

# Informe de Mercado de Corea del Sur No.6

## Mercado de los Granos de Café Verde

### Las Oportunidades del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centro América

El Tratado de Libre Comercio entre Corea y Centroamérica (TLC C-CA) proporciona ventajas sustanciales para los exportadores centroamericanos. Como parte del acuerdo, Corea del Sur y los países centroamericanos reducirán de manera inmediata o progresiva los aranceles sobre más del 95 por ciento de los productos comercializados. Esta concesión ayudará a los exportadores centroamericanos a competir con exportadores de otras naciones que tienen acuerdos comerciales con Corea.

Este informe proporciona una visión general sobre la categoría de los granos de café verde que se beneficia de la reducción arancelaria bajo el TLC C-CA y su acceso al mercado.



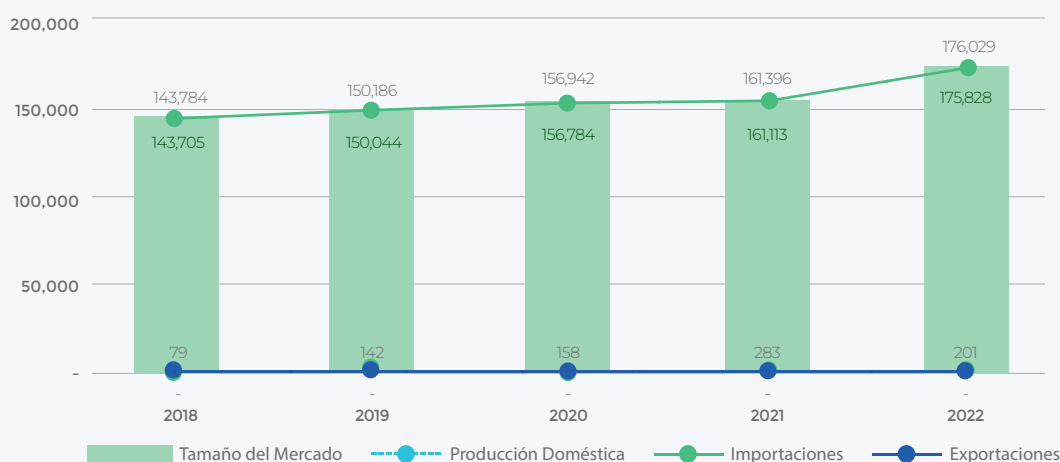
#### Descripción General del Mercado

El mercado de los granos de café verde de Corea del Sur ha prosperado en los últimos años. El volumen de importación del mercado aumentó de 143,705 toneladas en 2018 a 175,828 toneladas en 2022, con una tasa de crecimiento anual del 5.20%. De manera similar, el mercado mostró un aumento significativo de 441,500 millones de USD en 2018 a 875,963 millones de USD en 2022, con una tasa de crecimiento anual del 21.03%, lo que ilustra un notable incremento anual.

El porcentaje de los granos de café verde importados es significativo, representando el 100% en volumen y valor. Esto sugiere que el café verde importados abastezca toda la demanda del mercado coreano.

**Figura 1. Mercado de los Granos de Café Verde en Corea del Sur en Volumen (2018-2022)**

(Unidad: Ton)

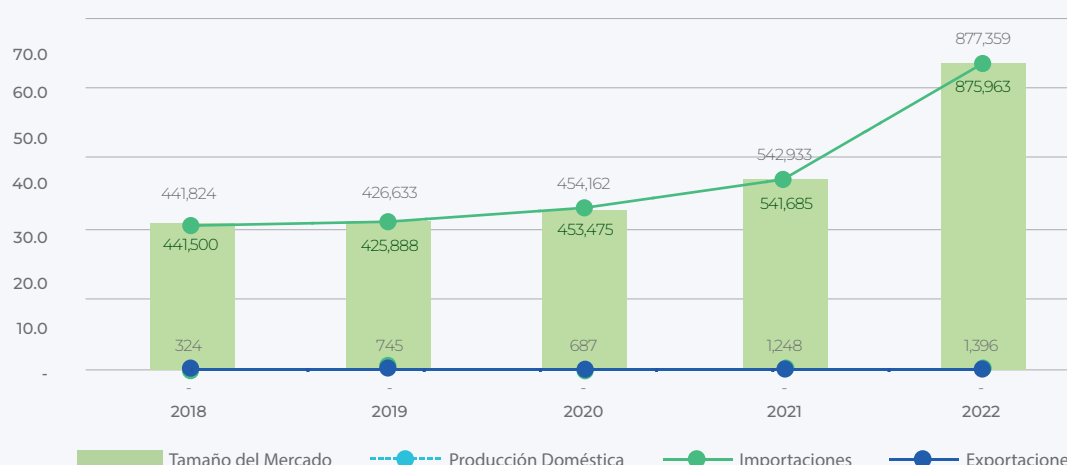


**Fuente)** KOSIS (2023); Korea Customs Service Import and Export Statistics (2023)

**Nota)** Tamaño del mercado = (Producción doméstica+Importación) – Exportación

**Figura 2. Mercado de los Granos de Café Verde en Corea del Sur en Valor (2018-2022)**

(Unidad: millones de USD)



**Fuente)** KOSIS (2023); Korea Customs Service Import and Export Statistics (2023)

**Nota)** Tamaño del mercado = (Producción doméstica+Importación) – Exportación

En los últimos cinco años, el mercado de los granos de café verde en Corea ha crecido significativamente, principalmente debido al aumento de los precios globales del café y otros acontecimientos como el COVID-19 y el cambio climático. Es probable que el mercado del café continúe su tendencia al alza, y se prevé una tasa de crecimiento anual del 8.5% en valor y del 6.5% en volumen para los próximos cinco años (2022 a 2027).

