



OTROS
DOCUMENTOS

2022



El mercado *Duty Free* 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

20 de diciembre de 2022
Seúl

Este estudio ha sido realizado por
Jefferson Olds Fernández-Iriondo

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.

NIPO: 114-22-015-3



Índice

1. Presentación	4
2. Características del mercado	6
2.1. Definición precisa del sector estudiado	6
2.2. Tamaño del mercado	7
2.3. Principales actores	10
3. Oportunidades del mercado	13
4. Claves de acceso al mercado	15
4.1. Distribución	15
4.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias	16
4.2.1. Elegibilidad para la compra en tiendas libres de impuestos	16
4.2.2. Límite de exención fiscal	16
4.2.3. Información adicional	17
5. Enlaces útiles	18





1. Presentación

Duty Free se refiere al hecho de poder comprar un artículo en determinadas circunstancias sin pagar impuestos de importación, de venta, de valor añadido o de otro tipo. Las tiendas *Duty Free* o tiendas libres de impuestos son una atractiva ventaja de los viajes internacionales. Estos comercios minoristas venden mercancías exentas de derechos e impuestos, con la condición de que se saquen del país para su uso o disfrute. Los artículos libres de impuestos más populares que se encuentran en las tiendas *Duty Free* de los aeropuertos incluyen licores, chocolates y perfumes, entre otros. Estas tiendas suelen vender artículos turísticos de alta gama del país anfitrión, con un alto margen de beneficio.

En 2019, más de 20 millones de turistas extranjeros frecuentaron la industria de tiendas libres de impuestos de Corea del Sur, que registraron unas ventas anuales de más de 24 billones de wones (17.500 millones de dólares). Sin embargo, como es de esperar en un sector que depende en su práctica totalidad del turismo, la industria se vio gravemente afectada por la irrupción de la pandemia de COVID-19 en 2020. No obstante, según la Asociación Coreana de Tiendas Libres de Impuestos, las ventas de este sector se recuperaron y aumentaron un 15 % en 2021, hasta alcanzar los 17,83 billones de KRW (12.500 MEUR), acercándose a los niveles anteriores a la pandemia.

El mercado libre de impuestos atendió a unos 6,77 millones de clientes en 2021. Las ventas a los nacionales resultaron considerablemente menores que el gasto internacional, en particular por parte de turistas chinos. Las ventas de diciembre alcanzaron 1,38 billones de KRW (1.138 MUS\$).

El canal, aún afectado por la pandemia, volvió a estar impulsado por las ventas a los clientes extranjeros, que generaron el 95,4 % de los ingresos totales, frente al 94 % en 2020. Casi toda esa actividad fue a través de la actividad de los revendedores y de los nuevos mercados *online*¹ que facilitan las compras. La mayoría de los coreanos recurren a las compras libres de impuestos por Internet un par de días antes de ir al aeropuerto. Luego recogen el artículo en el aeropuerto tras facturar. Es la forma más barata de comprar en las tiendas libres de impuestos de Corea.

La tabla de la siguiente página refleja cómo, acentuado por la pandemia y las consiguientes restricciones a los viajes de entrada y salida, el mercado surcoreano de las tiendas libres de impuestos muestra señales de recuperación.

¹ Para comprar en línea productos libres de impuestos en Corea del Sur, es necesario registrarse para obtener una cuenta. Una vez se tiene una cuenta, se puede navegar por el sitio web del minorista y seleccionar los productos que se desea comprar. Cuando el pedido esté listo, se puede recoger en la tienda física o enviarlo a una dirección en Corea del Sur. Se suele precisar un pasaporte, así como otros documentos para demostrar que el titular puede acogerse a los precios libres de impuestos.



NÚMERO DE VISITANTES Y VALOR DE LAS VENTAS TOTALES SEGÚN EL ORIGEN DE ESTOS, 2017-2021

Categoría	Origen	2017	2018	2019	2020	2021
Número de visitantes	Locales	30.876.013	29.938.212	28.427.360	7.381.259	6.105.688
	Extranjeros	15.110.758	18.199.448	20.016.150	3.288.417	665.579
	Total	45.986.771	48.137.660	48.443.510	10.669.676	6.771.267
Valor de ventas (USD)	Locales	3.376.522.606	3.602.159.069	3.476.010.005	785.877.285	721.727.613
	Extranjeros	9.426.959.527	13.636.018.274	17.842.047.361	12.415.518.208	14.851.052.553
	Total	12.803.482.133	17.238.177.343	21.318.057.366	13.201.395.493	15.572.780.166

Fuente: [Korean Duty Free Association \(KDFA\)](#)

2. Características del mercado

2.1. Definición precisa del sector estudiado

Corea del Sur hospeda uno de los mayores mercados de tiendas libres de impuestos del mundo. Una tienda libre de impuestos es un lugar que vende productos exentos de derechos aduaneros e impuestos internos a nacionales y extranjeros que salen del país, a condición de que sean sacados y consumidos fuera. En Corea, se establecieron por primera vez en 1979 con el propósito de adquirir divisas y promover el turismo atrayendo turistas extranjeros.

