

Perfil de **Accesorios y Prendas de Alpaca** del mercado de Corea del Sur



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido elaborado en el mercado coreano, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado ha sido supervisado y validado por la OCEX Seúl, y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y de PROMPERÚ. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: “MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Corea del Sur”





Índice

Introducción	6
1. Tamaño del Mercado	8
1.1 Producción local	8
1.2 Importaciones del país de destino	9
1.3 Importaciones desde Perú y análisis de los principales competidores	10
2. Análisis de la Demanda	27
2.1 Análisis de tendencias	27
2.2 Atributos y percepción del producto peruano	28
3. Auditoría en Tiendas	29





4. Condiciones de Acceso al Mercado	34
4.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos	34
4.2 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado	34
5. Canales de Comercialización y Distribución	35
6. Perfil de Compradores	39
7. Actividades de Promoción	40
7.1 Ferias	40
8. Oficinas y Gremios	42
9. Fuentes de Información	43
9.1 Fuentes de información	43



Introducción

El perfil de accesorios y prendas de alpaca para el mercado de Corea del Sur, analiza el comportamiento de sus importaciones y exportaciones, al mismo tiempo que identifica las oportunidades

de comercialización para las empresas peruanas.

A continuación, se presenta las subpartidas arancelarias de accesorios de alpaca.

Tabla N° 1: Subpartida arancelaria de productos relevantes de alpaca

Tipo	Subpartida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú (2017)
Accesorios	5108.20.00.00	Hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta al por menor	8%	0%
	5105.39.00.00	Pelo fino cardado o peinado de alpaca	0%	0%
	5111.90.00.00	Tejidos de lana cardada o de pelo fino cardado	13%	0%
	5112.90.40.00	Los demás tejidos de lana o pelo fino	13%	0%

Fuente: Oficina de Aduanas de Corea del Sur, <https://unipass.customs.go.kr>



Tipo	Subpartida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú (2017)
Prendas	6104.41	Vestido de lana o de pelo fino	13%	0%
	6104.61	Pantalón de lana o de pelo fino	13%	0%
	6202.11	Abrigos, chaquetones, capas, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas, excepto los de la partida 62.04. de lana o de pelo fino.	13%	0%
	6204.31	Chaqueta de Alpaca y chaquetas (sacos) para mujeres o niñas, de lana o pelo fino	13%	0%

Fuente: Oficina de Aduanas de Corea del Sur, <https://unipass.customs.go.k>

Los productos de alpaca se pueden dividir en pelo fino o hilo de alpaca, tejidos y prendas de vestir de alpaca. Los artículos de alpaca por subpartida aparecen en la tabla N° 1. Los productos de Alpaca no se ubican en una única subpartida en Corea del Sur. Sin embargo, en general tanto el hilo de lana o de otro animal, como un tejido o lana, o una prenda hecha con hilos de distintos animales son artículos que corresponden a la categoría.

Los datos incluidos en este informe han sido obtenidos por estadísticas oficiales del Gobierno coreano en la moneda en la que están publicadas. Como referencia para aquellas tablas que están en la moneda local ₩ o won surcoreano (en adelante KRW), el cambio medio USD / KRW en el año 2016 fue de 1 USD = 1 070,76933 KRW.

Para las cifras de comercio indicadas se han tomado como referencia precios CIF para las importaciones y FOB para las exportaciones.

01

Tamaño del Mercado

Realizar una estimación del mercado de la lana de alpaca no es simple, ya que involucra varios mercados y sub mercados. En efecto, para tener una idea del potencial de la lana de alpaca, es importante valorar el mercado textil en general, de la lana y de la alta costura que es el sector que más usa lana de alpaca

En los productos de alpaca se pueden dividir en mercado de hilo o tejido de alpaca y las prendas de alpaca. Como se mencionó anteriormente, se debe tener en cuenta que en la información de las estadísticas de comercio también se puede incluir lana y pelo de los productos hechos de otros animales.

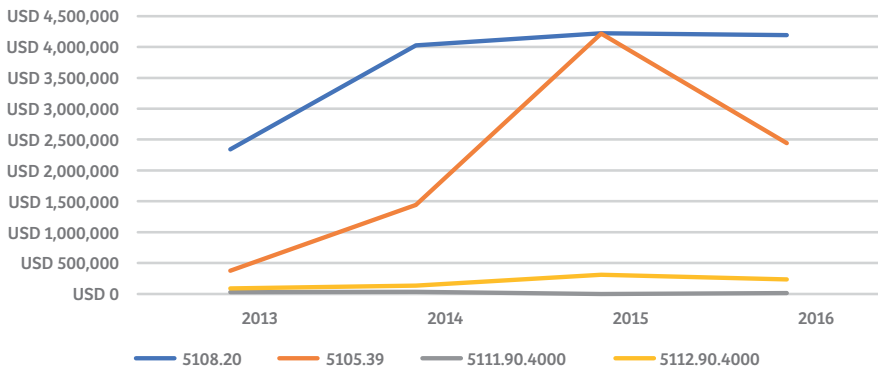
1.1 Producción local

No existe producción local de prendas y accesorios de fibras de alpaca en Corea del Sur (en adelante Corea).



