



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Estudio de mercado **FRUTAS IQF** en Corea del Sur

Ministerio de Producción,
Comercio Exterior, Inversiones y Pesca


Gobierno
del **Ecuador**

GUILLERMO LASSO
PRESIDENTE

CONTENIDO

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA	1
1.1 Descripción del producto.....	1
1.2 Subpartida arancelaria	1
2. INFORMACIÓN DE MERCADO	2
2.1 Datos de producción	2
2.2 Segmento de mercado	2
2.3 Tendencias de consumo	3
3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	5
3.1 Diferentes usos del producto.....	5
3.2 Requisitos de Calidad	5
3.3 Embalaje.....	6
3.4 Etiquetado.....	7
4. COMERCIO EXTERIOR.....	10
4.1 Países proveedores de IQF	10
4.2 Análisis de la competencia.....	11
4.3 Análisis logístico	13
5. ANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.....	14
6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL	18
6.1 Promoción al consumidor	18
6.2 Ferias y eventos de promoción comercial 2023	18
7. CERTIFICACIONES.....	19
8. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	20
8.1 Barreras arancelarias	20
8.2 Barreras no arancelarias.....	21
9. PRECIOS.....	21
10. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	30
10.1 Conclusión	30
10.2 Recomendaciones	30

FRUTAS IQF¹ EN COREA DEL SUR

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA

1.1 Descripción del producto



La Congelación Rápida Individual (IQF según sus siglas en inglés), es un método de procesamiento en el que los alimentos se congelan de manera individual y luego son envasados.

Este proceso se contrasta con proceso de congelación en bloque, en la cual el paquete es congelado en un solo bulto. En comparación con la congelación en

bloque, el tiempo de congelación IQF es mucho más corto, y mantiene mejor la calidad del producto. Al ser elaborados individualmente, el producto puede ser manipulado cómodamente por el consumidor.

1.2 Subpartida arancelaria

La subpartida identificada en el Arancel Integrado en Corea del Sur para las frutas IQF es la siguiente:

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
0811.90.90.00	Otros
08.11	Frutas y frutos de cáscara, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.
0811.10	Fresas
0811.20	Frambuesas, moras, morus, Rubus loganobaccus, grosellas negras, blancas o rojas y grosellas

Elaborado por: Oficina Comercial de Ecuador en Seúl, MPCEIP

El Servicio de Aduanas de Corea (CUSTRA) clasifica las frutas y frutos secos cocidos al vapor o hervidos en agua antes de la congelación se clasifican en esta partida. También se clasifican en la partida 0811.20 las frutas y frutos secos congelados a los que se ha añadido azúcar u otros edulcorantes, ya que el azúcar tiene por efecto inhibir la oxidación y por tanto evitar el cambio de color que se produce durante el descongelamiento. Los productos de esta partida también pueden contener sal.

¹ Individually Quick Freezing

2. INFORMACIÓN DE MERCADO

2.1 *Datos de producción*

A medida que los productos agrícolas congelados domésticos se comercializan uno tras otro, la base de consumidores se expande rápidamente. En el pasado, había una fuerte percepción de que los productos agrícolas congelados eran principalmente productos extranjeros o de baja calidad, pero los productos de frutas y verduras congeladas 'domésticas' aumentaron notablemente en los últimos 1 o 2 años en Corea. Las frutas congeladas domésticas se comercializan para artículos que se suelen utilizar como bebidas, por ejemplo, fresas, arándanos y aronia.

2.2 *Segmento de mercado*

El comercio de frutas IQF como: bayas, bayas mixtas, mango congelado y banana congelada en el mercado coreano, consta de 2 segmentos:

- 1) *Venta al consumidor final*: el cual busca flexibilidad en el uso del producto, ya que aquello es considerado como un ingrediente adicional a platillos y recetas hechas en casa.



Estadísticas de ventas del hipermercado más grande de Corea E-Mart vio un incremento de un 18% en ventas de frutas congeladas en comparación con ventas hechas en enero a junio del 2021.

Esta tendencia se ha establecido aún más, por la inflación del 7% que Corea ha tenido en el 2022. Como efecto, esto ha creado un incremento en los costos de productos de supermercado del 11%, por lo que la tendencia de consumo de frutas y verduras se encuentra migrando a productos IQF.

- 2) *Venta a empresas procesadoras para el desarrollo de confecciones*: cafetería, pastelerías y panaderías tradicionales coreanas o extranjeras, heladerías y empresa de jugos.



La cultura de negocios y de relaciones sociales en Corea tradicionalmente tiene lugar en espacios donde se pueda mantener reuniones grupales, aquellas comúnmente son: restaurantes, cafetería y malls. Por ello, estas instituciones proveen a sus clientes alimentos que usan frutas congeladas como ingredientes para hacer: salsas para diferentes tipos de platillos y postres, yogur de frutas y batidos en la industria de restaurantes y cafeterías. En particular, en el caso de las frutas congeladas, el consumo suele incrementar en verano cuando aumentan el consumo de un postre tradicional de granizados que tiene como base frutas congeladas.

Este producto es bien aceptado por todas las diferentes edades, al igual que puede ser consumido durante todo el año a diferencia de las frutas orgánicas que tradicionalmente se consumen en temporadas de producción.

Para mayor detalle, revisar el punto 5) Canales de distribución y comercialización.

2.3 Tendencias de consumo

- En Corea, muchas frutas IQF son productos que se pueden encontrar en todo tipo de supermercados y distribuidores enfocados al: consumo final, restaurantes familiares, hoteles internacionales, etc. Dependiendo del tipo de fruta, el consumidor final lo puede considerar como un producto tradicional o exótico.
- Los productos de fruta IQF que se consumen anualmente en Corea son: banana, mango, arándano, cereza y mixtos congelados. frutas exóticas como: pitahaya, piña, granadilla, uvilla y moras son de consumo en temporadas de verano o para dietas.
- En seguimiento al incremento de consumidores de la tercera edad en Corea. Las empresas coreanas han incrementado su búsqueda de productos de calidad y sabor. Esta tendencia ha incrementado significativamente desde el 2020, ya que el consumidor final desea mitigar de la mejor manera el impacto del COVID en su cuerpo.

- El consumidor coreano busca productos de calidad que tengan bajos indicios de MRL (límites máximos de residuos). Por lo que hace que los productos de fruta sean más costosos para un consumidor de clase media.
- Los precios de las frutas IQF no son volátiles y no cambian diariamente. El vendedor coreano siempre busca constancia en tamaño, sabor, color y precio, para un consumidor que es bien demandante en estas 3 áreas.
- Con el desarrollo de la tecnología, las frutas de IQF no solo son nutritivas, sino que también tienen sabor y olor, por lo que la demanda de sustitutos para el helado, raspados de hielo e ingredientes para batidos está aumentando. El precio también es económico ya que es un 30-50% más barato que la fruta fresca. Debido a su conveniencia, baja destrucción de nutrientes y buena calidad del producto, es bien recibido en el mercado al atraer la atención de la gente moderna ocupada, como los hogares unipersonales y los hogares con dos ingresos.
- La pandemia ha hecho que el proveedor ofrezca productos empaquetados para consumo individual, fácil de abrir y fácil de guardar. Ya que el consumidor se ha visto más y más obligado a comer en casa. Por ende, aquel busca un empaquetado reusable, sencillo de abrir y para consumo individual.
- El cambio de tendencia en la industria alimentaria después de la crisis de Covid-19 ha resultado en una mayor preferencia por los alimentos procesados, como los alimentos de conservación a largo plazo, los alimentos almacenados, los alimentos esterilizados y los alimentos secos. En particular, los alimentos congelados que incluye productos de IQF que se pueden almacenar durante mucho tiempo están llamando la atención.
- Hubo crecimiento de alimentos precocinados o congelados por online debido a que pueden reducir los costos de inventario y canal de distribución de compra directa y entrega rápida a nivel nacional - en Corea el producto se entrega en menos de 24 horas. A medida que la comunicación no presencial se ha convertido en un lugar común, la proporción de compras de alimentos IQF en línea también han aumentado.

