



Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
Dirección de Estudios Económicos

Café en China

Ronald Arce
rarce@procomer.com
Analista Económico

Marzo, 2008

EE-IM-03-2008

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	3
I. Definición del producto	4
II. Potencial del mercado	5
A. El mercado internacional.....	5
B. El mercado chino.....	7
III. Análisis de las importaciones de café en el mercado chino	9
A. Café sin tostar (0901.11)	9
a. Evolución.....	9
b. Origen.....	10
c. Punto de ingreso	11
B. Café tostado sin descafeinar (0901.21).....	12
a. Evolución.....	12
b. Origen.....	13
c. Punto de Ingreso	13
IV. Comercialización.....	15
V. Impuestos de aduanas	18
VI. Precios de importación	19
A. Café sin tostar	19
B. Café tostado.....	20
VII. Fuentes	21
Anexos	22

Resumen Ejecutivo

- El consumo de café en China se encuentra en crecimiento, aunque sigue siendo limitado principalmente a las zonas urbanas asociadas a la existencia de un segmento de consumidores con mejores niveles de ingreso.
- El promover un mayor consumo de café en China enfrenta el reto de una cultura más asidua al consumo de té.
- El café instantáneo es el principal producto de venta en supermercados y el café regular se vende principalmente a través de cafeterías y tiendas especializadas
- Existe una producción local incipiente (aproximadamente una cuarta parte de la producción costarricense) aunque se está promocionando el cultivo del grano especialmente en las provincias del sur de China, cercanas a Vietnam.
- Los principales proveedores del mercado chino corresponden a países vecinos como Vietnam e Indonesia, los cuales aportan más del 90% del café sin tostar importado por China.
- El mercado chino de café está dominado por empresas transnacionales, como Nestlé y Kraft, las marcas asociadas a estas empresas son las de mayor presencia en el mercado tales como Nescafé o Maxwell House.
- Las perspectivas a largo plazo son de un aumento en el tamaño del mercado conforme se mejoren los ingresos de la población y haya una cultura cada vez más occidentalizada

I. Definición del producto

Para efectos de este documento se entenderá por café, tanto el café verde producto del proceso de descascarillado de la cereza del café, así como el café tostado que incluye un mayor nivel de procesamiento y es el que generalmente se vende al consumidor final.

De acuerdo al Sistema Armonizado, el café se clasifica en la partida arancelaria 0901 y en las siguientes aperturas:

0901 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y casarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.

0901.1 Café sin tostar

0901.2 Café tostado

0901.90 Los demás

Para efectos de este documento, se hará énfasis en el café sin tostar y el café tostado ambos sin descafeinar y no se ahondará en otros productos relacionados, aunque pueden ser mencionados.

II. Potencial del mercado

A. El mercado internacional

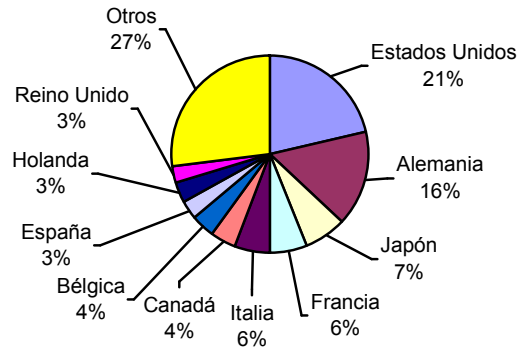
Durante el año 2006, las importaciones globales de café se alcanzaron los US\$15,000 millones, con un incremento de 16% con respecto al año previo medido en términos de valor. Este incremento en el valor de las importaciones mundiales obedeció principalmente al aumento del precio de este producto en el mercado internacional ya que en términos de volumen el crecimiento fue de 4.6%.

En términos generales, las importaciones globales de café han presentado un crecimiento superior al 20% en promedio por año entre el 2002 y el 2006 en términos de valor como consecuencia de los aumentos que ha registrado el precio de este producto en el mercado internacional.

