



Oportunidades para cacao y chocolates en Corea









Julio de 2015



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Agenda

-  Corea en contexto
-  Estructura del mercado
-  Mercadeo
-  Regulaciones y requisitos de importación
-  Conclusiones
-  Sesión de preguntas

Corea en contexto



Información general de Corea

- ▣ PIB: USD 1,4 billones (2014)
- ▣ PIB Per Cápita: USD 27.090 (2014)
- ▣ Área 97.100 km²



Corea es en el mundo:

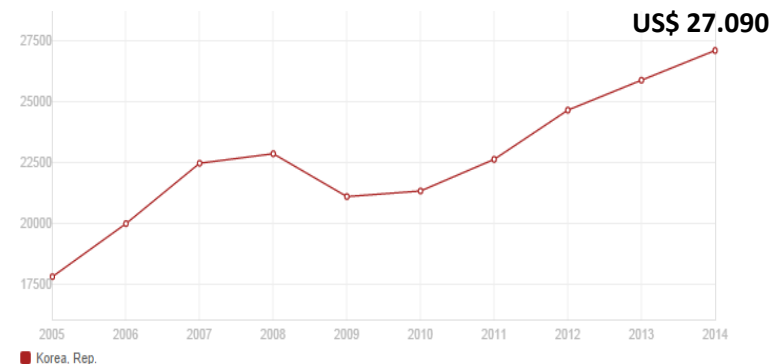
- ▣ 13ª economía
- ▣ 6º exportador (US\$ 628 billones)
- ▣ 9º importador (US\$ 542,9 billones)
- ▣ **7º importador de alimentos**

Moneda oficial: Won Coreano (KRW)

1 USD\$ = Aprox. 1,110 KRW*

1 KRW = 2.4 pesos colombianos*

PIB per Capita



Fuente: World bank

*Valor promedio Junio de 2015

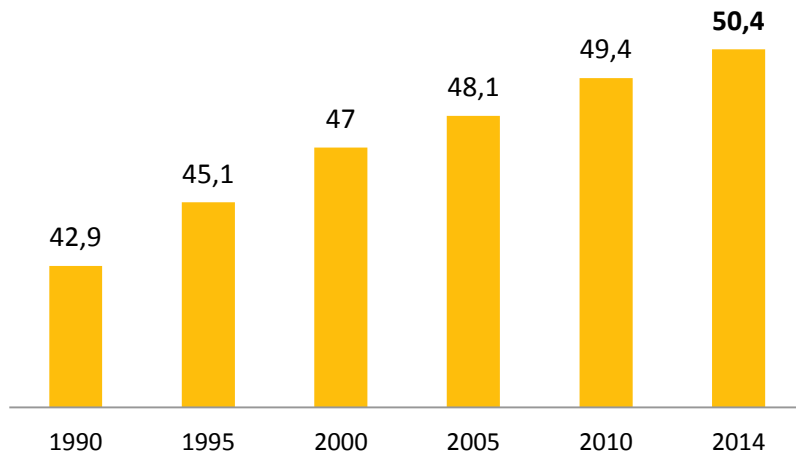
Población

Población (2014): 50,4millones*

- La 26ª población más grande del mundo.
- Ciudades con poblaciones de más de 1 millón*:

Seúl (10 millones) - Busan (3,5 millones) - Incheon (2,9 millones) - Daegu (2,5 millones) - Daejeon (1,5 millones) - Gwangju (1,5 millones) - Ulsan (1,1 millones)

Población histórica de Corea



Población por grupo de edades

Año	0-14 años	15 – 64 años	65 +	Edad media
1990	25.6%	69.3%	5.1%	27
2000	21.1%	71.7%	7.2%	31.8
2010	16.1%	72.8%	11.1%	37.9
2013	14.7%	73.1%	12.2%	39.7

* Fuente: World Bank

** Fuente: Korea Tourism Organization

Cambios socioeconómicos



Mujeres Coreanas ingresando a la fuerza laboral



Jóvenes más educados y expuestos a otras culturas



Jubilación de los baby boomers



Familias más reducidas

Por qué el mercado de Corea?

- Ubicación estratégica entre China, Japón y Rusia.
- Un país altamente dependiente de la importación (70%) de alimentos y materias primas para la industria de procesamiento.
- Crecimiento en el gasto per cápita en comida.
- Alimentos y productos occidentales cada vez ganan mayor popularidad.
- Creciente demanda por productos Premium y orgánicos .



