



OTROS
DOCUMENTOS

2020



El mercado del mueble en Corea del Sur

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Seúl

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



OTROS
DOCUMENTOS

17 de marzo de 2020
Seúl

Este estudio ha sido realizado por
Andrea Tur Sánchez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Seúl

<http://coreadelsur.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-021-0



Índice

1. Dimensión del Mercado	4
1.1. Evolución reciente	4
1.2. Muebles para el hogar	5
2. Distribución	7
3. Competidores	8
4. Tendencias del mercado	12
5. Previsiones a futuro	14
6. Datos de comercio exterior	15
6.1. Descripción arancelaria del producto	15
6.2. Importaciones del sector	17
7. Otros datos de interés	19
7.1. Ferias del sector	19
7.2. Documentos ICEX acerca del sector	20
7.3. Asociaciones del sector	20
7.4. Publicaciones del sector	20
7.5. Otras revistas del sector	21
7.6. Información económica y comercial	22



1. Dimensión del Mercado

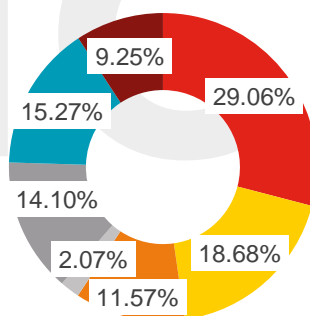
1.1. Evolución reciente

- Los ingresos del mercado del mueble surcoreano ascendieron a 12.221 millones de EUR en 2019 y se espera que sean de 12.686 millones en 2020. Además, se prevé una tasa de crecimiento de un 3,0 % para el periodo 2020-2023.
- En relación con las cifras de población total, se generarán ingresos per cápita de 247,44 euros en 2020 (aumento del 3,7 % en comparación con 2019).
- El sector mayoritario es el de **muebles para el hogar**, destacando los de comedor con un 29,06 % del total.

INGRESOS DEL SECTOR POR CATEGORÍAS

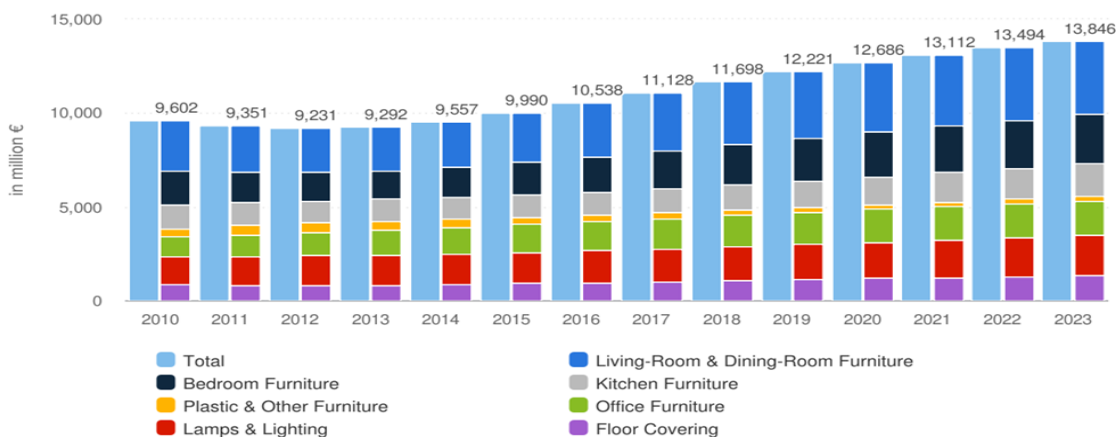
Porcentaje sobre el total 2019

- Living-Room & Dining-Room
- Bedroom Furniture
- Kitchen Furniture
- Plastic & other furniture
- Office furniture
- Lamps and lightning
- Floor covering



INGRESOS TOTALES DEL SECTOR

En millones de euros 2010-2023*



Fuente: Statista. * Los años 2020-2023 son estimaciones.

La industria del mueble surcoreana está experimentando unas **ganancias lentas y se encuentra a la búsqueda de alternativas de negocio que puedan fomentar el crecimiento**. A medida que se contrajo el mercado de la construcción, la demanda interior general y las ventas de muebles disminuyeron, lo que condujo a una caída en las ventas y ganancias operativas de los principales fabricantes de muebles como Hanssem, Hyundai LIVART y Casamia en 2019.