Los granos de café verde importados tienen una presencia significativa en el mercado coreano, debido a la poca influencia de los mismos producidos a nivel nacional. Como resultado, el volumen de suministro y el precio juegan un rol importante que puede afectar la demanda de los consumidores y el tamaño general del mercado de los granos de café verde.

Para los exportadores centroamericanos que buscan ingresar al mercado de Corea del Sur es importante que analicen la estructura arancelaria. Todos los países de Centroamérica, excepto Guatemala, gozan una ventaja comparativa debido a menores aranceles sobre los granos de café verde. En la siguiente tabla, se detalla la tasa arancelaria.

**Tabla 1. Tasa Arancelaria sobre el Código SA 090111 para el 2024**

País	Código SA	Tasa consolidada de la OMC	Tasa actual (2024)	Eliminación de los aranceles aduaneros <sup>1</sup>
Costa Rica	090111.0000	54%	0%	2019.11.01
El Salvador	090111.0000	54%	0%	2020.01.01
Panamá	090111.0000	54%	0%	2021.03.01
Honduras	090111.0000	54%	0%	2019.10.01
Nicaragua	090111.0000	54%	0%	2019.10.01
Guatemala	090111.0000	54%	0%	-
Brasil	090111.0000	54%	0%/2% <sup>2</sup>	-
Vietnam	090111.0000	54%	0%	-
Colombia	090111.0000	54%	0%	2016.07.15

**Fuente)** Customs Law Information Portal. (2024); FTA powerhouse, KOREA (2024)

<sup>1</sup> La fecha de entrada en vigor del TLC es: Nicaragua y Honduras (octubre de 2019), Costa Rica (noviembre de 2019), El Salvador (enero de 2020), Panamá (marzo de 2021). Para Guatemala, el informe estima que el TLC entrará en vigor dentro del año 2024.

<sup>2</sup> Hasta la actualidad no existe un TLC entre Brasil y Corea, pero en el caso de los granos verdes de Brasil gozan de una tasa arancelaria P3, permitiendo la importación de dicho rubro con goce de la eliminación arancelaria hasta el 30 de junio de 2024.



## Esquema de la Competitividad

En el mercado de Corea del Sur, Brasil, Vietnam y Colombia son los principales proveedores de los granos de café verde, y representan el 61% del total de las importaciones del mismo. A continuación, se detalla la importación en volumen de 2018 a 2022.

Tabla 2. Volumen de Importación del Café por País (2018-2022)

(Unidad: Ton)

	2018	2019	2020	2021	2022
Brasil	30,395	32,315	34,508	39,579	46,761
Vietnam	29,737	30,302	30,126	30,988	31,330
Colombia	26,768	28,685	29,651	29,407	28,840
Etiopía	10,857	12,762	13,533	16,576	18,643
Guatemala	6,511	6,268	8,458	9,450	10,204
Perú	8,694	8,019	9,183	7,227	7,657
Honduras	8,390	8,707	8,803	10,295	6,535
India	4,293	4,236	3,981	4,013	5,169
Kenia	4,409	4,255	4,212	3,494	4,979
Otros	13,730	14,637	14,487	10,367	15,911
Total	143,784	150,186	156,942	161,396	176,029

Fuente) Customs and Excise Department import and export statistics (2023)

Brasil muestra el mayor valor y volumen de importación a Corea, pero no por una gran brecha con el segundo y tercer lugar. En términos de volumen, se observa que otros países exportadores, incluidos países de Centroamérica como Guatemala y Honduras, muestran un volumen constante de exportación al mercado de Corea del Sur, manteniendo un tamaño estable durante los últimos cinco años.