Una de las características del mercado es la existencia de una preferencia por parte de los países importadores a la compra de café verde (café sin tostar ni descafeinar), y realizar en el país el tueste de acuerdo a sus propias mezclas. Estos países importadores y tostadores por lo anterior también suelen aparecer como exportadores de café aunque no tengan producción propia. Esta preferencia se refleja en los datos ya que el café verde representó más del 75% de las importaciones mundiales de café; el café tostado sin descafeinar se ubica como el segundo en importancia con 19% mientras que el porcentaje restante se distribuye en café descafeinado y sucedáneos.

El café es un producto con alta aceptación en el mercado internacional. En el año 2006 70 países realizaron importaciones que superaron los US\$10 millones, siendo los principales mercados importadores los países del hemisferio norte, con Estados Unidos como principal comprador, seguido de Alemania, Japón, Francia, Italia y Canadá. Estos seis mercados en conjunto representaron el 60% de las importaciones globales.

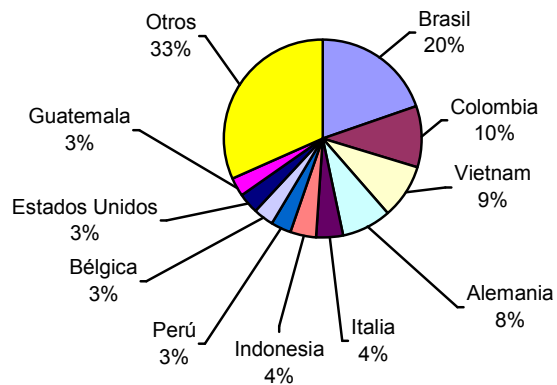
Principales países importadores de café según valor (2006)



Fuente: Trademap

A nivel de exportaciones, el mercado está dominado por tres grandes productores, Brasil, Colombia y Vietnam, en conjunto estos tres países representaron el 40% de la oferta mundial de café en el año 2006. Sin embargo, países no productores de café como Alemania, Italia, Estados Unidos y Bélgica aparecen dentro de los principales diez exportadores mundiales debido a su altos niveles de procesamiento y posterior reexportación.

Principales países exportadores de café según valor (2006)



Fuente: Trademap

B. El mercado chino

Históricamente China ha sido un país consumidor de té. El mercado de bebidas calientes, donde se incluye el café, el té y otras bebidas, es dominado por el té siguiendo la tradición del país. Este producto representó en el año 2006 cerca del 94% del mercado mientras que el café aportó el 5% del mercado y el 1% restante fue aportado por otras bebidas.

A pesar de su relativa poca importancia en el mercado de bebidas calientes, el café ha logrado alcanzar una alta penetración en las grandes ciudades chinas, sin embargo, en las zonas rurales y de menor desarrollo, el café despierta poco el interés de los consumidores ya que estas regiones son más conservadores en cuanto a sabores prefiriendo el té.

Actualmente el gasto por consumidor de café en China es sumamente bajo al compararse con otros países. No obstante, es importante señalar que este gasto presenta una tendencia creciente, que ha hecho que éste se duplique durante los últimos cinco años.

Gasto per cápita en café (2007)

País	Dólares por persona
China	0.2
Japón	36.0
Estados Unidos	22.7
Alemania	44.4
Finlandia	54.9

Fuente: Euromonitor

Como se mencionó anteriormente, el consumo del café se ha acelerado en China durante los últimos años como parte de un proceso de occidentalización de los consumidores, especialmente los adultos jóvenes que viven en las grandes ciudades. Conforme China mantenga su ritmo de expansión económica y un proceso de

occidentalización se podría esperar un aumento en el consumo de café para acercarse a los niveles internacionales, sin olvidar la preferencia China por el té.

Esta tendencia favorable al consumo del café en China ha propiciado la presencia de la cadena internacional de cafeterías *Starbucks*, la cual cuenta con un gran número de locales repartidos en las principales ciudades de China (más de 400 puntos de venta) y que ha hecho de esta bebida una moda en la población de ciertas regiones de ese país. Adicionalmente se han desarrollado otras cadenas de cafeterías, las cuales venden cafés de alta calidad elaborados a partir de café en grano.