Hyundai LIVART, una subsidiaria de Hyundai Department Store, registró ventas de 311.100 millones de KRW, un 9,4 % menos que en el mismo período del año anterior. Según fuentes del sector, su beneficio operativo se redujo un 7,5 %.

Casamia, que Shinsegae Group adquirió el año pasado, registró un déficit de 1.100 millones de wones en el primer trimestre, y las ventas cayeron un 2,3 %, hasta los 27.300 millones de wones.

Hanssem, el líder de la industria, registró un aumento del 112,6 % en las ganancias operativas respecto al mismo período del año pasado, pero sus ventas cayeron un 9,3 % a 4.425.000 millones de wones.

En la siguiente tabla se puede ver **los principales compradores del sector**. En su mayoría se trata de **compras B2B**, pero cabe destacar que los hogares quedan en segunda posición.

PRINCIPALES COMPRADORES DEL SECTOR 2013-2018

En millones de USD

Tipo de comprador	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hogares	2.797	3.575	3.505	3.502	3.755	3.677
Inversiones	2.135	2.688	2.722	2.902	3.168	2.979
Gastos gubernamentales	00	00	00	00	00	00
Ventas B2B	9.632	10.970	11.516	11.643	11.717	11.268
Compradores totales	14.564	17.233	17.743	18.047	18.639	17.924

Fuente: Euromonitor International.

1.2. Muebles para el hogar

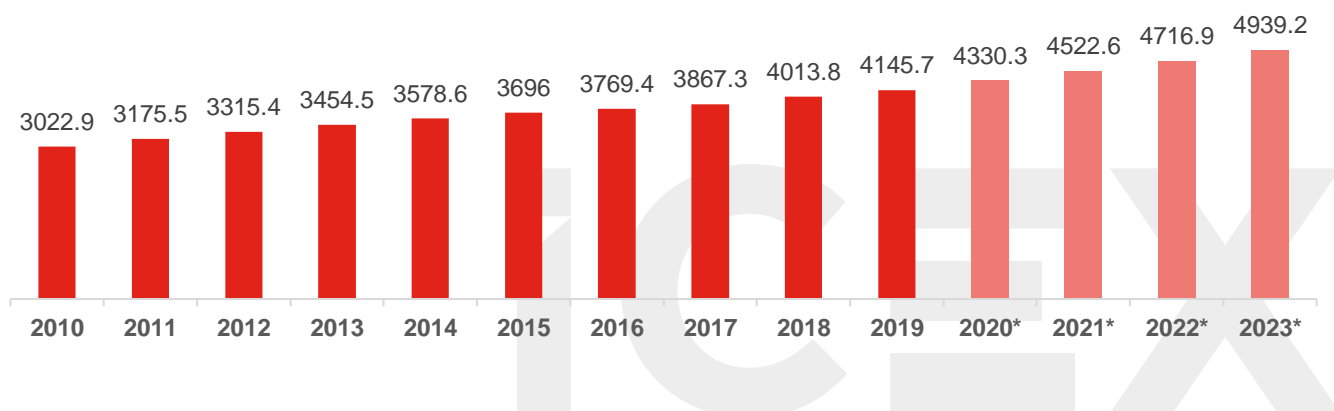
- El sector de muebles para el hogar creció un 4 % en 2018, hasta alcanzar los 5,2 billones de KRW (4.013,8 millones de EUR).
- Las empresas del sector se adaptan a un entorno empresarial dinámico y cambiante.
- Las lámparas LED registran el mayor crecimiento de valor actual, un 20 % en 2018.
- La mayoría de las categorías de muebles para el hogar han crecido, excepto las parrillas de carbón y gas y las fuentes de luz obsoletas.



- La empresa surcoreana Hanssem lidera la industria con una participación en la cuota del mercado del 17 % en 2018.
- Según Euromonitor internacional, se espera que los muebles para el hogar crezcan a una tasa similar a la del sector, un 4 % (2 % a precios constantes de 2018) durante el período de pronóstico 2018-2023, hasta alcanzar los 6,4 billones de KRW en 2023 (4.939,2 millones de euros).

VENTAS DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN COREA DEL SUR 2010-2023*

En millones de euros



* Los años con asterisco son estimaciones.

Fuente: Euromonitor International.

