

Para crecer en un mundo global



LA TRANSICIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN **COREA** HACIA LOS MARKETPLACES

MARZO 2022



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INTERNACIONAL





ÍNDICE

I. CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

1. Grandes almacenes
2. Supermercados
3. Tiendas de conveniencia

I. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

La importancia del **importador**.

Excepción: Productos vendidos en grandes volúmenes, se realizan transacciones directas.



ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

Se recomienda ingresar primero al mercado a través de los importadores.

- Esto se debe a que, en la mayoría de los casos, los **grandes distribuidores no importan directamente los productos.**
- Recientemente, los **grandes distribuidores** están realizando compras directas para crear **marca blanca**, pero la mayoría de ellos tienen en mente a los fabricantes OEM (*Original Equipment Manufacturer*).



ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

1. Grandes almacenes o tiendas departamentales



SHINSEGAE



LOTTE
DEPARTMENT STORE





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

1. Grandes almacenes o tiendas departamentales



Lotte Department Store pertenece al grupo Lotte.

Lotte. **Opera 35 sucursales en todo el país** y registró más de **10 billones de wones en ventas en 2020**, lo que representa el 36,6 % de las ventas de los grandes almacenes nacionales.

Aunque alguna vez registró una participación del 50%, sus ventas en 2020 disminuyeron un -13,6% debido a la reciente diversificación de métodos de compra como las compras por Internet y el impacto de la pandemia de COVID-19.





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

1. Grandes almacenes o tiendas departamentales



SHINSEGAE

Franquicia de grandes almacenes más importante de Corea.

Shinsegae registró unas ventas netas de **1,45 billones de wones** (ventas totales de 3,7982 billones de wones) en 2020 por separado **para los grandes almacenes**.

Lotte tiene la mayor cantidad de tiendas, pero Hyundai y Shinsegae lideran la tendencia. En particular, ambas empresas están liderando la tendencia en el mercado gourmet.





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

1. Grandes almacenes o tiendas departamentales

HYUNDAI

Hyundai Department Store es la tercera cadena de grandes almacenes más importante de Corea.

La empresa opera **16 sucursales en todo el país**. En 2020, 15 sucursales registraron ventas totales de **6,85 billones de wones**.

La tienda por departamentos Hyundai ha crecido mediante la construcción de una imagen de una tienda por departamentos de alto nivel a una tienda de lujo, una administración VIP constante y un salón de comidas gourmet.



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

2. Supermercados

emart



Home plus

ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

2. Supermercados

emart

Mayor cadena de supermercados en Corea.
Forma parte del grupo de Shinsegae.



Lotte Mart, filial del grupo Lotte, es una cadena de hipermercados que se dedica a vender productos comestibles, ropa, juguetes, productos electrónicos...

Home plus

Es la segunda cadena de supermercados o tiendas con descuento más importante detrás de Emart.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

2. Supermercados

Nº de establecimientos físicos en 2019 por cadena:

Emart: 158

Homeplus: 140

Lottemart: 126



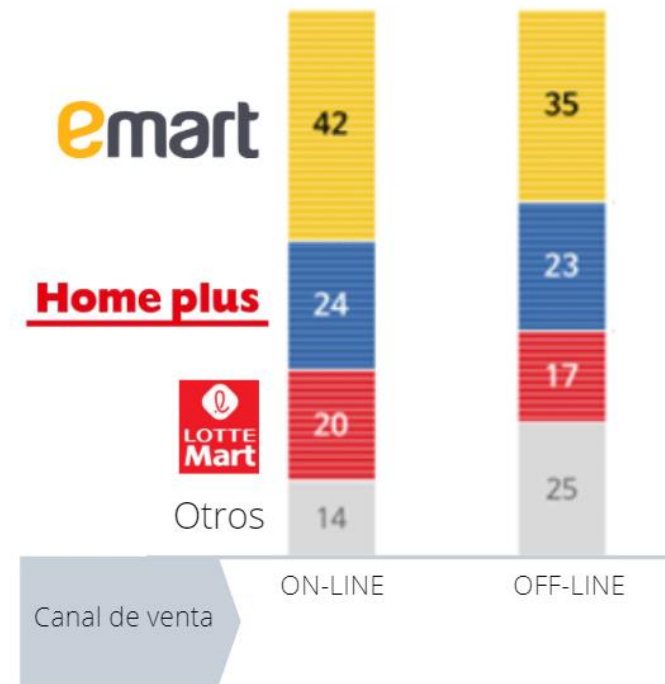


CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

2. Supermercados

Porcentajes en la compra dependiendo del supermercados y del canal de venta, online y offline, para el año 2018.