De acuerdo con la ubicación y el propósito de la instalación, estas tiendas se dividen en tiendas libres de impuestos en el centro, tiendas libres de impuestos de salida, servicio de sala de llegada, tiendas libres de impuestos designadas y tiendas libres de impuestos diplomáticas.

En general, los bienes adquiridos por los consumidores incluyen el impuesto al valor agregado y el impuesto al consumo individual. Sin embargo, las tiendas libres de impuestos ofrecen exenciones de los aranceles, impuesto al valor agregado, impuesto al consumo individual, impuesto a las bebidas alcohólicas e impuesto al consumo de tabaco. Los beneficios anteriores se otorgan con la condición de que los productos libres de impuestos adquiridos se saquen del país.

El modelo de negocio de estas tiendas, que constituyen un canal vital para la venta de productos internacionales en Corea del Sur, es notablemente diferente del de los grandes almacenes del país. Dada la popularidad de los productos de lujo que venden, las tiendas *Duty Free* tienen unos beneficios mucho mayores que los grandes almacenes. No obstante, el margen de beneficio resulta mucho menor al restar las comisiones y los elevados costes de alquiler, ya que a menudo estas tiendas se encuentran ubicadas en aeropuertos y zonas muy concurridas de las grandes ciudades. Además, la reducción del número de turistas a consecuencia de la pandemia ha convertido a los revendedores chinos (*daigong*²) en prácticamente los únicos clientes de las tiendas libres de impuestos de Corea del Sur, desatando una competencia feroz y mermando los márgenes de beneficio de los establecimientos. En 2021, **Shilla Duty Free**, por ejemplo, obtuvo un beneficio operativo de 20.000 millones de wones en el tercer trimestre sobre unas ventas de 857.600 millones de KRW, registrando un margen operativo del 2,3 %.

El mercado *Duty Free* coreano es uno de los que más han crecido en los últimos años. Este desarrollo se debe, por un lado, al progreso experimentado por el sector turístico en todo el mundo

² El término *Daigong* se refiere a comerciantes –a veces incluso empresas– que compran productos libres de impuestos en Corea del Sur y los venden en China. Técnicamente, están vendiendo ilegalmente productos coreanos a China. De hecho, el Gobierno chino está intentando endurecer la normativa sobre el comercio *Daigong* de gran tamaño.



y, por otro, a la mejora del nivel de vida y el aumento de la renta disponible, tanto de los consumidores coreanos como de los turistas que visitan Corea del Sur. Al disponer de un mayor poder adquisitivo, los consumidores tienden a gastar más en productos y servicios cuando se encuentran viajando por otro país.

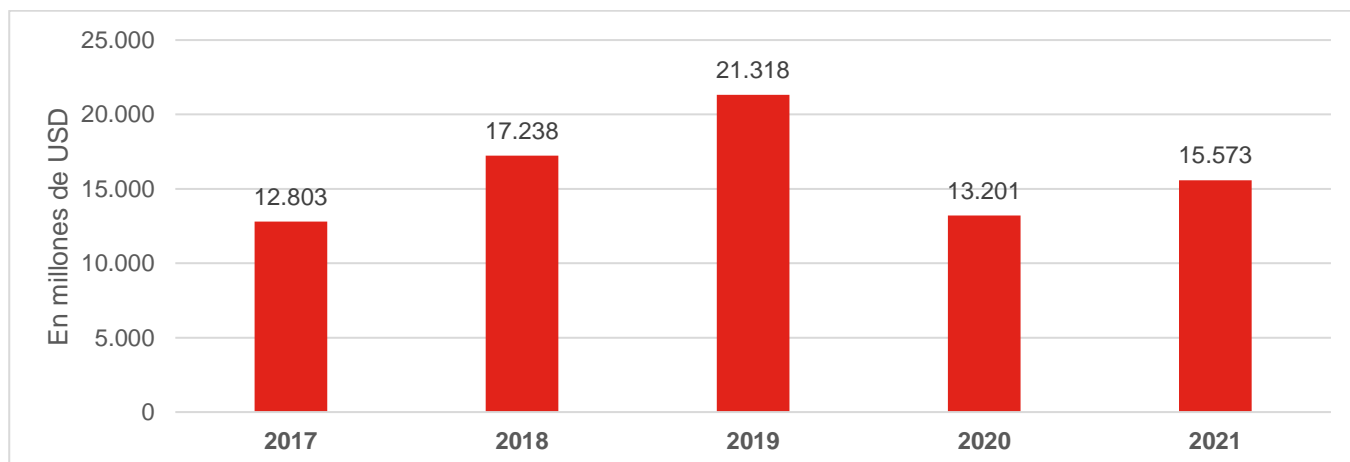
Además, las tiendas *duty free* ya no se dedican sólo a la mera venta de productos libres de impuestos a los turistas, sino también al *marketing* de entretenimiento que combina el turismo con contenidos culturales populares como conciertos de K-pop y la famosa ola coreana en el extranjero (Hallyu). En los últimos años, Corea del Sur ha realizado grandes esfuerzos por exportar su cultura y este es un claro ejemplo de ello. Las tiendas libres de impuestos fusionan la cultura y las compras a través del *marketing Hallyu* utilizando la imagen de diferentes celebridades. Gracias a estos esfuerzos, la actual industria libre de impuestos en Corea se ha establecido como una importante infraestructura comercial que promueve la ola coreana y los productos nacionales en el extranjero y atrae a turistas extranjeros como representante nacional de la industria de distribución.

