Seminarios virtuales Miércoles del exportador

¿Qué productos textiles pueden entrar a Corea? ¿Qué se necesita cumplir?

Lima, 08 de noviembre de 2023

Erick García González

egarciag@promperu.gob.pe

1 Coyuntura actual

+ 14 horas

Quito
Ecuador
Guayaquil
Cuenca
Iquitos
Piura
Tarapoto
Chiclayo
Cajamarca
Trujillo
Pucallpa
Chimbote
Huaraz
Perú
Cercado de Lima
Ayacucho
Cusco
Nasca
Juliaca
Puno
Arequipa
Tacna
ACRE
한국

Corea ahora

10ma economía del mundo

US$ 1.7 Billones* de PBI

2% del PBI del Mundo

51 millones de habitantes.

10 veces país más pequeño que el Perú y muy conectado.

US$ 449 Millones de exportaciones NME
*2do destino de las NME en Asia
*4to destino de las exportaciones totales

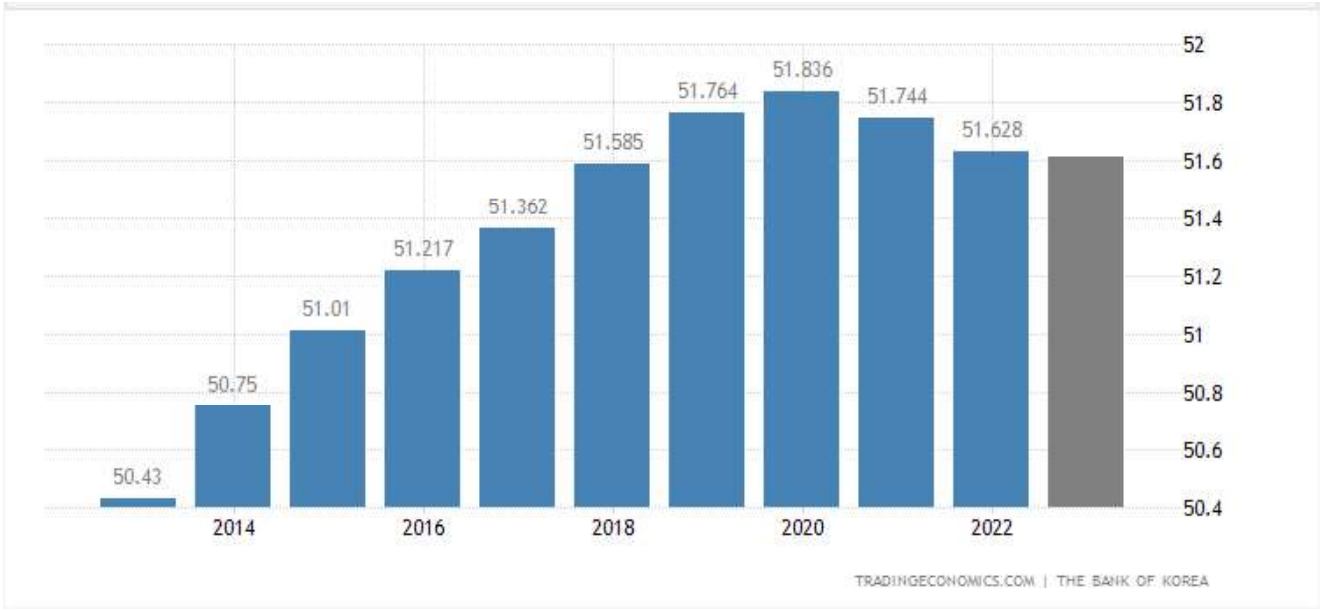
US$ 578 Billones en Importaciones (es el 9no importador en el ranking global)