1.2 Importaciones del país de destino

Gráfico N° 1: Valor de importaciones (Valor FOB USD) de los hilados o tejidos de alpaca desde Perú a Corea (2013-2016), según subpartidas



Fuente: ADEX PERU <http://www.adexdatatrade.com>

Elaboración: OCEX Seúl

El Gráfico N° 1 muestra el valor de hilos y tejidos de alpaca peruanos importados por Corea entre los años 2013 y 2016. Los productos con mayor demanda en Corea son los correspondientes a la subpartida

N° 5108.20, que muestran una tendencia estable durante el período. El siguiente producto más demandado es el de la subpartida N° 5105.39 con una importante hasta 2015 y una fuerte caída el 2016.

1.3 Importaciones desde Perú y análisis de los principales competidores

Accesorios de alpaca

Tabla N° 2: Principales proveedores de hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta al por menor (subpartida N° 5108.20.00.00)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
Perú	2 206	4 116	4 678	4 245
Italia	1 644	1 742	2 309	1 393
China	653	543	599	426
Sudáfrica	-	9	-	25
Subtotal	4 503	6 410	7 586	6 089
Mundo	4 783	6 452	7 627	6 089

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl

La tabla N° 2 muestra los principales proveedores de hilados de pelo fino peinado sin acondicionar para la venta al por menor (subpartida N° 5108.20) entre 2013 y 2016 en Corea. Las importaciones en valor de estos productos muestran un aumento continuo hasta 2015 pero en el

2016 se redujo 20% en comparación con el año previo.

La mayor cuota del mercado la posee Perú en el 2016 con 70%, seguido por Italia con el 23% de participación. De 2013 a 2016 las importaciones de hilado

Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
81	146	146	159	27
27	27	31	20	69
9	8	9	6	71
-	-	-	-	-
117	181	186	185	
130	182	187	185	

peruano fueron en constante aumento; sin embargo, los valores importados han disminuido el 2016. Como se explica en la tabla, el precio de importación se redujo en comparación con el año anterior.

Por otro lado, si se compara con las cantidades de importaciones de cada país, mientras que otros países han ido disminuyendo año tras año, solo en Perú ha incrementado desde 2013 hasta 2016.



Tabla N° 3: Principales proveedores de pelo fino cardado o peinado de alpaca (subpartida N° 5105.39.00.00)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
Perú	1 229	1 966	4 896	2 705
China	2 021	1 815	939	974
República de Sudáfrica	1 043	1 869	1 678	629
Argentina	18	39	66	55
Subtotal	4 311	5 689	7 579	4 363
Mundo	4 841	6 673	7 840	4 427

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>
Elaboración: OCEX Seúl

La tabla N° 3 muestra los principales proveedores de pelo fino cardado o peinado de alpaca (Subpartida N° 5105.39) entre los años 2013 y 2016 de Corea. Las importaciones en valor de estos productos muestran un aumento continuo hasta el año 2015, mientras que el 2016 se

redujo 44% en comparación con el 2015. Mayormente los montos importaciones desde cada país fueron decreciendo, mientras que únicamente el monto de los envíos de China fue en aumento en el 2016 con USD 974 mil.



Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
71 535	106 393	222 300	163 262	17
42 674	51 171	37 282	44 365	22
31 090	47 602	52 926	18 515	34
1 063	2 364	3 384	2 886	18
146 362	207 530	315 892	229 028	
221 975	261 260	329 638	234 592	

Perú desplaza a China desde el año 2014 por tres años consecutivo y ocupa el primer lugar en el origen de las importaciones coreanas. El año 2016 los enúos peruanos a Corea disminuyeron

45% en comparación con el año 2015 pero mantuvo el primer lugar con una cuota de mercado de 71%, seguido por China que posee el 20%, Sudáfrica con 8% y Argentina con 1%.