Estructura del mercado

Algunas datos del mercado

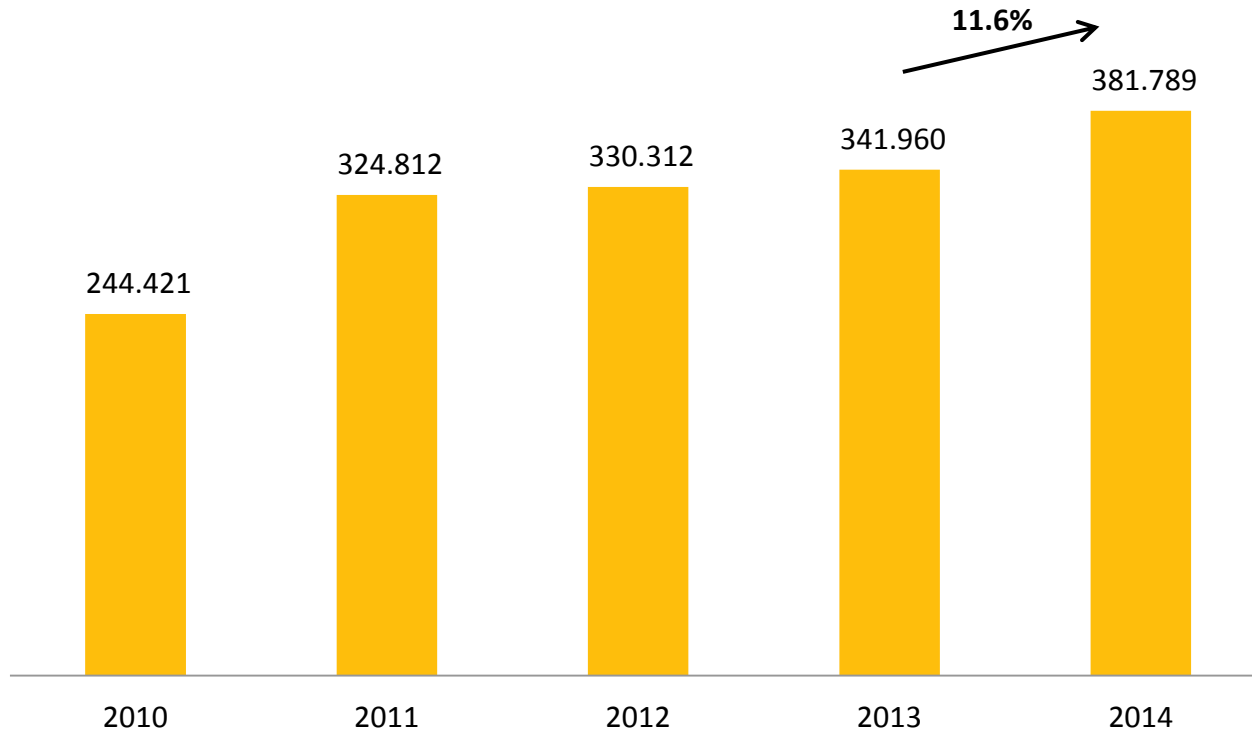
- el tamaño total del mercado de alimentos en 2013 fue de **US\$ 53.5 billones**.
- Principales proveedores de alimentos al mercado coreano: **Estados Unidos, China y Australia**.
- El tamaño total del mercado para productos de cacao y confitería de chocolates es de aproximadamente **US\$ 600 millones***.
- En 2014 las ventas de chocolates ascendieron a **KRW\$ 531 billones (US\$ 478,3 millones)**. Crecimiento del 2% en volumen y 5% en términos de valor actual**
- Consumo per cápita de chocolate es de aproximadamente 800g – 900g.