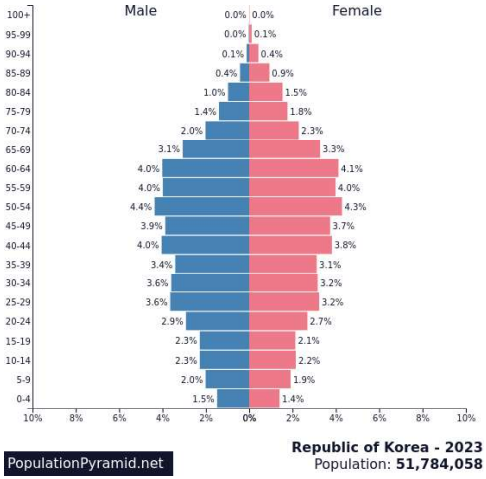
Considerada una sociedad monoétnica **99%** de sus habitantes son coreanos

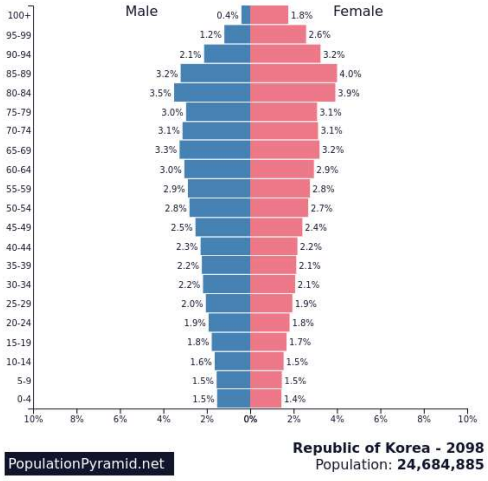
PBI per capita. **USD 33,000**
Poverty rate. **14%**

Fuente: OCEX Seúl 2023

Corea ahora



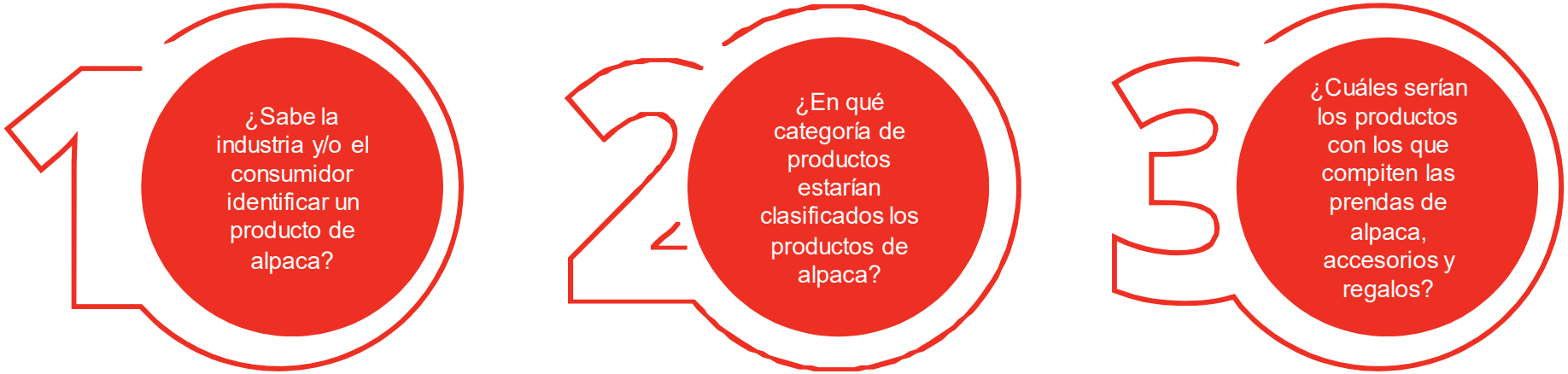




Fuente: OCEX Seúl 2023

2 Qué es la alpaca para este mercado

Alpaca?