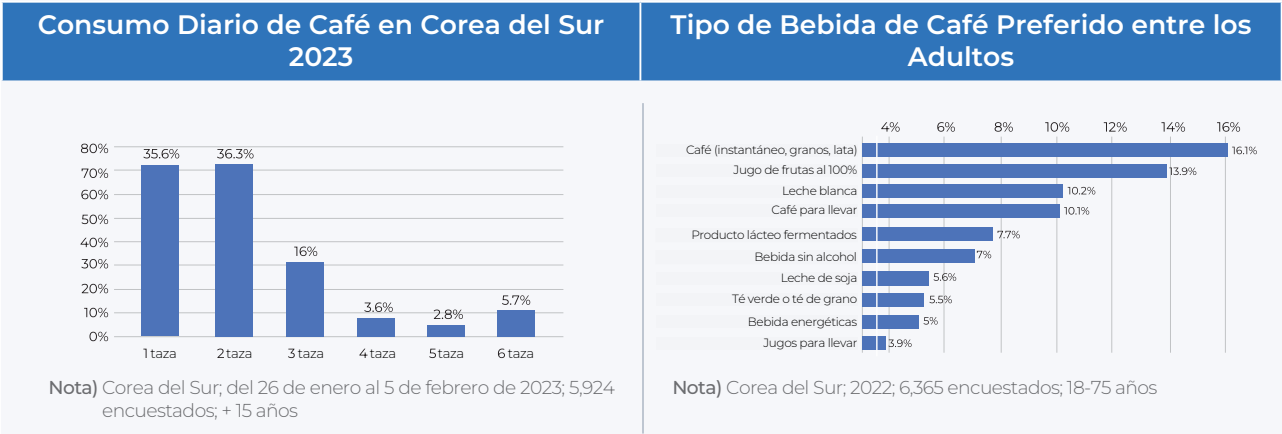
## Preferencia del Consumidor

La República de Corea se sitúa como el undécimo mayor importador de café a nivel mundial, con una notable afinidad por el café. Para entender el mercado del café en Corea, es necesario observar una empresa en particular: Starbucks Korea. La primera tienda de Starbucks abrió en 1999, transformando la industria del café coreana en lo que conocemos hoy. Starbucks introdujo el concepto de los cafés (cafeterías), lugar para reunir y socializarse, con múltiples opciones y variedades de bebidas derivadas del café. Según el Servicio de Aduanas de Corea, en 2021 se registraron 83,363 cafés en Corea, un aumento siete veces mayor en comparación de una década atrás. Starbucks también contribuyó a establecer los cafés como parte de la cultura de Corea y a crear una demanda masiva de cafés en todo el país.

Además, Starbucks introdujo el americano (un tipo de bebida a base de café), convirtiéndose en la bebida de café principal y preferida de los coreanos en la actualidad. La empresa también diversificó los productos y preferencias del café de los coreanos, y actualmente el consumo promedio es de 353 tazas de los diferentes tipos de café al año, mucho más alto que el promedio global de 130 tazas.

Según una encuesta realizada en 2022, el café emergió como la bebida preferida de los adultos coreanos. Alrededor del 26.2 por ciento de los encuestados eligieron el café, por la facilidad del servicio “para llevar” que ofrecen no solo las cafeterías, sino también de otros lugares. Los jugos de frutas y los productos de leche blanca le siguieron en la lista.

Figura 3. Preferencia de los Consumidores Coreanos por el Café



Fuente) Statista (2023); Statista (2022)

Las empresas manufactureras producen exclusivamente diversos productos de café (instantáneo, listo para preparar y café líquido listo para beber (RTD)), distribuidos directamente por B2C. El café instantáneo y el café listo para preparar dominan las ventas en las tiendas de descuento y las cadenas de supermercados, mientras que el café líquido sobresale en las tiendas de conveniencia. Además, los granos tostados, el café listo para preparar y el café instantáneo predominan el volumen en las tiendas en línea.

Figura 4. Diferentes Productos de Café

Tipo de producto	Ejemplos de cada producto
Granos enteros tostados (incluyendo el café molido)	
Café Líquido RTD	
Café listo para preparar (sin azúcar ni leche en polvo)	
Café instantáneo (con azúcar y leche en polvo para endulzarlo artificialmente)	

Fuente) Dongsuh Foods Corporation (dongsuh.co.kr); McNultyCoffee (McNultycoffee.com); Coupang search (coupang.com); Naver search (search.shopping.naver.com); Kpenews (2022); Kallos search (kallos.co); Colomine (ppgirl.com)

Según el Ministerio de Seguridad Alimentaria y Farmacéutica (MFDS), para el 2022, los productos de café más producidos en Corea eran el café líquido RTD, los granos enteros tostados y el café listo para preparar, que representaron el 35.62%, el 32.56% y el 24.78% respectivamente.

Si bien las ventas de café instantáneo y café preparado se mantuvieron estables o disminuyeron ligeramente, las ventas de café listo para beber y granos tostados exhibieron un crecimiento constante de 2018 a 2022. La tendencia de aumento gradual del café listo para beber muestra la creciente popularidad entre los consumidores coreanos, que buscan conveniencia y variedad en su consumo.

Tabla 3. Ventas de los Productos del Café

(Unidad: millones de USD)

Año	Grano Entero Tostado	Café RTD	Café Instantáneo	Café Listo para Preparar	Total
2018	4.10	7.32	1.52	6.39	19.32
2019	6.05	8.75	1.33	6.90	23.04
2020	6.73	9.39	2.03	6.87	25.02
2021	9.26	9.16	1.85	5.97	26.28
2022	8.17	8.93	1.77	6.22	25.07

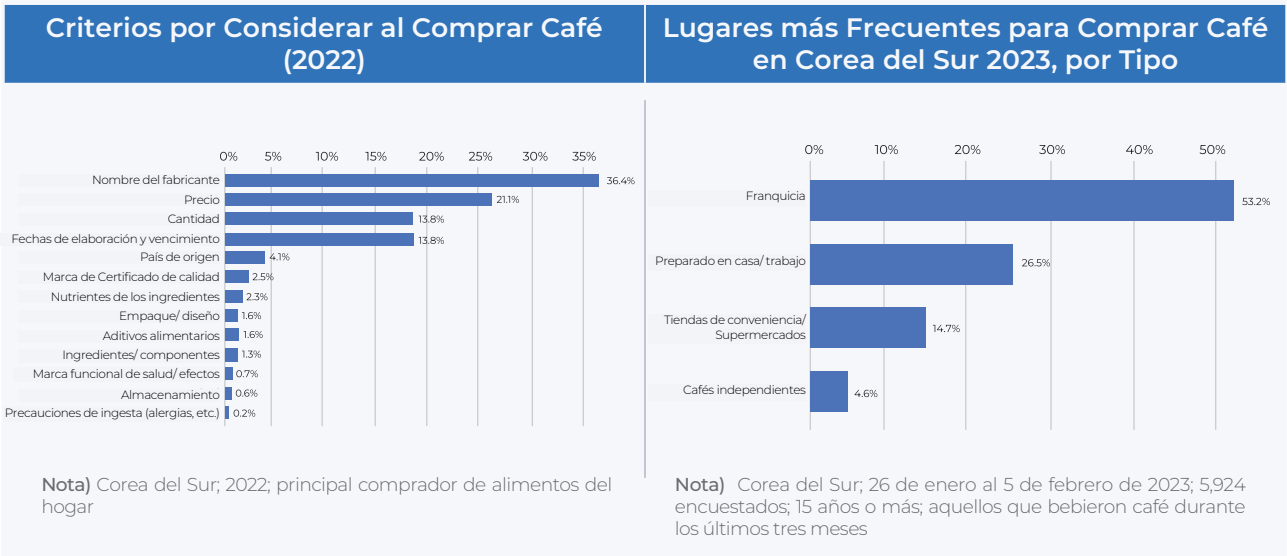
Fuente) Ministry of Food and Drug Safety (2022)