2.2. Tamaño del mercado

En primer lugar, hay que mencionar que, con anterioridad a la pandemia, la industria estaba experimentando un crecimiento sostenido. No obstante, al ser un sector tan ligado al turismo y dependiente de él, en 2020 las ventas totales se redujeron en casi un 40 %, hasta los 13.200 millones de USD. En 2021, no obstante, se observa una recuperación considerable de la industria, aunque aún se encuentra lejos de alcanzar las cifras de 2019. En el gráfico se puede observar la evolución de las ventas entre 2017 y 2021, según la información obtenida de la Asociación Coreana de Tiendas Libres de Impuestos (KDFA).

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS *DUTY FREE* (2017-2021)

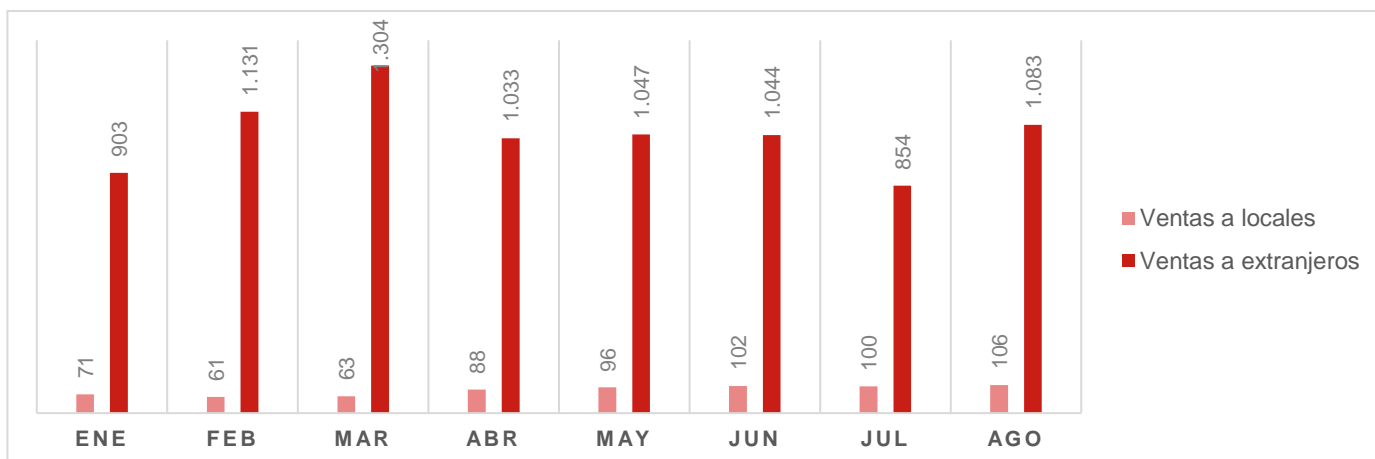
En MUSD



Fuente: [Korean Duty Free Association \(KDFA\)](#)

Por otra parte, como se puede observar en la tabla del primer capítulo, la mayoría de las personas que frecuentan estos establecimientos –al menos de manera presencial– son coreanas. Durante los dos últimos años, tras el comienzo de la pandemia, es lógico que esta tendencia se mantuviera debido a las restricciones a los viajes internacionales y a la conveniencia de asistir para los locales. En 2020 se aprecia, respecto a 2019, una caída del 78 % en el número de visitantes totales, que pasaron de 48 millones a 10 millones de personas. A pesar de que las visitas globales en 2021 cayeron otro 36 %, se espera que el número de visitantes aumente ligeramente en 2022 al relajarse las restricciones y recomendaciones sanitarias. Como se puede observar en el siguiente gráfico, el total de visitantes se ha incrementado a lo largo del año, superando ya casi las cifras de 2021. A pesar de que han aumentado tanto las visitas de clientes locales como extranjeros, los coreanos siguen siendo los predominantes.