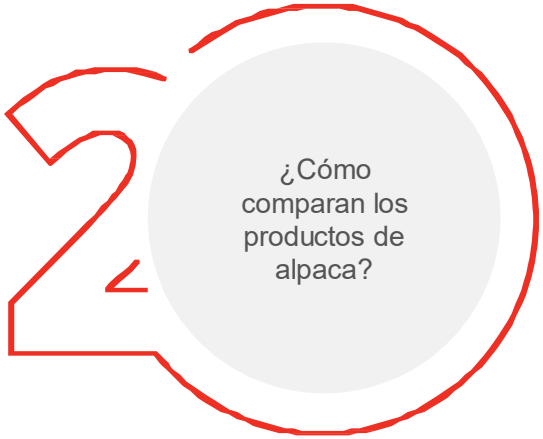


Fuente: OCEX Seúl 2023

¿Sabe la industria y el consumidor identificar un producto de alpaca?

- Los participantes de la industrial textil si conocen la alpaca.
- Sin embargo, el consumidor coreano conoce la alpaca recientemente, principalmente en muñequería.
- Ni el importador potencial, ni el consumidor pueden identificar la fibra de alpaca.
- El consumidor coreano conoce cachemire, como fibra y sus beneficios de abrigo para invierno.
- Pero tampoco identifican alguna propiedad más allá del nombre.
- Prendas de esta fibra se pueden encontrar de muchos precios.

Fuente: OCEX Seúl 2023



- Al ser un producto poco conocido no existe una percepción de precio o categoría para los productos de alpaca.
- Al tener una fibra muy conocida, como lo es el cachemire, con proveedores muy cercanos y precios muy competitivos, es necesario posicionar la alpaca de origen peruano como un producto de lujo y aspiracional.
- En línea con lo comentado en las láminas anteriores, es necesario asociarla a una marca reconocida y/o apoyarla con diversos incluencers y/o líderes de opinión.

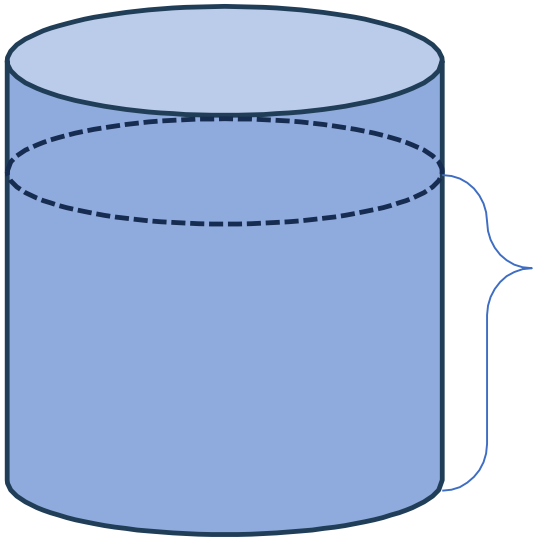
Fuente: OCEX Seúl 2023

- En prendas y accesorios, se puede decir la competencia directa es con cachemire, por su funcionalidad similar.
- Los productos son aquellos asociados, inicialmente, a prendas y accesorios de invierno. Ejm: chompas, abrigos, bufandas, gorros, guantes, etc.
- En el caso de decoración y regalos es un poco más amplia. Pues son texturas, colores y diseños que van más allá de los materiales.
- Los colores naturales de la alpaca se acercan mucho a la tendencia actual de decoración.