Las zonas económicas de mayor bonanza en China como Shangai y la zona este concentran la mayor parte de las ventas de café en ese país, con más del 33% en el año 2006 según Euromonitor. Sin embargo, el crecimiento en el consumo no se limita a esta región, ya que se está presentando en todas las regiones de China, aunque con mayor énfasis en aquellas que han mostrado un mejor desempeño económico.

El crecimiento de mercado se espera que se mantenga elevado en los próximos años debido al aumento en los ingresos de la población y el proceso de occidentalización.

Aunque a nivel local existe producción en las zonas más sureñas de China (según estimaciones de la FAO alcanzó 30,000 toneladas en el 2006)¹, ésta es insuficiente para cubrir la demanda interna por lo que China debe recurrir necesariamente al mercado internacional.

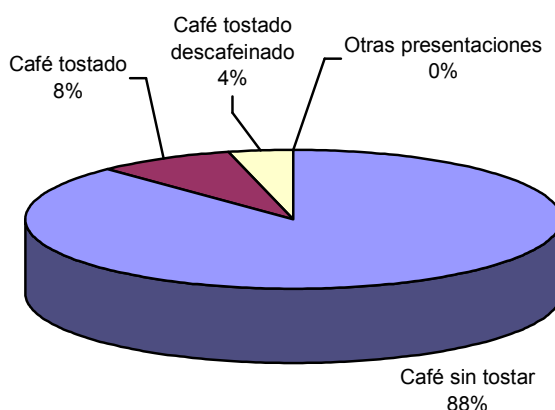
¹ La producción de café está siendo estimulada por el gobierno chino en la provincia de Yunnan con éxito, y se pretende trasladar este estímulo a las regiones de Kunming y Simao. Estas provincias se ubican en una latitud similar a los países centroamericanos por lo que potencialmente pueden extraerse cafés de alta calidad.

III. Análisis de las importaciones de café en el mercado chino

Las importaciones de café de China han crecido durante los últimos cinco años a un ritmo de 9.5% promedio según el volumen importado, hasta alcanzar cerca de 20,500 toneladas en el año 2007. Esta cantidad representó en ese año un valor de US\$48.3 millones.

Del volumen importado por China, el 88% corresponde a café sin tostar, sin embargo el rubro de mayor crecimiento es el café tostado sin descafeinar, el cual entre el año 2003 y 2007 pasó de 132 toneladas a 1,698 toneladas.

China: Importaciones de Café según peso (2007)