Fuente: Business Insight





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

3. Tiendas de conveniencia

emart
GS25





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

3. Tiendas de conveniencia

emart

Esta cadena también cuenta con tiendas de conveniencia o de descuento. Formatos más pequeños de establecimiento.

GS25

Cadena de tiendas de conveniencia del grupo BGF Retail, el cual posee más de 10.000 establecimientos.





CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

3. Tiendas de conveniencia



Cadena de supermercados estadounidense bien situada en el mercado coreano, poseen cerca de 10.000 establecimientos en el país.



Cadena de tiendas de conveniencia del grupo GS Retail, el cual posee más de 10.000 establecimientos.

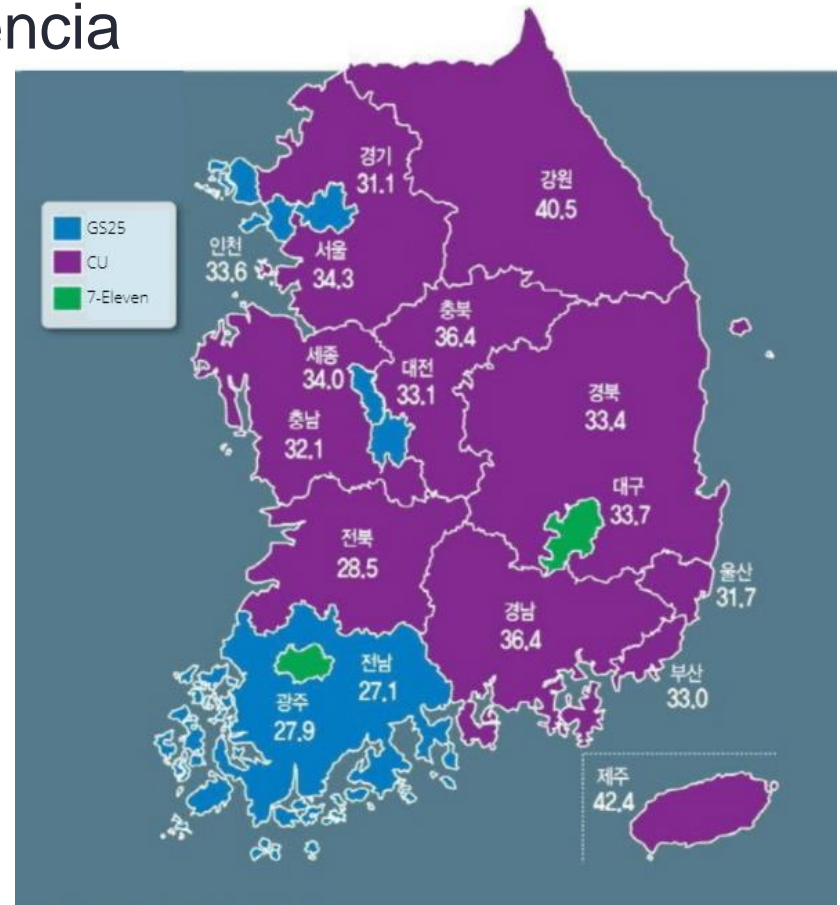


CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

3. Tiendas de conveniencia

Cuota de mercado para Tiendas de Conveniencia en Corea de Sur, para el año 2018.