Tabla N°4: Principales proveedores de tejidos de lana cardada o de pelo fino cardado (subpartida N° 5111.90.00.00)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
Italia	965	2 019	1 492	1 480
China	2 237	1 902	2 300	822
Japón	268	333	303	182
Perú	14	11	2	19
Subtotal	3 485	4 265	4 121	2 516
Mundo	3 572	4 321	4 165	2 540

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl

La tabla N° 4 muestra los principales proveedores de tejidos de lana cardada o de pelo fino cardado (subpartida N° 5111.90) entre el 2013 y 2016 de Corea. La demanda se incrementó los años 2013 y 2014 para luego mostrar una tendencia

a la baja. En particular, el año 2015 en comparación con 2016, las importaciones coreanas se redujeron bruscamente.

A diferencia de los dos productos anteriores la mayor porción de mercado de tejidos de

Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
12 001	23 560	24 953	26 204	57
90 803	74 651	78 280	38 079	21
4 797	6 874	7 562	4 260	45
259	189	25	418	47
107 860	105 274	110 820	68 961	
111 970	106 856	112 550	69 590	

lana o de pelo fino cardado (subpartida N° 5111.90) en valor le corresponde a Italia. Mientras que Italia ocupó una cuota de mercado del 59%, Perú alcanzó solo el 1% en el mercado durante el 2016. La estadística demuestra que Corea tiene alta

preferencia por el hilo de alpaca de peruano mientras que la tela de alpaca es preferida desde otros países como Italia que goza de renombre mundial en el mundo de la moda o desde China que cuenta con un sin número de fábricas de tejido de bajo precio.



Tabla N°5: Principales proveedores de los demás tejidos de alpaca o de llama (subpartida N° 5112.90)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
Italia	2 833	4 119	3 935	4 159
China	2 357	1 695	2 134	1 200
Japón	581	1 045	1 094	1 195
Perú	619	964	1 023	334
Subtotal	6 390	7 823	8 186	6 888
Mundo	6 583	7 987	8 349	7 060

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl

En la tabla N° 5 se muestra el tamaño del mercado coreano de importación de los demás tejidos de alpaca o de llama (subpartida N° 5112.90), así como los principales países exportadores que atienden dicho mercado. La cuota de

mercado de la subpartida N° 5112.90 es similar a la de la subpartida N° 5111.90, donde Italia representa el 60%, China 18%, Japón 17% y Perú 5% el año 2016.

Italia consolida su condición de líder de

Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
29 470	38 259	46 795	42 886	97
105 523	78 023	82 864	48 828	24
12 971	22 025	26 227	25 937	46
13 355	18 397	17 030	5 769	57
161 319	156 704	155 886	123 420	
171 376	161 143	175 038	126 467	

mercado en esta subpartida, aumentando constantemente sus enúos entre los años 2013 y 2016. Si bien el valor del mercado se redujo en 15,4% durante el 2016 versus el 2015, Italia aumentó el valor exportado en 5,7% entre 2015 y 2016.

Las importaciones de productos peruanos en valor cayeron abruptamente el 2016. El monto de productos peruanos ascendió a USD 1 millón durante el 2015 pero en el 2016 apenas fue USD 334 mil, 67,4% menos que un año antes.



Prendas de alpaca

Tabla N°6: Principales proveedores de vestidos de lana o de pelo fino incluido el de alpaca (subpartida N° 6104.41)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
China	1 210	1 972	2 235	2 333
Italia	1 955	1 758	1 905	1 743
Reino Unido	122	84	211	206
Vietnam	26	11	14	147
Francia	285	186	85	120
Turquía	32	72	141	114
Rumania	53	86	29	87
Madagascar	1	-	10	82
Japón	79	108	251	50
Estados Unidos	67	105	105	33
Perú	0 7	0	0	0
Subtotal	3 830	4 382	4 986	4 915
Mundo	4 352	4 805	5 224	5 107

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl

Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
7 087	16 352	25 523	28 148	83
2 025	1 616	2 081	2 294	760
176	102	146	139	1 482
542	413	370	2 670	55
347	540	63	109	1 101
114	420	549	427	267
108	290	75	381	228
1	-	63	599	137
127	273	556	243	206
69	208	245	43	767
1	0	0	0	-
10 596	20 214	29 671	35 053	
12 380	21 710	31 284	35 942	



Tabla N°7: Principales proveedores de pantalón de lana o de pelo fino incluido el de alpaca (subpartida N° 6104.61)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
Italia	144	213	317	406
China	142	207	156	252
Vietnam	-	-	5	60
Portugal	6	43	3	37
Bulgaria	-	1	8	27
Japón	9	14	27	25
Madagascar	-	-	-	20
Reino Unido	44	109	17	19
México	35	33	34	16
Estados Unidos	2	10	59	14
Subtotal	382	630	626	876
Mundo	417	648	651	924