Fuente: OCEX Seúl 2023

3 Análisis de la oferta

Origen: Asia



76% desde Asia

42% China
22% Vietnam
5% Indonesia
3% Japón
3% India
1% Thailandia

2022 importaciones
US$ 5.05
Billones

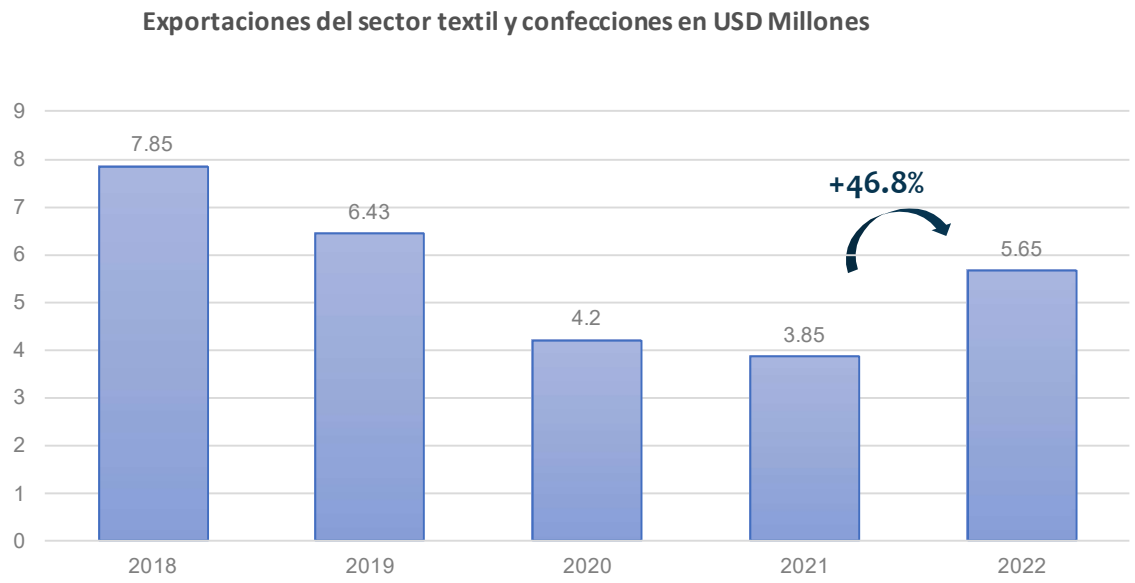
1980-2000
Inversiones en
China
Vietnam

40% del Cashmere
Mongolia
10 mil Ton
27 millones animales
8/1 población Mongolia

24% restante
Diferenciación
Marcas
Italia-Francia
US

Fuente: OCEX Seúl 2023

Origen: Perú



+113%
Pelo fino de alpaca
US$ 2.5

+2.8%
Hilados de pelo fino
US$ 0.8

+12%
Muñecos de Alpaca
US$ 0.2

Fuente: OCEX Seúl 2023

Origen: Perú

Exportaciones del sector textil y confecciones en USD a Corea

Descripción	Valor FOB USD	VAR %
PELO FINO CARDADO O PEINADO DE ALPACA	2,457,504.58	112.7 ▲
HILADOS DE PELO FINO PEINADO SIN ACONDICIONAR	852,829.78	2.8 ▲
LOS DEMÁS T-SHIRTS DE ALGODÓN, PARA HOMBRES O MUJERES	394,676.28	-22.8 ▼
HILADOS DE FIBRAS ACRÍLICAS Y MEZCLAS CON LANA O PELO FINO	213,415.97	---
JUGUETES O MUÑECOS DE ALPACA	189,860.62	12.0 ▲
HILADOS PELO FINO PARA VENTA AL POR MENOR	178,131.99	60.1 ▲
SUÉTERES, CARDIGANES Y SIMILARES, DE PUNTO Y DE ALGODÓN	143,296.99	-15.5 ▼
T-SHIRT DE ALGODÓN PARA HOMBRES O MUJERES	133,551.78	81.2 ▲
PELO FINO DIFERENTES A ALPACA	112,494.35	---
SUÉTERES, PULLOVERS, CARDIGANS Y SIMILARES DE FIBRAS ARTIFICIALES	98,485.90	125.6 ▲
CHALES, BUFANDAS, MANTILLAS Y SIMILARES DE PELO FINO	78,451.19	99.2 ▲
VESTIDOS DE PUNTO PARA MUJERES O NIÑAS, DE ALGODÓN	75,385.48	109.2 ▲
BATAS Y ARTÍCULOS SIMILARES DE PUNTO DE FIBRAS SINTÉTICAS	71,165.00	---
CAMISAS, BLUSAS Y BLUSAS CAMISERAS DE PUNTO DE FIBRAS SINTÉTICAS	57,104.80	225.5 ▲