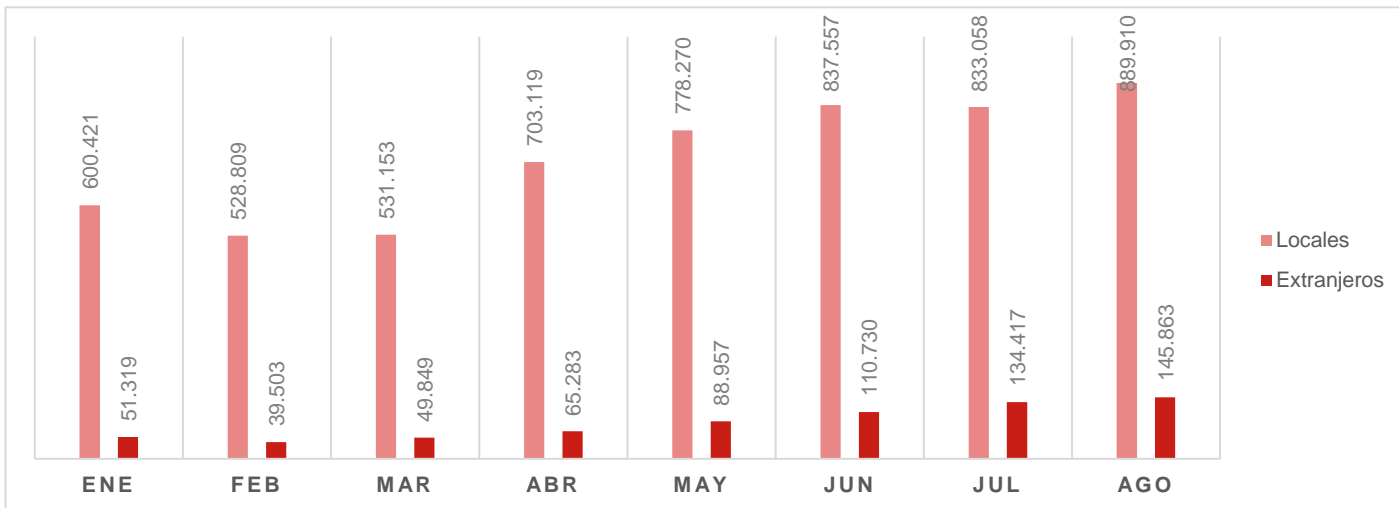
NÚMERO DE VISITANTES SEGÚN MES Y ORIGEN, 2022



Fuente: [Korean Duty Free Association \(K DFA\)](https://www.kdfa.or.kr/)

Por lo demás, cuando se analizan las ventas de las tiendas libres de impuestos, hay que destacar que, a pesar de que la mayoría de los clientes son coreanos, los ingresos de estos establecimientos proceden predominantemente de los extranjeros. Las ventas totales en dólares cayeron un 38 % de 2019 a 2020. No obstante, a diferencia del número de visitantes, que continuó su desplome en 2021, las ventas totales se recuperaron considerablemente, aumentando un 18 % con respecto a 2020. Cabe destacar que hasta un 95 % de las ventas totales de este año se realizaron a clientes extranjeros.

VENTAS TOTALES POR MES Y ORIGEN DE LOS CLIENTES, 2022



Fuente: [Korean Duty Free Association \(KDFA\)](https://www.kdffa.com)

Esto se puede deber a varios factores. Por un lado, la relajación de las restricciones ha permitido a más turistas entrar en Corea del Sur, lo que ha desembocado en un mayor número de ventas. No obstante, en 2021 el número de visitas continuaba siendo menor; la relajación de las medidas de COVID-19 no tuvo lugar hasta mediados de 2022. Mientras esto sí que se refleja en el gráfico de visitas de 2022, donde se aprecia un aumento de las visitas tanto de locales como de extranjeros, no se puede decir lo mismo de las ventas. A lo largo de 2022, las ventas han sido muy irregulares y no han mostrado ninguna clase de tendencia.

Por lo tanto, lo más probable es que la ágil recuperación de las ventas de las tiendas libres de impuestos en 2021 se deba, entre otras cosas, a la introducción de la modalidad de venta *online* para hacer frente a la reducida presencia de turistas ese año.

