo que es diferente de lo revisado por el MFDS

HACCP

Para indicar que un alimento funcional está certificado de HACCP, en el envase o durante la promoción, la certificadora que emita dicha certificación debe estar autorizada por el MFDS para HACCP certificación y la copia del certificado debe ser presentada al MFDS.

OGM

Los alimentos funcionales fabricados o procesados con las materias primas de productos agropecuarios o productos del mar, los cuales fueron cultivados o creados mediante el uso de tecnologías biotecnológicas, deberían ser etiquetados como alimento funcional modificado genéticamente, en caso de que los ácidos desoxirribonucleico modificado genéticamente o proteínas modificadas genéticamente residan en el producto en cuestión. Sin esta indicación, los alimentos funcionales modificados genéticamente no pueden venderse ni importarse, exhibirse, transportarse o utilizarse en negocio con el fin de venta.

Halal

Para indicar que un alimento funcional está certificado de Halal, en el envase o durante la promoción, la certificadora que emita dicha certificación debe ser autorizada por el MFDS para Halal certificación y la copia del certificado debe ser presentada al MFDS.

Kosher

Para indicar que un alimento funcional tiene certificación Kosher, en el envase o durante la promoción, la certificadora que emita dicha certificación debe estar autorizada por el MFDS para Kosher certificación y la copia del certificado debe ser presentada al MFDS.

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Según el Korea Health Supplements Association, el año 2016 el tamaño del mercado coreano alcanzó una cifra cercana a los US\$ 2.996.254.682, aumentando en un 17% al año 2017, a una cifra de US\$ 3.558.052.0434.

Entre los alimentos funcionales más vendidos y registrados hasta el tercer trimestre de 2017, se destaca la red ginseng ocupando 69,1% del total de las ventas, vitaminas con un 2,0%, y aceites refinados de pescados con un 1,4% entre otros. Estos productos son reconocidos por los consumidores coreanos como los mejores alimentos que ayudan a incrementar la inmunidad de las personas.

Actualmente, junto a las nuevas epidemias y el alto porcentaje de cáncer en Corea del Sur, los consumidores están más interesados en aquellos productos que ayuden a la inmunidad, antioxidantes, mejoramiento de la memoria, circulación de la sangre, combatir el cansancio, entre otros.

Ventas de alimentos funcionales de 2017
(Unidad: mil dólares)

	Total de ventas	Tiendas departamentales	Hipermercados	Cadenas de supermercados	Tiendas de conveniencia	Pequeños supermercados	Almacenes
Alimentos Funcionales	402.510	164.613	212.341	19.287	1.788	3.280	1.201

Fuente: www.atfis.or.kr

El año 2015, el canal a través del cual se realizaron más ventas fueron las tiendas departamentales ocupando el 59,2%, a diferencia de los hipermercados que ocuparon el 38%.

Sin embargo, el año 2017 como se aprecia en el cuadro de arriba, la mayor parte de alimentos funcionales, 52 %, fue vendido en los hipermercados y un 41,6% en tiendas departamentales. Es decir, más del 93% de las ventas fueron realizadas por estos dos canales. Se estima que este cambio fue dado básicamente, porque los grandes hipermercados diversificaron las carteras de productos y han mejorado las tiendas, en cuanto a su ubicación, presentación de vitrinas, para un mayor acceso de los consumidores.

2. Importaciones del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

Según la última estadística oficial del Korea Agency of HACCP Accreditation and Services, durante el año 2016 los siguientes países fueron los principales proveedores de alimentos funcionales a Corea del Sur. Chile ocupó el décimo séptimo lugar con US\$ 1.756.000, principalmente con aceites de pescado.