La tasa de crecimiento de los granos de café tostados casi se duplicó durante el mismo período, lo que indica un aumento significativo en popularidad entre los consumidores coreanos que prefieren preparar café en casa. Según un informe de octubre de 2022 del Consejo de Organización de Consumidores de Corea, el gasto en cafés en casa aumentó un 69.2% en 2022 en comparación con el año anterior entre las personas que toman una o más tazas de café diariamente.

Los consumidores coreanos con cafés en casa gastan un promedio de 104,000 KRW al mes en diversos productos de café para consumo doméstico, incluyendo café en cápsulas (74.6%), mezcla de café instantáneo (66.4%), café líquido (61.8%), granos de café tostados (55.2%), bolsas de goteo (38%) y concentrado de cold brew (café en frío, 33.4). Esta diversidad en las preferencias de los consumidores se destacó aún más en una encuesta realizada en febrero de 2023, donde el 36.3% respondieron que bebían dos tazas de café por día, el 35.6% una taza al día y el 15% 3 tazas de café al día.

Más de la mitad de los encuestados, respondieron que los establecimientos más visitados para comprar o tomar café eran las franquicias de cafés, el 26.5% que preparaban café en casa o en el trabajo, y aproximadamente el 4.6% respondió ir a cafés independientes. Según el 36.4% del total de encuestados, la marca o el nombre del fabricante fue la consideración importante al comprar café, y el 21% declaró que consideraban el precio antes de comprar café.

Figura 5. Características del Consumo de Café de los Coreanos



Fuente) Statista (2022); Statista (2023)



## Principales Canales de Distribución

En el mercado de Corea del Sur, varios actores reconocidos dominan la importación del café. Los principales importadores de granos de café verde son las empresas de fabricación y procesamiento de café y las empresas mayoristas, entre ellos Dongsuh Foods, Maeil Dairies y Lotte Chilsung Beverage, que producen mezclas de café instantáneo y bebidas de café listas para beber. Además, Felizta Roastery y McNulty International se especializan en la importación, tostado y distribución de granos de café para satisfacer la demanda del mercado.

Tabla 4. Principales Distribuidores de los Granos de Café Verde

No.	Nombre de la Empresa	Escala Empresarial	Valor de la Importación (Unidad: millones de USD)	Frecuencias de Importación (2021.12~2023.12)	Clasificación Industrial	Principales Países de Importación	Dirección	Tel.	Página Web
1	Dongsuh Foods Co., Ltd.	Empresa Mediana	Excede los 100	-	Procesamiento del café	Colombia, Vietnam, Japón	55, Saebeol-ro, Bupyeong-gu, Incheon, República de Corea	+82-(0)32-500-3333	www.dongsuh.co.kr
2	Maeil Dairies Co.,Ltd.	Empresa Mediana	Excede los 100	-	Fabricación de leche en líquido y otros lácteos	EE.UU., Nueva Zelanda, Diana-marca	50, Jong-ro 1-gil, Jongno-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-2117-2113	www.maeil.com
3	Lotte Nestle Korea Co., Ltd.	Conglomerado	50 ~ 100	-	Procesamiento del café	Brasil, Vietnam	21, Baekbongro 72beon-gil, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheong buk-do, República de Corea	+82-(0)43-279-7114	https://lotte-nestle.recruiter.co.kr/appsite/company/index