En una tendencia post pandemia el consumidor coreano ha optado desde febrero del 2020 en ingerir productos más naturales y saludables, hechos en casa. En seguimiento frutas IQF han visto un incremento en su demanda, ya que a través de su proceso son fáciles de manejar y mantienen su sabor y nutrición.

El uso de frutas IQF ante un consumidor coreano es atractivo por ser un insumo versátil para aquel consumidor que busca establecer una dieta saludable, el cual tenga como objetivo bajar de peso.

Recientemente, a medida que ha aumentado el mercado de hogares unipersonales, la demanda de alimentos congelados que se pueden comer fácilmente en casa ha aumentado, y la demanda de alimentos congelados que tengan una larga duración han incrementado constantemente.

El consumidor coreano se ha vuelto muy versátil en los productos IQF, por lo cual ha incrementado la presencia de: carnes, pescado, frutas y verduras que han sido procesado con tecnología IQF.

3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Diferentes usos del producto

Al igual que en otros países la fruta IQF se consume como base para jugos, ensalada de frutas o aditivos a platillos para el desayuno, almuerzo y cena. Adicionalmente, cafeterías, panaderías, y restaurantes ofrecen postres tradicionales o internacionales cubiertos de frutas congeladas tales como helados o hielo cortado llamado bingsu (빙수).

3.2 Requisitos de Calidad

1) Prohibición de importación de frutas IQF en Corea

Debido a varias plagas y polillas prohibidas de la fruta que se sabe que causan grandes daños a las plantas domésticas cuando se introducen en Corea, como varias moscas de la fruta y polillas de las hojas, la mayoría de las frutas frescas extranjeras están prohibidas de ser importadas a Corea, sin las debidas autorizaciones fitosanitarias. A diferencia de las frutas orgánicas, la fruta IQF es considerada un producto procesado, lo cual hace que aquella tenga mayor acceso al mercado coreano.

2) Posibilidad de importar fruta congelada a Corea

- **Frutas congeladas que son prohibidas de importación desde Corea:** Solanácea (uvilla, tomate, etc.), subfamilia de la pera (pera, manzana, etc.), frambuesa (mora, frambuesa, etc.) producidas en los Estados Unidos y Canadá, y frutos de nuez.

- **Frutas congeladas que pueden ser importadas desde Corea:** Las frutas distintas a las prohibidas y antes mencionadas, pueden importarse independientemente de si tienen semillas o pieles, siempre que se cumplan los siguientes requisitos de congelación.
- *Un certificado fitosanitario del país exportador o un certificado emitido por una agencia de cuarentena que indique que el país exportador lo ha refrigerado a -17,8 °C o menos, y las plantas importadas debe almacenarse a -17,8 °C o menos en el momento de la cuarentena.*

3) Requisitos Generales

- RUC (Registro único del contribuyente del exportador (opcional) e importador)
- Factura Comercial
- Registro Sanitario
- Certificado de Origen
- Certificado de conocimiento de embarque B/L
- Descripción del proceso de manufactura y ficha técnica del producto (para la primera importación)
- Empaque con etiqueta que cumpla los estándares coreanos

Para más detalles, favor de referirse al siguiente link de la página web oficial de la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal (APQA, en sus siglas en inglés) de Corea: https://www.qia.go.kr/english/html/Plant/Plant_003.jsp

3.3 Embalaje

Dependiendo del proveedor el empaquetado puede variar significativamente, ya que el producto puede venir en tarrinas, bloques o empaquetados individuales.

- La calidad debe ser garantizada, utilizando control climático durante el transporte.
- El material de embalaje para el transporte en contenedores y el transporte marítimo refrigerado debe ser permeable para permitir una corriente de aire vertical a través de las cajas y los embalajes.
- Debe adjuntar un certificado de cuarentena vegetal del país exportador o un certificado emitido por una institución de inspección pública que indique que el país exportador lo ha congelado a -17,8 °C o menos.
- Los envases o paquetes que puedan ser reciclados deben llevar una marca de “separación y descarga”. De conformidad con la Ley de Promoción del Ahorro

y Reciclaje de Recursos y su correspondiente decreto, envases o embalajes elaborados con papel, metal, vidrio, materias plásticas y resinas sintéticas deben estar marcados con un letrero de “separación y descarga”. La marca es para facilitar el reciclaje de desechos El letrero debe indicar el tipo de material del que está compuesto el paquete. Por ejemplo, PVC, PP, PS, PVDV, PE, PET o PF deben indicarse para envases o embalajes de materiales plástico. Se acepta una etiqueta impresa o una etiqueta adhesiva.

La bolsa para transportar la fruta IQF generalmente contiene de 2 a 3 kg.

Ejemplos:



3.4 Etiquetado

Nutrition Facts			
Serving Size 1 (100 g)			
Servings Per Container 8			
Amount Per Serving		Calories from Fat 85	
Calories 189		85	
		% Daily Values*	
Total Fat	10g		15%
Saturated Fat	5g		25%
Trans Fat	0g		
Cholesterol	0mg		0%
Potassium	271mg		8%
Sodium	0mg		0%
Total Carbohydrate	24g		8%
Dietary Fiber	2g		8%
Sugar	16g		
Protein	2g		4%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.			
		2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg	300mg
Sodium	Less than 2400mg	2400mg	2400mg
Total Carbohydrate	300g	375g	
Dietary Fiber	25g	30g	

식품위생법에 의한 한글 표시사항		
식품 유형	과 · 채 가공품 (가열하지 않고 섭취하는 냉동식품)	• 부정 · 불량식품 신고는 국번 없이 1399 • 본 제품은 공정거래위원회에서 고시한 소비자안전성 해탈기준에 의거 정당한 소비자 피해에 대해 교환 또는 보상 받을 수 있습니다. • 보관방법: 냉동보관 (-18℃ 이하에서 보관) • 해동방법: 실온해동 • 냉동고에서 꺼낸 직후에는 역류 및 역류방지 차폐 손상이 있을 수 있으므로 섭취에 주의하시기 바랍니다. • 이미 냉동된 바 있으니 해동 후 재냉동시키지 마시길 바랍니다. • 고객 상담실: 080-204-3887(수신자부담전화) • 반품 및 교환장소: 구입처 및 수입판매원 • 유통 중 제품부위가 파손 되었거나 출기 불량 변질된 제품은 드리지 않습니다.
원산지 및 제조원	페루 산(OEM) / MEBOL GF S.A.C	
수입판매원	(유)플코리아 / 서울특별시 강남구 영동대로 511, 1204호	
유통기한	제품 별도 표시일까지 (읽는법: 년/월/일 순으로)	
내용량	1kg	
원재료명	딸기 100%	
용기(포장)재질	(내면) 폴리에틸렌	

- Las imágenes y promoción pueden estar en otro idioma, de preferencia en inglés.
- Es recomendado que se desarrolle un empaque exclusivo para un consumidor coreano.
- La etiqueta nutricional debe estar en coreano, y puede ser adherido al empaque original.
- Todos los productos alimenticios importados deben llevar etiquetas legibles en idioma coreano. Las pegatinas o etiquetas pueden ser utilizados, pero no deben ser fácilmente removibles ni deben cubrir la etiqueta original. Las etiquetas deben contener la siguiente información que se detalla a continuación:

- **Nombre del producto.** El nombre del producto debe ser idéntico al nombre del producto declarado a la autoridad de licencia/inspección.