10 principales países proveedores Año 2016

Rank	País	Valor US\$ 10.000	Proporción del mercado %
1	EE.UU.	36.020,2	71,1
2	Canadá	4.042,3	8,0
3	China	1.543,3	3,0
4	Australia	1.514,6	3,0
5	India	1.236,5	2,4
6	Japón	1.012,4	2,0
7	Francia	648,2	1,3
8	Alemania	598,4	1,2
9	N. Zelanda	449,8	0,9
10	Dinamarca	440,9	0,9
17	Chile	175,6	0,3
Otros países		2.993	5,9
Total		50.675,2	100

10 principales países proveedores Año 2015

Rank	País	Valor US\$ 10.000	Proporción del mercado %
1	EE.UU.	42.267,8	75,7
2	Canadá	3.665,7	6,6
3	Australia	1.490,6	2,7
4	China	1.110,5	2,0
5	India	965,4	1,7
6	España	952,2	1,7
7	Japón	653,6	1,2
8	Francia	486,9	0,9
9	Nueva Zelandia	477,5	0,9
10	Alemania	476,6	0,9
24	Chile	52,4	0,1
Otros países		3.242,7	5,6
Total		55.854,9	100

Fuente: <https://www.haccp.or.kr>

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

1. Identificación de los principales actores en cada canal

Según el Food & Drug Statistical Yearbook 2017 del MFDS, el año 2006 habían 337 productores locales, 1.955 importadores y 46.833 distribuidores especializados y vendedores de alimentos funcionales en Corea del Sur. En total había 49.203 empresas relacionadas a la industria de alimentos funcionales.

Al año 2016 había 487 productores, 94.305 distribuidores y vendedores. En total 95.792 empresas relacionadas a esta industria. Cabe destacar, que a partir del año 2016, la estadística de importadores fue incluida en la categoría de distribuidores y vendedores.

En la categoría de productor, el año 2006 había 24 empresas en forma Joint Venture, el año 2016 aumentaron a 54 empresas de Joint Venture. En diez años, la cifra de empresas relacionadas a la industria de alimentos se duplicó pasando de 49.203 a 95.792 empresas.

Los diez principales vendedores de alimentos funcionales durante el año 2016 fueron los siguientes:

1. Korea Ginseng Corp. (Planta ubicada en la ciudad Buyeo)	US\$ 457.607.664
2. Korea Ginseng Corp. (Planta ubicada en la ciudad Wonju)	US\$ 254.445.307
3. Korea Yakult Co., Ltd.	US\$ 95.532.381
4. Suheung Co., Ltd.	US\$ 62.792.257
5. Novarex	US\$ 58.643.718
6. Komar BNH Co., Ltd.	US\$ 58.569.030
7. Aestura	US\$ 56.363.435
8. Cosmaxbio	US\$ 53.423.283
9. Cell Biotech Co., Ltd.	US\$ 51.891.039
10. Koreaeundan Co., Ltd.	US\$ 45.342.442

Total de venta 2016	US\$ 1.192.610.556
---------------------	--------------------

Estas diez empresas son vendedores, pero a su vez son los principales productores de alimentos funcionales en Corea del Sur.