* Fuente: Korea Cocoa & Chocolate Association

** Euromonitos Tasa de cambio: 1 US\$= 1,110KRW\$

Valor de las importaciones coreanas de cacao y chocolates (USD miles)

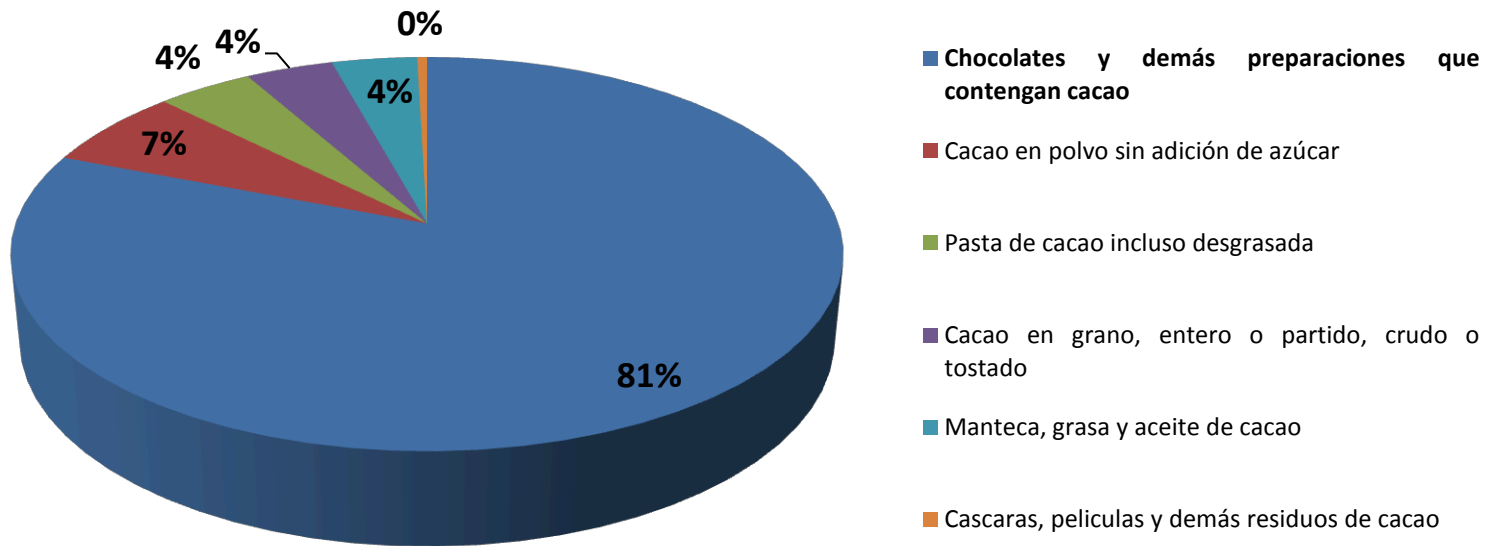


Creciente valor de las importaciones, a medida que los consumidores prefieren consumir los chocolates Premium de marcas importadas, especialmente las europeas.

Importaciones

Valor importaciones de productos de cacao y chocolates en 2014: **US\$ 397,5 millones**

Participación en las importaciones de cacao y chocolates por tipo de producto



Importaciones de productos de cacao y chocolates

Cacao en granos (Partida arancelaria 18.01)

País	2012 (US\$ miles)	2013 (US\$ miles)	2014 (US\$ miles)	Variación 2013-2014	Part.
TOTAL	9.573	12.465	15.766	26,5%	100%
Ghana	8.829	11.686	14.342	22,7%	91%
Ecuador	695	702	1.234	75,8%	8%
Côte d'Ivoire	-	-	74		0%
Otros	49	76	117	53,9%	1%

Pasta de Cacao (Partida arancelaria 18.03)

País	2012 (US\$ miles)	2013 (US\$ miles)	2014 (US\$ miles)	Variación 2013-2014	Part.
TOTAL	19.381	14.502	17.279	19,1%	100%
1. Malasia	8.014	6.014	8.152	35,6%	47%
2. Países Bajos	3.739	3.253	3.562	9,5%	21%
3. España	1.396	1.429	1.988	39,1%	12%
4. Singapur	688	770	1.092	41,8%	6%
5. Alemania	609	434	651	50,0%	4%
11. Colombia	132	-	105		1%
Otros	4.803	2.602	1.729	-33,6%	10%

Importaciones de productos de cacao y chocolates

Manteca, grasa y aceite de cacao (partida arancelaria: 18.04)

País	2012 (US\$ miles)	2013 (US\$ miles)	2014 (US\$ miles)	Variación 2013-2014	Participación
TOTAL	7.690	10.983	15.388	40,1%	100%
Malasia	4.462	5.247	7.667	46,1%	50%
Países Bajos	2.188	2.337	5.413	131,6%	35%
Singapur	921	2.929	1.791	-38,9%	12%
Otros	119	471	516	9,6%	3%