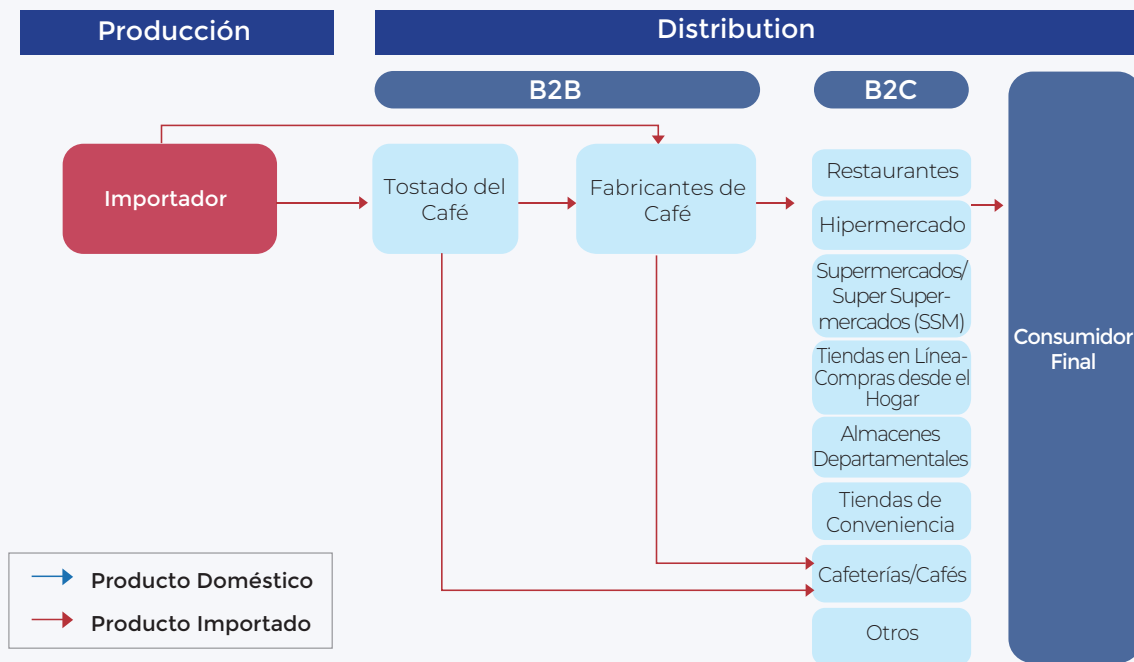
No.	Nombre de la Empresa	Escala Empresarial	Valor de la Importación (Unidad: millones de USD)	Frecuencias de Importación (2021.12~2023.12)	Clasificación Industrial	Principales Países de Importación	Dirección	Tel.	Página Web
4	Lotte Chilsung Beverage Co., Ltd.	Conglomerado	20 ~ 50	-	Fabricación de otras bebidas no alcohólicas	Reino Unido, Chile, Francia	15, Seocho-daero 70-gil, Seocho-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-3479-9114	<a href="https://company.lottechilsung.co.kr/">https://company.lottechilsung.co.kr/</a>
5	The Drip Co., Ltd.	PYMES	10 ~ 20	96	Mayorista de alimentos procesados	Brasil, Colombia, Guatemala	25, Yangjaecheon-ro 21-gil, Seocho-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-577-5405	<a href="http://www.thedrip.co.kr">www.thedrip.co.kr</a>
6	Felicita Roastery Co., Ltd.	PYMES	1 ~ 10	151	Procesamiento del café	Brasil, El Salvador, Honduras	47, Bogwang-ro 1837beon-gil, Beopwon-eup, Paju-si, Gyeonggi-do, República de Corea	+82-(0)31-958-1533	<a href="http://www.frcoffee.co.kr/">http://www.frcoffee.co.kr/</a>
7	McNulty International Co., Ltd.	PYMES	1 ~ 10	140	Mayorista de alimentos procesados	Brasil, El Salvador, Honduras	190, Soraji-ro, Paju-si, Gyeonggi-do, República de Corea	+82-(0)2-332-3226	<a href="https://mcnultycoffee.com/">https://mcnultycoffee.com/</a>
8	Coffee Libre	PYMES	1 ~ 10	62	Procesamiento del café	India, Etiopía, Costa Rica	17-8, Seongmisan-ro 29-gil, Mapo-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-325-7140	<a href="http://www.coffeelibre.kr">www.coffeelibre.kr</a>
9	Namyang Dairy Products Co., Ltd.	Empresa Mediana	Menor a 1	-	Fabricación de leche en líquido y otros lácteos	Japón, Kenia, Indonesia	2 40, Dosan-daero, Gangnam-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-2010-6423	<a href="http://www.namyangi.com">www.namyangi.com</a>
10	Ediya INC.	PYMES	Menor a 1	67	Mayorista de bebidas no alcohólicas	EE.UU., Japón	636, Nonhyeon-ro, Gangnam-gu, Seúl, República de Corea	+82-(0)2-543-6467	<a href="http://www.ediya.com">www.ediya.com</a>

Fuente) KOIMA ([www.koima.or.kr](http://www.koima.or.kr))

La cadena de valor del mercado coreano comienza con la importación de granos de café sin tostar. Después de ser tostados expertamente por los tostadores de café, estos granos se distribuyen a los dos actores clave del mercado: los cafés y los fabricantes. La distribución de productos de café manufacturados a través de estas entidades se divide en un 60% para los cafés y un 40% para los fabricantes.

Después de la fabricación, una diversa gama de productos de café, incluyendo café instantáneo, cápsulas de café, café listo para preparar y café líquido listo para beber (RTD), se distribuyen por B2C. Las diferentes participaciones de ventas en los distintos canales minoristas muestran la dinámica del mercado. Los hipermercados o supermercados tienen altas participaciones de ventas de café instantáneo o listo para preparar, mientras que las tiendas de conveniencia registran ventas excepcionales de café líquido.

Figura 6. Canal de Distribución del Grano de Café Verde



Fuente) AT Korea Agro-Fisheries Trade Corporation (2019)

El mercado en línea cada vez está cobrando más importancia, con un aumento significativo en las ventas de granos de café tostados, café listo para preparar, café instantáneo y productos relacionados. Con el auge de los mercados digitales y los cafés en casa, se espera que las ventas en línea representen alrededor del 15% de la distribución total.