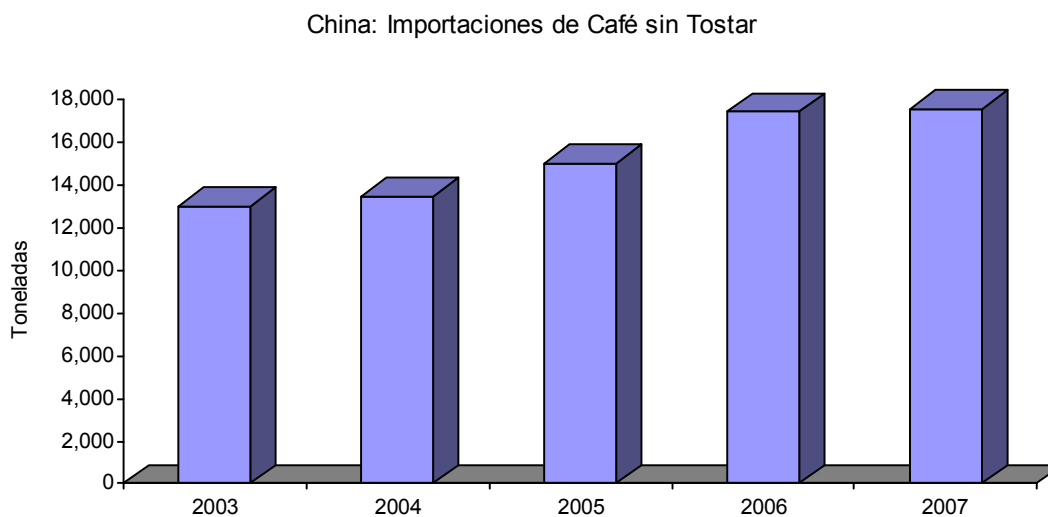
Fuente: WTA

A. Café sin tostar (0901.11)

a. Evolución

El volumen de las importaciones de café sin tostar (sin descafeinar) de China presenta una tendencia creciente durante los últimos años con un crecimiento promedio anual de 7.8% entre el año 2003 y 2007. En el año 2007 se alcanzó un total de 17,600 toneladas. En términos de valor, las importaciones se ubicaron en torno de los US\$30 millones, sin embargo, el crecimiento en dólares ha sido superior, ubicándose en el 30%

en promedio por año, situación que refleja un incremento en el precio promedio de importación.

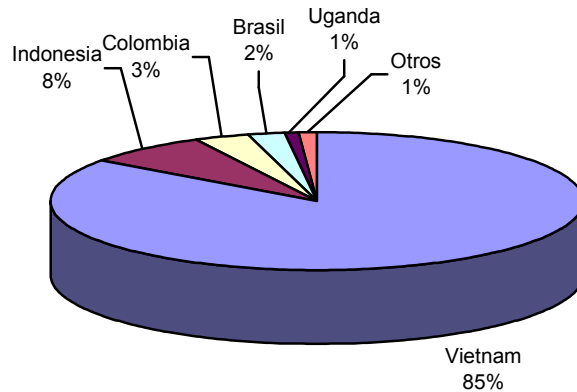


Fuente: WTA

b. Origen

La mayor parte de las importaciones de café sin tostar realizadas por China provienen de países vecinos como Vietnam e Indonesia, estos dos productores abarcaron cerca del 93% del volumen de las importaciones del año 2007, el primero de ellos es sin duda el más importante con el 85% de la cantidad importada.

China: Origen de las Importaciones de Café según peso (2007)



Fuente: WTA

A nivel latinoamericano, las importaciones Chinas se originan principalmente en Colombia y Brasil, sin embargo, estos países han visto disminuida su participación porcentual así como la cantidad absoluta durante los últimos años. En el caso de Colombia la reducción se produjo únicamente en el año 2007 mientras que Brasil ha registrado una tendencia decreciente desde el año 2005.

Dentro de los principales proveedores, Vietnam es el que mejor desempeño presenta, con un crecimiento de 50% entre el 2005 y el 2007, lo cual ha provocado un desplazamiento de otros proveedores. En el año 2005, este país representó el 66% del volumen total importado mientras que como se mencionó anteriormente el año 2007 aportó el 85%.

Según la información de China, este país compró a Costa Rica menos de una tonelada de café sin tostar en el año 2007.

c. Punto de ingreso

El café sin tostar a China ingresa principalmente (85%) por la provincia de Guandong, específicamente por el distrito de Huangpu. El otro punto importante es el municipio de Shangai el cual recibe el 8% del café verde. Estos dos puntos de ingreso son los únicos que recibieron más de US\$1 millón en el 2007 y únicamente por Huangpu se

superaron las 1,000 toneladas en el año 2007, en caso de Shanghai el volumen fue cercano a esta cifra (988 toneladas).