Cacao en polvo sin azúcar u otros edulcorantes (partida arancelaria: 18.05)

País	2012 (US\$ miles)	2013 (US\$ miles)	2014 (US\$ miles)	Variación 2013-2014	Participación
TOTAL	42.306	32.675	26.141	-20,0%	100%
1. Países Bajos	16.247	12.175	8.198	-32,7%	31%
2. Singapur	11.099	8.024	5.781	-28,0%	22%
3. Malasia	8.948	6.688	5.495	-17,8%	21%
4. Francia	1.741	1.811	2.501	38,1%	10%
5. Estados Unidos	2.302	2.078	2.048	-1,4%	8%
11. Colombia	27	225	76	-66,2%	0%
Otros	1.942	1.670	2.041	22,2%	8%

Importaciones de productos de cacao y chocolates

Chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao **(Partida arancelaria: 18.06)**

País	2012 (US\$ miles)	2013 (US\$ miles)	2014 (US\$ miles)	Variación 2013-2014	Participación
TOTAL	260.935	283.800	322.981	13,8%	100%
Estados Unidos	88.531	90.297	95.550	5,8%	30%
Singapur	21.250	29.006	34.578	19,2%	11%
Italia	27.144	28.333	30.496	7,6%	9%
China	5.092	13.747	28.151	104,8%	9%
Bélgica	21.358	23.556	24.924	5,8%	8%
Holanda	17.866	19.321	21.838	13,0%	7%
Alemania	10.815	20.615	21.266	3,2%	7%
Francia	19.963	14.458	19.329	33,7%	6%
Malasia	5.802	7.023	8.360	19,0%	3%
Suiza	6.416	8.838	7.851	-11,2%	2%
Otros	36.695	28.603	30.633	7,1%	9%

Características y tendencias del mercado

- Los productos con alto contenido de cacao son cada vez más populares.
- Creciente importación de chocolates Premium.
- Marcas como Godiva, Läderach y Teuscher han entrado en el mercado local con tiendas propias.
- El tipo de chocolate que más se vende son las barras de chocolate.
- Los hoteles tiendas delicatessen y grandes almacenes también están mejorando su oferta de productos de confitería de chocolate.
- Los chocolates de origen único son aún poco conocidos.



Empresa Lotte



Competencia

- Cacao en grano: **Ghana** (91% de participación)
- Para pasta, manteca, grasa y aceite de cacao el principal proveedor es **Malasia**
- Confitería de chocolate alrededor del 80% del mercado es controlado por las empresas locales Lotte Confectionery, Haitai confectionery & foods, Orion confectionery y Crown confectionery.
- El mercado de chocolates Premium es dominado por las marcas extranjeras, especialmente las empresas Europeas.





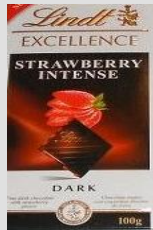



* Precios según factura comercial compartida por un importador durante la entrevista.

Precios*

Producto	Descripción	Producto	Descripción
	<p>Snickers Origen: USA Contenido: 52,7g Precio en KRW\$: 1.700 Precio en US\$: 1,5 Fuente: Tienda de conveniencia CU</p>		<p>Ghana (Lotte) Origen: Corea Contenido: 50g Precio en KRW\$: 2.000 Precio en US\$: 1,8 Fuente: Tienda de conveniencia CU</p>
	<p>Toblerone Origen: Suiza Contenido: 50g Precio en KRW\$: 2.000 Precio en US\$: 1,8 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>		<p>Dars (Morinaga) Origen: Japón Contenido: 100g Precio en KRW\$: 2.000 Precio en US\$: 1,8 Fuente: Tienda de conveniencia CU</p>
	<p>Hershey's Origen: USA Contenido: 43g Precio en KRW\$: 1.500 Precio en US\$: 1.2 Fuente: Tienda de conveniencia CU</p>		<p>Macadamia Origen: Japón Contenido: 90g Precio en KRW\$: 4.000 Precio en US\$: 3.6 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>