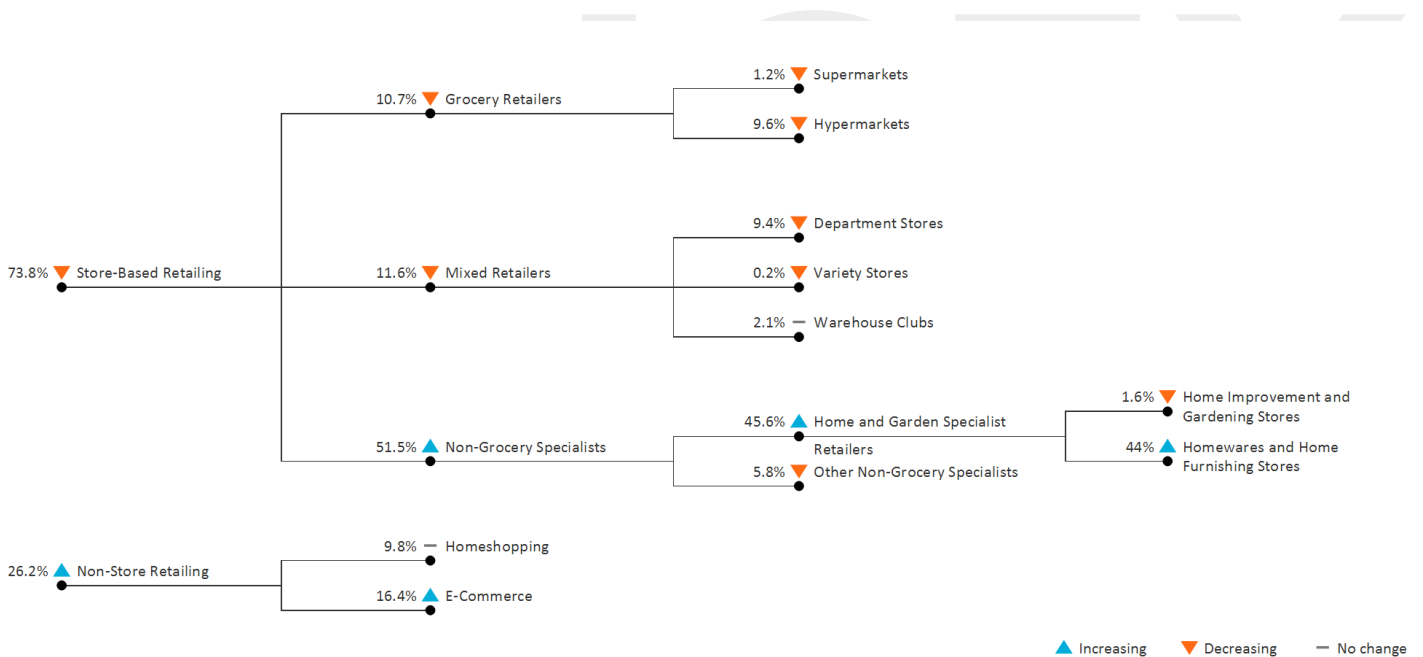
2. Distribución

En lo tocante a la distribución, como se podrá ver, el canal mayoritario lo siguen formando las tiendas físicas y, dentro de estas, las tiendas de no comestibles especializadas (73,8 % de la cuota de mercado). Sobre todo, tiendas especializadas en productos para el hogar y el jardín.

Cabe destacar el incremento de las categorías del tipo de tiendas especializadas y de las ventas *online*.

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE MUEBLES PARA EL HOGAR EN COREA DEL SUR

Porcentaje de cuota de mercado 2018 y variación entre 2013-2018 (flechas)



Las cadenas de decoración del hogar y tiendas de muebles son el punto dominante de distribución de textiles y muebles de interior (las dos categorías que constituyen el mayor monto de ventas dentro del sector del mobiliario). Por lo tanto, la **elección de canales que estén especializados en el sector del hogar es primordial para la venta de estos productos**. Por el contrario, para productos que requieren compras de mayor frecuencia, la cuota de ventas del canal de hipermercados es la mayor.

3. Competidores

La llegada de **Ikea** ha aumentado el interés del consumidor coreano por el **estilo de vida occidental** y ha supuesto un **incremento en las ventas** del sector, estando los compradores cada vez más interesados en imitar un **determinado estilo en sus hogares**.

Los productos para el hogar de **origen español** son, por lo general, **desconocidos** para el **consumidor coreano**, sin embargo, la popularidad del **estilo de vida occidental** podría suponer una oportunidad interesante para las empresas españolas. Además, **Zara Home, establecido en Corea desde 2018**, ha supuesto una gran ayuda para reforzar la **percepción del producto español**.