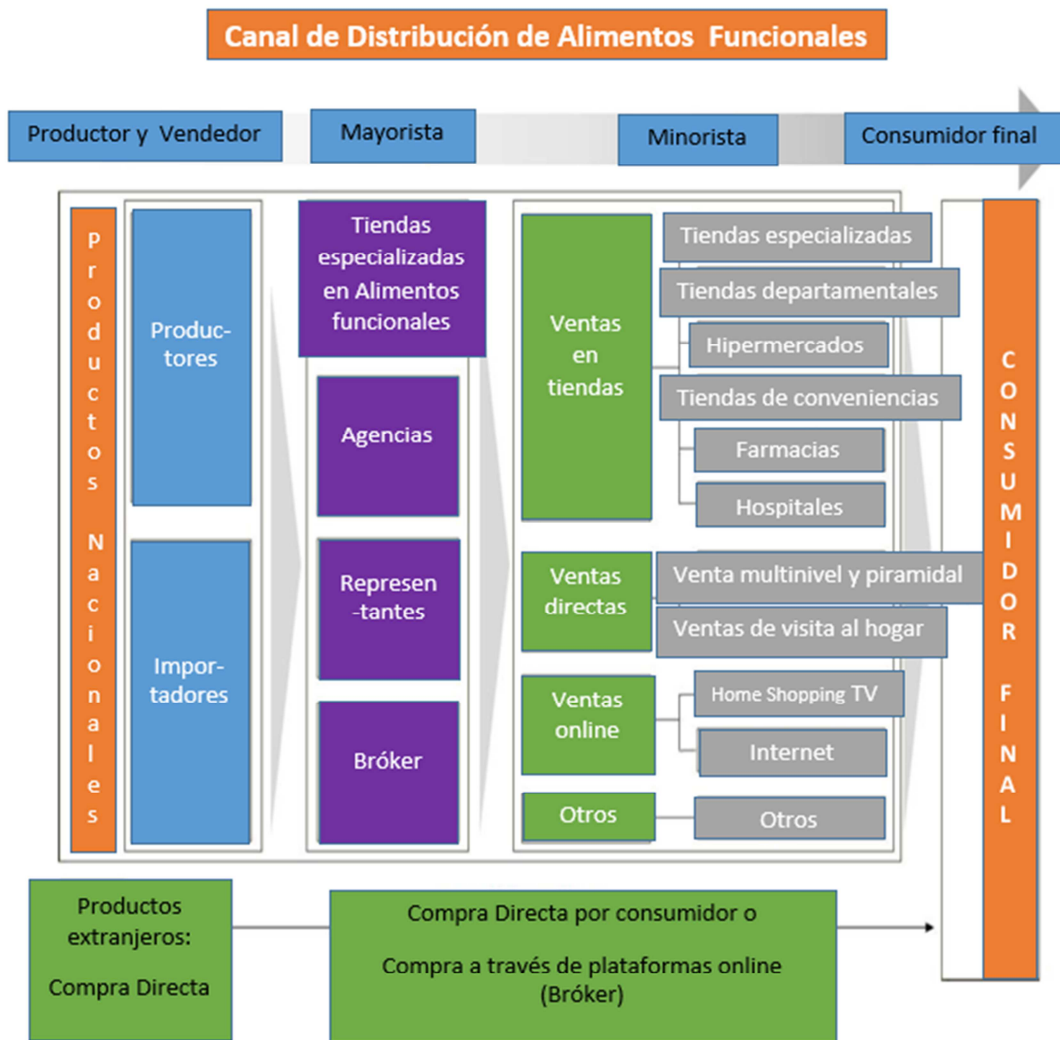
En el caso de la empresa Korea Ginseng Corp. produce aproximadamente el 98% de los alimentos en base a raíz de ginseng en Corea del Sur. La empresa Korea Yakult produce los alimentos en base a ingrediente llamado "Milk Thistle", la empresa Novarex produce vitaminas, minerales y probióticos en base a extractos de algas, y la empresa Koreaeundan Co., Ltd. dedica el 100% de su producción a la producción de vitaminas y minerales.

Por otro lado, los principales importadores de alimentos funcionales en Corea son Korea Amway (www.amway.co.kr), Usana Health Sciences, (www.usna.com), Unicity (korea.unicity.com), Costco Korea (www.kostco.com), Novarex (www.novarex.co.kr), Ester Formula (www.estermall.co.kr), Dongwon FNB (www.dongwonfnb.com), Nu Skin Korea (<http://www.nuskinkorea.co.kr>), Juyoung NS y Synergy Worldwide Korea (<https://www.synergyworldwide.com/>).

En el caso de la empresa Korea Amway, vende alrededor de 1.000 productos con la marca Nutriline para alimentos funcionales. Cabe destacar, que la empresa Usana vende sus productos en 18 países incluyendo Corea el Sur.

Entre las empresas vendedoras, 25.465 empresas están ubicadas en Seúl y 21.995 están ubicadas en la provincia Gyeonggi-do. Esto significa que más de 72% de los vendedores están concentrados en el Centro del País, Seúl y sus alrededores.

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.