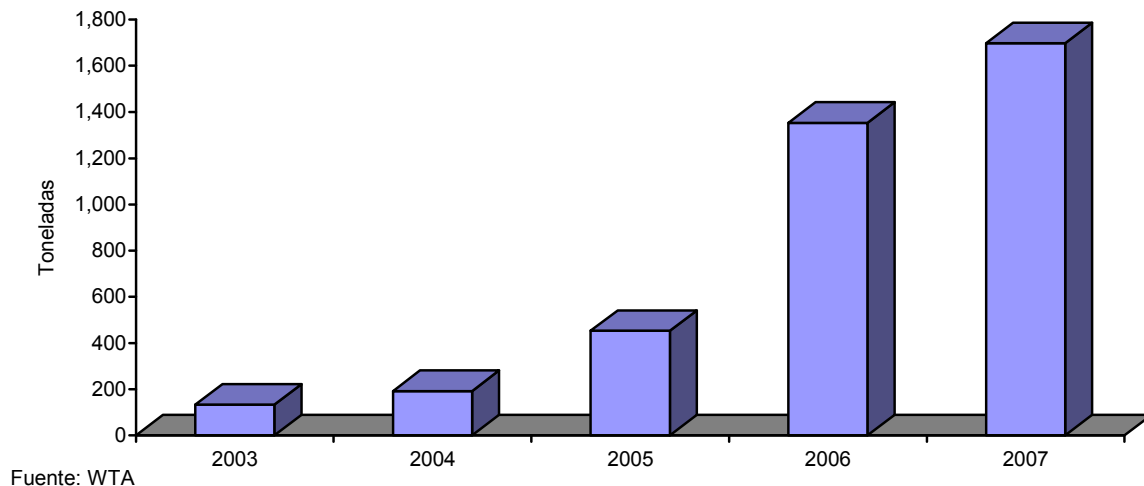
Por Tianjin (tercer punto de entrada) ingresaron 360 toneladas de café sin tostar en el año 2007 aunque es uno de los puntos de mayor dinamismo con un crecimiento del 46% con respecto al año anterior.

B. Café tostado sin descafeinar (0901.21)

a. Evolución

De las importaciones de café tostado la mayoría corresponden a café sin descafeinar (70% del volumen), mientras el restante corresponde al café descafeinado. Las cerca de 1,700 toneladas de café tostado sin descafeinar representan la cifra más alta de los últimos años, los cuales han seguido una tendencia creciente que se refleja en el incremento de superior al 1,000% durante los últimos cinco años.

China: Importaciones de Café Tostado sin Descafeinar



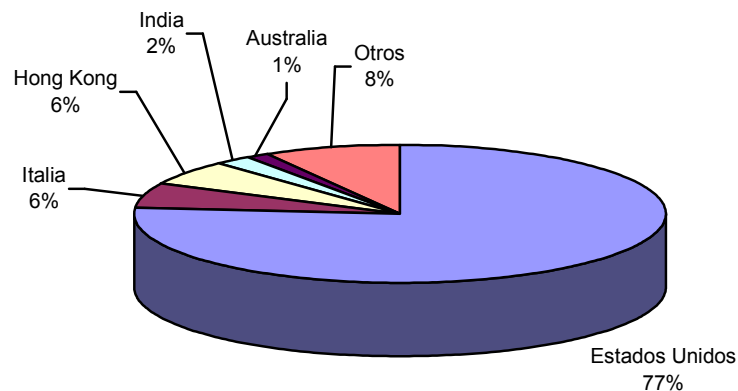
A diferencia del café sin descafeinar, el café tostado descafeinado mostró un estancamiento en las importaciones chinas entre los años 2003-2007, alrededor de las 800 toneladas anuales. Este producto no registró incrementos en sus importaciones y más bien fue una contracción cercana al 5% lo que se presentó en el período.

b. Origen

Las importaciones de café tostado realizadas por China en el año 2007 provienen principalmente de países no productores, por lo que se dificulta determinar el verdadero origen del mismo.

Las importaciones procedentes de Estados Unidos representaron más del 75% de las importaciones de café tostado de China en el año 2007, a esto se suman otros países como Italia, Hong Kong y la India con una participación relativamente baja. Costa Rica aparece como el principal proveedor de este producto de Latinoamérica y se ubica en el lugar número 14 en la lista de proveedores de café tostado a China con cerca de 7 toneladas lo cual representó el 0.4% de las importaciones de este mercado.

China: Origen de las Importaciones de Café Tostado según Volumen (2007)



Fuente: WTA

c. Punto de Ingreso

El ingreso del café tostado está altamente concentrado en el municipio de Shangai, el cual recibe el 90% del café tostado importado por China. Otros puntos de ingreso relativamente importantes en el año 2007 fueron Guangzhou, Beijín y Tianjin por cada uno de los cuales ingresó un aproximado de US\$300 mil.