Los **principales competidores europeos son sin lugar a dudas los muebles franceses e italianos**, como ocurre en otros sectores de bienes de consumo, si bien, en este caso, también los alemanes cuentan con marcas importantes en el mercado de muebles de Corea del Sur. El mobiliario fabricado en estos tres países se comercializa a precios elevados y ocupa los segmentos medio-alto y alto del mercado de los muebles. El público coreano asocia calidad a muebles franceses, sofás italianos y muebles de madera clara procedentes de países nórdicos. Todo ello caracterizado por la sobriedad y las líneas clásicas. A continuación, se ofrece un listado de empresas europeas con presencia en Corea del Sur:

ITALIA

- **Kartell**. Su distribuidor oficial es la empresa Jain internacional.
- **Bontempi**. Su distribuidor oficial es Modern Art Furniture.
- **Feg (Salvarani)**. Trabaja a través de un agente comercial (AB Export) y un distribuidor (Galleria).
- **Formitalia y Cumulus**. Venden en las tiendas de su distribuidor oficial (Young-Dong Furniture).
- **Boboli**. A través del conglomerado Lotte.

ALEMANIA

- **Interlübke**. Posee tiendas en propiedad.
- **Vitra**. Su distribuidor oficial es la empresa Jain internacional.
- **Musterring**. Posee una tienda propia en la que, además, comercializa otras marcas de importación, como Casanova y Labare.
- **Koinor**. Comercializa sus productos en Hanssem Domus.

**FRANCIA**

- **Ligne Roset.** Posee una tienda propia en Seúl (Chungdam-dong).
- **Roche Bobois.** Posee una tienda propia en Seúl (Chungdam-dong).
- **De Bournais.** A través de la empresa importadora-distribuidora Richard Home, vende en las tiendas Lydia Collection.
- **Duvivier.** Vende en las tiendas de su distribuidor oficial (B.F. Furniture Gallery).
- **Moissonnier.** Posee una tienda propia en Seúl (Chungdam-dong).

CUOTA DE MERCADO DE LAS EMPRESAS DE MUEBLES EN COREA DEL SUR, 2018

Empresa	% Cuota
Hanssem Co Ltd	17,2
Ikea Korea Ltd	5,7
Ace Bed Co Ltd	3,8
Hyundai Livart Furniture Co Ltd	3,4
iloom Co Ltd	3,3
Emons Furniture Co Ltd	3,1
Simmons Co Ltd	3,1
Philips Lighting Korea Ltd	2,4
Enex Co Ltd	1,9
Casamia Co Ltd	1,7
Iduk Inc	1,3
MH&Co Inc	1,3
Jakomo Co Ltd	1,2
Welcron Co Ltd	1,2
Evezary Co Ltd	1,2
Jangin Furniture Co Ltd	0,9
Cozynest Co Ltd, The	0,7
Osram Korea Co Ltd	0,6
Private Label	0,7
OTRAS	45,3

Fuente: Euromonitor.

CUOTA DE MERCADO DE LAS MARCAS DE MUEBLES EN COREA DEL SUR, 2018

Marca	% Cuota
Hanssem	17,2
IKEA	5,7
Ace	3,8
Livart	3,4
iloom	3,3
Emons	3,1
Simmons	3,1
Philips	2,4
Enex	1,9
Allerman	1,3
Casamia	1,3
Modern House	1,3
Jakomo	1,2
Sesa living	1,2
Evezary	1,2
Jangin	0,9
Cozynest	0,7
Osram	0,6
Private label	0,7
Others	45,7

Fuente: Euromonitor.

Hanssem continúa liderando la industria de mobiliario para el hogar

Hanssem siguió siendo la compañía líder en muebles para el hogar en términos de valor en 2018. “Rehaus”, el principal servicio de consultoría de interiores de Hanssem, contribuyó a las ventas de la compañía. Además, vende sus productos a través de varios canales de distribución, especialmente la venta minorista por Internet y compras en el hogar. A modo de ejemplo, Hanssem promueve *packs* de muebles de cocina y baño a través de compras con descuentos en los precios. Los consumidores también pueden recibir información completa durante al menos una hora, lo que aumenta las ventas a través de este canal. Además, Hanssem invirtió en tecnología al formar una sociedad junto a LG Electronics y producir muebles con función IoT. Sin embargo, la fuerte competencia en muebles para el hogar ha afectado negativamente a las ventas, lo que llevó a una disminución general de las ventas y las acciones de Hanssem en 2018.