- **Tipo de producto.** Esta es la unidad mínima de categorías de productos alimenticios según las Normas y Especificaciones para Alimentos.

- **El nombre y la dirección del importador, y la dirección donde se pueden devolver o cambiar los productos en el caso de defectos.**

- **Nombre del fabricante.** Se indicará el nombre del fabricante extranjero. Si está escrito en un idioma extranjero (por ejemplo, inglés), no es necesaria la traducción al coreano.

- **Fecha de fabricación (año, mes y día)**

- **Caducidad o fecha de consumo preferente.** Las etiquetas de los productos alimenticios deben indicar la vida de anaquel determinada por el fabricante. Los productos que están sujetos a una fecha de fabricación pueden quedar excluidos de los requisitos de etiquetado de la vida de anaquel. Si se empaquetan varios tipos de productos juntos, se debe anotar en la etiqueta la fecha de caducidad de la vida útil del producto con la vida útil más corta.

- **Contenido (Calorías).** Debe indicarse el peso, el volumen o el número de piezas. Si se muestra el número de piezas, se debe indicar el peso o volumen entre paréntesis. Las calorías solo se requieren para productos alimenticios sujetos a etiquetado nutricional.
- **Nombres y contenido de los ingredientes.** Los nombres de todos los ingredientes son obligatorios en la etiqueta en idioma coreano. Sin embargo, para aquellos productos con un panel de exhibición principal menor a 30 cm², solo esos se requieren los cinco ingredientes principales.
- **Nombres de ingredientes utilizados en la fabricación de ingredientes compuestos.** Agua purificada añadida artificialmente y se excluirán del requisito los nombres de los ingredientes utilizados para elaborar una materia prima compuesta que represente menos del cinco por ciento del peso del producto. En el caso de una materia prima compuesta que represente menos del cinco por ciento del peso del producto, solo el nombre de la materia prima compuesta debe figurar en la etiqueta en idioma coreano. En el caso de una materia prima compuesta que represente más del cinco por ciento del peso del producto, los nombres de todos los ingredientes contenidos en la materia prima compuesta deben figurar en la etiqueta en idioma coreano. Los ingredientes deben enumerarse en orden de predominio por peso, es decir, el ingrediente que pesa más se enumera primero y el ingrediente que pesa menos se enumera al final.
- **Aditivos.** Los aditivos alimentarios también deben enumerarse por nombre completo, nombre abreviado o finalidad tal como se enumeran en el Código de aditivos alimentarios de Corea o en las Normas de etiquetado de alimentos.
- **Alergias.** Los alimentos que se sabe que son alérgenos alimentarios deben indicarse en la etiqueta incluso si son añadido en niveles mínimos como parte de una mezcla. Cuando los productos que contienen materias primas que pueden causar alergias alimentarias y los productos que están hechos de materias primas que no causan alergias alimentarias se producen en la misma línea procesamiento, se debe indicar una declaración como "Este producto se fabrica en la misma planta de fabricación que produce productos con trigo sarraceno".
- **Otros elementos designados por las normas detalladas de etiquetado de alimentos.** Otros elementos designados por las normas detalladas de etiquetado de alimentos. Esto incluye precauciones y normas para el uso o la conservación (p. ej., peso escurrido para productos enlatados, productos procesados por radiación, etc.). No se permite el uso de fotografías o imágenes de frutas en la etiqueta a menos que el producto contenga el sabor o ingrediente natural correspondiente.

✂ Para más detalles, favor de referirse al siguiente link de la página web oficial del Ministerio de Seguridad Alimentaria y Farmacéutica de Corea (MFDS, según sus siglas en inglés) de Corea: https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_15/list.do

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1 Países proveedores de IQF

Los principales proveedores de Fruta IQF al mercado coreano durante el 2021 fueron: China y Estados Unidos (25% por cada país), Vietnam (17%), Perú y Chile (14% por cada país), y Canadá (3%)

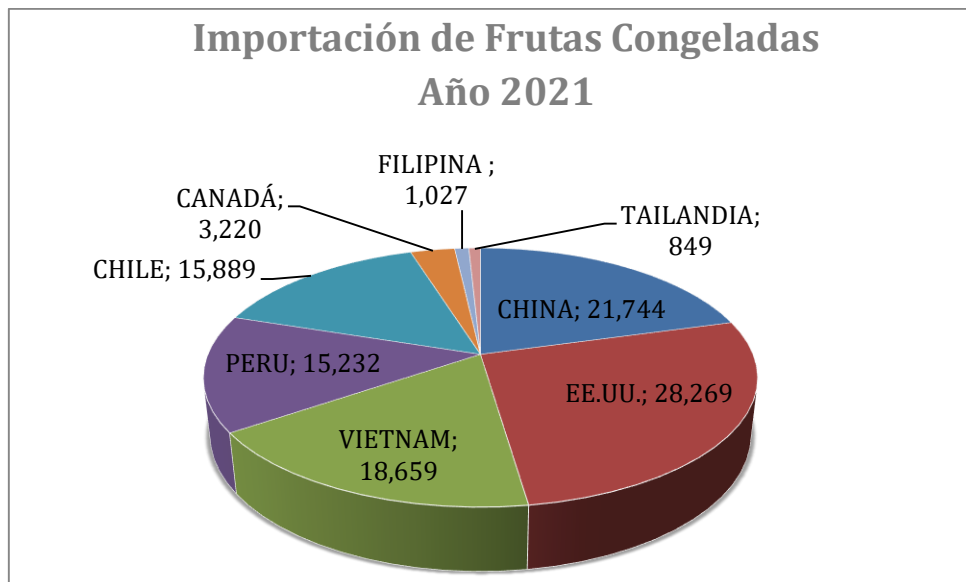
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES (SUBPARTIDA: 081190) MIL \$(USD)							
PAÍSES	2019	2020	2021	PART.2021	TCPA 2019-2021	ARANCE L	2021 Precio estimado Kg
CHINA	23,979	20,705	21,744	19.73%	-10.27%	18%(TLC)	USD \$0.5
EE.UU.	15,472	19,732	28,269	25.65%	35.17%	0%(TLC)	USD \$0.3
VIETNAM	13,863	16,920	18,659	16.93%	16.02%	24%(TLC)	USD \$0.4
PERU	11,505	17,038	15,232	13.82%	15.06%	0%(TLC)	USD \$0.3
CHILE	10,321	9,546	15,889	14.42%	24.08%	0%(TLC)	USD \$0.2
CANADÁ	574	582	3,220	2.92%	136.85%	0%(TLC)	USD \$0.2
FILIPINA	1,104	1,632	1,027	0.93%	-3.55%	24%(TLC)	USD \$0.7
TAILANDIA	1,670	1,061	849	0.77%	-28.70%	24%(TLC)	USD \$4.6
TOTAL	112,779	117,711	110,194	95.17%		-	

Fuente: KITA

Elaboracion: Oficina Comercial del Ecuador en Seul

Dimensionamiento de mercado: Desde el 2019-2021, el mercado coreano compró aproximadamente 108,230,821 kilos de frutas congeladas; lo que equivale a USD 256,125,000 dólares, los cuales fueron abastecidos por 40 países.