Fuente: OCEX Seúl 2023

4 Análisis de la demanda

Un consumidor cambiante

01

Aumento de consumo online / sin contacto tras la pandemia y el uso de prendas cómodas

- Untact culture (Cultura sin contacto): Se refiere a transacciones de información o productos sin que se produzca el contacto físico, cada vez es mayor.
- Las ventas en NAVER se incrementaron de US$ 1.5 billones a US$ 1.7 billones.
- Las prendas deben ser versátiles para estar cómodos dentro y fuera de casa.

02

Bipolarización

Incremento de la brecha entre los niveles socio-económicos. Se tiene:
1) Consumidor marcas prestigiosas o lujosas.
2) Comprador ropa de precio "razonable" de marcas de moda rápida.

03

Una oportunidad coyuntural o tendencia?

- Consumidor coreano en busca de nuevos estilos de vida, abierto al cambio.
- Influencers tienen más importancia que nunca.
- 96% de la población cuenta con teléfonos inteligentes.
- Generación MZ (nacidos entre 1981 y 2012) cuenta con poder adquisitivo y gusto sofisticado – Cherrysumer; consumidor práctico que busca obtener la máxima satisfacción mediante un consumo estratégico con recursos limitados

Fuente: OCEX Seúl 2023

Un consumidor cambiante

1. Luces tenues
2. Colores tierra
3. Decoración retro
4. Mesas de piso
5. Plantas interiores
6. Muebles de mimbre
7. Decoración lúdica camping

04

Creciente interés por el interiorismo

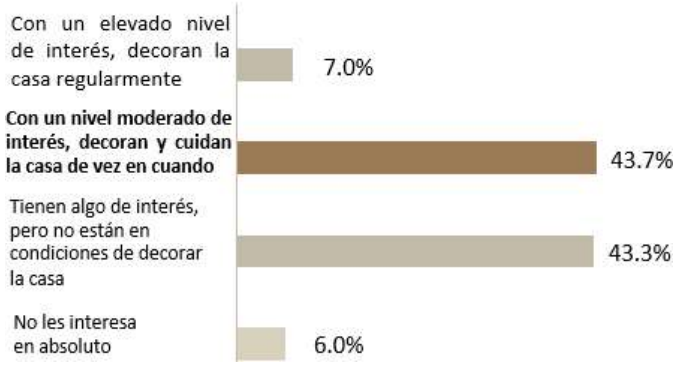
Luego de una fuerte campaña de distanciamiento social, un mayor tiempo en casa y la naciente costumbre de hacer reuniones en casa, 50% de los coreanos están muy interesados en decorar sus habitaciones y espacios de reunión.

05

Tendencias

Un mayor tiempo en casa y la naciente costumbre de hacer reuniones, origina que un 94% de coreanos están interesados en decorar sus espacios