## Regulaciones

### Requisitos de Importación

Los granos de café verde (sin tostar, 090111) deben cumplir con dos requisitos de importación bajo las leyes y regulaciones de la República de Corea. Estos requisitos implican someterse a una INSPECCIÓN FITOSANITARIA y a una INSPECCIÓN PRECISA por parte del Ministerio de Seguridad Alimentaria y de Medicamentos. Los procedimientos detallados se describen a continuación:

De acuerdo con el **Artículo 8 de la Ley de Cuarentena Vegetal**, se debe obtener un certificado fitosanitario (Certificado Fitosanitario Original) emitido por la agencia gubernamental del país exportador y presentarlo para su inspección en la Oficina de Cuarentena Animal y Vegetal correspondiente. La inspección de cuarentena vegetal es obligatoria. Se debe obtener un certificado fitosanitario antes del envío, excepto en circunstancias excepcionales, para que sea considerado válido. La inspección fitosanitaria debe llevarse a cabo al llegar al puerto de entrada, y se debe presentar una solicitud de inspección dentro de los 10 días posteriores a la llegada al área aduanera. No presentar la solicitud de inspección dentro del período especificado o transportar a áreas distintas del puerto de entrada para el transporte aduanero puede resultar en sanciones.

Según el **Artículo 20 de la Ley Especial sobre la Gestión de Seguridad de Alimentos Importados**, los granos de café verde deben ser reportados al Comisionado Provincial de la Administración de Alimentos y Medicamentos, y someterse a una inspección precisa si son importados por primera vez.



A partir de 2024, los granos de café verde de Guatemala y Costa Rica están exentos de inspección precisa, ya que el Ministerio de Seguridad Alimentaria y Medicamentos les reconoció su seguridad. Antes de cualquier importación, la empresa de empaque debe estar registrada en el Ministerio de Seguridad Alimentaria y Medicamentos. Esto se realiza proporcionando un Formulario de Confirmación de Información Registrada, asegurando el cumplimiento total con los requisitos regulatorios. El exportador también debe estar registrado, lo cual puede ser realizado por el importador o su representante después de recibir los documentos de envío, como el Conocimiento de Embarque.

Para reportar al Ministerio de Seguridad Alimentaria y de Medicamentos, se debe fijar al producto o empaque minorista una etiqueta en coreano que contenga la información especificada. Después de la importación, la etiquetación en coreano puede aplicarse tanto en el país exportador o dentro de las áreas aduaneras de la República de Corea.

**Tabla 5. Información Para Incluirse en la Etiqueta del Producto: Granos de Café Verde**

Nombre del Producto	
Ingredientes y Contenido	
País de Origen	
Fecha de Producción o Empaque	
Material del Empaque	
Método de Almacenamiento	
Nombre y Ubicación del Importador	
Contacto del Importador	
Devoluciones e Intercambios	

Fuente) Rohan Customs Advisory Office

### Proceso de Importación

Para importar los granos de café verde, es necesario preparar con anticipación el certificado fitosanitario original del país exportador y los documentos de envío. La inspección de cuarentena vegetal se lleva a cabo a través de la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal. Al mismo tiempo, se deben preparar fotos de etiquetado en coreano y otros documentos relacionados para la inspección precisa por parte del Ministerio de Seguridad Alimentaria y Medicamentos.

Posteriormente, se puede llevar a cabo el despacho aduanero correctamente tras pasar tanto la inspección fitosanitaria como la inspección precisa por el Ministerio de Seguridad Alimentaria y de Medicamentos.

Cabe destacar que, si el peso neto del producto no excede los 100 kilogramos durante la inspección precisa inicial, se requiere una inspección de laboratorio subsecuente para los envíos que superen este límite de peso. El período de validez para la inspección precisa es de cinco años.

### Otras Obligaciones y Precauciones

Los granos de café verde que serán puesto en venta después de la importación deben estar etiquetados con el país de origen en el empaque mínimo o cajas. El país de origen debe indicarse en coreano, caracteres chinos o inglés y etiquetarse como “HECHO EN [Nombre del País]”. El método de marcado depende del área de empaque, pero debe marcarse con un tamaño de fuente de al menos 12 puntos.



## F

### Fortalezas

El amor de los coreanos por el café es incomparable con otros países del mundo. Su consumo promedio es de alrededor de 400 tazas por año siendo el más alto en Asia y más del doble del promedio mundial (152.7 tazas por año). Este alto consumo se refleja en el número de la franquicia de Starbucks, que ocupa el puesto número 4 en el mundo con 1,893 tiendas. Este es un claro indicador del potencial de demanda del mercado.

El volumen de las importaciones de café de Corea sigue aumentando, con 1.1 mil millones de USD en café con 193,000 toneladas (combinando granos verdes y tostados) en 2023. Los consumidores coreanos tienen un conocimiento sólido y positivo del café de Costa Rica, Guatemala y Panamá, lo cual es favorable para el mercado. Entre estos bien conocidos exportadores de café de Centroamérica, el café de Guatemala ocupa el Top 5 en volumen de importación en el mercado de café de Corea del Sur, con 9,249 toneladas en 2023.

El Tratado de Libre Comercio entre Corea y Centroamérica presenta una oportunidad significativa para los exportadores centroamericanos. Bajo este acuerdo, los exportadores de Centroamérica pueden disfrutar de un estado totalmente libre de aranceles, con cada país de Centroamérica teniendo un año específico de entrada en vigor: Costa Rica (2019), El Salvador (2020), Honduras (2019), Nicaragua (2019), Panamá (2021) y Guatemala (2024).