4.2 Análisis de la competencia



Fuente: KITA

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Seul

ESTADOS UNIDOS

El proveedor principal de frutas IQF desde el año 1999. Los proveedores como Dolé o Chiquita tienen poder de marca y son reconocidos por la mayoría de consumidores coreanos. Sin embargo, el consumidor final ha comenzado a desarrollar un interés en el origen del producto final.

En el caso de las frutas de Estados Unidos, la demanda suele ser la más alta ya que los consumidores coreanos tienen una buena percepción de la calidad y el manejo de productos.

Las exportaciones de frutas IQF de Estados Unidos a Corea, **crecieron** en un 24%, durante el 2019 al 2021 pasando de 5,070,724 kilos a 8,502,975 kilos.

VIETNAM

Considerado como un país que provee productos económicos y de menor calidad. La fruta de IQF proveniente del sureste asiático es tradicionalmente consumida por industrias que requieran volumen como: hoteles, restaurantes, centros de eventos y empresas procesadoras.

Sin embargo, por las restricciones de movilidad implementada por el Gobierno de Corea durante la pandemia, se ha visto un incremento de interés en productos del sudeste asiático, los cuales son representantes de una época nostálgica de movilidad y viaje.

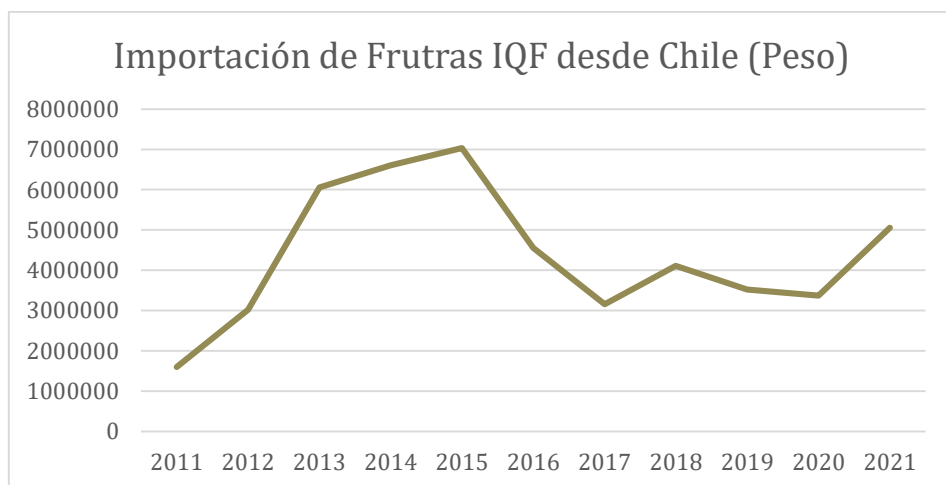
Vietnam es el mayor proveedor de mango congelado y pitahaya blanca congelada. aquello se da por su cercanía e historia comercial que ambos países tienen. Siendo uno de los puntos más conocidos para el turismo coreano, la fruta vietnamita abarca sentimientos de nostalgia y alegría a un consumidor que se ha visto confinado y sin poder viajar por casi 2 años.

Las exportaciones de frutas IQF de Vietnam a Corea, **crecieron** en un 9.4%, durante el 2019 al 2021 pasando de 7,025,270 kilos a 8,619,789 kilos.

CHILE

Chile es el primer país que firmó un Tratado de Libre Comercio con Corea. Aquello abrió la puerta para la diversificación de frutas tradicionales como la cereza. A través de su historia, y tomando en cuenta que los países tienen temporadas de producción diferentes, Chile provee este producto a un consumidor coreano que busca abastecer su apetito en temporadas bajas de producción local.

Desde enero de 2014, las importaciones de frutas de IQF de Chile han aumentado constantemente a medida que se han aplicado aranceles a las frutas congeladas como 'desgravación por 10 años' en el Tratado de Libre Comercio entre Corea y Chile. Sin embargo, desde el 2016, a medida que los países exportadores de frutas IQF se han diversificado, las importaciones de frutas congeladas existentes han disminuido significativamente, mostrando una tendencia que se mantendrá.



Fuente: KITA

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Seul

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

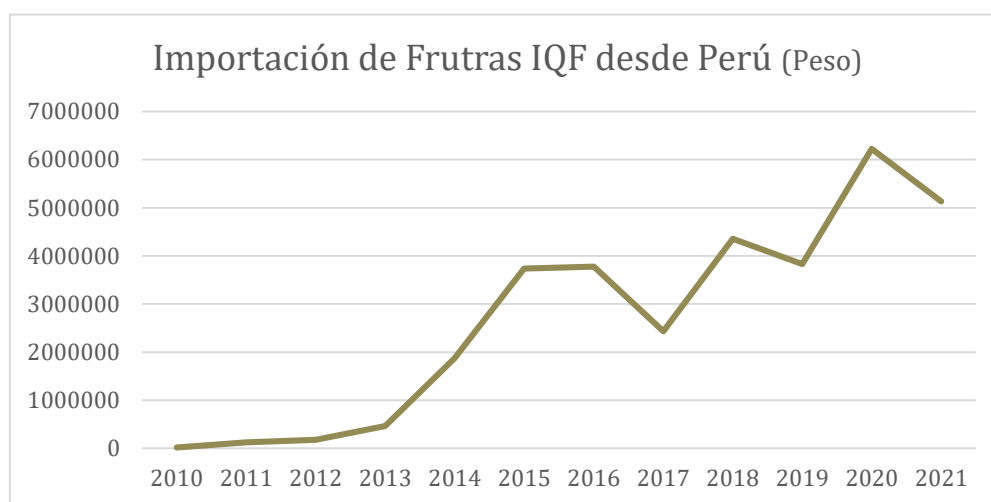
Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec

PERÚ

Desde el 2010, en efecto al Tratado de Libre Comercio que abarca un arancel del 0% para frutas IQF, se ha visto un incremento y diversificación de frutas IQF de origen peruano en perchas de supermercado a nivel nacional, los cuales ofrecen productos desde mango a frutas mixtas.

Este incremento en la presencia de frutas IQF se da gracias a la exitosa promoción que la industria peruana ha desarrollado en los últimos años desde que ha tenido el TLC con Corea.



Fuente: KITA

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en Seul

4.3 Análisis logístico

El comercio de frutas IQF en Corea es un producto de consumo masivo, el cual se comercializa en mediana a grandes cantidades, por lo tanto, su movimiento se hace mayoritariamente a través de puertos marítimos.