De estos puntos de ingreso, el crecimiento en volumen importado estuvo presente en la mayoría. Shangai presentó un crecimiento cercano al 25%, mientras que el nivel fue aun más elevado en Guangzhou y Beijín, en el caso de Tianjin el volumen importado se mantuvo con en niveles similares al año 2006.

IV. Comercialización

El café instantáneo es la principal presentación de café para la venta a los hogares chinos, la presencia de café regular es relativamente limitada dentro de las tiendas detallistas.

Las especialidades (café instantáneo saborizado), por su parte, han ido ganando aceptación dentro de los consumidores, provocando una menor participación del café instantáneo regular, y ganando terreno el *capuccino* y el *café latte*.

El café instantáneo mezclado con azúcar y leche en polvo, ha ganado terreno en el mercado chino y puede ser encontrado inclusive en los hogares de zonas rurales. Se considera que actualmente un envase de café puede ser encontrado en un alto porcentaje de hogares e inclusive es enviado como regalo.

El mercado del café en China es dominado principalmente por marcas extranjeras, ya que al ser un producto occidental, éstas son consideradas como de mayor calidad. Dos de las principales marcas presentes en el mercado chino dominan el 90% del mercado (Nescafé; Maxwell House). Estas marcas a su vez son importantes participantes en el mercado mundial. Otras marcas con menor presencia son: UCC, Mocca, Bencafé y Lisun.



Nescafé



Café Maxwell House

Detrás de las marcas líderes se encuentran importantes empresas multinacionales, las cuales tienen facilidades (fábricas y centros de distribución) en China. Las principales compañías según la participación en el mercado son:

1. Nestlé (China) Ltd.
2. Guangzhou Kraft Food Co. Ltd.
3. Dalian UCC Ueshima Coffee Co Ltd.
4. Jiangsu Mocca Food Co Ltd.
5. Hainan Haikou Lisheng Coffee & Foods Co Ltd.

Los supermercados e hipermercados chinos cuentan entre sus productos principalmente con café instantáneo, el café regular es principalmente vendido a través de tiendas de especializadas y las cafeterías.

La empresa Nestlé a través de su marca Nescafé se encuentran promocionando el Café de Yunnan, provincia del sur de China, lo cual hace preveer un aumento en la competencia de producto local y con denominaciones de origen, así como de la producción local.



Café de Yunnan, en caja de regalo

Durante los próximos años es de esperar que el café regular (no instantáneo) vaya ganando terreno en los supermercados e hipermercados conforme las máquinas para preparar café se vuelven más populares entre los consumidores, especialmente aquellos de los segmentos más altos.

Un nicho de mercado que se encuentra en pleno desarrollo es el café listo para beber (RTD Coffee en inglés). Este producto se encuentra en las etapas iniciales de introducción, por lo que su distribución se encuentra limitada a las ciudades más desarrolladas de China (Shangai, Beijín, etc.), las cuales poseen un mayor poder adquisitivo y consumidores más innovadores.

Otro motivo por el cual el café listo para beber se encuentra únicamente en las ciudades más desarrolladas es su posicionamiento como un producto *premium*, dirigido a consumidores con poco tiempo disponible y por lo tanto las ventas se producen principalmente en lugares cercanos a las aficiones o puntos de comunicación (paradas de autobuses o trenes).

Actualmente el mercado es dominado por Coca Cola bajo la marca Nescafé² con una participación de mercado cercana al 46% en el año 2006. Otras marcas importantes son AHA de President Enterprises (20%), Pokka de Pokka Four Seas Suzhou Food y Mocca de Jiangsu Mocca Food con 7% del mercado cada uno.



Café frío

Este nicho de mercado se encuentra en crecimiento, Euromonitor estima que entre el 2006 y el 2011 crezca a una tasa promedio 10.6% al año, y que al final de este período se estén vendiendo más de 38 millones de litros al año.

² Coca Cola adquirió la marca de productos Nescafé RTD en el año 2005.

V. Impuestos de aduanas

Actualmente el café costarricense debe pagar arancel para ingresar al mercado chino. Este impuesto lo deben cancelar todos los países que no posean acuerdos de libre comercio con China. El monto del arancel dependerá del grado de procesamiento como se observa en la siguiente tabla.