* Tasa de cambio promedio a Junio de 2015: 1US\$ = 1.110 KRW

Producto	Descripción	Producto	Descripción
	<p>Creme Noisette (loacker) Origen: Alemania Contenido: 100g, Precio en KR₩: 3.000 Precio en US\$: 2,7 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>		<p>Truffles Fantaisie Origen: Francia Contenido: 200g Precio en KR₩: 5.000 Precio en US\$: 4,1 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>
	<p>Tous Les Jours Origen: Corea Contenido: 45g Precio en KR₩: 5.000 Precio en US\$: 4,1 Fuente: Panadería tous le jours</p>		<p>Emoti Origen: República Checa Contenido: 200g Precio en KR₩: 5.000 Precio en US\$: 4,5 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>
	<p>Lindt excellence Origen: Suiza Contenido: 100g Precio en KR₩: 6.500 Precio en US\$: 5,9 Fuente: Panadería tous le jours</p>		<p>Belgid' Or Origen: Bélgica Contenido: 200g Precio en KR₩: 6.000 Precio en US\$: 5,4 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>

* Tasa de cambio promedio a Junio de 2015: 1US\$ = 1.110 KR₩

Precios*

Producto	Descripción	Producto	Descripción
	<p>Duc d'O Origen: Bélgica Contenido: 100g Precio en KRW\$: 6.800 Precio en US\$: 6,2 Fuente: Panadería tous le jours</p>		<p>Locker rose of the dolomites Origen: Alemania Contenido: 150g KRW\$: 12.500 Precio en US\$: 11,4 Fuente: Panadería tous le jours</p>
	<p>Guylian Origen: Bélgica Contenido: 90g, Precio en KRW\$: 8.280 Precio en US\$: 7,5 Fuente: Tienda por departamento Lotte</p>		<p>Royce chocolate bar (almendras) Origen: Japón Contenido: 120g Precio en KRW\$: 9.000 Precio en US\$: 8,1 Fuente: Tienda de la empresa Royce</p>
	<p>Trufas Läderach Origen: Suiza Contenido: 1 unidad Precio en KRW\$: 2,000 Precio en US\$: 1,8 Fuente: Tienda de Läderach</p>		<p>Godiva gold Origen: Bélgica Contenido: 8 uds./25 uds. Precio en KRW\$: 22,000/75,000 Precio en US\$: 19,8/ 67,6 Fuente: Tienda de Godiva</p>

* Tasa de cambio promedio a Junio de 2015: 1US\$ = 1.110 KRW

Mercadeo

Producto:

- Si es necesario adaptar el producto de acuerdo al gusto del consumidor coreano.
- Mayor contenido de cacao.
- Productos premium con valor agregado.

Empaque

- Atractivo ante los ojos del consumidor final.
- El producto debe ser fácil de abrir y de conservar
- Pequeñas porciones

Mayores consumidores de chocolates:

- Personas entre los 20s y los 30s especialmente **mujeres**
- Creciente consumo en **niños**



Temporada de compra

Todo el año pero se incrementa en épocas de invierno y el **primer trimestre del año** para la celebración de diferentes fechas especiales.

Algunas fechas:

- **Día de San Valentín (14 de febrero).** 50% del total de ventas anuales
- **White Day “día blanco” (14 de marzo).**
- **Año nuevo**
- **Día de la madre**

Los chocolates tipo barra o bloque son menos estacionales y se venden durante todo el año, sin embargo su consumo también crece en épocas más frías.



Promoción del producto

- **Idioma:** coreano. La información también puede estar en inglés ya que sobre todo los grandes importadores manejan el idioma.
- Página web y brochures en inglés.
- Algunas veces el comprador requiere hacer promoción de los productos en supermercados y otros canales. (degustaciones)
- **Muestras**
 - Si el cliente potencial lo solicita se debe estar en capacidad de enviar muestras con la respectiva descripción técnica, datos de precios etc.
 - Funciona también hacerlo proactivamente con clientes que han mostrado cierto interés por los productos.

Promoción:

- Si es posible visitar el mercado para conocer canales, entender la dinámica y visitar a los clientes potenciales.
- Coordinación de show rooms y participación en ferias.

BUSAN INTERNATIONAL FOOD EXPO

Fecha: Junio 17 – 20, 2015

Organizador: Korea Industrial Marketing Institute (KIMI)

Lugar: BEXCO(Busan Exhibition & Convention Center), Busan.

Página web del evento:

<http://seoulfoodnhotel.co.kr/>



Busan Int'l Food Expo

FOOD WEEK

Fecha: Nov 10 – 13, 2015

Organizadores: The Kyunghyang Daily News, B2EXPO entre otros

Lugar: COEX Convention & Exhibition Center, Seúl.