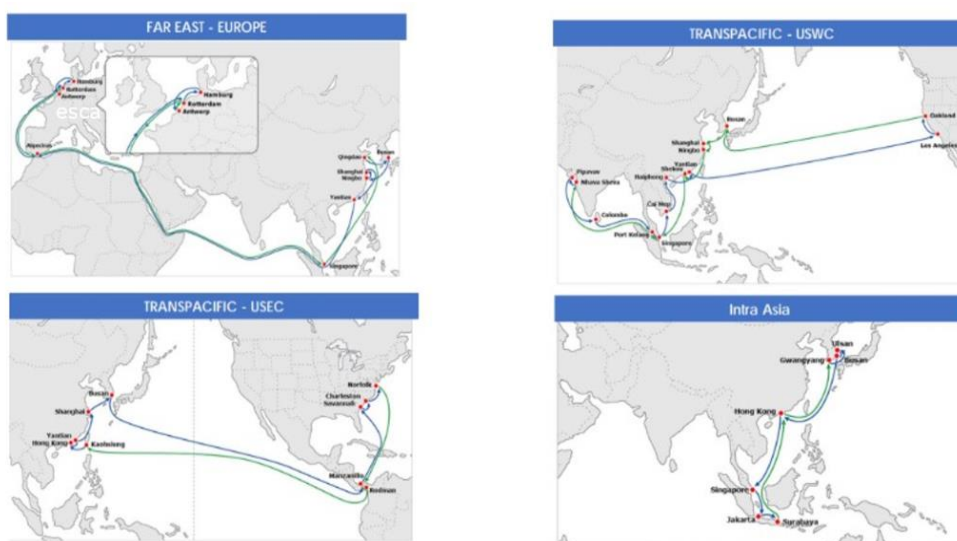
Las conexiones marítimas son otro factor importante que explica los actuales flujos comerciales de la fruta IQF. El puerto principal de Busan, ubicado a 325 km de distancia con la ciudad de Seúl. Es la conexión más directa entre el puerto de Los Ángeles y el continente asiático. El puerto de Busan es el segundo puerto más transitado en la región asiática, después de Singapur.

Cuando se transporta en contenedores, se deben usar contenedores refrigerados para mantener la frescura. Sin embargo, dado que el servicio de envío de Carga a Contenedor Parcial (LCL) para contenedores refrigerados entre Sudamérica y Asia

rara vez se realiza, el transporte aéreo debe realizarse en caso de importaciones de pequeñas cantidades.

Asimismo, si no es una importación masiva utilizando contenedores, parece que el cálculo no es correcto considerando el costo de despacho de aduana/logística.

Antes de continuar, es recomendable que realice el ingreso de una pequeña cantidad a través del transporte aéreo y proceda con el volumen principal más adelante.



*Ruta de Hyundai Merchant Marine (HMM)

Origen	Destino	Tiempo de Tránsito	
		Horas	Distancia
Ecuador-Quito	Corea-Inchoen (Aéreo)	24h 8 min.	15,122 km
Ecuador-Guayaquil	Corea-Busan (Marítimo)	25 – 36 Días	15,299 km
Ecuador-Manta	Corea-Incheon (Aéreo)	22h 36 min.	15,067 km

5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

A continuación, se presenta un esquema de los canales de distribución en el mercado de Corea del Sur para definir las estrategias comerciales que permitirán acceder a los exportadores ecuatorianos a este mercado asiático.

El canal de distribución depende mucho de la calidad del producto, la presentación, el volumen, la frecuencia y el precio, esto definirá si la mejor estrategia de acceder es por medio de un importador, directamente al mayorista o al consumidor final.

Para lograr ingresar en el mercado sur-coreano de forma exitosa, es necesario recurrir a un importador. Los comerciantes minoristas coreanos dependen, en la gran mayoría, de importadores independientes para la importación de productos alimenticios, aunque las empresas líderes tratan de desarrollar su logística para efectuar importaciones directas sin pasar por intermediarios.

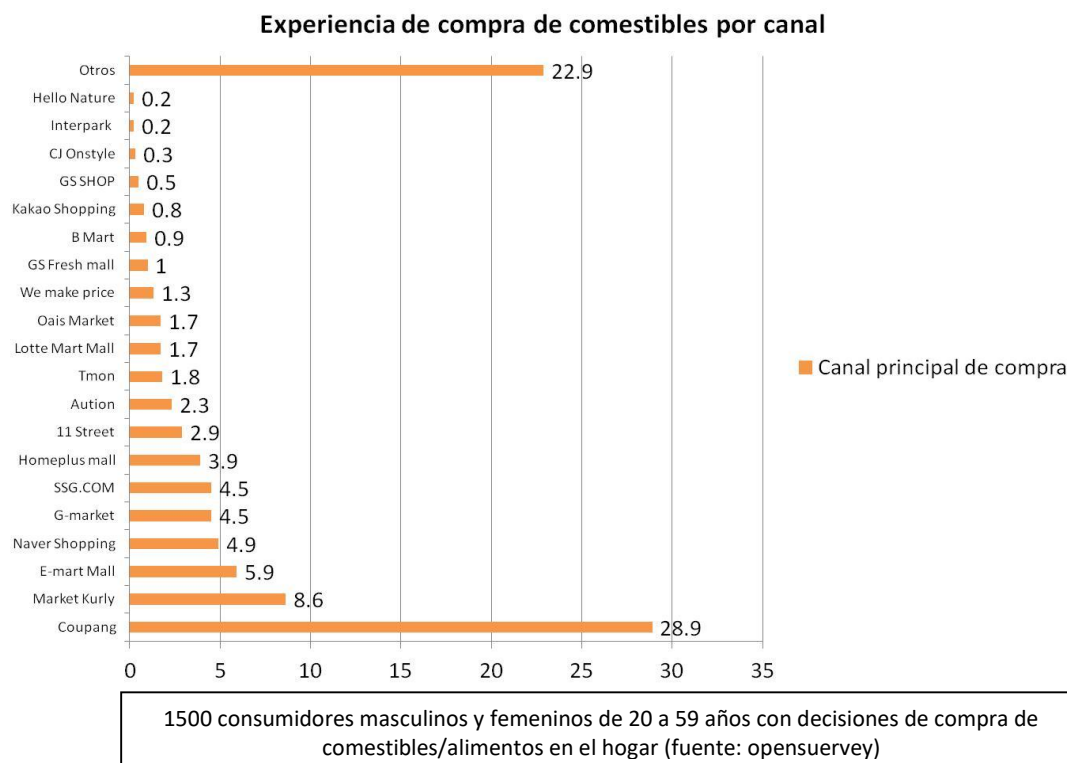
Los importadores coreanos son actores claves en el proceso de importación en la medida en que le pueden prestar asistencia en temas relacionados con las regulaciones de importación; demanda; canales de distribución; leyes y normativas. Los importadores pueden manejar los procesos de cuarentena y de despacho aduanero y pueden distribuir, así como promover los productos a nombre del exportador ecuatoriano. Si se opta por entrar al mercado a través de un importador, se recomienda elegir uno confiable que tenga experiencia y buena reputación.

Por otra parte, según el Banco Mundial, Corea del Sur es uno de los países con mayor penetración de Internet del 92,2 % y 95,42 % de smartphones, según los datos publicados por el portal Statista. Por ello, el país se posiciona como uno de los referentes en el uso y desarrollo del comercio electrónico.

Los dos principales Marketplace de productos alimentarios, Market Kurly (un portal dedicado a la venta de alimentos de gran calidad) y Coupang (uno de las principales plataformas de comercio electrónico del país), copan las ventas online de alimentos.