Partida	Descripción	Arance N.M.F
0901.11	Café, sin tostar, sin descafeinar	8%
0901.12	Café, sin tostar, descafeinado	8%
0901.21	Café tostado, sin descafeinar	15%
0901.22	Café tostado, descafeinado	15%

Fuente: Macmap

Este nivel de protección que ejerce el gobierno chino ha sido una de las herramientas utilizadas por los productores locales para promover su producto dentro del mercado interno.

Es importante señalar, que las regulaciones de Hong Kong son diferentes a las de China. Así, las importaciones de café en Hong Kong no tienen que pagar impuestos de aduanas en ningún caso, sin embargo, si el producto es posteriormente reexportado a China deberá cancelar los impuestos de este país.

VI. Precios de importación

A. Café sin tostar

En términos generales, el precio promedio de las importaciones de café que realiza China³ es más bajo que el precio al que se cotiza en la bolsa de Nueva York. Esto podría ser reflejo de una menor calidad en las importaciones con respecto al café *arábiga* que es el que vende Costa Rica, por lo que se debe buscar la diferenciación del producto nacional con respecto a países de baja calidad para evitar la competencia por precios. En el año 2007, según cifras del Banco Mundial las transacciones en la bolsa de Nueva York para café *arábiga* tuvieron un precio promedio de US\$2.72 por kilogramo mientras que para el café *robusta* el precio se ubicó en US\$1.91 por kilogramo; el precio promedio de importación de China en ese mismo año fue de US\$1.70 por kilogramo.

**China: Precio Promedio de Importación según Origen
(US\$/Kg)**

Origen	2005	2006	2007
Total	0.95	1.28	1.70
Vietnam	0.74	1.18	1.62
Indonesia	1.01	1.17	1.82
Colombia	2.53	2.44	2.55
Brasil	1.90	2.24	2.45
Uganda	1.70	1.78	1.96

Fuente: WTA

Sin embargo, cafés de alto prestigio en el mercado internacional han logrado obtener precios elevados, tal es el caso de Jamaica, país que ha logrado colocar café a más de US\$30 por kilogramo aunque esto lo han logrado en pequeñas cantidades.

³ El precio promedio de importación corresponde al valor de las importaciones dividido entre las toneladas importadas

B. Café tostado

A nivel de los principales proveedores de café tostado en China, Italia es el que registra los mejores precios promedios de importación, con cerca de US\$11.87 por kilogramo. En el caso de los Estados Unidos, el precio reportado es de aproximadamente US\$7.83 por kilogramo, cifra que se aproxima al precio promedio total de US\$7.91 por kilogramo.

China: Precio Promedio de Importación según Origen (US\$/Kg)

Origen	2005	2006	2007
Estados Unidos	8.04	7.94	7.83
Italia	10.55	11.1	11.87
Hong Kong	4.48	5.39	5.41
India	0	1.78	4.5
Australia	7.37	8.00	8.17
Estados Unidos	8.04	7.94	7.83

Fuente: WTA

VII. Fuentes

Datamonitor. **Hot Drinks in China**. Industry Profile. Septiembre 2007.

Euromonitor Internacional. **Coffee - China**. Country Sector Briefing. Julio 2007

Euromonitor Internacional. Rtd **Coffee - China**. Country Sector Briefing. Julio 2007

Centro Internacional de Comercio. **Trade Map**. Disponible en: www.trademap.org

Centro Internacional de Comercio. **Market Access Map**. Disponible en: www.macmap.org

Global Trade Information Services. **World Trade Atlas (WTA): China**. Marzo 2008.