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl



Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
196	310	642	651	624
2 640	2 090	1 250	3 482	72
-	-	141	552	109
45	187	10	70	529
-	1	16	70	386
22	30	113	67	373
-	-	-	158	127
30	52	18	19	1 000
87	102	122	51	314
4	18	332	25	560
3 024	2 790	2 644	5 145	
3 171	2 880	2 779	5 338	



Tabla N°8: Principales proveedores de abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, para mujeres o niñas (subpartida N° 6202.11)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
China	37 421	43 442	56 220	74 565
Italia	14 330	16 562	19 440	21 401
Vietnam	3 153	4 429	3 694	19 991
Francia	3 173	4 790	6 332	5 819
Bosnia y Herzegovina	1 401	2 484	2 451	4 081
Rumania	1 351	1 665	1 514	1 835
Polonia	454	530	1 034	1 256
Reino Unido	220	555	879	696
Marruecos	548	402	514	694
Bulgaria	311	856	959	661
Perú	0	11	18	3
Subtotal	62 362	75 726	93 055	131 004
Mundo	69 116	82 646	100 826	135 944

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl



Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
1 608	1 875	2 294	3 088	24
21	24	44	31	690
135	148	123	682	29
2	3	3	3	1 940
6	8	8	13	314
5	6	8	11	167
1	2	3	3	419
1	2	3	2	348
10	7	9	12	58
1	3	6	3	220
0	0 42	0 059	0 02	150
1 790	2 078	2 501	3 291	
1 879	2 162	2 572	3 873	



Tabla N°9: Principales proveedores de chaqueta de alpaca (sacos), para mujeres o niñas, de lana o pelo fino (subpartida N° 6204.31)

Socio	Valor Importado (USD miles)			
	2013	2014	2015	2016
China	7 955	5 981	5 673	7 604
Italia	5 467	4 302	4 125	4 619
Francia	3 317	2 641	2 583	3 118
Vietnam	204	273	782	2 731
Rumania	548	582	437	510
Bulgaria	126	221	208	374
Estados Unidos	486	235	517	368
Polonia	81	220	125	363
Japón	358	325	294	355
Portugal	348	491	439	253
Perú	2	-	-	-
Subtotal	18 892	15 271	15 183	20 295
Mundo	20 507	16 632	16 692	21 780

Fuente: Trademap <http://www.trademap.org>

Elaboración: OCEX Seúl



Cantidad Importada (kg)				Precio 2016 (USD/ kg)
2013	2014	2015	2016	
320 144	258 966	223 500	348 370	22
7 983	8 993	7 169	7 719	598
292	892	1 256	1 568	1 989
7 562	5 089	37 133	101 462	27
1 512	1 807	2 266	1 878	272
492	936	1 042	2 230	168
1 117	443	2 247	1 260	292
263	516	365	1 407	258
823	847	781	935	380
1 622	2 267	2 536	1 485	170
15	-	-	-	-
341 825	280 756	278 295	468 314	
350 328	287 637	285 358	476 581	



Desde la tabla N° 6 a la tabla N° 9, se mostraron los nichos de importación del mercado coreano en relación a la adquisición de vestidos, abrigos, chaquetas, capas y pantalones hechos de lana u otras pieles de animales, incluidas las alpacas. Las importaciones de prendas de vestir en valor y en cantidades siguen aumentando.

Como se mostró en las tablas, en el caso de vestidos de lana o de pelo fino incluido alpaca, China, Italia, Vietnam y Francia son los líderes de la exportación. Es importante remarcar que Corea del Sur importa productos chinos y vietnamitas

se en grandes cantidades a precios relativamente bajos, en tanto que las prendas terminadas provienen de Italia, Francia y el Reino Unido a precios más altos con mejor calidad y diseño.

Mientras tanto, las importaciones del Perú en valor y en cantidades son tan bajas que, a diferencia del mercado del hilo de alpaca, no se encuentran entre los diez primeros orígenes de importación. Esto refleja, por un lado, el hecho de que las confecciones de alpaca peruana casi no se exportan a Corea y, por otro, la alta competencia registrada en el mercado coreano de prendas de vestir.



02

Análisis de la Demanda

2.1 Análisis de tendencias

Tendencia general para prendas y accesorios

Según el Instituto de Investigación de la Industria de la Moda de Corea, el mercado coreano de prendas de vestir asciende a KRW 42 193,2 mil millones (en el 2016).

En Corea, el mercado de la moda está cada vez más fragmentado debido a factores como la propagación del sistema de cinco días de trabajo y los cambios en el estilo de vida debido a la transición a una sociedad envejecida, la búsqueda de una cultura de consumo racional y la polarización del mercado.