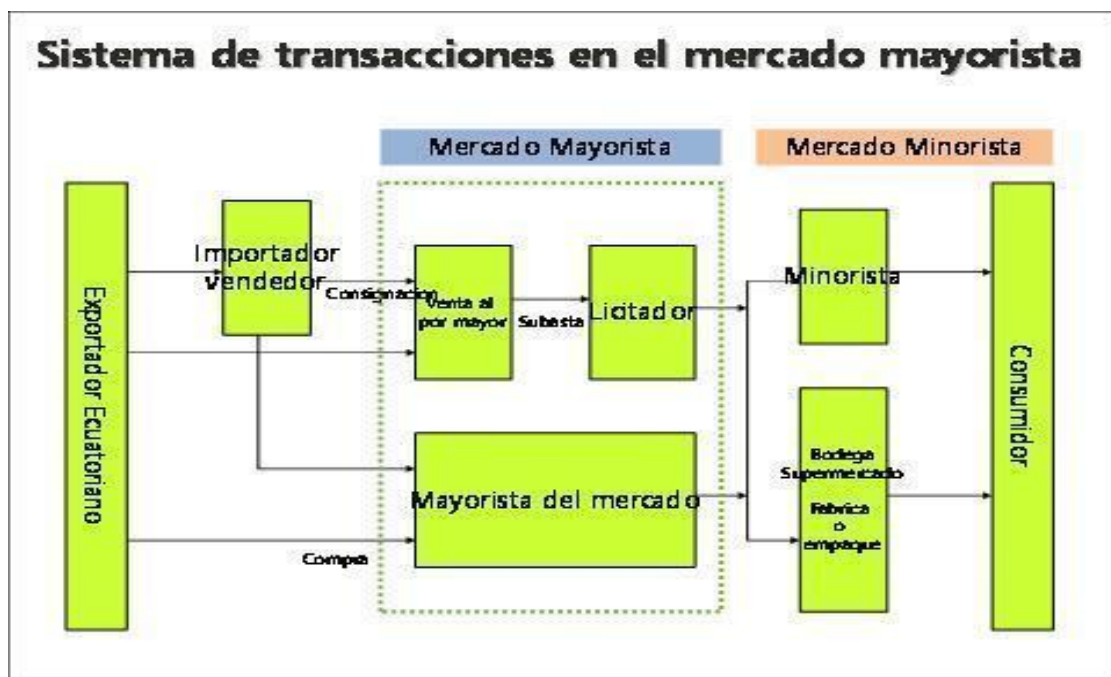
Ahora, el 81,5% de los consumidores compra comestibles en línea, y ellos compran en línea un promedio de cinco veces al mes. De acuerdo con la tendencia de compras en línea de la Oficina Nacional de Estadística, la cantidad de transacciones en línea de alimentos en 2021 fue de 32,8 billones de wones, un enorme crecimiento de 2,5 veces en tres años.²

² Fuente: The Korea Herald - 13/07/2021, Aumenta la inversión en plataformas logísticas en Corea del Sur, <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20210713000821&np=1&mp=1>



Es decir, realizar las compras de alimentos a través de aplicaciones móviles se ha vuelto como un estándar para las personas que buscan conveniencia, considerando que más del 60% de las compras en internet se realizan a través de dispositivos móviles, en donde el 95% de la población cuenta con los mismos.

Anteriormente, los distribuidores suministraban bienes solo a tiendas físicas. Pero hoy, a medida que se expanden los servicios de distribución en línea, cualquiera puede abrir tiendas en línea y vender productos y servicios.



Como fue mencionado anteriormente, los consumidores finales pueden dividirse ampliamente en dos categorías: uno, es público general para consumo en los hogares y otro son las empresas procesadoras para el desarrollo de confecciones como: restaurantes, cafetería, pastelerías y panaderías tradicionales coreanas o extranjeras, heladerías y empresa de jugos.

Previamente se consumía mucha fruta congelada en un restaurante, empresas de elaboración de jugos o cafeterías, sin embargo, estos días, más allá del método de consumir la fruta congelada tal cual, su utilidad va en aumento, como comerla con diversos productos de yogur o utilizarla como ingrediente para cocinar. Asimismo, dado que la confiabilidad de la calidad de las frutas congeladas está mejorando, el consumo de frutas congeladas también está aumentando en cada hogar.

En términos de cuota de mercado, los arándanos, que representaban la mayor parte, alrededor de 80% del mercado de frutas congeladas en el pasado, siguen siendo los más distribuidos, aunque su participación ha disminuido por otros productos nuevos como los mangos, especialmente los productos de apple mango y las fresas. Últimamente, se están elaborando y vendiendo como productos IQF productos exóticos como melocotones, aguacates, durián y pitahaya. Asimismo, han aparecido en el mercado productos mezclando plátano-fresa o varios tipos de bayas.

6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

6.1 Promoción al consumidor

- Brindar información a los consumidores sobre por qué el producto es considerado: exótico, saludable, fresco y sabroso; a través de programas culinarios, plataformas de vídeo en línea como YouTube, blogs, revistas para la industria de cafeterías y pastelerías, universidades de gastronomía, sitios web y de esta manera llegar a un gran número de consumidores.
- Artículos de noticias o anuncios en revistas y sitios web de noticias también ofrecen oportunidades para llamar la atención de compradores de frutas congeladas exclusivas. Revistas como Patosería Corea y nuevos sitios web como Coffe Magazine buscan a menudo nuevos contenidos y aprecian fotos adheridas a los artículos. Un anuncio en una revista o en un sitio web suele costar alrededor de 5.000.000 wones.
- Escanear un código QR en la etiqueta para que el consumidor coreano pueda ver información sobre la empresa y el producto. Esto permite contar historias, lo cual es relevante para un consumidor que requiere un producto que traiga un valor agregado en el ámbito de calidad.

6.2 Ferias y eventos de promoción comercial 2023

Feria o exhibición	Detalles	Fech	Lugar	Link para fechas anuales
SEOUL FOOD AND HOTEL	La feria más grande de Corea que se enfoca en compradores del sector de alimentos y bebidas	7-10, Jun., 2022	Kintex, Goyang	www.seoulfoodnhotel.co.kr
SEOUL CAFÉ SHOW	La feria nacional más grande de café y confectoras para cafeterías con alcance a compradores y consumidores	23-26, Nov., 2022	COEX, Seúl	www.cafeshow.com
COFFEE EXPO	Las ferias más grandes del mundo de la industria del café con alcance a compradores y consumidores	5-8, Abr., 2023	COEX, Seúl	http://www.coffeeexpo.seoul.com/
COEX FOOD WEEK	Coex Food Week es la segunda feria B2B más grande de alimentos en	2-5, Nov., 2022	COEX, Seúl	http://coexfoodweek.com//

	Corea del Sur. Abarca un potencial de exposición a nivel global.			
<i>Busan Café Show</i>	La única exposición especializada en café, bebidas, postres y panadería en Busan y Gyeongnam	<i>1-4, Sep., 2022</i>	<i>BEXCO, Busan</i>	<i>https://busancafeshow.co.kr/</i>
<i>Korea Incheon International Food Fair 2022</i>	Exhibición de Productos agrícolas y marinos, productos procesados y lácteos, productos ganaderos, alimentos fermentados, alimentos preparados para el hogar, panadería, café, bebidas y bebidas alcohólicas	<i>1-4, Sept, 2022</i>		<i>http://www.foodfair.co.kr/main.php</i>
<i>Cafe & Bakery Fair</i>	Se lleva a cabo 4 veces al año y puede ver las tendencias del mercado de cafés en la segunda mitad del año a través de esta exposición.	<i>6-9, Oct., 2022</i>	<i>KINTEX, Goyang</i>	<i>https://www.cafenbakeryfair.com/page/page1</i>

7. CERTIFICACIONES

En el mercado coreano, una de las tendencias más notorias es la presencia de productos saludables. La preferencia del consumidor hacia productos más saludables es una tendencia que en los últimos años se ha apropiado de la cultura coreana, la cual se ve cada vez más influenciada por la cultura occidental en preferir lo orgánico sobre lo saturado.