En estos canales, los principales productos pertenecen a los sectores de **belleza, cosmética y moda**. El mercado *Duty Free* de Corea del Sur posee una competitividad única gracias a la entrada de varias marcas nacionales y mundiales del sector de belleza, también conocido como "K-Beauty". A esto hay que sumar el atractivo que supone para los turistas internacionales la cultura coreana y la capacidad única de *marketing* que conlleva. Los cosméticos representan la mayor parte de las ventas libres de impuestos. Entre 2010 y 2019, los cosméticos pasaron del 36 % al 69 % de las ventas totales. Desde 2020, con el inicio de la pandemia, el porcentaje ha superado ampliamente el 90 %. Las tiendas libres de impuestos son un importante canal de ventas de los cosméticos, y el 47 % de los cosméticos nacionales se venden a través de los canales libres de impuestos (2021).

Las marcas de lujo son cada vez más importantes en el mercado minorista de viajes de la región de Asia-Pacífico, lo que refleja la creciente afluencia de los viajeros de la región. Las marcas mundiales de belleza eligen el *Duty Free* de Corea del Sur como punto de entrada en el mercado



asiático. Marcas como Helena Rubinstein, Fenty Beauty y Gucci Beauty optaron por el *Duty Free* en lugar de otros canales para penetrar en el mercado surcoreano. Las tiendas libres de impuestos también incluyen marcas de licores y tabaco de renombre, como Ballantine's, Johnnie Walker, Royal Salute, Hennessy, KT&G e IQOS.

Existen ciertas tendencias en el sector de las tiendas libres de impuestos de Corea del Sur que se han convertido en constantes en los últimos años, incluso después de la pandemia.

No obstante, y a pesar de la aparente recuperación de las tiendas libres de impuestos, recientemente se ha observado la salida de este canal de numerosas marcas de lujo internacionales.

- **Chanel** informó recientemente a los minoristas de que cerrará las *boutiques* de las tiendas libres de impuestos Lotte de Busan y Shilla de Jeju, las únicas en un centro urbano fuera de Seúl que tenían productos de la marca francesa. Esto supuso un nuevo golpe para los minoristas libres de impuestos locales.
- **Louis Vuitton** retiró su marca del establecimiento Lotte Duty Free de Jeju el 1 de enero y tiene previsto cerrar sus seis tiendas libres de impuestos del centro de Corea para marzo de 2023.
- **Rolex** ya cerró siete de sus 10 tiendas en Corea a finales de 2021, dejando abiertas sólo las tiendas de Lotte *duty free* en la World Tower de Seúl, y las de Shilla *duty free* en Jeju y el aeropuerto de Incheon.

La decisión de estas marcas de cerrar se produce en el momento en que la industria coreana de los *Duty Free* sufre un fuerte descenso de las ventas debido a la pandemia.

Por añadidura, actualmente más del 90 % de los ingresos de estos establecimientos proceden de los revendedores chinos, conocidos como *daigong*. Además de que la gente gastó más en compras al no poder viajar al extranjero, el aumento de los precios de los productos de lujo los hizo más atractivos para la reventa, lo que dio lugar a largas colas de clientes que buscaban hacerse con artículos populares en las tiendas.

2.3. Principales actores

De manera periódica, el Gobierno surcoreano aprueba licencias de negocios para la apertura de nuevas tiendas libres de impuestos. Para obtener estas licencias, las empresas han de presentar una solicitud y participar en licitaciones. Una vez obtenida, la licencia tiene una validez de cinco años con la posibilidad, desde 2018, de renovarse otros cinco años al final del periodo inicial. A diferencia de los grandes conglomerados, los operadores de menor tamaño tendrán la posibilidad de realizar dos renovaciones consecutivas (*Retail in Asia*, 2018).



Shinsegae

Shinsegae, una empresa coreana de grandes almacenes, ha completado su cartera de negocios en el sector de las tiendas libres de impuestos en poco tiempo. Tras la apertura de su primera tienda libre de impuestos en 2012 en Busan, Shinsegae abrió asimismo tiendas en el Aeropuerto Internacional de Incheon en 2015, y también en una calle principal de Seúl, en 2016.

Estos grandes almacenes libres de impuestos de Shinsegae se han convertido en un espacio de exhibición donde se puede "experimentar" la cultura coreana y sus diferentes facetas. La sucursal de Shinsegae en Myeong-dong no sólo es un gran almacén/tienda libre de impuestos, sino que ahora también es un espacio para exponer obras de artistas, creando un entorno de compras nuevo/diferenciado.