El negocio de la moda está dominado por la demanda interna, que es más sensible a los cambios en la economía doméstica

que otras industrias. Según el índice de confianza del consumidor y las tendencias de las perspectivas de gastos de ropa encuestadas por el Banco de Corea, el gasto de los consumidores en ropa personal está altamente relacionado con el sentimiento del consumidor, que es un índice para comprender colectivamente la percepción general de la economía. El gasto del consumidor también está estrechamente relacionado con el ingreso disponible, por lo que la moda y las industrias de prendas de vestir están altamente relacionadas con las fluctuaciones económicas.

Por otra parte, hay una ligera diferencia en la sensibilidad a las fluctuaciones económicas por la obsesión de la ropa. En general, la ropa masculina tiene la mayor sensibilidad a las fluctuaciones



económicas. Mientras que la sensibilidad a la variación de los precios de los grupos de consumidores de ropa de lujo es limitada. Por lo tanto, la ropa de lujo y la ropa de mujer casual se caracterizan por contar con una demanda inelástica.

Accesorios y prendas de alpaca

La preferencia de los consumidores por los materiales de alta calidad viene aumentando debido a la difusión del consumo de valor. El consumo de valor es la tendencia de las personas de entre 20 y 30 años a gastar todo en el valor que consideran importante, mientras que con respecto a otros bienes o servicios son prudentes y racionales al momento de consumir.

Entre las prendas de alpaca, la capa de alpaca específicamente era un material muy de moda en Corea hace 8 años, considerándose popular en el segmento de la población entre mediados de 20 y

hasta mediados de 40 años. Sin embargo, la cachemira se impuso en el mercado, ya que las prendas de cachemira son mucho más ligeras que la alpaca y es reconocido como el material más fino en Corea. Como resultado, no solo la ropa de las mujeres, sino también los trajes de los hombres y trajes casuales usan dicho material en el mercado.

La demanda de materiales de alta calidad como la cachemira ha aumentado constantemente en medio de la recesión de la economía coreana, ya que los estándares de los consumidores y las expectativas de calidad continúan aumentando. El mercado de confecciones de punto de cachemira creció casi cuatro veces en dos años, de KRW 241 mil millones el año 2014 a KRW 960 mil millones en 2016. A medida que la psicología de la compra de productos superiores a precios razonables crece, la calidad de los materiales ha surgido como un criterio para elegir la compra.

2.2 Atributos y percepción del producto peruano

Por otro lado, la alpaca no tiene una preferencia única por angora o cachemira. La alpaca de Perú es bien conocida por el público ya que fue introducida en el programa de entretenimiento de viajes,

específicamente en el tema del Perú en 2014. Sin embargo, entre los productos de alpaca, no parecen preferir los productos hechos en Perú. Más bien, los consumidores prefieren la marca, el color, el ajuste y el diseño local.

03

Auditoría en Tiendas

Prendas de alpaca




A continuación, se presentan los precios minoristas de los abrigos de Alpaca:

Tabla N° 10: Precio minorista de abrigos de alpaca

Presentación	Marca	Material	Productor	Origen	Precio
	MAX MARA	Material exterior: ALPAKA 52% + Lana VIRGEN 48% Material interior: POLIESTER 100%, Pelo: Zorro	MAXMARA	Rumania	KRW 1 128 400 ~ KRW 1 240 000
	GOSHE	Exterior Material: Suri alpaca 68% lana 32% Forro: 100% poliéster	Seoyeon Trading	Corea	KRW 852 000 ~ KRW 872 000




Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Marca	Material	Productor	Origen	Precio
	KL	Suri alpaca 68% lana 32%	Lyn Company	Corea	KRW 852 000 ~ KRW 872 000
	LINE	Material exterior: Alpaca 68%, lana 32% Material interior: Poliéster 100% Esquema 1: lana 50%, 30% rayón, 20% poliéster esquema 2: piel de zorro 100%	LINE BY Lynn	China	KRW 593 100 ~ KRW 659 000
	EnC	Lana 78%, Alpaca 13% Nilón 9%	ELAND	Corea	KRW 390 406 ~ RKW 447 200

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Marca	Material	Productor	Origen	Precio
	SATIN	Material exterior: alpaca 63% lana 37% cuello de piel: visón 100% forro de cuello: poliéster 100% Forro: 100% poliéster	Yk038	China	KRW 332 100 ~ KRW 369 000
	Mariela Marini	Material exterior: Lana 52% Alpaca 27% Nilón 21% Material interior: 100% poliéster	Mariela Marini	Italia	KRW 259 000
	Izzat baba	Material exterior: alpaca Suri bebe: 74%, Lana: 26% Forro rayón: 100	Baba fashion	Corea	KRW 444 000

 Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>)

Elaboración: OCEX Seúl



En este cuadro se presenta el precio minorista de abrigos de alpaca. El costo varía según la marca y en el caso de los abrigos distribuidos en Corea, los abrigos se hacen mezclando fibras de diferentes materiales en vez de utilizar 100% alpaca.



