

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Nuevo Lanzamiento en

Retail

Hamburguesa de calamar
en Corea de Sur



prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO Hamburguesa de calamar en Corea de Sur

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, en Corea del Sur la empresa GS Retail Co. Ltd. (<http://www.gsretail.com/gsretail/ko/main>), compañía dedicada a la industria de venta al por menor y propietaria de supermercados, tiendas de salud y belleza, así como tiendas de conveniencia en Corea del Sur ha introducido una nueva variedad de hamburguesas de calamar a través del lanzamiento de "Premium Burger - Squid Ink Beef GS25". Se trata de una hamburguesa premium de calamar con un alto valor nutricional de color negro totalmente innovadora para el consumidor surcoreano.

El producto se viene comercializando en un envoltorio de plástico de 180 g a un precio de venta introductorio de ¹KRW 2 500 = US\$ 2,2.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Premium Burger - Squid Ink Beef GS25
	Empresa manufacturera	GS Retail Co. Ltd.
	Precio	KRW 2 500 = US\$ 2,2
	País de fabricación	Corea del Sur
	País de distribución	Corea del Sur
	Fecha de lanzamiento	Julio 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Corea del Sur la industria de los alimentos procesados congelados mostró un fuerte crecimiento el 2014 reflejado en el incremento del 4% en las ventas retail, logrando recaudar US\$ 1 391 millones. Según Euromonitor Internacional, dicho comportamiento se debe a la popularidad continua del desarrollo de actividades al aire libre como acampar, al aumento del número de hogares unipersonales y a los estilos de vida con menos tiempo libreen el país. Asimismo, en cuanto a la comodidad para cocinar, los surcoreanos exigieron cada vez más alimentos de alta calidad, de buen gusto y con alto índice de nutrición propios a los alimentos procesados refrigerados.

La categoría principal, de mayores ventas en el mercado surcoreano en la industria de los alimentos procesados congelados fue la de carne procesada que representó el 61% de participación en las ventas totales el 2014. Según la Oficina Nacional de Estadística, se estima que la población que acampa llegaba a 600 mil personas en 2010, se incrementó hasta llegar a 1,3 millones de personas en 2013. Por ejemplo, CJ Cheiljedang Corp introdujo carne sin hueso bajo la marca Freshian ampliando su gama de productos para atender a un creciente número de campistas al aire libre.

¹ Won Surcoreano

Por otro lado, las ventas de alimentos procesados congelados a base de pescados y mariscos registraron un incremento de 4% el 2014, menor crecimiento con respecto a las carnes. Un producto principal es “Umuk” (pastel de pescado) que es un término local utilizado históricamente para alimentos a la parrilla en general. En línea con la tendencia creciente de la salud y el bienestar en Corea del Sur, los fabricantes crean productos umuk saludables. Por ejemplo, “Let’s Enjoy Umuk” introducido por Sajo Industrial Co Ltd en 2014 hizo hincapié en no usar ningún tipo de conservantes artificiales o fragancias, y “The Healthier Umuk” que CJ Cheiljedang Corp lanzó en 2014 también tiene un concepto similar. Se cocina por horno en lugar de freír con aceites para reducir el nivel de calorías.

En cuanto a la venta de hamburguesas, las marcas más destacadas en Corea del Sur son: “Burguer Steak” disponible a un precio de US\$ 3,9 y “Moist Burguer” disponible a un precio de US\$ 4,3. Dichos alimentos procesados congelados se encuentran disponibles principalmente en supermercados e hipermercados establecidos a lo largo del país como Shinsegae E-Mart, Samsung Tesco, Lotte Lemon y Hanwha Store & Mart.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de calamar superaron US\$ 21 millones, de los cuales el 98% se envió en congelado, el 1% en conservas y el 1% en harina. El principal destino de este producto fue España (40% de participación), seguido por Venezuela (28%) e Italia (22%). En tanto a Corea del Sur se registraron envíos de calamar por US\$ 21 mil, 94,5% menos que el 2013.

Asimismo, según las mismas estadísticas, Piura es la región que registra mayores envíos de calamar para los últimos años con una participación en promedio de 78% del total de envíos, a su vez alberga un mayor número de empresas exportadoras de dicho producto, 39 para el 2014 (35 menos que el año anterior). La segunda región principal para exportaciones de calamar es Ancash (7% de participación), en tanto la segunda región con mayor número de empresas exportadoras de este producto es Lima, 16 empresas para el 2014 (11 menos que el año anterior). El arancel promedio aplicado al calamar en Corea del sur es 10%², sin embargo para el calamar proveniente de Perú dicho arancel representa 2.6%.

Exportaciones de Calamar			
US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Congelados	36 551	21 508	-41.2%
Conservas	43	135	211.5%
Harina	58	120	106.6%
Frescos	9	-	-100.0%
Total	36 662	21 763	-40.6%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

² Arancel MNF aplicado.