Fuente: Business Insight



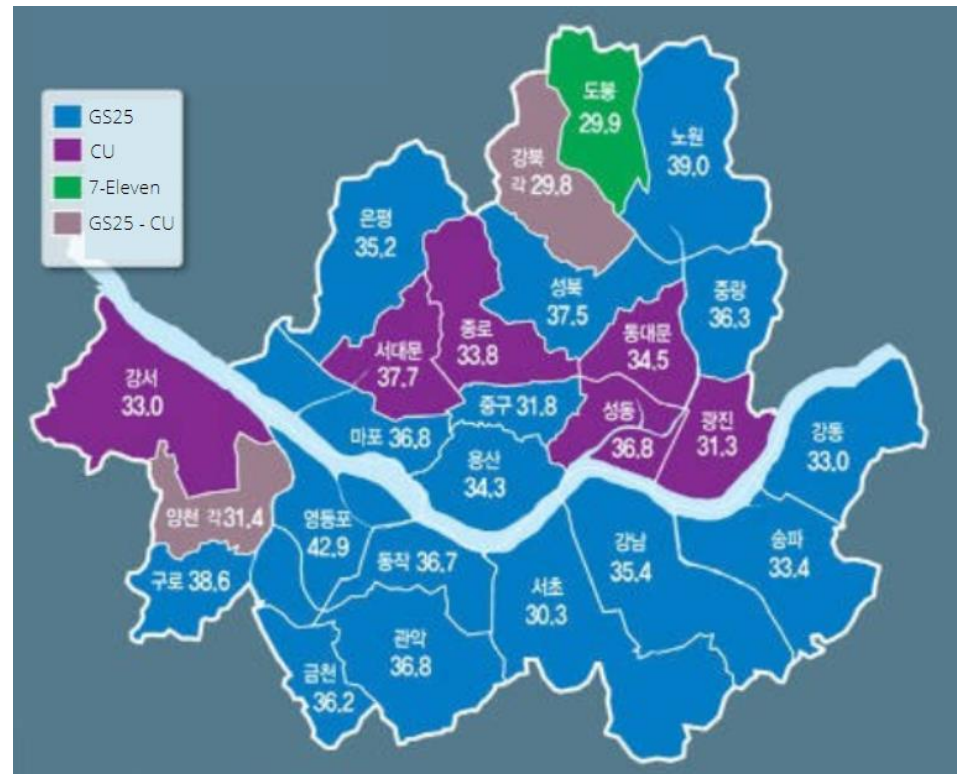


CANALES DE DISTRIBUCIÓN TRADICIONALES

3. Tiendas de conveniencia

Cuota de mercado para Tiendas de Conveniencia en Seúl, para el año 2018.

Fuente: Business Insight





CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE

Cabe destacar que es el **mercado en línea** el que actualmente está **en auge en Corea**.

En particular, en los últimos años, debido a la crisis del Covid-19, **no ha habido una necesidad de visitar negocios y tiendas físicas**, así que se ha producido un **crecimiento del mercado en línea**.



ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

iVACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE

NAVER

Gmarket

COUPANG

MARKET
Kurly

ivace.es



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

IVACE
INTERNACIONAL



CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE

NAVER

Principal plataforma online de Corea del Sur, con su propio motor de búsqueda y tienda online, donde otros minoristas pueden vender sus productos de forma online. Se considera la mayor plataforma de venta online en Corea.

Gmarket

Se conoce como la versión coreana de Amazon, es el segundo minorista online más importante de Corea. Su éxito, entre otros aspectos, se debe a la gran velocidad de entrega de sus pedidos.





CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE

coupang

Es una empresa de comercio online, como las anteriores, donde pone en contacto al vendedor con el comprador.

MARKET
Kurly

Start-up dedicada al comercio online de productos de alimentación, tanto frescos como no perecederos, además de otros productos para el hogar.

Aumentando su notoriedad, por las excelentes condiciones en las entregas de productos frescos y su rapidez.





CANALES DE DISTRIBUCIÓN EMERGENTE, ON-LINE

En el primer trimestre de 2020, el monto de la transacción de la tienda inteligente **Naver Shopping Mall aumentó un 56 %** en comparación con el mismo período del año pasado, y el monto de la transacción de **Naver Pay** (servicio de pago simple) también **aumentó un 46 %**. En marzo, el número de **usuarios** de tiendas inteligentes superó los **10 millones**.

En el **primer trimestre de 2020**, la cantidad de **pagos realizados** a través de Naver fue de **5,8 billones de wones**, un aumento del 32 % en comparación con el mismo período del año pasado.

En 2020, se estimó que el servicio en línea que generó la **mayor cantidad de pagos** en Corea fue Naver (**20,9 billones de wones**), seguido de Coupang (**17,7 billones de wones**).