Página web del evento:

<http://foodweek.info/>



SEOUL INTERNATIONAL BAKERY FAIR (bianual)

Fecha: Nov 18 – 21, 2015

Organizadores: Coex Co., Ltd.

Lugar: COEX Convention & Exhibition Center, Seúl.

Página web del evento: <http://siba-expo.com/wp/en/>



SEOUL FOOD & HOTEL

Fecha: Mayo 10 – 13, 2016

Organizador: Korea Trade Promotion Corporation (KOTRA)

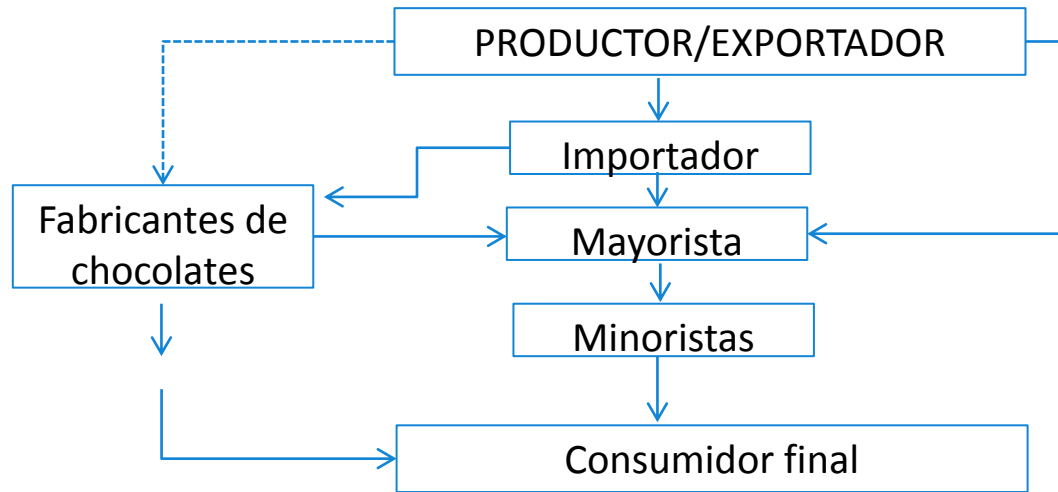
Lugar: Korean International Exhibition Center (KINTEX), Seúl.

Página web del evento:

<http://seoulfoodnhotel.co.kr/>



Canales de distribución



- Alrededor del 65% de los chocolates se distribuyen a través de supermercados y tiendas de conveniencia.
- Los chocolates Premium, estos son distribuidos principalmente en tiendas por departamento, hipermercados o en tiendas especializadas de chocolate.

Canales de distribución

Tiendas de conveniencia: productos de alta rotación. CU (más de 8,000 tiendas), seguida por 7- Eleven y GS25 con más de 7.000 tiendas cada una.

- Ventas totales de este canal en 2014: **US\$ 11,5 billones.**

Ventas por internet: G-market (<http://global.gmarket.co.kr>), es el principal shopping mall en línea de Corea. Chocolates de las principales marcas de importados son comercializados a través de este canal.

- El tamaño de ventas en línea de **US\$ 40,8 billones.**



Canales de distribución

Tiendas por departamento: principal canal para los alimentos importados de alto costo. Shinsegae (8 tiendas), Lotte (más de 48 tiendas), Galleria (5 tiendas) y Hyundai (14 tiendas).

- Ventas totales de este canal en 2014: **US\$ 26,4 billones**

Hipermercados y supermercados: principal canal de alimentos en Corea. Emart del grupo Shinsegae (más de 130 tiendas), Home plus (139 tiendas) y Lotte Mart (112 tiendas). Los principales supermecados son Lotte super, GS supermarket y Home Plus Express.

- Ventas totales de hipermercados y supermercados en 2014 fueron de **US\$ 42,8 billones** y **US\$ 31,8 billones** respectivamente.



PRE Y POST VENTA

Contacto con el cliente

- Mantener contacto permanente con los clientes.
- Conocer el mercado.
- Relaciones de largo plazo.
- Es importante ser cumplido con los pedidos para ganarse la confianza y credibilidad del importador.



