RESUMEN EJECUTIVO

INFORME e-PAÍS

2025

ICEX España Exportación e Inversiones

Informe e-País: El comercio electrónico en Corea del Sur

Noviembre 2025

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.



11 de noviembre de 2025
Seúl

Este estudio ha sido realizado por
Alaitz Barrutia, Cristina Horta, Gabriela Mitkova, Pedro Martinez y Lucia Fernandez

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

http://seúl.oficinascomerciales.es

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250268

¿Es Corea del Sur un país propicio para el desarrollo del e-commerce?

Las características sociodemográficas y el elevado desarrollo tecnológico de Corea del Sur propician que sea uno de los mercados más atractivos para el comercio electrónico. Según datos de Statista, en este país, los "habitantes digitales" conforman en 2024 cerca del 97,6% de la población total. Además, hay más de 40 millones de usuarios de *smartphones* y se espera que este dato siga aumentando. Las estadísticas confirman que el consumidor coreano se caracteriza por su gran actividad internauta: según la encuesta 2024 Survey on Internet Usage, aproximadamente el 46,1% de la población pasa 21 horas semanales o más conectada a internet. Además, el 96% de los jóvenes que tienen entre 18 y 34 años poseen perfil en alguna red social.

En 2025 el motor de búsqueda más utilizado en Corea del Sur fue Naver, con una participación de alrededor del 59 por ciento de los usuarios activos mensuales. Naver es una plataforma en línea y motor de búsqueda de Corea del Sur operado por Naver Corporation. A pesar de que el sitio web nacional es popular entre los usuarios, Chrome ocupó el primer lugar como líder del mercado en el mercado de motores de búsqueda de Corea del Sur. Otro factor que ayuda al desarrollo del *e-commerce* es la política digital de su Gobierno. En este aspecto, Corea del Sur ocupa la cuarta posición en el Índice de Naciones Unidas para el Desarrollo de e-Government de 2024, que valora la provisión de servicios e información gubernamentales a través de Internet.

¿Cómo es el ecosistema e-commerce de Corea del Sur?

Con su población experta en el uso de la tecnología, contando con infraestructuras digitales y logísticas maduras y siendo una de las más avanzadas en términos de penetración de ventas online (llegando a casi una cuarta parte de las ventas minoristas totales), de acuerdo con el análisis realizado por ecommerceDB, Corea del Sur es uno de los mercados más grandes para el comercio electrónico, con unos ingresos de 114.340 millones de dólares estadounidenses (105.680 millones de euros) en 2024, lo que lo sitúa por delante de Japón.

Los principales portales de compra del ecosistema online son los siguientes: Coupang, Gmarket, 11st, Auction, Interpark, www.tmon.co.kr, www.ssg.com, y Aliexpress. El comercio electrónico B2B está dominado también por estos grandes *marketplaces*, que crean herramientas específicas para que las empresas puedan negociar dentro de sus plataformas. Gmarket, Auction.co.kr, Interpark, WeMakePrice y buyKOREA (plataforma creada por KOTRA) son los principales mercados electrónicos B2B. Es un mercado en continuo crecimiento, pues cada vez más empresas confían en este sistema de hacer negocios. Para el comercio electrónico B2G, el sistema de compras electrónicas *online* de Corea (KONEPS) es el único canal en Corea. El sitio web cubre más del 60 % del mercado de contratación pública de Corea.

Por otro lado, los productos comprados en plataformas extranjeras tienen un alto margen de cabida en el mercado coreano. Según el Servicio de Información Estadística de Corea (KOSIS), el comercio

transfronterizo pasó de 1.500 millones de EUR en 2017 a 5.094 millones en 2024. Según el Departamento de Comercio del Gobierno de Estados Unidos, el comercio electrónico transfronterizo se ha convertido en un comportamiento de compra cotidiano entre los coreanos sensibles a los precios. El gobierno coreano fomenta el comercio electrónico transfronterizo simplificando y agilizando los procedimientos aduaneros, lo que permite a los consumidores coreanos beneficiarse de los productos de bajo precio provenientes del extranjero.