Reuters. **Coffee gains foothold in tea-drinking China**. China Daily. 17 de mayo de 2007. Disponible en: www.chinadaily.com.cn

Subhuti Dharmananda. **Coffe in China and the Analysis of Coffee According to Traditional Chinese Medicine**. Disponible en: <http://www.itmonline.org/arts/coffee.htm>.
Marzo 2008

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO). **Faostat**. Disponible en www.fao.org

World Trade Atlas (WTA). **Sistema de Información Comercial**. China Edition. 2008

Anexos

China: Importaciones de café según partida arancelaria (en toneladas)

SA	Descripción	2005	2006	2007
090111	Sin Descafeinar	15,011.33	17,437.62	17,580.47
090112	Descafeinado	20.01	0.35	22.28
090121	Sin Descafeinar	452.75	1,353.72	1,697.52
090122	Descafeinado	837.29	524.00	759.99
090130	Coffee Husks And Skins	0.00	0.00	0.00
090140	Coffee Substitutes Containing Coffee	0.00	0.00	0.00
090190	Los Demás	26.05	4.91	25.00
	Total	16,347.42	19,320.60	20,085.25

Fuente: WTA

China: Importaciones de café según partida arancelaria (en millones de dólares)

SA	Descripción	2005	2006	2007
090111	Sin Descafeinar	14.25	22.35	29.86
090112	Descafeinado	0.07	0.00	0.06
090121	Sin Descafeinar	3.37	10.00	13.42
090122	Descafeinado	4.96	3.48	4.90
090130	Coffee Husks And Skins	0.00	0.00	0.00
090140	Coffee Substitutes Containing Coffee	0.00	0.00	0.00
090190	Los Demás	0.13	0.03	0.06
	Total	22.79	35.87	48.30

Fuente: WTA

China: Importaciones de café de la partida arancelaria 0901.11 (en toneladas)

Origen	2005	2006	2007
Vietnam	9,931.36	15,190.16	14,927.24
Indonesia	3,552.34	793.14	1,335.92
Colombia	477.68	644.89	586.70
Brasil	823.37	259.37	382.32
Uganda	54.43	227.45	136.38
Papúa Nueva Guinea	6.60	6.90	60.60
Etiopía	52.76	115.41	47.13
Taiwan	15.38	21.53	42.27
Kenia	0.96	55.01	23.35
Jamaica	0.36	0.28	1.15
Otros	96.11	123.48	37.42
Total	15,011.33	17,437.62	17,580.47

Fuente: WTA

**China: Importaciones de café de la partida arancelaria 0901.11
(en millones de dólares)**

Origen	2005	2006	2007
Vietnam	7.32	17.95	24.14
Indonesia	3.59	0.92	2.43
Colombia	1.21	1.57	1.50
Brasil	1.56	0.58	0.94
Uganda	0.09	0.40	0.27
Papúa Nueva Guinea	0.02	0.02	0.17
Etiopía	0.14	0.30	0.13
Taiwan	0.02	0.02	0.05
Kenia	0.01	0.25	0.05
Jamaica	0.01	0.01	0.04
Otros	0.28	0.32	0.15
Total	14.25	22.35	29.86

Fuente: WTA

**China: Importaciones de café de la partida arancelaria 0901.21
(en toneladas)**

Origen	2005	2006	2007
Estados Unidos	259.14	1,010.68	1,297.24
Italia	44.94	68.99	98.13
Hong Kong	28.87	79.04	97.24
India	0.00	18.51	40.63
Australia	26.50	13.81	22.54
Alemania	8.95	8.53	19.85
Francia	32.07	6.24	18.32
Indonesia	8.49	106.35	16.03
Japón	12.50	10.61	15.76
Taiwan	0.94	3.32	11.67
Otros	30.34	27.64	60.12
Total	452.75	1,353.72	1,697.52

Fuente: WTA

**China: Importaciones de café de la partida arancelaria 0901.21
(en millones de dólares)**

Origen	2005	2006	2007
Estados Unidos	2.08	8.03	10.15
Italia	0.47	0.77	1.16
Hong Kong	0.13	0.43	0.53
India	0.00	0.03	0.18
Australia	0.20	0.11	0.18
Alemania	0.06	0.08	0.18
Francia	0.17	0.05	0.17
Indonesia	0.01	0.16	0.04
Japón	0.09	0.10	0.13
Taiwan	0.00	0.01	0.04
Otros	0.16	0.24	0.66
Total	3.37	10.00	13.42

Fuente: WTA