Ikea Corea le sigue en segunda posición

A diferencia de Hanssem, Ikea Corea fue protagonista del crecimiento de las ventas en 2018 al abrir otro punto de venta en Goyang y mejorar su servicio de venta minorista por Internet. Ikea vende un



estilo escandinavo de muebles para el hogar a los consumidores coreanos. También desarrolló un **servicio de envíos a un precio razonable**, lo que le llevó a un crecimiento en su valor de ventas y participación en 2018.

La “fobia” al radón sigue afectando a la venta de colchones

Algo que hay que tener en cuenta es que el radón, que puede causar cáncer de pulmón, se encontró en colchones en 2018. La Comisión de Seguridad Nuclear proclamó que la dosis de exposición a la radiactividad de algunos colchones era más de nueve veces superior al umbral de seguridad. Los colchones producidos por Daejin, Casamia, Enex y Sealy se encontraban entre los que contenían radón; por lo tanto, sus ventas se vieron afectadas. Los consumidores estaban dispuestos a comprar colchones relativamente "más seguros", como Ace y Livart; comenzaron a verificar la garantía de seguridad al comprar un colchón. Por lo tanto, todas las empresas ahora muestran sus garantías de seguridad de productos en sus sitios web y publicidad. Debido a tales esfuerzos, se espera que las ventas de colchones experimenten un crecimiento durante el período de pronóstico (2020-2023).

icex

4. Tendencias del mercado

Fuerte competencia en muebles para el hogar y servicios de consultoría

Hanssem comenzó a proporcionar un servicio de consultoría de interiores para el hogar a través de Rehaus a partir de 2016, le siguió Ikea, que comenzó con el mismo servicio a partir de 2018. Hyundai Livart adquirió Hanwha L&C en 2018, y también Shinsegae adquirió Casamia en 2018. Ambas compañías poseen grandes almacenes, donde pueden exhibir muebles para el hogar de primera calidad y sugerir estilos de vida lujosos utilizando productos importados de interiores, como Williams-Sonoma de los EE. UU. y Granit de Suecia. Además, las compañías de baños, que se concentran principalmente en mejoras para el hogar, ampliaron su negocio a muebles para el hogar, como Daelim B & Co. Por lo tanto, se espera que las compañías de muebles y las compañías de mejoras para el hogar sigan su expansión.

Tiendas de lujo y productos *Premium*

Se están buscando nuevas salidas para superar el descenso en la industria. Así, las empresas del sector se están dirigiendo al nicho del lujo y *Premium*, ya que el sector se encuentra bastante polarizado entre precios bajos y altos. Se trata de una estrategia en la que el centro son los consumidores de 30 años o más, que están dispuestos a gastar más dinero en la decoración de sus hogares y muebles para una o dos personas y que, con frecuencia, cambian sus muebles y accesorios.

Todos los grandes almacenes se están centrando en la parte *living* y *premium*, por lo que están invirtiendo mucho dinero en este sector:

- **Shinsegae – Casamia:** Casamia está reforzando su oferta de muebles de alta gama al lanzar los muebles *premium* “La Maison” a principios de este año. En la segunda mitad del año, lanzarán muebles *premium* producidos en colaboración con famosos diseñadores de muebles de España y Japón.
- **Hyundai – Livart:** Hyundai LIVART firmó un contrato de importación exclusivo con Florim, un fabricante italiano de baldosas cerámicas de alta gama, y desde marzo de 2019 está vendiendo productos *premium* de su marca de muebles de cocina “Livart Kitchen”.
- **Lotte – Conranshop:** recientemente LOTTE abrió su primera tienda multimarca de muebles de lujo en Gangnam. “The Conran Shop” es una tienda establecida en 1974 por Sir Terrance Conran, un diseñador de interiores británico. Hay 11 tiendas en el Reino Unido, Francia y Japón, y la de Seúl es la duodécima del mundo. Es la más grande de las tiendas existentes, con dos plantas y unos 3305 m² de superficie. Lotte Department Store trabajó durante dos años para conseguir clientes en el mercado *premium* y por ello introdujo The Conran Shop, firmando un contrato exclusivo durante 10 años.

Préstamo de muebles y sostenibilidad

El mercado de alquiler de mobiliario también está en aumento, a medida que se extiende la tendencia de consumo de compartir en lugar de poseer bienes. Según el Instituto KT para la Gestión Económica, el mercado de alquiler nacional creció casi 10 veces, pasando de 3 billones de wones en 2006 a 25,99 trillones de wones en 2016. Se espera que supere los 40 billones de wones para 2020. Entre ellos, el mercado de alquiler de colchones creció aproximadamente un 15 % interanual hasta los 300.000 millones de wones.