En este caso, el precio puede variar dependiendo de la cantidad de alpaca que se utiliza para hacer el abrigo. En general, el costo de una chaqueta oscila entre KRW 400 mil y KRW 900 mil, mientras que en el caso de marcas famosas como Maxmara, es de más de KRW 1,2 millones.

Tabla N° 11: Accesorios de alpaca

Presentación	Marca	Material	Productor	Origen	Precio
	Crispy baa baa	Material Exterior: Premium Algodón 100% Relleno: Pelo de Premium Alpaca 100% - Origen Mayor: Perú	Crispy baa baa	Corea	KRW 807 500 ~ KRW 850 000
	Auere Alpaca	100% Alpaca lana (Perú) 100% algodón	Auere Alpaca	Korea	KRW 244 000 ~ KRW 288 000
	Suave Perú	100% Suri Alpaca bebé	Suave Perú	Perú	KRW 98 000

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>)

Elaboración: OCEX Seúl

Presentación	Marca	Material	Productor	Origen	Precio
	OEUF	100% Alpaca bebé	OEUF (marca de Estados Unidos)	Bolivia o Perú	KRW 180 978 ~ KRW 194 600
	LIST	Acrílico 40%, lana 25%, 23% nylon, 11% alpaca, 1% poliuretano	Indong FN	Vietnam	KRW 89 000

Fuente: E-Mart (<http://emart.ssg.com/>)

Elaboración: OCEX Seúl

Otros productos de alpaca distribuidos en Corea incluyen suéteres, cardigans, edredones, colchones, bufandas y ropa para bebés. Entre ellos, el colchón tiene un alto precio debido al uso intensivo de alpaca. Otros productos varían en precio desde KRW 250 mil a KRW 850 mil dependiendo de la calidad y la marca.

Por otro lado, las bufandas y ropa para bebés se venden en el mercado con productos de alpaca al 100%, ambos importados directamente del extranjero. Los precios van de KRW 100 mil a KRW 200 mil.



04

Condiciones de Acceso al Mercado

4.1 Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

El arancel aplicado por Corea del Sur para prendas de lana/ pelo e hilos de lana es cero, ya que el tratado de libre

comercio entre el Perú y Corea del Sur está actualmente vigente (desde agosto de 2011).

4.2 Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

A partir del 1° de agosto de 2016, el certificado de origen se unificó en un sistema de emisión autónoma de pleno derecho. A partir del 1° de agosto de 2016, el exportador preparará el certificado de origen según un formulario de muestra consensuado en el acuerdo.

Las leyes y reglamentos aplicables al comercio al por menor de textiles, prendas

de vestir y accesorios están relacionados con las leyes de propiedad intelectual (patente, modelo de utilidad, diseño, marca), la regulación monopolística y la ley de comercio justo. Otras leyes y reglamentos pertinentes incluyen la Ley de reglamentos sobre el Reglamento, la Ley sobre la equidad de la publicidad en pantalla y los avisos y directrices detallados de la Comisión de Comercio Justo.

¹ Cambio del método de emisión del certificado de origen del TLC Corea-Perú, Servicio de Aduanas de Corea, <http://customs.go.kr/kcshome/>

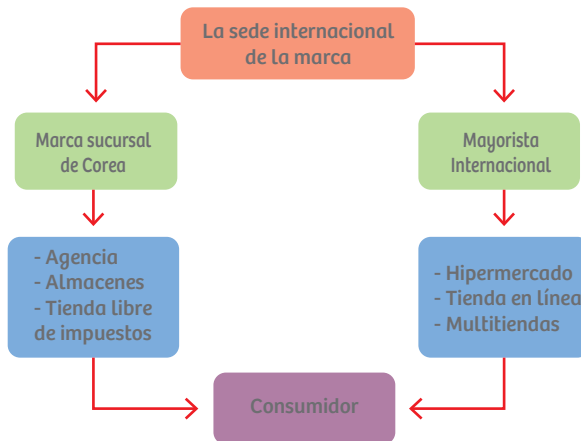
05

Canales de Comercialización y Distribución

El siguiente es el proceso de distribución de marcas extranjeras a Corea. Hay métodos de importaciones paralelos o importaciones directas. Las importaciones directas son la distribución de productos a través de diversos canales después

de establecer una sucursal de marca en Corea. Por otro lado, Las importaciones paralelas significan que los mayoristas compran productos y luego los distribuyen a grandes mercados, en línea, a home shopping y multi-tiendas.