En este sentido, se reconoce los Certificados como HACCP o Alimentos Orgánicos Procesados por Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales para garantizar la seguridad alimentaria y productos saludables. En Corea el HACCP es regulado por la Ley de Inocuidad Alimentaria (Food Sanitation Act). En algunas plantas de producción es recomendado, mientras que en otras es obligatorio. El HACCP es obligatorio para los siguientes productos:

- o Alimentos procesados de pescado.
- o Pescados, mariscos y subproductos congelados.
- o Pizzas, albóndigas y fideos congelados.
- o Aperitivos congelados

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec

- o Bebidas sin ningún proceso de evaporación.
- o Repollo esterilizado en contenedores sellados.

Asimismo, “Alimentos Procesados Orgánicos” significa alimentos fabricados o procesados utilizando productos agrícolas o ganaderos orgánicos como materiales o ingredientes. El sistema de certificación de alimentos orgánicos procesados es un sistema bajo el cual la marca de certificación y las palabras 'orgánico' pueden usarse para productos procesados solo después de que las agencias de certificación acreditadas hayan garantizado que el sistema de gestión del producto cumple con los estándares legales, como resultado de su inspección de ingredientes utilizados para el procesamiento de productos orgánicos y el proceso de fabricación.

Para más detalles, favor de referirse al siguiente link de la página web oficial del Ministerio de Seguridad Alimentaria y Farmacéutica de Corea (MFDS, según sus siglas en inglés) de Corea y la agencia de Corea para HACCP:

https://www.mfds.go.kr/eng/wpqe/m_9/de0110011001.do

<https://www.haccp.or.kr/userEng/main.do>

8. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

8.1 Barreras arancelarias

La fruta IQF ecuatoriana ingresa con 30% de arancel a Corea, a diferencia de un arancel del 0% por su TLC con: Estados Unidos, Vietnam, Chile y Perú. Esta diferencia hace que los productos de estos países tengan mayor cotización por importadores y vendedores, los cuales tendrían un mayor margen de ganancia.

PAÍS	ARANCEL	TLC
EE. UU	0%	sí
Vietnam	9%	sí
Chile	0%	sí
Perú	0%	sí
China	30%	no
Ecuador	30%	no

Elaboración: OCE Seúl

Para más detalles, favor de referirse al siguiente link de la página web oficial del Portal de información sobre derecho aduanero: <https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do>

8.2 Barreras no arancelarias

Aunque Corea del Sur tiene unos requisitos fitosanitarios que se consideran altos y exigentes para productos frescos y orgánicos, los cuales limitan el ingreso de productos que utilizan montos de pesticidas y abonos que sobrepasan lo autorizado. Las frutas IQF, no tienen estos limitantes y pueden ingresar con mayor facilidad. Siempre y cuando el producto esté registrado en la base de datos de laboratorios de la aduana coreana.

Esta simplicidad de ingreso hace que la mayor barrera no arancelaria sea el empaquetado para consumo individual, lo cual a veces puede encarecer costos al productor.

Asimismo, el impacto logístico, a nivel global, creado por la pandemia del 2020-2022, el cuello de botella en el puerto de Shanghái, y la guerra con Rusia-Ucrania, ha hecho que el precio de flete se incrementara 4 veces más que en el 2021. Este aumento limita la movilidad de navieras de carga entre la región asiática y Latinoamérica. Sin embargo, es importante resaltar que, el precio FOB de Ecuador a Corea es menor al que se presenta a las empresas asiáticas interesadas en exportar hacia la región latinoamericana.

9. PRECIOS

Según la Federación de Consumidores de Corea, el precio por 100 gramos de fruta congelada es de 692 a 1.780 wones para los arándanos, 520~1000 wones para fresa, y 592-799 wones para mango (USD \$1 = KRW 1,200 wones).

El precio promedio de la fruta congelada por kg es alrededor de 8,000 wones, y toma en cuenta el beneficio que el producto tiene bajo un TLC. Por ejemplo: el TLC Corea-Vietnam el cual entró en vigencia en el 2015, ahora tiene un arancel del 6%, el cual será cero en el 2024. El TLC entre Corea-Perú el cual entró en vigencia en el 2011, ya cuenta con un arancel del 0%.

El año pasado, las importaciones de frutas congeladas ascendieron a 35,770 toneladas, más del doble de las 16,467 toneladas de 2005.

Asimismo, el Acuerdo Regional de Asociación Económica Integral (RCEP), que fue concluido en noviembre del 2020, está en vigencia desde este año. El RCEP es un mega TLC en el que participan 10 países de la ASEAN (Asociación de Naciones

del Sudeste Asiático) y 15 países, incluidos Corea, China y Japón. Cuando RCEP entre en vigor este año, el arancel a las frutas congeladas de la ASEAN bajará 2 puntos porcentuales cada año desde el 24 % actual, a “0” en 2036. Esto significa que ha comenzado a incrementar significativamente el ingreso de muchas frutas congeladas de: Filipinas, Tailandia, Malasia e Indonesia.

En el siguiente cuadro se muestra los precios de las frutas de IQF en supermercados coreanos: (USD \$1 = KRW 1,200 wones)

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN SUPERMERCADOS FRESAS						
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO
Seúl		Corea	KRW 10,800	USD 9	1 KG.	E-mart
Seúl		Chile	KRW 19,900	USD 16.5	3 KG.	E-mart
Seúl		Chile	KRW 5,390	USD 4.4	1 KG.	Homeplus
Seúl		Corea	KRW 8,000	USD 6.6	1 KG.	Lotte Mart

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN ONLINE FRESAS						
PAÍS OCE	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO	LINK DEL SUPERMERCADO
Seúl	Chile	KRW 5,980	USD 4.9	1 KG.	Market Kurly	https://www.kurly.com/shop/goods/goods_view.php?&goods_no=95825
Seúl	Perú	KRW 11,980	USD 9.9	1 KG.	Coupang	https://www.coupang.com/vp/products/5321115883?itemId=7740496182&vendorItemId=75030627996&pickType=COUPICK&q=%EB%83%89%EB%8F%99%EB%94%B8%EA%B8%B0&itemsCount=36&searchId=fd14468f4861481aad24838154448f94&rank=1&isAddedCart=1
Seúl	Corea	KRW 18,990	USD 15.8	2 KG.	Naver Sotre	https://smartstore.naver.com/7pmalln/products/4558000258?NaPm=ct%3Dl1vuz2w8%7Cci%3Dad9ca99f58c37c215306bf46c5a225d6829ac340%7Ctr%3Dslsl%7Csn%3D221000%7Chk%3D4789dca2c2f80cffc29cc8c08a456c9714d49331

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN SUPERMERCADOS MANGO						
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO
Seúl		Vietnam	KRW 11,800	USD 9.8	1 KG.	E-mart
Seúl		Perú	KRW 10,800	USD 9	1.5 KG.	E-mart
Seúl		Vietnam	KRW 7,990	USD 6.6	1 KG.	Homeplus
Seúl		Perú	KRW 7,200	USD 6	1 KG.	Lotte Mart