Lotte

Lotte Duty Free es una de las principales tiendas libres de impuestos del mundo. Por un lado, cuenta con LUXEMALL, su división de productos de lujo donde se pueden comprar artículos como bolsos, gafas, joyas o zapatos de marcas de renombre. Por otra parte, está LDFBUY, que ofrece diferentes productos de gamas más accesibles y cuyos productos más populares parecen ser suplementos alimenticios y cosméticos.

Su tienda principal en Myeongdong, inaugurada en 1980, es número uno mundial en ventas de las tiendas libres de impuestos. Con un total de ocho tiendas en Corea, Lotte posee otros dos locales en Seúl.

Lotte Duty Free reanudó recientemente la construcción de tiendas libres de impuestos en el aeropuerto de Changi, en Singapur. También tiene previsto abrir tiendas libres de impuestos en Sídney, Da Nang y Hanoi en los próximos meses. Esas aperturas se retrasaron debido a la pandemia. La empresa también tiene previsto reforzar su negocio *online*. Anteriormente, sólo un número limitado de productos de marcas de lujo estaban disponibles en línea mientras que ahora las posibilidades de compra son mucho mayores.

Shilla

Shilla Duty Free pertenece a la cadena de hoteles Shilla. Este es un operador surcoreano de hoteles de lujo y tiendas libres de impuestos. Es miembro de The Leading Hotels of the World y filial de Samsung.

Actualmente, Shilla Duty Free también intenta ampliar su negocio en el extranjero. Mientras otras empresas, como Lotte, se expanden en varios países, el objetivo de Shilla es China. En julio de 2022, Shilla Duty Free firmó un acuerdo con Hainan Tourism Investment Duty Free (HTDF) para crear una empresa conjunta. Shilla asegura que la empresa conjunta forma parte de su esfuerzo por prepararse para la era posterior a la COVID-19. El objetivo sería aprovechar su músculo



financiero y logístico para abrir una tienda libre de impuestos y hacer frente a la demanda existente en el país.

Las principales categorías de productos que vende en sus tiendas incluyen cosméticos y perfumes, electrónica, bolsos y otros accesorios de moda, gafas, joyas, tabaco y licores, así como otros recuerdos.

Hyundai Department Store

Hyundai Department Store Duty Free es la marca de *duty free* de Hyundai Department Store Group, que cuenta con 50 años de experiencia en la distribución. Tiene sucursales libres de impuestos centradas en marcas de lujo en zonas turísticas clave del centro de Seúl, tanto al norte como al sur del río Hangang.



3. Oportunidades del mercado

Corea cuenta con numerosas tendencias de moda y belleza, y esta característica se refleja bien en la cultura de compras del país. En particular, las tiendas libres de impuestos son una excelente manera de adquirir artículos de lujo de marca a un gran precio. Hay que señalar la ausencia de marcas españolas en la mayoría de las tiendas. No obstante, sí que están presentes marcas de lujo como Balenciaga (Shinsegae Duty Free). La mayoría de las marcas que se observan en las secciones de lujo de estas tiendas provienen, principalmente, de países como Francia e Italia, que suelen gozar de un mayor reconocimiento y percepción de calidad entre el público asiático que los productos españoles del mismo sector.

Por otra parte, hay que destacar que los consumidores jóvenes y urbanos buscan nuevas experiencias de viaje, lo que impulsa las tendencias de los viajes y el turismo junto con servicios y productos más específicos. Cada vez son más los viajeros que realizan todos los procesos de forma digital, desde la investigación del viaje hasta la comprobación, la navegación y, en última instancia, la compra de productos. Además, el aumento de la renta disponible ha incrementado la capacidad del viajero de adquirir productos exclusivos. Esto ha tenido un impacto positivo en la expansión del mercado minorista de viajes en Corea del Sur en los últimos años.

De aún mayor relevancia es la adopción de los canales *online*, favorecida por la reciente pandemia mundial. La coreana es una sociedad altamente conectada en la que gran parte de las compras se realizan actualmente a través de Internet. Las ventas por comercio electrónico se han disparado en el país, con las plataformas **Naver**, **Shinsegae** y **Coupang** como protagonistas. Por ello, la nueva medida que permite a los minoristas libres de impuestos trabajar con estas plataformas allana el camino para ampliar considerablemente su oferta, en la que pueden entrar las marcas de lujo españolas ahora que buscarán ampliar su gama de productos.

Es importante destacar que los cambios permiten la compra en línea de licores en tiendas libres de impuestos, con recogida a la salida en el aeropuerto. Hasta ahora, la venta de vinos y licores a través del *Duty free online* estaba prohibida en Corea del Sur, por lo que esta supone una gran oportunidad para los vinos españoles, además de otros licores. Las marcas populares de licores suelen ser compras planificadas cuando los coreanos viajan. El nuevo sistema permitirá a los viajeros comparar precios en línea y reservar los artículos deseados antes de la salida.