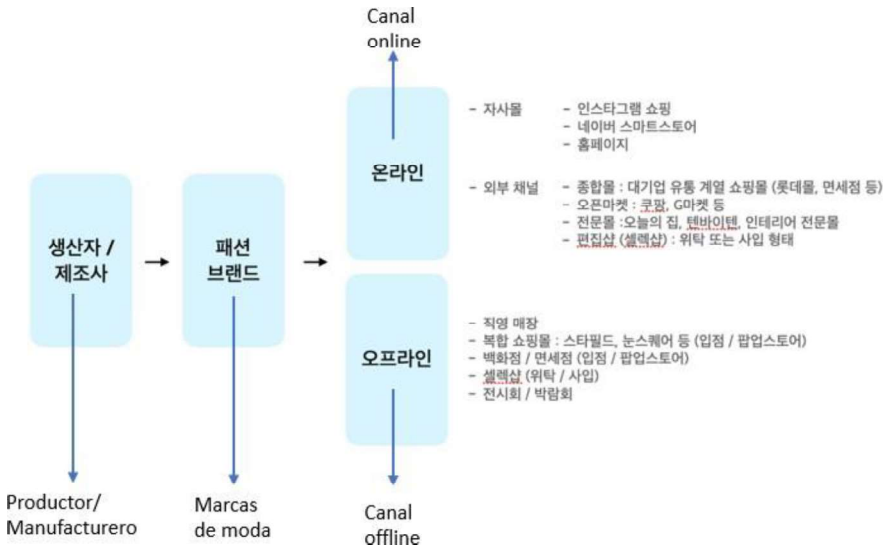
Nivel de interés por la deroración del hogar



Fuente: OCEX Seúl 2023

5 Canales de ditribución y comercialización

Camino al consumidor



Cadena de comercialización

Canal online

Tiendas online propias:

- Instagram shopping
- Naver smartstore
- Página web propia

Canales de venta "externos":

- Tiendas online de centros comerciales grandes: ej. Lotte ON, Duty free etc.
- Open market: Coupang, Gmarket
- Tiendas online especializadas: Casa de Hoy, 10X10 etc
- Tiendas online de productos seleccionados: venta a consignación o compra

Canal offline

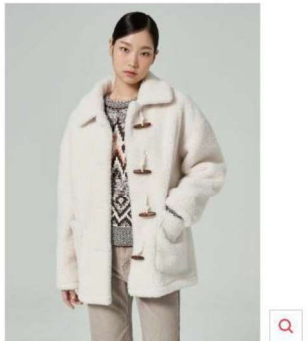
- Tiendas de venta directa
- Centros comerciales: Starfield, Noon Squere etc (alquilar el lugar de venta, o pop-up store)
- Tiendas de productos seleccionados: venta a consignación o compra de productos
- Exhibiciones y/o ferias