## O

### Oportunidades

En Corea, varios factores favorecen la importación de granos de café de Centroamérica, alineándose con las preferencias en evolución de los consumidores coreanos. Se observa una tendencia de polarización de calidad discernible, donde los consumidores se inclinan cada vez más hacia productos de alta calidad o impulsados por el valor. Los consumidores de café en Corea del Sur muestran una clara preferencia por los granos de café Arábica sobre los granos de Robusta. Esta preferencia no solo moldea los perfiles de sabor y las preferencias del mercado, sino que también presenta una ventaja para los países centroamericanos donde principalmente se cultivan granos de café Arábica. Asimismo, está alineada con los gustos distintivos de los consumidores de café, puede servir como una ventaja competitiva crucial para los productores de café centroamericanos que buscan establecer su presencia en el mercado coreano.

Otro factor fundamental para los exportadores de café de Centroamérica es que aproximadamente entre el 60% y el 70% de las importaciones de granos de café están dirigidas hacia negocios de franquicia. Estas empresas no solo venden café bajo su marca de cafés, sino que también procesan y envasan productos de café y los venden en las formas que los clientes coreanos prefieren comprar.



### Oportunidades (continuación)

Por ejemplo, el auge de los cafés en casa en Corea contribuye a un creciente interés por explorar diferentes variedades y formas de café: (i) los granos de café tostados enteros o molidos son populares para los cafés en casa donde la gente prepara su café; (ii) el café en cápsulas o en bolsas de goteo, que son paquetes de plástico/aluminio o sobres en porciones, también son populares para los cafés en casa; (iii) el café instantáneo, hecho de granos de café preparados que se liofilizan y están disponibles con y sin azúcar y sabor a crema, ofrece una solución rápida para preparar fácilmente café caliente añadiendo agua caliente o leche; y (iv) el café RTD (Listo para Beber) está ampliamente disponible en las tiendas de conveniencia, proporcionando una opción de café fácil y sin necesidad de un equipo. Estas opciones muestran la diversa cultura del café en Corea del Sur, atendiendo a diversos gustos y estilos de vida, así como a la demanda de experiencias de café únicas, convenientes y premium. Esta tendencia se alinea con las cualidades inherentes a menudo asociadas con el café centroamericano.



### Debilidades

Importar productos de Centroamérica puede ser desafiante debido al largo tiempo de logística, de al menos 30-50 días, y al costo de flete relativamente alto de transportar productos en un contenedor.

Es fundamental estudiar sobre el mercado surcoreano. El café de Guatemala, Panamá y Costa Rica ha logrado una fuerte y positiva percepción en el mercado coreano. Mientras que Honduras, Nicaragua y El Salvador aún mantiene una baja percepción entre los consumidores surcoreanos.

Asimismo, el gobierno coreano tiene requisitos regulatorios complicados para los certificados de salud, certificados fitosanitarios y resultados de laboratorio (para la primera vez). Cumplir y preparar todos los requisitos es fundamental para la exportación exitosa de granos de café verde al mercado de Corea del Sur.



### Amenazas

A partir de 2023, el mercado de café de Corea del Sur está dominado por Brasil (31%), Vietnam (19%), Colombia (16%) y Etiopía (11%), representando colectivamente más del 77% del volumen total de importación. La competencia entre estas fuentes representa una amenaza potencial.

El mercado de café está sobresaturado en Corea del Sur, caracterizado por una proliferación de cafés y diversos productos de café, y es una preocupación significativa, lo que podría llevar al cansancio del consumidor. La disminución inesperada de las importaciones de café en 2023, marcando la primera caída en cinco años, subraya las dinámicas cambiantes y los desafíos dentro del mercado de café en Corea. Los actores de la industria deben adaptarse a los sentimientos y preferencias cambiantes de los consumidores. Entender estos factores es esencial para tomar decisiones comerciales informadas.



## Caso de Comercio

### Perspectivas del Mercado de Corea del Sur

- Corea del Sur es uno de los mayores mercados de café del mundo, dado el nivel de consumo y la tasa de crecimiento.
- Canales de distribución y ventas diversificados.
- Hay una percepción firme y positiva sobre el café centroamericano entre los consumidores coreanos.

### Nicho del Mercado

- Acercarse con una marca distintiva para que los países centroamericanos puedan crear su propia originalidad como país, pero a la vez creando una sinergia como una sola región.
- Asociarse y dirigirse a empresas de producción interna que produzcan café en bolsas de goteo, café instantáneo, café listo para beber (RTD) y/o café en cápsulas.

### Adaptación Cultural

- Comprender el tamaño y la alta dependencia de los consumidores coreanos en el consumo de café.
- Entender las preferencias de café de los consumidores coreanos, que cambian rápidamente según el tipo de granos, el sabor, el tipo (por ejemplo, cápsulas, bolsas de goteo, etc.) y el origen.

### Resumen de Estrategia



- Para maximizar la visibilidad y el potencial de mercado del café de los nuevos países centroamericanos entrantes como El Salvador, Nicaragua, Honduras y Panamá, en el mercado coreano, se recomienda la participación en diversas ferias de alimentos y campañas promocionales B2B en Corea del Sur.
- Para fortalecer la posición existente y expandir la presencia del reconocido café centroamericano—Guatemala y Costa Rica—en el mercado de Corea, se recomienda establecer contratos a largo plazo y exclusivos con empresas internas de tostado y producción de café.
- Para aumentar el volumen y la sostenibilidad del comercio, se sugiere que la región de Centroamérica establezca una marca única y estratégica, tanto como región distintiva y unificada, y como país individuales y distintivos.