3. Política comercial de marcas. Marcas propias en retail.

Los alimentos funcionales se pueden dividir en los productos nacionales e importados. En el caso de productos nacionales las principales marcas y productos son los siguientes:

Principales productos y marcas nacionales:

<p>Korea Ginseng Corporation Marca "CheongKwanJang"</p>	 <p>Korean Red Ginseng Extract Limited</p>
	 <p>Korean Red Ginseng Extract Capsule Gold</p>
	

	<p>Korea Red Ginseng Kids Tonic</p> 
<p>Korea Yakult Co., Ltd. Marca "Yakult"</p>	<p>Women's Balance</p>  <p>Pro bióticos para la salud de intestinos</p>
	 <p>Milk Thistle kupffer's capsule que apoya función del hígado</p>

Koreaeundan Co., Ltd.
 Marca "Koreaeundan"



Vitamina C 1000 Koreaeundan



Vitaflex para hombres y mujeres

Fuente: www.koreaeundan.com
<http://www.hyfresh.co.kr/main.do>
<http://globalkgc.com/>

Principales productos y marcas importadas:

<p>Amway Korea</p> <p>Marca "Nutrilite"</p>	 <p>Vitaminas Double X</p>
<p>Usana Health Sciences</p> <p>Marca "Usana"</p>	 <p>Usanimals (vitaminas y minerales)</p>
<p>Unicity</p> <p>Marca "Bios Life"</p>	 <p>Bios Life Plus (fibra de avena, vitaminas y minerales)</p>

Fuente: http://korea.unity.com/products/health-care/bios-life/bioslife_c-plus/
https://www.usanaq.com/mobile/pdf/02_product_info/index.html#p=28
<http://www.amway.co.kr/nutrition/nutrilite.html>

VI. Consumidor/ Comprador

1. Características. Descripción Perfil/Hábitos/Conductas.

Mercado dinámico con diferentes productos por década:

En Corea del Sur cada década ha tenido diferentes alimentos funcionales populares. En la década de los 60, una vitamina llamada Wonkisso fue muy popular y fue casi el único producto funcional de la época. En los años 70, los productos elaborados en base a extractos de varios hongos fueron los principales productos y durante la década del 90, se destacaron los productos con “Escualeno”. El año 2000, comenzó el interés por los ingredientes antioxidantes. En la reciente década, el mercado de alimentos funcionales es mucho más amplio y con diferentes ingredientes desarrollados en este mercado. En este sentido, los productos cubren la totalidad de los segmentos de la población niños, adultos, hombres y mujeres, y para diferentes enfermedades.

El año 2015, debido a la epidemia del MERS que afectó a Corea del Sur, los consumidores comenzaron a prestar mayor atención a su salud, especialmente a la inmunidad y aparece una nueva tendencia llamada Inner-Beauty. Los productores desarrollaron varios productos que ayudan a mantener la salud y la belleza, entre ellos para la vista, circulación sanguínea, inmunidad de los intestinos e hígado, descomposición de las grasas e hidratantes para la piel y anti arrugas, entre otros.

Considerando lo anteriormente mencionado, se puede decir que el mercado coreano es un mercado muy dinámico y que los consumidores están muy atentos y susceptibles a las nuevas tendencias.

Interés de los consumidores finales por los ingredientes y orígenes de productos:

En los últimos años, la preocupación por ingredientes que componen los alimentos funcionales también es un tema para los consumidores finales. Por esta razón, existen varios sistemas de certificaciones, el Quali-C, Halal, Kosher, etc., que certifican la inocuidad de las materias primas y productos finales.

Asimismo, el origen de los ingredientes también es un factor clave para los consumidores finales a la hora de tomar la decisión de compra. En el caso de las vitaminas, existe una fuerte preferencia por el origen, dado que China y Gran Bretaña son los países más reconocidos como productores de Vitamina C. En el caso de alimentos funcionales que apoyan a la circulación sanguínea, existe fuerte preferencia de origen a los ingredientes cubanos, debido a que es el único país que obtuvo la certificación de primera calidad por el MFDS en Corea del Sur.

Amplio segmento de consumidores:

Para los consumidores jóvenes entre 20 y 30 años, los productos que ayudan a mantener la belleza son los más buscados y comprados. Los productos elaborados en base de colágenos, ácido hialurónico, catequina de té verde, extracto de las hojas de bananas, etc. que permiten conservar la juventud, cuidado de la piel o la pérdida de pesos son muy bien vendidos en el mercado coreano.

Según una encuesta realizada por el MFDS, a partir de los 30 a 40 años, se inicia el consumo de alimentos funcionales, y el producto es según la necesidad de cada consumidor.

