

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

# Nuevo Lanzamiento en Retail

Dumpling de pollo con  
quinua en Corea del Sur



*prom*  
perú

## NUEVO LANZAMIENTO

### Dumpling de pollo con quinua en Corea del Sur

#### 1. Producto

De acuerdo a Product Launch, en Corea del Sur la empresa Haitai Confectionery & Foods Co., Ltd. (<http://www.ht.co.kr/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de alimentos instantáneos de confitería, bebidas y helados, ha ampliado su línea de aperitivos salados a través de la introducción de “Gohyang Mandu”, unos dumplings de pollo y cerdo masados de quinua. Se trata de un bocadillo tradicional asiático elaborado mediante la cocción de enrollados de aderezos dulces o salados, que incluye quinua ofreciendo un toque nutritivo que podría atraer a los consumidores más jóvenes y con escaso tiempo.

Este producto libre de colorantes, saborizantes y edulcorantes artificiales se viene comercializando en bolsas de plástico de 450 grs. a un precio de venta introductorio de KRW 4 980<sup>1</sup> = US\$ 4,4.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Gohyang Mandu
	<b>Empresa manufacturera</b>	Haitai Confectionery & Foods Co., Ltd.
	<b>Precio</b>	KRW 4 980 / US\$ 4,4
	<b>País de fabricación</b>	Corea del Sur
	<b>País de distribución</b>	Corea del Sur
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Octubre 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

#### 2. Mercado de distribución

Debido principalmente al estilo de vida agitado y al número creciente de hogares más pequeños en Corea del Sur la demanda de alimentos convenientes, incluyendo las comidas preparadas, continuo incrementándose en los últimos años en el país. El nivel de ventas de los alimentos preparados en este mercado registró un crecimiento del 8% en 2014, dicha categoría registro un incremento tanto en monto recaudado como en volumen de ventas las cuales fueron 4% más que el 2013.

El crecimiento más rápido se registró en el consumo de alimentos preparados refrigerados, mostrando un incremento del 11% en el valor de ventas en 2014. Estos productos por lo general se encuentran disponibles a través de tiendas de conveniencia, donde el consumidor puede adquirir alimentos y otras necesidades de manera mucho más fácil que visitar hipermercados o supermercados.

En este sentido, dentro del público objetivo de estas tiendas de conveniencia se encuentran a los estudiantes, empleados y empresarios que por lo general requieren ahorrar tiempo y costos de cocinar en casa.

<sup>1</sup> Won Surcoreano

En términos de origen étnico, los alimentos preparados congelados tradicionales de Corea del Sur continuaron ganando popularidad gracias al desarrollo de nuevos productos tales como el arroz cocido “Bob is diferent” lanzado por Chungjungwon of Daesang Corp., “Lentils Jjajang” sopa de lentejas desarrollado por Ottogi Foods Co Ltd, arroz frito “Freshian” diseñado por Cheiljedang Corp., entre otros.

Dentro de los dumplings más populares en el mercado surcoreano tenemos a “Kimchi Handmade Dumplings” relleno de verduras frescas disponible a US\$ 1,5 una caja de 500 grs, así como “Sae ha Shim Dumpling” relleno de carne y verduras frescas disponible a un precio de US\$ 1,2 la bolsa de 600 grs.

Dichos alimentos preparados congelados cuentan como principal centro de distribución a las tiendas de conveniencia (bodegas y minimarkets) cercanos a los hogares, centros de trabajo y estudios; así como también se encuentran disponibles en los principales supermercados e hipermercados establecidos a lo largo del país como Shinsegae E-Mart, Samsung Tesco, Lotte Lemon y Hanwha Store & Mart.

A su vez, se prevé que las ventas de alimentos congelados preparados registren un crecimiento en promedio anual del 8% para los próximos cinco años impulsado por creciente apertura de tiendas de conveniencia, el desarrollo de nuevos productos innovadores y a los hábitos de consumo en jóvenes y adultos.

### 3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de quinua superaron US\$ 199 millones, de los cuales el 86% se envió en presentaciones no definidas, el 12% en grano y el 2% restante en hojuelas, harina, snack, etc. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (50% de participación), seguido por Canadá (10%), Países Bajos (6%) y Australia (5%). En tanto a Corea del Sur se registraron envíos de este producto por un valor de US\$ 410 mil en 2014, ingresando con un arancel del 550%<sup>2</sup> a este mercado.

Dado el elevado crecimiento en las exportaciones de este producto en los últimos cinco años, y las grandes oportunidades que brinda dicha actividad para el 2014 se registraron 25 nuevos mercados y 101 nuevas empresas exportadoras de quinua de los cuales Orgánicos de la Costa S.A.C, Exportadora Orgánica B&C S.A.C, Tambofoods S.A.C. y Consorcio del valle S.A.C. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 5 millones, US\$ 3 millones, US\$ 3 millones y US\$ 2 millones respectivamente.

---

<sup>2</sup> Fuente: Simulador SIICEX  
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?page=571.00000&pidcronograma=15&portletid=sNegociacionesArancelesPreferenciales>

Exportaciones de Quinoa			
US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Grano	11 230	24 805	120.90%
Hojuelas	430	911	111.70%
Harina	261	627	140.30%
Snack	96	257	167.50%
Salsa	0	187	<sup>-3</sup>
Pasta	126	172	36.30%
Tostado	6	167	<sup>-4</sup>
Pulpa	0	109	<sup>-5</sup>
Semillas y pepas	27	107	297.90%
Congelado	96	104	8.80%
Otros	69 934	172 544	146.72%
<b>Total</b>	<b>82 206</b>	<b>199 990</b>	<b>143.30%</b>

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

<sup>3</sup> US\$ 187 miles adicionales

<sup>4</sup> US\$ 161 miles adicionales

<sup>5</sup> US\$ 109 miles adicionales