Gráfico N° 2: Flujo de distribución de prendas de alpaca



En Corea, los canales de comercialización de ropa y accesorios pueden variar de la siguiente manera:

Las ventas de tiendas por departamento están aumentando entre los minoristas off line. En la tienda por departamentos, que es un canal representativo para la distribución de la moda, sus ventas aumentan en todas las categorías gracias a las agresivas campañas de ventas denominadas "Fiesta de ventas en Corea" durante el segundo semestre del 2016. Dominada por tres grandes tiendas por departamentos como Lotte, Shinsegae y Hyundai, la expansión actual y el poder adquisitivo se espera que continúen creciendo a través de estrategias de diferenciación, la competencia de los productos de lujo y la especialización en el fondo de la polarización. Dado que la

alpaca es un material de alta calidad, su distribución en los grandes almacenes es una de las líneas de distribución más importantes.

Los canales de distribución de hipermercado son cada vez más competitivos debido a la saturación de las tiendas, así, el crecimiento es limitado debido a la contracción del consumo privado y el endurecimiento de las regulaciones gubernamentales sobre el horario comercial y la apertura de hipermercados. El crecimiento de los hipermercados se viene reduciendo gradualmente debido al aumento de los hogares unipersonales, a las pequeñas compras debido al envejecimiento de la población, al rápido crecimiento de Internet y a las compras móviles y a la intensificación de la competencia entre las



empresas. Los principales supermercados son Costco Corea, E-Mart, Lotte Mart, Home Plus, Mega Mart, entre otros. (enumerados por rango de ventas) y entre ellos el hipermercado líder de esta industria es E- Mart.

Los canales de distribución de TV Home shopping incluyen el CJ O home shopping, GS Home shopping, Hyundai Home shopping, Woori Homeshopping, NS home shopping (clasificados por el ranking de ventas 2015) y 7 otras empresas. TV home shopping continuará creciendo en el futuro. Con la recesión, se detecta un efecto: la frecuencia de uso de TV home shopping aumenta ya que el tiempo frente al televisor aumenta debido a la reducción de actividades externas. Además, la empresa entrará activamente en el “negocio de T-commerce”, que es una combinación de TV y comercio. Home shopping puede ser una buena oportunidad para vender productos de Alpaca. Un anfitrión de TV home shopping (Host) puede explicar la competitividad y los méritos de la alpaca peruana y puede conducir las compras de mujeres interesadas en un rango de edades entre 30 y 60 años con alto poder adquisitivo.

La distribución en línea (On-line shopping) ha crecido a un ritmo más rápido que otras

industrias, al inducir compras razonables mejorando los servicios en curso, como precios bajos, entrega rápida y comentarios de los usuarios. Este alto crecimiento llevó a la entrada de más empresas y al aumento de la competencia en el mercado. EBay Corea, que opera G-market y Auction, lideró el mercado, pero según ‘Forbes Ajedrez’, ‘Kupang’ que opera el comercio social, ocupó el primer lugar en el mercado tres años después de su lanzamiento. Las siguientes son Interpark, Wimep, Lotte Mall y Timón. En vista de que los consumidores entre 20 y 30 años realizan ‘consumo de valor’, se puede utilizar internet para distribuir a un precio razonable productos de alpaca peruana.²

Formas de promocionar el sector textil peruano

Existen tres formas para promocionar los textiles peruanos entre las empresas coreanas.

- Visitando las grandes cadenas para presentarles las ventajas competitivas del Perú, los precios y enseñarles muestras.
- Organizando una feria de productos textiles en Corea e invitando a las grandes cadenas e importadores.

² Investigación de la industria de moda de Corea, Federación Coreana de Industrias Textiles (KOFOTI), 2016



- Contactando a los exportadores peruanos con los importadores coreanos cuando estos acuden a las principales ferias que se realizan en China y Japón.

Tabla N°12: Clasificación de los canales de comercialización, según características (Basada en encuesta de KFI-Korea Fashion Institute)