2. Influencias en decisiones de compra y de tendencias

En general, los factores decisivos de compra, son los comentarios de familias y amigos que ocupan el 35,5% de importancia, los comentarios en Blog y SNS un 19,2%, la TV, radio, propaganda comercial, y noticias el 19,1%, las marcas reconocidas 8,6%, las promociones en lugares de ventas 7,3%, las promociones en lugares de venta online 5,6%, y las explicaciones en farmacia un 3,6%.

La principal vía de obtención de información para los consumidores jóvenes son los comentarios puestos en blogs famosos, internet o SNS en general. En el caso de los consumidores de mayor edad, la información se obtiene mediante los comentarios de sus familias, amigos y por otro lado, la TV, radio y otros tipos de medios de comunicación.

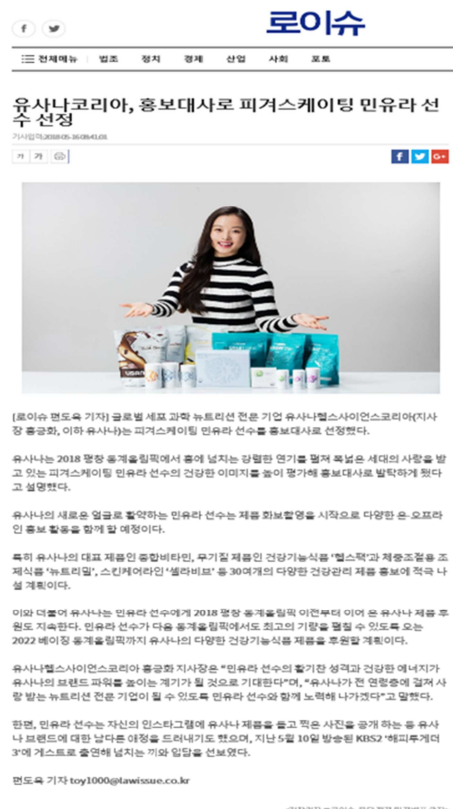
Las características que influyen en las compras, en el primer lugar son los principales ingredientes que componen los productos, incluso el origen 35,7% y en segundo lugar el peso del contenido nutricional para el consumo 21,5%.

En el caso de los consumidores de 30 años, lo más importante es el envase del producto ya que se trata de personas que trabajan y los productos deben ser fácil de transportarse durante la jornada laboral.

VII. Benchmarking

1. Campañas de marketing de competidores externos o productores locales:

La empresa Usana Korea publicó un artículo de sus productos, mencionando que la jugadora de la selección nacional de patinaje artístico será la embajadora promocional de sus productos. Asimismo, ellos van a suministrarle los productos funcionales para su salud.



Artículo publicado en noticias de internet www.lawissue.co.kr

En caso de la principales empresas de alimentos funcionales que operan en Corea del Sur, tales como Novarex, Kolmar, Juyoung NS, ente otras, participaron en la feria Bio Korea 2018 realizada entre el día 9 al 11 de mayo reciente, en la zona especializada para Los alimentos funcionales.



A nivel institucional, la Korea Health Supplements Association, en su trabajo de promoción se focaliza en el mejoramiento de la calidad de los servicios y los productos de las empresas productoras de alimentos funcionales de Corea, para lo cual ha definido 5 líneas estratégicas:

- Política de apoyo
- Globalización
- Actividades promocionales de la industria
- Campañas sobre la industria
- Realización de capacitación sobre las regulaciones relacionadas a la industria y control de propagandas exageradas para proteger a los consumidores locales

A nivel gubernamental, el Ministerio de Agricultura, Alimentos y Asuntos Rurales de Corea del Sur realizara durante el año 2018 un proyecto llamado “Apoyo a la activación de distribución y ventas de productos funcionales”, a través del apoyo en la participación de ferias internacionales, realización de ruedas de negocios con los compradores extranjeros. Como una actividad de dicho proyecto, están realizando la convocatoria para los expositores en la feria Vitafoods Asia 2018 que se llevara a cabo en Singapur el septiembre y en la feria “Supply Side West” en EE.UU. el mes de noviembre del mismo año.

VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.

Según los comentarios de los importadores que han tratado de importar productos desde Chile, señalaron que es difícil llegar a un acuerdo con los exportadores para conseguir los requisitos del Ministerio de Alimentos y Sanidad de drogas en Corea sobre el nivel de contenido de bacterias relacionadas a “ Coli form group bacterias” en especial, ya que el estándar coreano es mucho más exigente que el nivel internacional.

En el caso que un exportador chileno no esté disponible para modificar el requisito sanitario de acuerdo a la exigencia coreana es difícil exportar a Corea. Por ende, los importadores comentaron que es muy importante que los exportadores tengan completa y correcta información sobre los requisitos sanitarios relacionados a los alimentos funcionales exigidos por MFDS.

Si el producto cumple con los requisitos sanitarios de Corea del Sur, luego el precio y el suministro permanente son otro factor importante para exportar a Corea. La estabilidad del suministro del producto durante todo el año es un factor que los importadores dan prioridad cuando seleccionan su contraparte.

Por otro lado, la característica “dinamismo del mercado coreano” surge por los consumidores que continuamente están investigando sobre nuevos productos a través internet. Una vez que identifiquen la existencia de este nuevo producto bueno para la salud, tratan de buscarlos en el mercado. Los distribuidores captan rápidamente esta necesidad de los consumidores locales y empiezan a solicitar a los productores, elaborar o importar rápidamente esos productos.

Por esta razón, el mercado coreano se mueve rápidamente y asimismo los productos de moda también cambian constantemente, por el corto plazo de su popularización.

IX. Fuentes de información relevantes.

Artículos y estudios relacionados a la industria de alimentos funcionales:

- <http://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&sid1=001&oid=016&aid=0001252776>
- <http://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&sid1=001&oid=016&aid=0001384364>
- <http://m.news.naver.com/read.nhn?mode=LSD&sid1=001&oid=014&aid=0004006949>
- <http://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=66463>
- http://sports.khan.co.kr/bizlife/sk_index.html?art_id=201804211032003&sec_id=561801&pt=nv
- <http://www.idaegu.co.kr/news.php?code=ec02&mode=view&num=240049>
- <http://www.shinailbo.co.kr/news/articleView.html?idxno=604000>
- http://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=201805080100010700000657&svccode=00&page=1&sort=thebell_check_time
- <http://www.meconomynews.com/news/articleView.html?idxno=13550>
- <http://www.fnnews.com/news/201805041741106301>

- <http://www.joongdo.co.kr/main/view.php?key=20180504010001727>
- <http://www.bokuennews.com/news/article.html?no=159093>
- <http://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=2082516>
- <http://www.bokuennews.com/news/article.html?no=158885>
- <http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2018043015580729243>
- <http://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=66552>
- http://medipana.com/news/news_viewer.asp?NewsNum=219373&MainKind=A&NewsKind=5&vCount=12&vKind=1
- http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2018043002109976029005&ref=naver
- <http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&cat=12&nid=217629>
- <http://news.joins.com/article/22561958>
- http://sports.khan.co.kr/bizlife/sk_index.html?art_id=201804211032003&sec_id=561801&pt=nv
- <http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&cat=15&nid=218055>
- https://www.khsa.or.kr/user/eng/IntroEngUserList.do?_menu=105&boardSeqno=10031

X. Anexos

Informes de referencias utilizados:

Korea Agro - Fisheries & Food Trade Cooperation

<http://www.atfis.or.kr/sales/M002020000/search.do?searchItem=CD00000597&searchDivision=CD00000599&searchCompany=2&searchYear=2017&searchQuarter=4&x=116&y=8>

<http://www.atfis.or.kr/article/M001050000/list.do?searchKey=subject&searchString=%EA%B1%B4%EA%B0%95%EA%B8%B0%EB%8A%A5&x=0&y=0>

Ministerio de Alimentos y Sanidad de droga en Corea

<http://www.mfds.go.kr/index.do?mid=1589>

Korea Health Supplements Association

https://www.khsa.or.kr/user/eng/IntroEngUserList.do?_menu=105&boardSeqno=10031