Cuando se ponga en práctica, esto podría transformar el comportamiento de compra de los principales grupos de clientes, ya que podrán calcular con precisión y comprar de acuerdo con su límite de franquicia. Es probable que esto aumente el dominio de las marcas conocidas y conduzca a precios más ajustados, porque tanto la disponibilidad de existencias como el precio serán identificables en línea. Una vez que la venta de licores en línea se combine con la recogida en



destino, es probable que muchos coreanos hagan pedidos de sus artículos de licor favoritos y los reserven para cuando vuelvan a casa.

ICEX

4. Claves de acceso al mercado

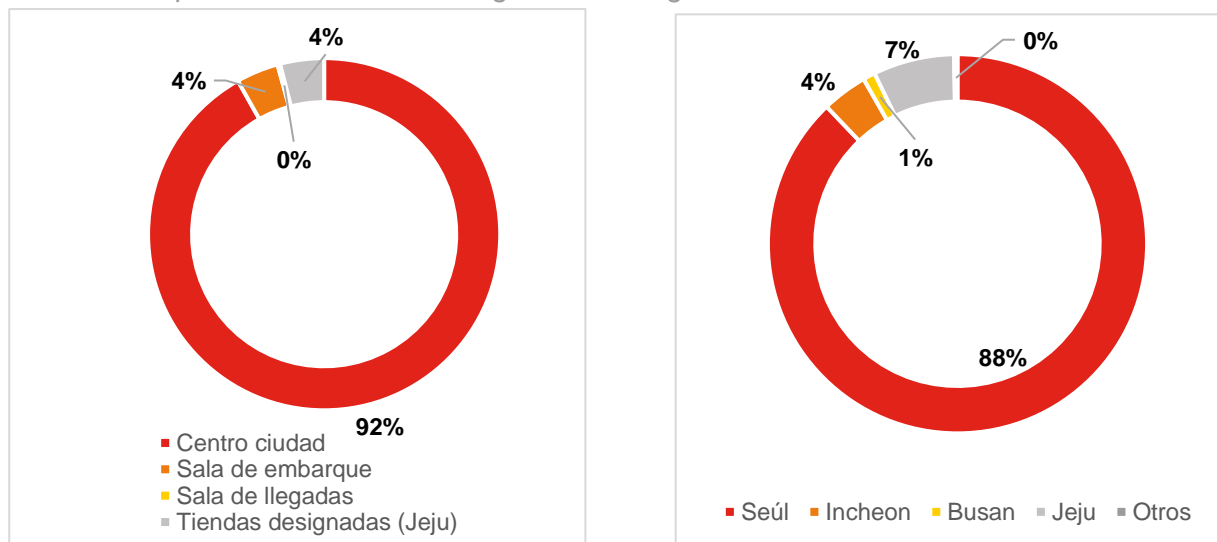
4.1. Distribución

Las tiendas libres de impuestos de la ciudad registraron 11,3 billones de KRW en ventas a partir de 2019, superando a las tiendas libres de impuestos de los aeropuertos en 3,3 billones. Este es el resultado de la política de apoyo del Gobierno a los operadores hoteleros, para fomentar el consumo adicional de los turistas. Según datos de agosto de 2022 (último mes disponible), las tiendas libres de impuestos ubicadas en las ciudades concentraron hasta un 92 % de las ventas totales, la mayoría de las compras siendo efectuadas por turistas extranjeros.

En siguiente lugar, ambas con 4 %, se encuentran las tiendas libres de impuestos localizadas en las salas de embarque de los aeropuertos y las tiendas designadas de la isla de Jeju (incluye aeropuertos y zonas portuarias). No obstante, este último resultado, según asegura la asociación coreana KDFA, es un fenómeno coyuntural, debido a un incremento del turismo nacional y a la venta de bebidas alcohólicas a raíz de las restricciones de la COVID-19.

VENTAS POR TIPO Y UBICACIÓN DE LAS TIENDAS, RESPECTIVAMENTE

Datos correspondientes a las ventas globales de agosto de 2022



Fuente: [Korean Duty Free Association \(KDFA\)](#)

Por otra parte, también cabe observar cómo hasta el 88 % de las ventas de este mes se efectuaron en la capital, Seúl. Esto se debe a que es la ciudad más popular entre los pasajeros internacionales y, por lo tanto, hasta un 98 % de las ventas totales corresponden a compras realizadas por

extranjeros. Este, sin embargo, sólo es el caso en Seúl. En el resto de las ciudades, especialmente en la isla de Jeju, la mayor parte de los ingresos corresponden a compras de turistas locales. Si bien este es el caso, como se ha mencionado anteriormente, es más que probable que este aumento también pueda deberse a la crisis sanitaria y a las restricciones que se han impuesto hasta la fecha.