En Corea del Sur los contenidos multimedia más demandados y descargados por los consumidores son los relacionados con la industria de videojuegos. Según los datos de Statista en 2024, el mercado de los videojuegos alcanzó unos ingresos de 13.365 millones de USD y se espera que para 2024 haya crecido hasta los 14.560 millones de USD.

La presencia de empresas españolas en el canal online en Corea del Sur es escasa. No obstante, marcas del sector textil como ZARA o Mango sí que cuentan con páginas web propias en las que venden y promocionan sus productos. Según el informe "eCommerce in South Korea 2024" realizado por ecommerceDB, los sectores con un mayor potencial de crecimiento son el de la moda, el de los productos de belleza y cuidado personal, así como el de la electrónica.

¿Qué pasos hay que seguir para poder exportar online a Corea del Sur?

En la página web de KIPO, la Agencia Coreana de Propiedad Intelectual, el exportador español puede consultar toda la legislación aplicable tanto para patentes y modelos de utilidad como para marcas y diseños industriales.

El sistema de protección de la propiedad intelectual en Corea del Sur es avanzado en comparación con otros países del entorno y las empresas surcoreanas son prolíficas en el registro de marcas y patentes. Por otro lado, todos aquellos productos y servicios electrónicos procedentes de la Unión Europea podrán acogerse a los beneficios arancelarios detallados en el Acuerdo de Libre Comercio entre la Unión Europea y Corea del Sur, no obstante, existen ciertos productos prohibidos (cigarrillos, medicinas, narcóticos, armas…) o limitaciones a determinados artículos de uso personal. El registro de una página web en Corea del Sur ha de seguir las pautas marcadas por el regulador coreano. Si el nombre de dominio que se desea registrar está disponible, se debe contactar con una de las agencias autorizadas que recomienda KISA, la Agencia Coreana para Internet y Seguridad. Los mercados electrónicos coreanos han de poseer obligatoriamente el certificado ISMS-P. Este sello emitido por KISA garantiza la protección de los datos personales de los consumidores.

La cadena de distribución del comercio electrónico funciona igual que la del comercio *offline*, con la particularidad de prescindir más frecuentemente de muchos agentes intermedios al no necesitar de un espacio físico para la venta del producto final.

¿Cómo es el consumidor online surcoreano?

Según el informe 2024 Survey on Internet Usage, **el 79,8% % de los usuarios de Internet en 2024 compraron a través de alguna plataforma online.** Además, los datos de esta encuesta muestran que el gasto mensual medio por consumidor es de 187.857 KRW (114,07 EUR), siendo el principal medio de pago utilizado la tarjeta de crédito (alrededor de un 69,9 % % de consumidores la usan).

La publicidad *online* continúa ganando terreno a la tradicional. De hecho, en 2024 representa el 71% del mercado total publicitario en Corea del Sur, y se espera que esta cifra alcance el 73% en 2025. Por otro lado, es destacable la existencia de barreras idiomáticas y culturales asociadas a las diferencias existentes entre ambos países.

Con una penetración del 93,4% en redes sociales, Corea del Sur se ha consolidado como el tercer país con mayor porcentaje de su población activa en estas plataformas. Según el estudio "Digital 2024: South Korea", más de 48,34 millones de surcoreanos tienen una cuenta en alguna red social.

CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Corea del Sur 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.

ICEX España Exportación e Inversiones también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: eMarketServices. A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante formación, con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País como este, pero también noticias y reportajes de actualidad, casos de éxito, entrevistas y una Red de Expertos con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante asesoría, ofreciendo servicios a medida para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el directorio internacional de mercados electrónicos que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como Amazon, Alibaba o JD.com, entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video aquí.

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

www.icex.es

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA
ICEX España Exportación e Inversiones