Comercialización

- Control de calidad: algunos importadores se quejan de porque la calidad del producto de los pequeños productores puede variar.
- Flexibilidad con los pedidos específicos del comprador: atender las solicitudes del importador.

Regulaciones y requisitos de importación

REGULACIONES

- Inspección del Ministerio de Salud y bienestar (MHW) en las estaciones de cuarentena al momento de ingresar al país.
- Para los productos de cacao y chocolate aplica la Ley de Sanidad de Alimentos (**Food Sanitation Law**). Para granos de cacao aplica también la Ley de Cuarentena (**Plant Quarantine Act**).
- Adjuntar los siguientes documentos:
 - Factura comercial
 - Conocimiento de embarque
 - Lista de empaque
 - Certificado de origen
 - Certificado fitosanitario (granos de cacao)

REGULACIONES

- ***Ley de sanidad alimenticia (Food Sanitation Act)***: Es la base jurídica para los temas relacionados con los estándares de sanidad para alimentos frescos y procesados.

http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/FOOD_SANITATION_ACT.pdf

(inglés).

- ***Ley de Cuarentena para Plantas (Plant Quarantine Act)***: La importación de cacao en grano está sujeta a esta ley. Se requiere certificado fitosanitario.

- ***Estándares de etiquetado para alimentos (Foods Labelling standards)***:

http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/Foods_labeling_standards_03.pdf

(inglés).

- ***Código de aditivos para alimentos:***

<http://fa.kfda.go.kr/foodadditivescode.html> (inglés).

REGULACIONES

Etiquetado

La etiqueta debe estar en el idioma coreano. Debe incluir la siguiente información:

- Nombre del producto
- Tipo de producto
- Nombre y dirección del importador
- Fecha de vencimiento
- Nombre de los ingredientes y contenidos
- Contenido neto



el etiquetado incluya la marca o símbolo del tipo (material) de empaque



Aranceles

Partida arancelaria		Descripción arancelaria	básico	Chile	Perú	EU	USA	Colombia (tiempo de desgravación)
180100		Granos de cacao, enteros o partidos; crudos o tostados						
	1000	Crudo	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	inmediata
	2000	Tostado	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
180200		Cáscara, películas y demás residuos de cacao.						
	1000	Cáscara, películas de cacao	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
	9000	Otros	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5 años
1803		Pasta de cacao						
	100000	Sin desgrasar	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
	200000	Parcial o totalmente desgrasada	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
1804	000000	Manteca de cacao	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 años
1805	000000	Polvo de cacao sin contenido de azúcar o endulzantes	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	3 años

Fuente: Servicio de Aduanas de Corea

Aranceles

1806		Chocolates y otras preparaciones de alimentos con contenidos de cocoa						
	100000	Polvo de cacao con contenido de azúcar u otros endulzantes	8,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	3 años
180620		Otras preparaciones en bloques, pedazos o barras de peso mayor a 2 kg/ o líquido, pasta, polvo, granulada u otra forma en bulto en contenedores o empaques de más de 2 kg.						
	1000	Chocolate y confitería de chocolate	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
	9010	Otros: preparaciones de caco con contenido de 50% o más por peso de leche en polvo	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
	9090	Otros	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
180631		Otros en bloques, pedazos o barras rellenos: Chocolates y confitería de chocolates						
	1000	rellenos: Chocolates y confitería de chocolates	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
	9000	rellenos: Otros	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
180690		Otros						
	1000	Chocolates y confitería de chocolates	8,0%	0,0%	0,0%	2,6%	1,6%	3 años
	2111	De leche seca preparada	36,0%	18,2%	18,0%	24,9%	24,0%	10 años
	2119	Otros	40,0%	0,0%	20,0%	27,9%	26,6%	10 años

Fuente: Servicio de Aduanas de Corea



Conclusiones



Conclusiones

- El mercado de chocolates en Corea es relativamente pequeño pero tiene gran potencial de crecimiento.
- Se debe entrar a competir con productos de alta calidad y valor agregado.
- El TLC representa grandes oportunidades en cuanto a disminución de las tarifas arancelarias para el ingreso de los alimentos colombianos al mercado Coreano.



MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 DANKE СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
MERCI THANK YOU 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう MERCI OBRIGADO
DANKE СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
MERCI THANK YOU 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH

GRACIAS



PROCOLOMBIA
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND



 GOVERNMENT OF COLOMBIA