IKEA, el fabricante de muebles número uno en el mundo, ha empezado a dedicarse con seriedad al negocio de alquiler de muebles a partir de 2019. Recientemente, IKEA anunció que, para 2020, iniciará una línea de préstamo de camas, escritorios y sofás a los consumidores que lo soliciten en 30 países, incluido Corea. Según IKEA, **las personas cada vez quieren redecorar sus casas con más frecuencia**. Con esta **estrategia de sistema de alquiler**, IKEA planea atraer a los jóvenes que necesitan reemplazar sus muebles y así contribuir a la **industria del reciclaje** de muebles para acelerar la **gestión de la sostenibilidad**.

Aparte de IKEA, la empresa líder **Hanssem** agregó a su negocio un sistema de alquiler en marzo de 2019. Al principio se concentró en pequeños electrodomésticos, como purificadores de agua y bidés, pero lo ha expandido recientemente a colchones. Hanssem agregó además servicios integrados como “transporte” y “mantenimiento, limpieza y reparación”. Se espera que siga introduciendo este tipo de servicios integrados y que pueda conseguir sinergias con **Rehouse**, un negocio de diseño de interiores.

Otra grande de la industria, Hyundai LIVART también ingresó al negocio de alquiler de colchones a través de **Hyundai Rental Care** en enero de 2020. La compañía planea ampliar el sistema a artículos como sofás y muebles de cocina.

Productos relacionados con la salud y el medio ambiente

Por último, una de las tendencias más comunes entre todas las empresas es el ecologismo y la sostenibilidad: desde el ahorro de energía en la iluminación, a los materiales naturales de muebles y tejidos. Este es uno de los reclamos más extendidos y atractivos en el mercado coreano no solo en el sector de hábitat, sino también en el resto de las industrias. También lo es así la creciente preocupación por la ergonomía en el diseño y posterior compra de asientos y camas.

Por su parte, en los muebles de oficina, una de las características más importantes para el público coreano es la funcionalidad y la comodidad, donde destacan empresas como **Ergo System** que ofrece sillones aparentemente incómodos, pero que resultaban ser de gran ayuda para corregir malas posiciones y muy cómodas para pasar largas horas frente al ordenador.

5. Previsiones a futuro

Productos para dormir con tecnología IoT

El gran interés y preocupación por la calidad del sueño se ha convertido en una oportunidad de negocio en Corea del Sur. Las empresas de muebles para dormitorio y colchones están desarrollando productos combinados con tecnología IoT¹, que incluso pueden ser financiados por el Ministerio de Comercio, Industria y Energía. Las camas articuladas generalmente se destinaban a los hospitales para ayudar a los pacientes a estar más cómodos; sin embargo, estas camas ahora se están volviendo más populares en el mercado B2C. **Emons** y **Cherish** han introducido camas con movimiento con un sensor de sueño incrustado en el colchón. El sensor puede detectar los patrones de sueño de los consumidores y los datos se envían a sus *smartphones* o al centro de descanso administrado por las empresas de muebles de dormitorio. Estas compañías pretenden proporcionar el colchón y los textiles de hogar más adecuados para aumentar la calidad del sueño del cliente, lo que impulsará las ventas de sus muebles de dormitorio, especialmente los colchones.

Un cambio lento de ventas *offline* a *online*

Los consumidores tradicionales compran muebles para el hogar en tiendas *offline* porque quieren verlos en persona para verificar su tamaño, color y/o combinarlos con el estilo de su hogar. Sin embargo, el creciente número de hogares unipersonales y la “fácil entrega” están cambiando este patrón. La mayoría de los consumidores todavía visitan tiendas *offline*, pero algunos ahora, después de la visita, compran los muebles *online* después de ver que el precio es más barato.

La oferta *online* más atractiva en la actualidad consiste en que, si los consumidores gastan una cierta cantidad de dinero, se les ofrece el envío gratuito. En particular, los consumidores que viven en áreas remotas y que desean comprar muebles para el hogar lo hacen a través del canal *online*; por lo tanto, grandes compañías como Hanssem, Ikea y Livart siguen desarrollando sus canales en línea.

¹ IoT, Internet de las Cosas: es un concepto que se refiere a la interconexión digital de objetos cotidianos con Internet.