1. Grandes almacenes	<ul style="list-style-type: none"> - Una gran tienda llamada de departamentos. - Se incluye los stands - Lotte, Shinsegae, Hyundai, Hanwha Galleria, etc.
2. Centro comercial complejo (centro comercial)	<ul style="list-style-type: none"> - Varios tipos de tiendas de moda, cines, restaurantes, etc. - Centro comercial de tiendas al por menor con tiendas minoristas integradas - Centro Comercial COEX, Times Square, Garden Five, etc.
3. Tienda independiente de la marca	<ul style="list-style-type: none"> - Una sola tienda operada por la marca - Se incluye tienda de descuento de marca exclusiva - Galaxy, Bean Pole, Nike, etc.
4. Tienda multi	<ul style="list-style-type: none"> - Dónde vender una variedad de marcas de ropa de moda - Tienda general de la empresa de moda (Chail Industries, LG Fashion, Kolon, Handsome F / X, etc.), Sprice, ABC Mar (Tienda General de Zapatos)
5. Grandes tiendas de descuento	<ul style="list-style-type: none"> - Hipermercado enfocado en precio bajo todos los días - E-Mart, Homeplus, Lotte Mart, etc.
6. Salida	<ul style="list-style-type: none"> - Grandes tiendas de marcas complejas que venden productos de marca con descuento - Incluye puntos de venta de la marca y centros comerciales - Mario Outlet, Cheil Industries Outlet, etc.
7. Tienda de marca blanca	<ul style="list-style-type: none"> - Tiendas de venta de productos de ropa de marca blanca - Venta al por mayor y tienda de ropa al por menor - (Dongdaemun, Namdaemun mercado, Milleree, etc.), Bosee (Idae, Myeondong, etc.)
8. Internet/Móvil	<ul style="list-style-type: none"> - Cómo comprar su producto en Internet - CJ Compras, Compras moderna, Centro de Internet Individual, etc.
9. TV home shopping	<ul style="list-style-type: none"> - Cómo comprar su producto por TV - CJ o Shopping, Hyundai home shopping, NS shopping etc.
10. Mercado tradicional (Marca blanca)	<ul style="list-style-type: none"> - Tiendas de barrio o mercados tradicionales - Cómo comprar un producto de moda sin marca - Cerca de los mercados tradicionales, tiendas de barrio, tiendas, etc.
11. Compra en el extranjero	<ul style="list-style-type: none"> - Comprar productos de tiendas no coreanas
12. Otros	<ul style="list-style-type: none"> - Aduana, catálogo, ventas de la visita, red (multi-nivel)

Fuente: Korean Fashion Institute (KFI)

06

Perfil de Compradores

Normalmente se buscan proveedores vía 3 canales: a través de la OCEX, internet y las ferias. Debido a la distancia entre Corea y Perú, los importadores prefieren no visitar Perú frecuentemente. En ese sentido, puede ser un canal alternativo un bróker o una empresa consultora.

La principal feria que visitan los proveedores

coreanos es Preview Seúl, Indi Brand en Seúl, organizado por la Asociación de prendas de Corea y Perú Moda Asia en Seúl, organizado por OCEX SEUL.

La calidad es el criterio más importante al contratar un proveedor. El precio, estabilidad de suministro y tiempo de entrega también son muy considerados.



07

Actividades de Promoción

7.1 Ferias

Tabla N° 13: Ferias del sector

Feria del Sector	Fecha	Ubicación	Teléfono / Otros	Página Web
PERU MODA ASIA	7 de marzo	Intercontinental parnas hotel	02-772-9773	http://www.perumoda.com/asia/index_kr.html
Seoul Fashion week	25 de oct ~ 28 de oct 2017	Seúl COEX	02-6000-1068 /1071	foodweek.co.kr
Daegu Fashion Fair	30 de nov ~ 3 de dic 2017	Il San KINTEX	02-557-6776	www.worldfoodexpo.co.kr
Seoul Living Design Fair	8 de marzo ~ 12 de marzo	Seúl COEX	02-2262-7191	http://www.livingdesignfair.co.kr/fairDash.do



08

Oficinas y Gremios

- Fashionbiz (<http://www.fashionbiz.co.kr/>)
- Federación Coreana de Industrias Textiles (<http://www.kofoti.or.kr/>)
- Asociación de la industria de la confección coreana (<http://kaia.or.kr/>)
- Asociación de moda de Corea (<http://www.koreafashion.org>)
- Korea Importers Association (www.import.or.kr)
- Ministerio de Comercio, Industria y Energía (<http://english.motie.go.kr/www/main.do>)
- Korea Customs and Trade Development Institute (<http://www.kctdi.or.kr>)
- Aduanas de Corea del Sur (<http://english.customs.go.kr>)
- Comisión de Comercio de Corea del Sur (www.ktc.go.kr)

09

Fuentes de Información

9.1 Fuentes de información

Tabla N° 14: Fuentes de información

Razón Social	Tipo	Página Web
Combali	Empresa importadora	
Danju	Empresa importadora	
Sept points	Empresa importadora	
Arttex	Empresa importadora	
Flaflo	Empresa importadora	
Grange Yard	Empresa importadora	
Happy House	Empresa importadora	
Korea International Trade Association	Organizaciones económicas privadas	http://stat.kita.net/
Trade Map	Organización no Gubernamental	http://www.trademap.org

Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