4.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

4.2.1. Elegibilidad para la compra en tiendas libres de impuestos

Tienda libre de impuestos para diplomáticos

Solamente los diplomáticos en Corea y los empleados de las misiones diplomáticas en Corea que son elegibles para la exención de impuestos pueden utilizar las tiendas libres de impuestos para diplomáticos.

Tienda libre de impuestos en la zona de salida

Una zona de salida indica un lugar donde los pasajeros que están a punto de salir permanecen temporalmente en tránsito a la espera de los vuelos o los buques en una zona de servidumbre en un aeropuerto o puerto marítimo. Los coreanos y los extranjeros que vayan a salir al extranjero y los pasajeros que se queden temporalmente debido al tránsito de vuelos o barcos a otras naciones pueden utilizar las tiendas libres de impuestos en la zona de salida.

Tienda libre de impuestos en el centro de la ciudad

Como las tiendas libres de impuestos del centro de la ciudad están situadas lejos de la zona de salida, sólo los coreanos y los extranjeros que vayan a salir al extranjero pueden utilizarlas.

4.2.2. Límite de exención fiscal

Desde agosto de 2022, el límite de exención de impuestos de un extranjero entrante es de hasta 800 USD (previamente era de 600 USD) por persona sobre el valor total imponible de los efectos personales o del equipaje entregado por separado (excluyendo los que se reintroduzcan en el país después de haber sido sacados con la comprobación de la aduana).

Este límite se calcula incluyendo las mercancías extranjeras y nacionales y se basa en el total de los efectos tomados del extranjero, como las mercancías compradas en tiendas libres de impuestos en Corea y en el extranjero.

Además del límite básico de exención de impuestos, la exención del impuesto sobre licores, tabaco y perfumes se aplica de la siguiente manera:



- Licor : una botella (hasta 2 litros y con un valor de hasta 400 USD).
- Tabaco : tabaco: 200 cigarrillos, 50 puros, cigarrillo electrónico (200 tipos de cigarrillos, 20 ml de nicotina líquida, otros tipos 110 g), 250g de otros tipos de tabaco (sin embargo, si se llevan dos o más tipos de tabaco, sólo uno puede estar exento de impuestos).
- Perfume : 60 ml.

Sin embargo, los derechos de aduana sobre el licor y el tabaco comprados por una persona menor de 19 años no están exentos y, en los casos en los que el licor y el tabaco incluyen licores, tabaco y/o perfumes domésticos adquiridos en virtud de la salvedad del subpárrafo 1 del artículo 196(1) y del artículo 196(2) de la Ley de Aduanas, la cantidad de productos domésticos está excluida de la exención por separado (subpárrafo 1 del artículo 96(1) de la Ley de Aduanas y artículo 48(3) del Reglamento de Aplicación de la Ley de Aduanas).

Más información, incluyendo todo lo relativo a los pedidos *online*, los pagos de los productos, las horas de compra permitidas o los requisitos del uso de documentos como el pasaporte y la tarjeta de embarque, entre otras cosas, se puede obtener a través de [este enlace](#) que resume el funcionamiento básico de las tiendas libres de impuestos.

4.2.3. Información adicional

Para obtener información adicional acerca de las leyes y reglamentos que rigen la industria libre de impuestos se recomienda acceder, a través de [este enlace](#), a la página de la asociación coreana de tiendas libres de impuestos (KDFA), donde se aborda la legislación de manera minuciosa. A pesar de estar el texto original en coreano, se puede traducir mediante la herramienta de traducción del navegador de Internet.

Este enlace contiene la siguiente información, también accesible a través de los enlaces presentados a continuación:

- [Aviso sobre patentes para tiendas libres de impuestos](#)
- [Aviso sobre el funcionamiento de las tiendas libres de impuestos](#)
- [Texto original del reglamento de aplicación de la Ley de Aduanas](#)
- [Texto original del Decreto de Aplicación de la Ley de Aduanas](#)
- [El texto de la ley aduanera](#)
- [Comparación de Etapas de la Ley de Aduanas 3](#)

5. Enlaces útiles

A continuación, se listan posibles enlaces de interés sobre el sector analizado. Pulsando en los logos de cada uno de los cuatro principales actores de este mercado se puede acceder a sus respectivas páginas web.

- [Korean Duty Free Association \(KDFA\)](#)
- [Ministerio de Estrategia y Finanzas \(MOEF\)](#)
- [Ministerio de Cultura \(MCST\)](#)



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