Fuente: OCEX Seúl 2023

Camino al consumidor

Rare Market

MinJuKim



8seconds

Chuu

Style Nanda

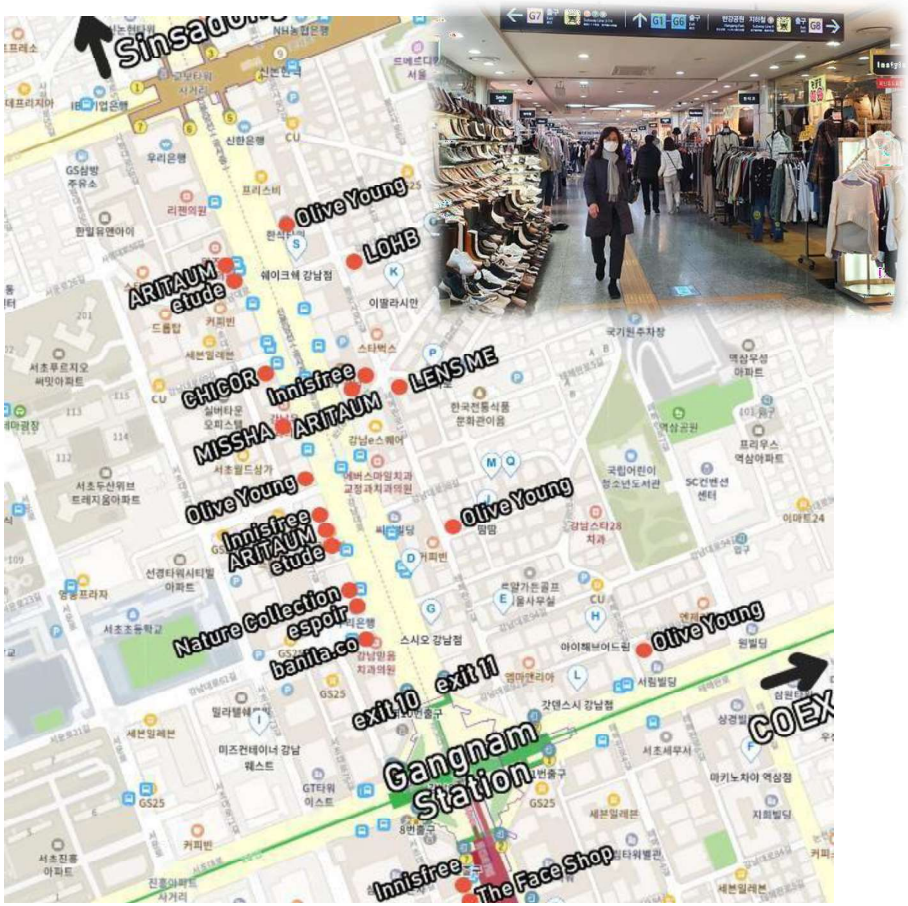
Tchai Kim

Silk Flower Shower Cheolik Dress_white
$1,422.15
₩1,689,002

J.CHUNG
Baris Slim Fit Jacket_Dark Navy
341,140

Fuente: OCEX Seúl 2023

Camino al consumidor



Referencias de precio

Fuente: OCEX Seúl 2023

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Lapalma (tienda online de productos exclusivos)	1	$41	Perú	24/10/23	Alpaca Doll	
Coupang	1	$36	Perú	24/10/23	Wool Cushion	
Coupang	1	$32	China	24/10/23	Cobija	
Tumblbug	1	$11	Perú	24/10/23	Ornamento navideño	

Fuente: OCEX Seúl 2023

Cadena de comercialización

Los productos peruanos se encuentran a la venta durante todo el año, pero sus volúmenes cambian de acuerdo a las estaciones. Se combinan canales online y offline:

Offline:

- Parnas Mall: ubicado en el conocido distrito de Gangnam (http://www.parnasmall.com)
- Kyubo book store: Principal cadena de librerías de Corea (www.hottracks.co.kr)
- ANANTI: Cadena de tiendas especializada en decoración (www.ananti.kr)
- Sangsangmadang: Tienda especializada en decoración (www.sangsangmadang.com)

Online:

www.10x10.co.kr
smartstore.naver.com
www.coupang.com
www.ssg.com
www.poom.co.kr
www.hottracks.co.kr

Partida (HS CODE KOREA)	Producto
9503.00-3411	Muñecos de piel de alpaca
4303.90-0000	Cojines/almohadones de alpaca
6308.00-0000	Cojines/almohadones de lana
6301.20-0000	Cobijas / frazadas
9503.00-3411	Ornamentos Navideños

Partida (HS CODE KOREA)	Arancel NMF 2021	Arancel aplicado al Perú
9503.00-3411	30%	0%
4303.90-0000	30%	0%
6308.00-0000	30%	0%
6301.20-0000	30%	0%
9503.00-3411	30%	0%

Observaciones de los compradores

Observaciones

01

Marca

Los productos ofertados no están asociados a una marca reconocida.

02

Diseño

Los diseños presentados no resultan atractivos para el comprador..

03

Colección

Observación asociada al diseño. Encuentran que las colecciones presentadas les falta coherencia

04

Precio

El precio va vinculado al lujo, y este va vinculado a la marca y/o al diseño.

05

Popular

Es necesario hacer popular la alpaca en paralelo a un trabajo de diseño.

Qué valora el comprador?

01

Atributos

Consideran que la alpaca tiene características interesantes.

02

Tradición

Se puede asociar a una tradición histórica milenaria peruana.

03

Fairtrade

Dada la estructura de la industria se puede asociar a comercio justo

04

Potencial

Producto fino con potencial para ser de lujo.

Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

Erick García González

egarciag@promperu.gob.pe