6. Datos de comercio exterior

6.1. Descripción arancelaria del producto

HS	Descripción
94	Muebles; Mobiliario Médico-quirúrgico; Artículos de cama; Aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; Anuncios, letreros y placas indicadoras luminosas y artículos similares; Construcciones prefabricadas.
9401	Asientos (excepto los de la partida 9402), incluso los transformables en cama y sus partes
9402	Mobiliario para medicina, cirugía, odontología o veterinaria (por ejemplo: mesas de operaciones o de reconocimiento, camas con mecanismo para uso clínico, sillones de dentista); sillones de peluquería y sillones similares, con dispositivos de orientación y elevación; partes de estos artículos.
9403	Los demás muebles y sus partes
9404	Somieres; artículos de cama y artículos similares (por ejemplo: colchones, cubrepies, edredones, cojines, pufs, almohadas), bien con muelles (resortes), bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no
9405	Aparatos de alumbrado, incluidos los proyectores y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras luminosas y artículos similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidas en otra parte
9406	Construcciones prefabricadas

Fuente: Market database.



Por su lado, la partida 9403, contiene las siguientes subpartidas recogidas dentro de “Los demás muebles y sus partes”:

Partida arancelaria	Producto
9403.20	Los demás muebles de metal
9403.40	Muebles de madera del tipo de los utilizados en cocinas
9403.50	Muebles de madera del tipo de los utilizados en dormitorios
9403.60	Los demás muebles de madera
9403.80	Bambú o materiales similares

Fuente: Market database.

ARANCELES QUE SE APLICAN AL PRODUCTO

Código arancelario	Descripción
94	0 %
9401	0 %
9402	0 %
9403	0 %
9404	0 %
9405	0 %
9406	0 %

Fuente: Market database.

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) firmado entre UE y Corea del Sur, que entró en vigor el 1 de julio de 2011, ha supuesto la eliminación del arancel para la partida analizada, por lo que el arancel aplicable es del 0 %.

6.2. Importaciones del sector

IMPORTACIONES TOTALES DE COREA DEL SUR PARA LA PARTIDA 94

En miles de dólares, 2001-2019

Año	Valor	Tasa de crecimiento (%)
2001	352.831	5,9
2002	548.92	55,6
2003	689.066	25,5
2004	768.975	11,6
2005	1.102.041	43,3
2006	1.537.622	39,5
2007	1.849.738	20,3
2008	1.785.391	-3,5
2009	1.365.502	-23,5
2010	1.778.277	30,2
2011	1.937.589	9,0
2012	1.933.228	-0,2
2013	2.210.547	14,3
2014	2.584.679	16,9
2015	2.852.380	10,4
2016	3.011.105	5,6
2017	3.053.441	1,4
2018	3.221.621	5,5
2019	3.366.420	4,5

Fuente: Korea International Trade Association (KITA).

IMPORTACIONES TOTALES DE LA PARTIDA 94 POR COREA DEL SUR

En miles de dólares, 2018 y 2019

Ranking	País	2018		2019	
		Valor	Tasa de crecimiento (%)	Valor	Tasa de crecimiento (%)
	Suma Total	3.221.621	5,5	3.366.420	4,5
1	China	2.112.381	6,0	2.218.740	5,0
2	Vietnam	376.245	17,2	398.03	5,8
3	Italia	130.069	4,9	131.73	1,3
4	EE. UU.	101.752	-1,3	106.28	4,5
5	Alemania	86.195	-20,1	99.48	15,4
6	Dinamarca	37.238	24,0	47.52	27,6
7	Indonesia	45.696	9,0	40.39	-11,6
8	Japón	42.056	0,5	36.43	-13,4
9	Francia	23.653	3,7	34.23	44,7

Fuente: Korea International Trade Association (KITA).

Cabe destacar que el principal exportador de las partidas analizadas es **China, concentrando más del 65 % del total de importaciones por Corea del Sur**. Es también interesante apreciar el crecimiento de las exportaciones europeas como por ejemplo Dinamarca, Francia o Alemania, que han crecido notablemente en los últimos dos años.