## Referencias

- Customs and Excise Department import and export statistics (2023)
- KOSIS (2023); Korea Customs Service Import and Export Statistics (2023).
- International Coffee Organization, April 2023, Coffee Report and Outlook (CRO)
- <https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do/>
- <https://www.fta.go.kr/main/>
- <https://tradedata.go.kr/cts/index.do>
- <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/04/23/why/starbucks-starbucks-korea-coffee/20220423070012965.html>
- <https://www.statista.com/statistics/898360/south-korea-coffee-daily-consumption/>; <https://www.statista.com/statistics/1179272/south-korea-most-preferred-beverage-type/>
- [https://www.dongsuh.co.kr/2017/02\\_products/02\\_product\\_view.asp?cate=4&cate2=1&idx=266](https://www.dongsuh.co.kr/2017/02_products/02_product_view.asp?cate=4&cate2=1&idx=266); <https://rb.gy/u5mx06>; <https://rb.gy/jda081>; <https://rb.gy/3kjlmk>; <http://kpenews.com/View.aspx?No=2391800>; [https://www.dongsuh.co.kr/2017/02\\_products/02\\_product\\_view.asp?cate=3&cate2=1&idx=50](https://www.dongsuh.co.kr/2017/02_products/02_product_view.asp?cate=3&cate2=1&idx=50); [https://www.dongsuh.co.kr/2017/02\\_products/02\\_product\\_view.asp?cate=3&cate2=1&idx=50](https://www.dongsuh.co.kr/2017/02_products/02_product_view.asp?cate=3&cate2=1&idx=50); <https://kallos.co/products/ca-phe-starbucks-medium-roast-coffee-mix>; [https://www.dongsuh.com/eng/product/product\\_list.asp?cCod=04&page=1](https://www.dongsuh.com/eng/product/product_list.asp?cCod=04&page=1); <https://ppgirdot.com/product/5997790345>
- [https://www.mfds.go.kr/brd/m\\_374/view.do?seq=30208&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&multi\\_itm\\_seq=0&company\\_cd=&company\\_nm=&page=1](https://www.mfds.go.kr/brd/m_374/view.do?seq=30208&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1)
- <https://www.statista.com/statistics/1358884/south-korea-coffee-and-tea-purchase-considerations/>; <https://www.statista.com/statistics/1358533/south-korea-most-visited-places-to-get-coffee-by-type/>
- KOIMA ([www.koima.or.kr](http://www.koima.or.kr))
- AT Korea Agro-Fisheries Trade Corporation, 2019 Processed Food Segment Market Status Coffee Market, 2019
- Seoul YWCA (2022), Consumers' Perception and Spending on Home Café
- <https://blog.naver.com/qhanfdbfla/222899414902>
- Rohan Customs Advisory Office
- <https://www.hankyung.com/article/202402143606g>
- <https://www.yna.co.kr/view/AKR20240209030900030?input=1195m>

## Autores

### Jimyong Suh

Investigador Principal  
GDC Consulting Co., Ltd.,  
Seúl, Corea

### Minyoung Jang

Investigador de Mercado  
GDC Consulting Co., Ltd.,  
Seúl, Corea

### Minjae Song

Investigador de Mercado  
GDC Consulting Co., Ltd.,  
Seúl, Corea

### Minyoung Kim

Investigador de Mercado  
GDC Consulting Co., Ltd.,  
Seúl, Corea

### Hongro Lee

Agente Principal de Aduanas  
Rohan Customs Service  
Company, Seúl, Corea

### Juwon Sul

Especialista en Mercado  
LATIDA,  
Seúl, Corea

## Fecha de Publicación

14 de Mayo de 2024



### Aviso legal

Esta publicación ha sido preparada por GDC Consulting Co., Ltd., representada por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), como consultora del proyecto "N.º 102/2023-PROREG: Plataforma de internacionalización para empresas centroamericanas y surcoreanas del Tratado de Libre Comercio de la República de Corea y Centroamérica (K-CAFTA)". La publicación es una descripción general y no pretende brindar una cobertura exhaustiva del tema. La información se proporciona con el entendimiento de que GDC Consulting no brinda asesoramiento profesional. Si bien se ha tomado la precaución de garantizar que la información de esta publicación sea precisa, GDC Consulting no acepta ninguna responsabilidad por pérdidas que surjan de la confianza depositada en la información o de cualquier error u omisión en la publicación. Toda persona que confíe en esta información lo hace bajo su propio riesgo. GDC Consulting recomienda que la persona ejerza su criterio cuidadosamente, incluida la obtención de asesoramiento profesional, en relación con el uso de la información para sus fines. GDC Consulting no respalda a ninguna empresa o actividad a la que se haga referencia en la publicación y no acepta responsabilidad por pérdidas sufridas en relación con ninguna empresa o sus actividades.

©2024 GDC Consulting Co., Ltd.

Los derechos de autor de esta publicación pertenecen a GDC Consulting. Esta publicación no puede reproducirse ni copiarse sin permiso ni utilizarse con fines comerciales.

Esta obra está protegida por derechos de autor. Puede descargar, mostrar, imprimir y reproducir este material en forma inalterada únicamente (conservando este aviso y los metadatos de las imágenes) para su uso personal, no comercial o para su uso dentro de su familia u organización. Este material no puede utilizarse para implicar un respaldo o una asociación con GDC Consulting ni con BCIE sin el permiso por escrito de GDC Consulting o BCIE. Aparte de cualquier uso permitido según la Ley de Derechos de Autor de 1968 (por ejemplo, "trato justo" a los efectos de informar noticias según la sección 103B de la Ley de Derechos de Autor), todos los demás derechos están reservados.