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN ONLINE MANGO						
PAÍS OCE	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPE RMER CADO	Link del Supermercado
Seúl	Perú	KRW 7,500	USD 6.25	1 KG.	Marke t Kurly	https://www.kurly.com/shop/goods/goods_view.php?&goodsno=54840
Seúl	Vietnam	KRW 10,400	USD 8.6	1 KG.	Coup ang	https://www.coupan.com/vp/products/344940935?itemId=1095540518&vendorItemId=5615599192&pickType=COU_PICK&sourceType=srp_product_ads&clickEventId=5e38fb0c-3866-4e3e-b8f8-fb458f4c6b72&korePlacement=15&koreSubPlacement=1&q=%EB%83%89%EB%8F%99%EB%A7%9D%EA%B3%A0&itemsCount=36&searchId=d4e8440e43da461ba397c0dc0e4e140&rank=0&isAddedCart=
Seúl	Perú	KRW 7,900	USD 6.5	1 KG.	Naver Sotre	https://smartstore.naver.com/goods_korea/products/5057919852?NaPm=ct%3Dl1vfn%7Cci%3D0a4dcc35e2e03828234d0e417664aa127ad6be5f%7Ctr%3Dsisi%7Csn%3D950165%7Chk%3Da0030ab42060fc87cfa3aa3748c5b5323b5ff5c1

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN SUPERMERCADOS BANANO (MIXTO)						
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO O USD	PESO	SUPERMERCADO
Seúl	 Banano y Mango	Perú	KRW 10,800	USD 9	1 KG.	E-mart
Seúl	 Banano y Fresa	Perú	KRW 10,800	USD 9	1 KG.	E-mart
Seúl	 Banano y Aguacate	Perú	KRW 8,600	USD 7.1	750 G.	E-mart

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN SUPERMERCADOS BERRIES						
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO
Seúl	 Arándanos	Estados Unidos	KRW 11,980	USD 9.9	700 G.	E-mart
Seúl	 Triple Berries_ Arándano, Mora, Frambuesa	Chile	KRW 15,800	USD 13.1	1.5 KG.	E-mart
Seúl	 Arándanos	Chile	KRW 6,990	USD 5.8	1 KG.	Homeplus
Seúl	 Triple Berries_ Arándano, Mora, Frambuesa	Chile	KRW 9,520	USD 7.9	1 KG.	Lotte Mart

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN ONLINE BERRIES						
PAÍS OCE	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO	LINK DEL SUPERMERCADO
Seúl	Canadá_ Arándano	KRW 12,900	USD 10.75	1 KG.	Market Kurly	https://www.kurly.com/shop/goods/goods_view.php?&goodsno=118721
Seúl	Serbia Mora	KRW 20,900	USD 17.41	1 KG.	Coupang	https://www.coupang.com/vp/products/275801259?itemId=872939442&vendorItemId=5204742475&q=%EB%83%89%EB%8F%99+%EB%B8%94%EB%9E%99%EB%B2%A0%EB%A6%AC&itemsCount=36&searchId=bf28345ae80a4354b88ee4a5db127a68&rank=3&isAddedCart=
Seúl	Polonia_ Frambuesa	KRW 42,660	USD 35.55	3 KG.	Gmarket	http://item.gmarket.co.kr/DetailView/Item.asp?goodscode=1884384938&GoodsSale=Y&jaehuid=200001169&NaPm=ct%3D1x0f000%7Cci%3Dd9cc7eb547f89ee92651eb5ed7c510684e5a4049%7Ctr%3Dsls%7Csn%3D24%7Chk%3Dfc5975e6b1eb884d0604ab339c3bb96259167e00

PRECIO Y PRESENTACIONES DE LAS FRUTAS DE IQF EN SUPERMERCADOS OTROS

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec

PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO KRW	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO
Seúl	 Aguacate	PERU	KRW 10,800	USD 9	1 KG.	E-mart
Seúl	 Cereza	Chile	KRW 7,980	USD 6.6	0.5 KG.	E-mart
Seúl	 Frutas Tropicales_ Mango, Papaya y Pitahaya	Vietnam	KRW 6,990	USD 5.8	1 KG.	Homeplus
Seúl	 Uvilla	Perú	KRW 5,600	USD 7.9	450 G.	Lotte Mart

10. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusión

Existe una creciente demanda por frutas IQF en el mercado coreano. Es importante resaltar que una de las tendencias post pandemia ha sido la búsqueda de productos que promuevan el sabor y la salud, pero que sean fáciles de guardar y usar para consumo individual.

Adicionalmente, las empresas coreanas se encuentran en preparación ante una nueva tendencia de consumidor más exigente, y han empezado a desarrollar nuevos productos para aumentar su rentabilidad. Esta tendencia denominada Consumidor Gris se ha desarrollado por el decrecimiento de consumidores de entre 20 y 30 años, la reducción significativa en los últimos años debido a la baja tasa de natalidad, hace que importadores coreanos se preparan en buscar productos de alta calidad enfocada en generaciones mayores.

En Corea se registra una tasa de nacimiento de 260.500 en el 2021, menos de la mitad de la cifra registrada en el 2001 cuando el número de recién nacidos fue de 559.934.

La importación de frutas congeladas desde Ecuador al mercado coreano ocupa el puesto 30, con su totalidad de importación, USD 31 mil dólares por 22,006 kilos.

Los países que exportan la mayoría de las frutas IQF a Corea cuentan con acuerdos de TLC, parece que hay un límite para que los productos ecuatorianos puedan exportarse al mercado coreano, incluso para productos de alta calidad, debido al arancel de 30%.

Actualmente, se han reanudado las negociaciones para concluir un acuerdo TLC con Corea, que se encontraban suspendidas desde el 2016, de resolverse la parte arancelaria, se espera aumentar el volumen de exportación de frutas IQF desde Ecuador como los casos de Perú y Chile.

10.2 Recomendaciones

Tomar oportunidad de la nueva tendencia del consumidor coreano que busca productos saludables de calidad para presentar la oferta exportable de frutas IQF que el Ecuador exporta.

Adicional a la salud y el sabor, al consumidor coreano le gusta probar cosas nuevas que en Asia se pueden considerar exóticas o diferentes. De igual forma, el consumidor

prefiere productos en empaquetados llamativos y diferentes que resalten lo exótico que es el producto.

Se considera oportuno la apertura de espacio para empaquetados mixtos de frutas IQF, ya que aquello puede ser enfocada a empresas y servicios de salud que se dedican a desarrollar productos saludables y de dieta - la tendencia en búsqueda de productos que faciliten o promuevan la pérdida de peso, es algo muy cotizado en el mercado coreano, más aún ahora que la gente está tratando de perder el peso que ha acumulado durante las cuarentenas, confinamiento y distanciamiento social.

Considerando el creciente interés de los coreanos por las frutas exóticas y la creciente demanda de productos para la salud como los orgánicos, es necesario considerar los productos exportables de Ecuador que pudieran satisfacer estas condiciones.

Igualmente, en el caso de las frutas exóticas, si se proporcionan varios métodos de uso de frutas como recetas, será útil para promocionar el producto.

Por último, la mayoría de los alimentos y productos procesados del mercado coreano han obtenido la certificación HACCP, por lo que para poder competir, es necesario obtener una certificación similar o idéntica para los productos de IQF de Ecuador.

REFERENCIAS

- Normas de Etiquetado
Legislación pertinente: Food Labeling Standards
http://www.mfds.go.kr/files/upload/eng/Foods_labeling_standards_03.pdf