7. Otros datos de interés

7.1. Ferias del sector

Home Table Deco	http://www.hometabledeco.com/eng/main/main.php
Seoul Living Design Fair	<p>http://www.livingdesignfair.co.kr/</p> <p>Living Design Fair es la mayor feria de productos de diseño para el hogar en Corea del Sur con una notable afluencia que crece año tras año y se sitúa en torno a los 300.000 visitantes. Además, cuenta con horarios discretos por lo que, durante los tres primeros días solo se permite el acceso a empresas y profesionales y, los últimos días, ya se abre para el público general, concretamente, durante el fin de semana. Se considera la feria más importante del sector y, por lo tanto, la más recomendable para visitar.</p> <p>Al igual que en otras ferias, se recomienda contratar un traductor que facilite la documentación con los clientes coreanos y estudiar detenidamente el mercado para realizar contactos previos con empresas y poder tener reuniones durante el evento.</p>
EU Gateway Contemporary European Design	https://www.eu-gateway.eu/business-missions/missions-calendar/contemporary-european-design-korea-1
Kofurn	https://kofurn.or.kr/
Living & Lifestyle	http://livinglifestyle.co.kr/
Housing Brand Fair	https://www.coexcenter.com/events/2019-housing-brand-fair/

7.2. Documentos ICEX acerca del sector

- ✓ Informe de feria. KOFURN / Korea International Furniture and Interior Fair. Seúl 2019: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2019833279.html?idPais=KR>
- ✓ Informe de feria. Living & Lifestyle. Seúl. 2018: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2018781452.html?idPais=KR>
- ✓ Informe de feria. Dong-A Home & Living + Furniture and Interior Expo. Seúl 2018: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2018779494.html?idPais=KR>
- ✓ Informe de feria. Seoul Living Design Fair. Seúl 2018: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2018783812.html?idPais=KR>
- ✓ Estudio de mercado. El mercado de iluminación interior en Corea del Sur 2017: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017765346.html?idPais=KR>

7.3. Asociaciones del sector

- Council of Asia Pacific Furniture Associations (CAFA): <http://www.cafa-furniture.org/>
- Korea Federation of Furniture Industry Cooperative (KFFIC): <http://www.kffic.kr/>
- Korea Interior Management Association (KIMA): <http://www.kima.or.kr/>
- Korea Furniture Association (KOFA): <http://www.kofanet.or.kr/html/>
- Korea Society of Interior Architects (KOSID): <http://www.kosid.or.kr/>

7.4. Publicaciones del sector

Las revistas especializadas más importantes del sector de los muebles y la decoración son las siguientes:

Deco Journal

Periodicidad: Mensual

Dirección: Rm 309, Geukdong Sangga Bldg, 428, Oksu-dong, Seongdong-gu, Seoul (133-100)

TEL: + 82 (0)2 2299 2307

FAX: + 82 (0)2 2297 2316



Persona de contacto:

Hye-Ran (Periodista) E-mail: orchid@decojournal.co.kr

LEE Kwang-Uk (Periodista) E-mail: iku@decojournal.co.kr

Casa Living

Periodicidad: Mensual

Dirección: 1629-1, Seocho-dong, Seocho-gu, Seoul (137-070)

TEL: + 82 (0)2 3486 6828

FAX: + 82 (0)2 598 2160

Persona de contacto: LEE Courtly (Editor jefe) E-mail: newater@casa.co.kr

Happy Design

Dirección: 186-210, Jangchoong-dong 2-ga, Joong-gu, Seoul (100-855)

TEL: + 82 (0)2 2275 6151

FAX: + 82 (0)2 2275 7885

Persona de contacto: SHIM Uiju (Editor jefe)

E-mail: zipcode@design.co.kr

<http://happy.designhouse.co.kr>



7.5. Otras revistas del sector

MAISON

Periodicidad: Mensual

TEL: + 82 (0) 2-3438-2100

www.maisonkorea.com

여성동아 (Yoseong Donga)

Periodicidad: Mensual

E-mail: newsroom@donga.com

www.donga.com/docs/magazine/woman/contents/index.html

INTERNI AND DECOR

Periodicidad: Mensual

E-mail: delove@empal.com

www.internidecor.com

BIZGAGU

Periodicidad: Semanal

E-mail: help@bizsys.co.kr

www.bizgagu.com



GAGU FOR LIVING

Periodicidad: Mensual

TEL: + 82 (0)2-543-0904

www.gaguguide.co.kr

GAGU JOURNAL

Periodicidad: Mensual

TEL: +82 (0)2- 389-0981

www.furniturejournal.co.kr

7.6. Información económica y comercial

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Corea del Sur

Dirección: 14th. Floor, Seoul Global Center. - 38, Jongro. Jongro – gu Seúl 03188

Teléfono: +82 (0)2 37036600 / +34 91 732 4400

Email: seul@comercio.mineco.es

Web: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/index.html?idPais=KR>

La **Oficina Económica y Comercial de España en Seúl** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Corea del Sur.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Corea del Sur, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Información aduanera. Korea Customs Service

Web: <https://www.customs.go.kr/english/main.do>

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones