



Consejo Internacional del Café
122^o período de sesiones
17 – 21 septiembre 2018
Londres, Reino Unido

**Mercados emergentes de café:
Asia Oriental y Meridional**

Antecedentes

1. De conformidad con el Artículo 34 del Acuerdo Internacional del Café de 2007 y el programa de actividades del año cafetero 2017/18, la Organización Internacional del Café deberá proporcionar a los Miembros estudios e informes sobre aspectos pertinentes del sector cafetero. En este documento figura un estudio sobre siete mercados emergentes de Asia Oriental y Meridional. Los mercados que se analizan son la India, Indonesia, las Filipinas y Viet Nam, que representan el 95% del café producido en la región por los Miembros exportadores, y China, la República de Corea y Taiwán, que son países no miembros de la OIC importadores de café.

2. Las principales conclusiones del estudio indican que el consumo de café en esos mercados aumentó en los últimos 25 años a una tasa media acelerada del 6% al año. En comparación, el consumo de café en el resto del mundo aumentó en ese mismo período a una tasa media del 2% al año, tasa que bajó al 1% en el período posterior a la crisis financiera mundial de 2007-2008. Como resultado de ese crecimiento más rápido, la región aumentó su porcentaje en el consumo mundial de café del 5% al 12%. En los mercados emergentes de Asia Oriental y Meridional se registraron también considerables cambios en las preferencias del consumidor, que favorecieron el consumo de café fresco en algunos mercados en los que el consumo tradicional era de café soluble. Ejemplo de ello son la República de Corea y Taiwán, donde el consumo de soluble parece haber llegado al punto máximo y el de café fresco registró un aumento considerable en estos cinco últimos años.

Medidas que se solicitan

Se pide al Consejo que tome nota de este documento.

MERCADOS EMERGENTES DE CAFÉ: ASIA ORIENTAL Y MERIDIONAL

I. INTRODUCCIÓN

1. El mercado mundial de café aumentó en volumen más del 60% en las dos últimas décadas, puesto que el consumo total de café pasó de ser de alrededor de 98 millones de sacos a principios de la década de 1990 a 161 millones de sacos en el año de cosecha 2016/17.

2. En ese período, la base mundial de la demanda de café se amplió considerablemente más allá de mercados maduros tales como la Unión Europea, los Estados Unidos de América y Japón. El consumo interno en los países exportadores de café¹ está aumentando, y los mercados emergentes, que a menudo eran países con tradición de consumo de té, han adquirido un gusto más fuerte por el café, con lo que ofrecen nuevas oportunidades de mercado a los productores de café.

3. El objetivo de este estudio es presentar un panorama completo de la evolución del consumo de café en la región de Asia Oriental y Meridional. Los siete mercados que se examinan en este informe son China, las Filipinas, la India, Indonesia, la República de Corea, Taiwán y Viet Nam. La India, las Filipinas, Indonesia y Viet Nam representan el 95% del café producido por Miembros de la OIC en Asia Oriental y Meridional y están también convirtiéndose en consumidores de café cada vez más importantes. China, la República de Corea y Taiwán son países no miembros e importadores netos de café. En lo sucesivo se usarán los términos “Asia Oriental y Meridional” o “región” para referirse a este grupo de siete mercados de café.

4. El estudio se centra en seguir la trayectoria de la evolución del consumo de café en la región, con un análisis detallado de pautas de importación por tipo (Arábica, Robusta) y forma (verde, tostado, soluble), así como tendencias de consumo por segmentos (café fresco y café soluble)².

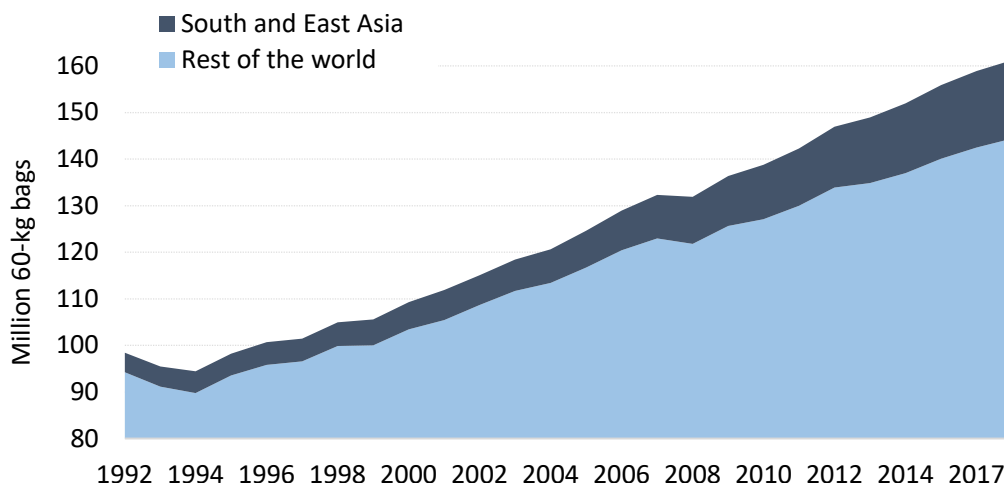
5. El Cuadro 1 muestra la evolución del consumo mundial de café haciendo un desglose en dos grupos, Asia Oriental y Meridional y el resto del mundo. El consumo de café en la región creció a una tasa más rápida al año, del 6% por término medio, que la del resto del mundo, donde el consumo creció solo un 2% al año entre los años de cosecha 1992/93 y 2016/17. El crecimiento fue positivo en todo el período. En el período posterior a la crisis financiera mundial de 2007-2008, la tasa anual de crecimiento del consumo de café descendió

¹ El término “país” se usa en sentido amplio para lo que se clasifica oficialmente como “territorios aduaneros”, que puede que no sean países en el sentido habitual de la palabra. La denominación y clasificación que se usa aquí no supone, por parte de la OIC, juicio alguno en cuanto a la situación jurídica o de otra índole de ningún territorio, ni endoso o aceptación de ninguna frontera.

² Este estudio usa cálculos de consumo y datos de exportación recopilados por la OIC de países Miembros, con datos de importación provenientes de las exportaciones notificadas. Los datos de exportación registran todas las transacciones comerciales a nivel de mercado, desde el origen hasta los países de destino. Además, se calcularon porcentajes de segmentos de consumo (café fresco y café soluble) usando una base de datos de Euromonitor International (Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018).

al 1% por término medio en el resto del mundo, mientras que en Asia Oriental y Meridional siguió a una tasa media del 6% al año, similar al crecimiento real al año del PIB en ese mismo período.

Cuadro 1: Consumo mundial de café 1992/93 – 2016/17

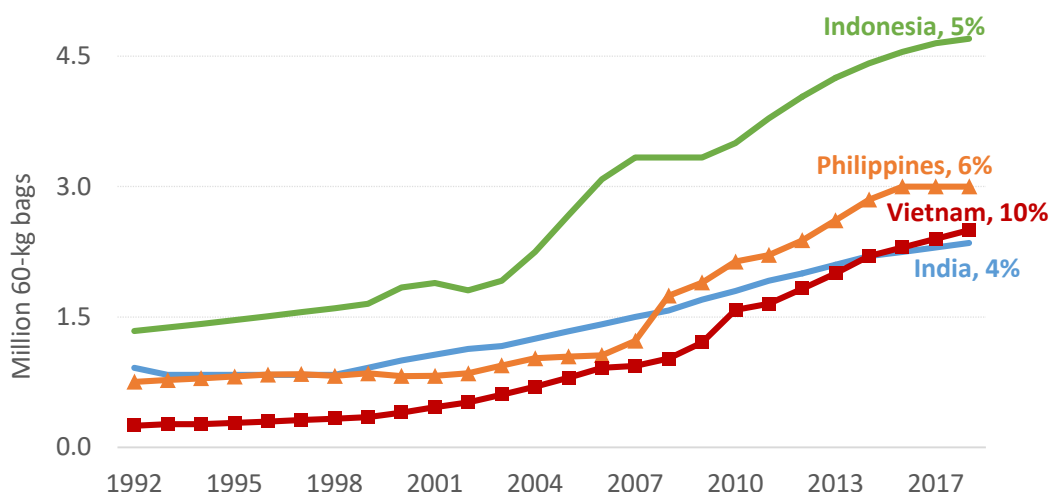


Fuente: OIC

6. El crecimiento acelerado del consumo que experimentaron los mercados de café de Asia Oriental y Meridional llevó a un aumento total cuatro veces mayor, en comparación con el 56% en el resto del mundo. El resultado de ese crecimiento más rápido en Asia Oriental y Meridional fue que la región aumentó su porcentaje en el consumo mundial de café, del 5% a principios de la década de 1990, al actual 12%.

7. El Cuadro 2 permite mirar más de cerca mercados individuales de Asia Oriental y Meridional y muestra la evolución del consumo interno de cada país Miembro de la OIC en la región. En los cuatro mercados, el consumo de café tuvo un acusado aumento y casi se cuadruplicó, ya que pasó de 3,3 a 11,4 millones de sacos.

Cuadro 2: Consumo interno de café 1992/93 – 2016/17



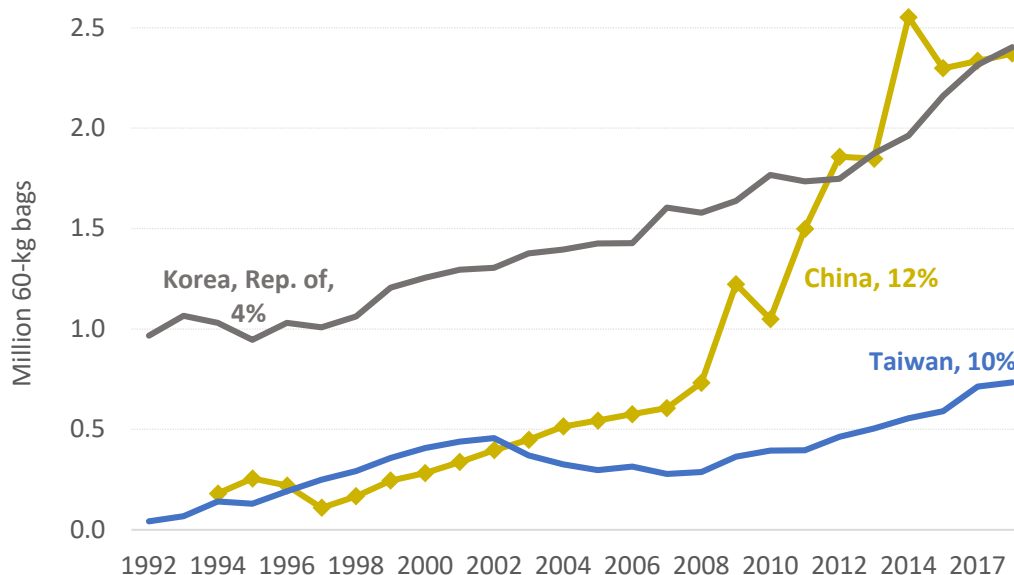
Nota: Valores porcentuales son tasas medias de crecimiento anual de cada mercado.
Fuente: OIC

8. De entre esos cuatro países Miembros, el crecimiento más elevado se registró en Viet Nam, donde el consumo de café es ahora siete veces mayor que a principios de la década de 1990. Ese notable crecimiento del consumo de café en Viet Nam, del 10% al año por término medio, llevó recientemente a que ese mercado superase el consumo de café en la India (Gráfico 2), a pesar de que tiene una población por encima de los 15 años de edad que es solo el 8% de la población de la India de la misma edad. En esa región, Indonesia es el mercado con el nivel más alto de consumo de café, que se calcula que fue 4,7 millones de sacos en el año de cosecha 2016/17.

9. El Gráfico 3 muestra la evolución del consumo de café en China, la República de Corea y Taiwán. En los 25 años transcurridos entre 1992 y 2017, el consumo de café fue más que cuadruplicado en esos mercados, y el crecimiento medio al año fue del 6%.

10. El crecimiento más elevado de consumo de café desde principios de la década de 1990 se observó en China y después en Taiwán, con unas tasas respectivas de crecimiento medio al año del 12% y del 10% (Gráfico 3), y en ese mismo período el consumo total se duplicó en la República de Corea.

Gráfico 3: Consumo de café 1992/93 – 2016/17

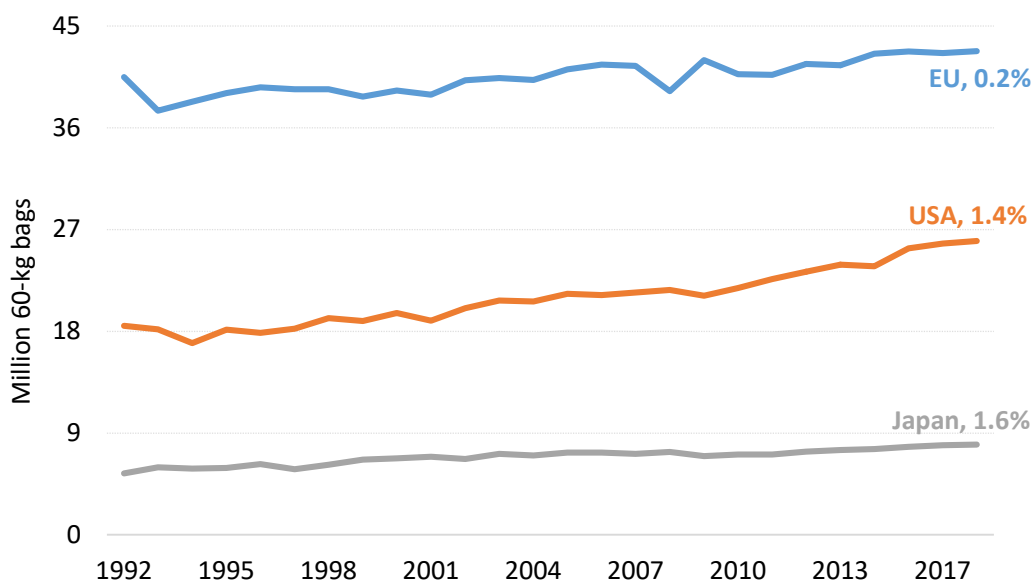


Nota: Valores porcentuales son tasas medias de crecimiento anual de cada mercado.

Fuente: OIC

11. En comparación, el consumo de café en mercados tradicionales de la región (Japón) y del resto del mundo (Unión Europea y Estados Unidos de América) aumentó el 19% por término medio entre 1992 y 2017, con una tasa media de crecimiento anual del 1% (Gráfico 4).

Gráfico 4: Consumo de café en mercados tradicionales 1992/93 – 2016/17



Note: Valores porcentuales son tasas medias de crecimiento anual de cada mercado.
Fuente: ICO

II. IMPORTACIONES

12. En esta sección se examinan las tendencias de importación del café en la región. Viet Nam, la India e Indonesia son importantes países productores y exportadores de café, pero esos mercados también importan café para satisfacer la demanda de los consumidores de café Arábica (en el caso de países productores de Robusta) y de orígenes específicos y para satisfacer la necesidad de su sector industrial para procesar café tostado y soluble.

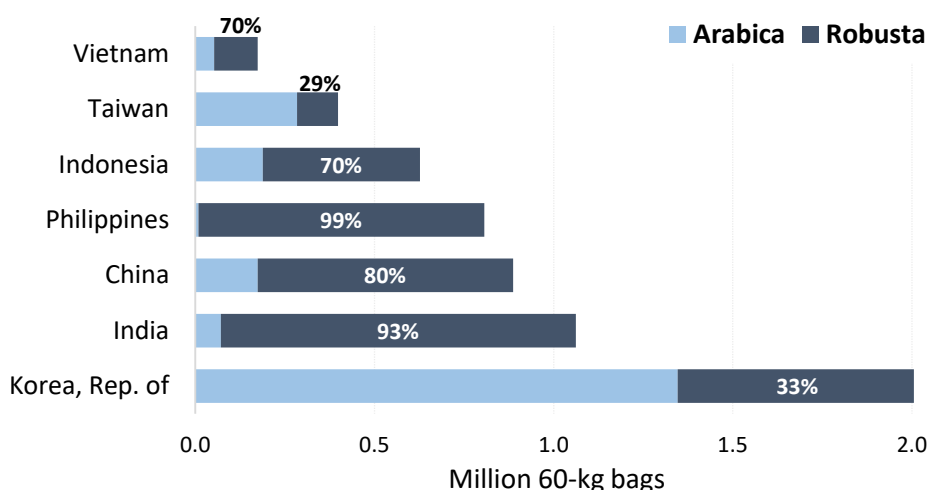
13. La República de Corea, Taiwán, China y las Filipinas son principalmente importadores, o importadores netos, de café. Por consiguiente, el examen de tendencias de importación por tipo y forma de café es pertinente para comprender el consumo interno.

A. Importaciones por tipo de café

14. El Gráfico 5 muestra el volumen medio de las importaciones de café entre 2012 y 2016 de cada mercado de la región. Por término medio el 64% del café que se importó en Asia Oriental y Meridional fue Robusta. La mayor parte de los mercados importan una proporción elevada de café Robusta, por encima del 70%, excepto la República de Corea y Taiwán, donde más de las dos terceras partes del café importado es Arábica. Eso está en consonancia con la

preferencia de esos mercados por el consumo de café fresco, como se describe en el análisis de segmentos de mercado más adelante. El Robusta es el principal tipo de café que se usa en forma soluble, y el Arábica es el que se prefiere para el consumo de café fresco. Por lo cual se importa también café Robusta para procesarlo localmente y reexportarlo en forma soluble.

Gráfico 5: Importaciones de café por tipo, volumen medio 2012-2016

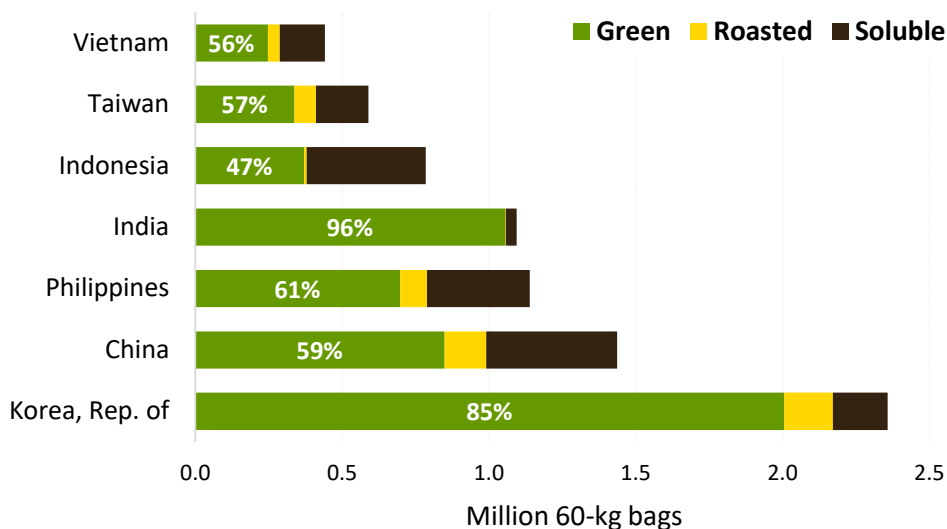


Fuente: OIC

B. Importaciones por forma de café

15. Pasando a las importaciones de café por forma, esto es, verde, tostado y soluble, por término medio el 70% del café que se importa en la región es café verde (Gráfico 6), lo que indica que el café se procesa principalmente en el mercado interno. El único mercado en el que el café verde representa menos de la mitad de las importaciones es Indonesia. Las importaciones de café procesado, principalmente soluble, componen el 53% del total de importaciones de café.

Gráfico 6: Importaciones de café por forma de café, volumen medio 2012-2016



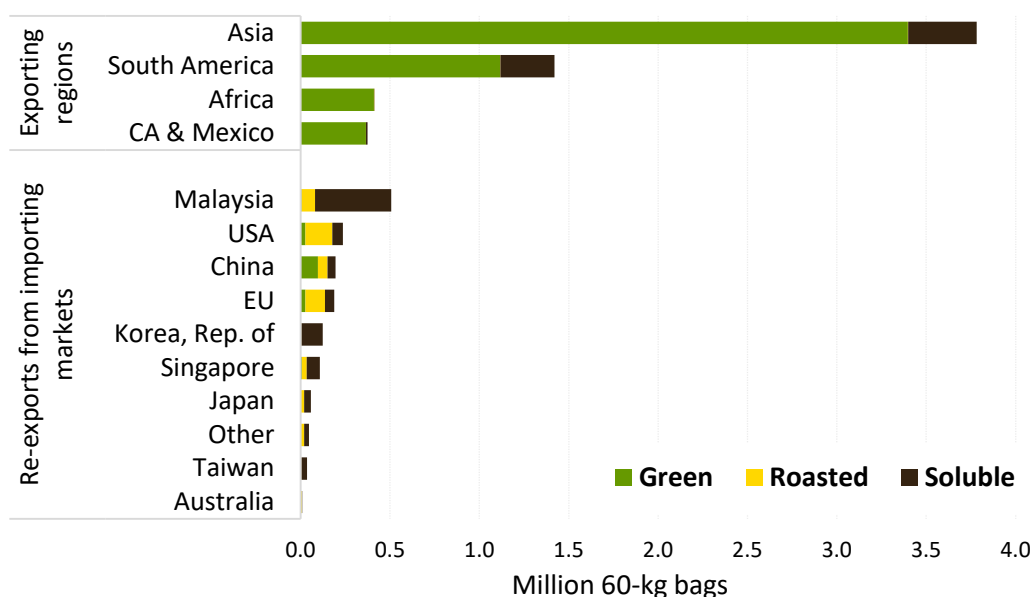
Fuente: OIC

16. En general, un porcentaje más elevado de importaciones de café verde podría ser el resultado de progresividad arancelaria, esto es, aranceles más elevados que se aplican al café procesado (Gráfico A1 del Anexo). Ese es el caso en todos los mercados excepto la India, donde los aranceles que se aplican al café verde son más elevados que los que se aplican al café procesado. Esto puede ser explicado por un modelo industrial que se concentra en importar café Robusta para procesamiento y reexportación. Por consiguiente, los aranceles son un determinante importante de corrientes comerciales que afectan al alcance de la adición de valor en los países exportadores.

17. Si se analiza el origen de las importaciones de café (Gráfico 7), la mayor parte del café verde procede de la propia Asia y de Sudamérica, regiones que suministran una tercera parte del café procesado (tostado y soluble) que es importado por mercados de Asia Oriental y Meridional. El comercio total entre países de la región es de 4 millones de sacos de 60 kg (Gráfico A2). El gráfico A3 muestra el comercio entre países por forma de café.

18. El restante 66% de importaciones de café procesado se origina en mercados en los que el café verde se importa inicialmente de regiones productoras de café y después se procesa internamente (reexportaciones). En ese caso el café soluble se importa principalmente de la República de Corea y de Malasia, probablemente mediante operaciones de transbordo, mientras que el café tostado se importa principalmente de la Unión Europea y los Estados Unidos de América.

Gráfico 7. Importaciones de café por forma de café y origen, volumen medio 2012-2016



AC: América Central
Fuente: OIC

III. CONSUMO DE CAFÉ POR SEGMENTO DE MERCADO

19. En esta sección se analiza el consumo de café por segmento de mercado, y se usan para el café fresco y el café soluble cálculos estimativos de Euromonitor International³ y la OIC.

A. Café fresco

20. El mercado que tenía en 2007 el consumo más elevado de café fresco en la región era Indonesia, seguida de Viet Nam y la República de Corea (Gráfico 8).

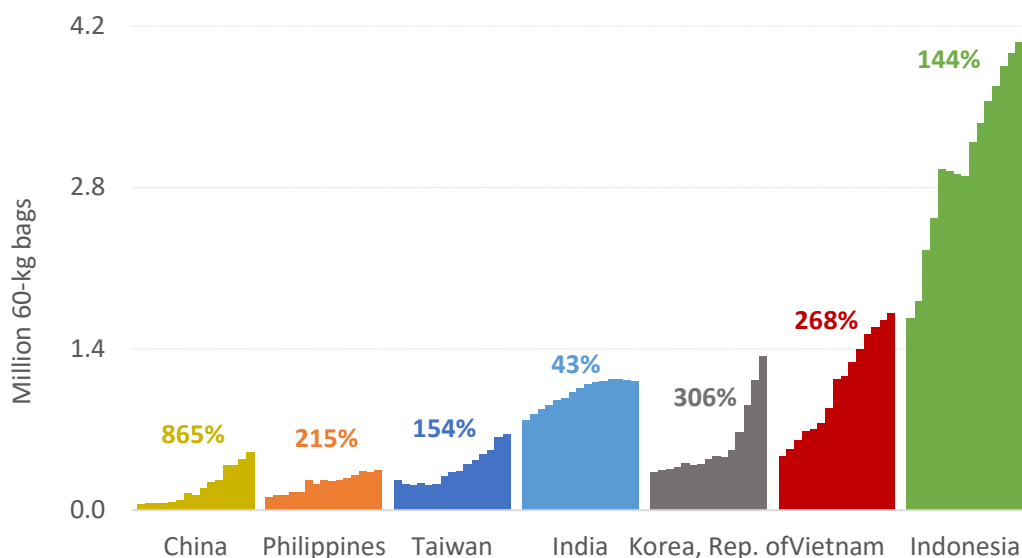
21. El Gráfico 8 muestra la evolución del consumo de café fresco en cada mercado entre 2003 y 2017. Cada escalón en la barra representa el consumo anual en un año determinado. En ese período de 15 años, el consumo de café fresco aumentó en todos los mercados a una tasa media anual del 7%, en una gama que fue desde el 3% en la India hasta el 18% en China. Indonesia, Viet Nam y la India mantuvieron un crecimiento constante de consumo de café fresco, y en la República de Corea hubo un crecimiento exponencial desde 2013. El aumento total más elevado en 15 años se registró en China (865%) y la República de Corea (306%), seguido de Viet Nam (268%) y las Filipinas (215%).

22. En términos de consumo por habitante⁴, Taiwán fue a la cabeza en consumo de café fresco, seguido por la República de Corea, Viet Nam e Indonesia (Gráfico 9). El consumo por habitante aumentó en todos los mercados, y se disparó recientemente en Taiwán y la República de Corea. En general, el consumo por habitante de café fresco aumentó en la región a una tasa media al año del 7%, con China mostrando un fuerte crecimiento medio al año del 17%, seguido de la República de Corea (9%) y Viet Nam (8%).

³ Los datos de Euromonitor International se calculan en toneladas de café consumido entre 2003 y 2017. Los datos fueron convertidos en sacos de 60 kg de grano verde equivalente (GBE) usando coeficientes de conversión de la OIC, tal como se determinan en el Anexo del Acuerdo Internacional del Café de 2007 y se revisaron en el documento [ED-2123/11](#), y se calcularon porcentajes de segmentos.

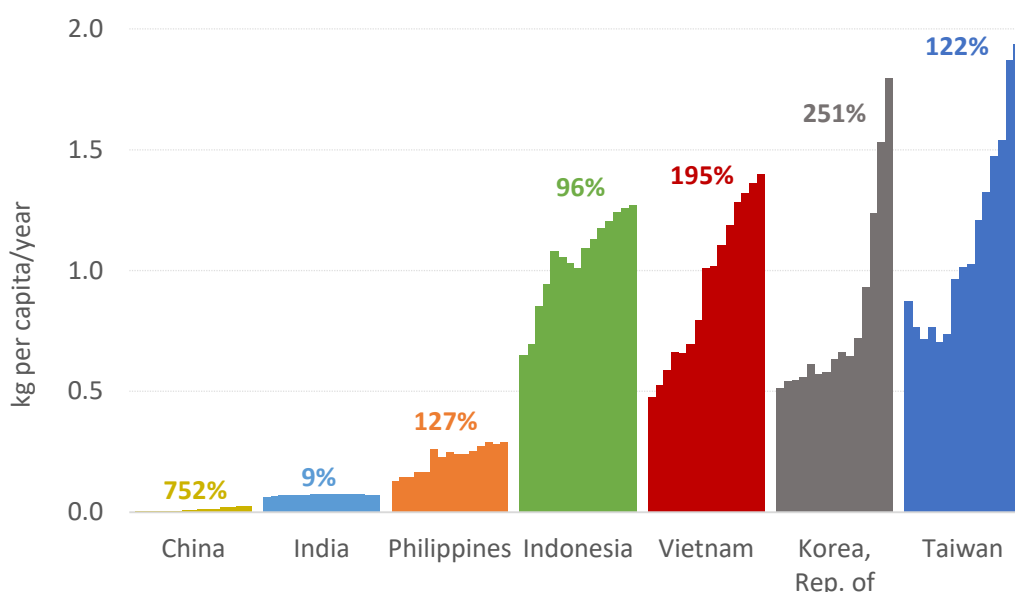
⁴ El consumo por habitante se calcula usando la población total por encima de los 15 años de edad. Los datos demográficos se obtuvieron de indicadores de desarrollo mundial del Banco Mundial, disponibles en: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.1564.TO>.

Gráfico 8: Consumo de café fresco 2003-2017



Fuente: OIC y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC.

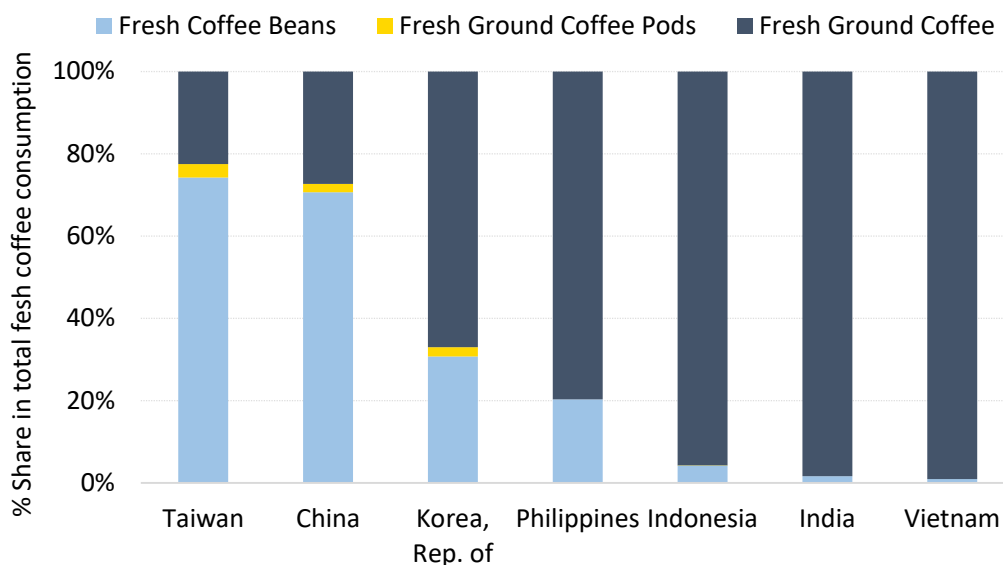
Gráfico 9: Consumo de café fresco por habitante (población con edad de 15 años y más)



Fuente: ICO y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC.

23. El café fresco puede ser consumido como café fresco en grano, café fresco molido o cápsulas de café fresco molido. En Taiwán y China, el café fresco se consume principalmente como café fresco en grano, mientras que en los otros cinco mercados se prefiere el café fresco molido (Gráfico 10). Hay una tendencia cada vez mayor a consumir cápsulas de café molido en China, la República de Corea y Taiwán, pero esa forma de consumo es todavía baja y representa, por término medio, solo el 2,5% del consumo total de café fresco en esos tres mercados.

Gráfico 10: Consumo de café fresco por subsegmentos 2017, porcentaje



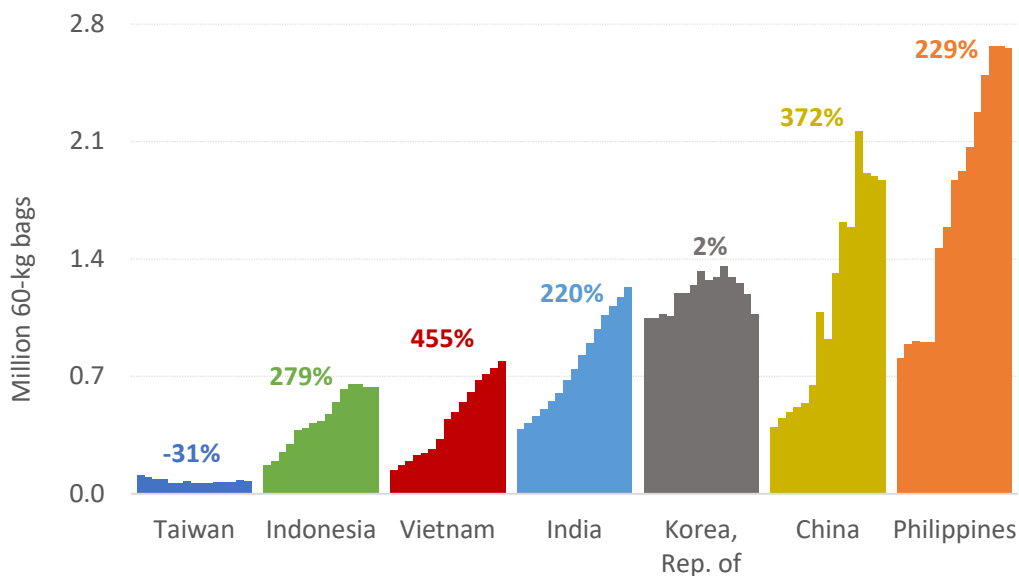
Fuente: ICO y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC.

B. Café soluble

24. El consumo actual más elevado de café soluble o instantáneo es en las Filipinas, seguido de la China, de la República de Corea y la India (Gráfico 11). El consumo de café soluble en la región aumentó en los 15 últimos años a una elevada tasa anual en Viet Nam (13%), China (12%), Indonesia (10%), las Filipinas (9%) y la India (9%). Esa tendencia, sin embargo, cambió en la República de Corea, China y Taiwán, mercados que están mostrando en estos últimos tiempos una preferencia por el consumo de café fresco de más alto valor en vez de soluble.

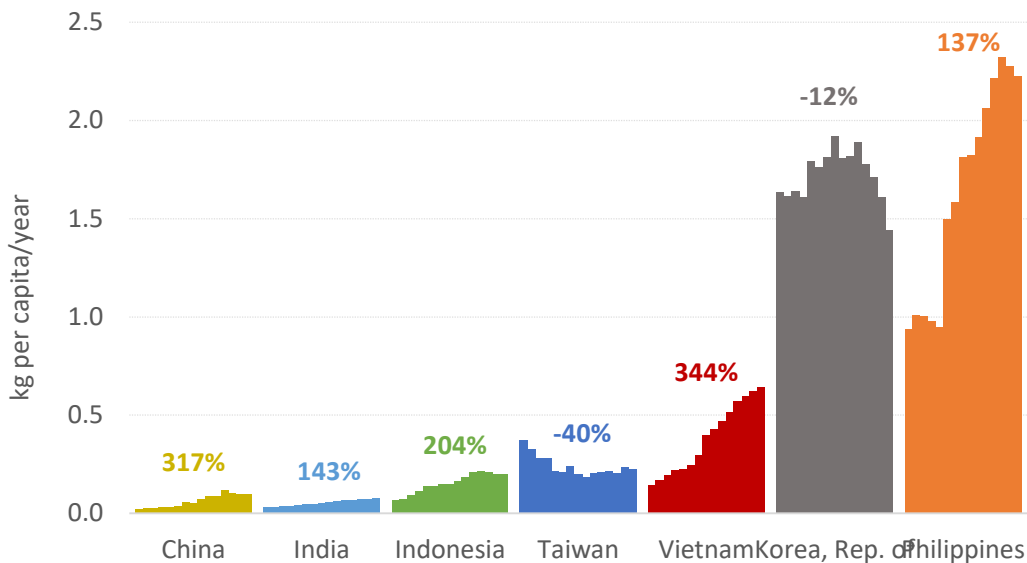
25. En términos de consumo por habitante, las Filipinas y la República de Corea van también a la cabeza en consumo de café soluble, seguidos por Viet Nam (Gráfico 12). Las tendencias del consumo por habitante también muestran un descenso en la demanda de café soluble en Taiwán y la República de Corea. Puede observarse un continuo aumento en Viet Nam, Indonesia, la India, las Filipinas y China, pero las tasas de crecimiento parecen haberse desacelerado en estos últimos años. Eso podría ser una indicación de que, como consecuencia del aumento del nivel de ingresos, las preferencias a largo plazo del consumidor están cambiando y dirigiéndose hacia el café fresco. El punto máximo del consumo de soluble parece haberse alcanzado en la República de Corea y Taiwán, seguidos de Indonesia y las Filipinas.

Gráfico 11: Consumo de café soluble 2003-2017



Fuente: OIC y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC

Gráfico 12: Consumo de café soluble por habitante (población con edad de 15 años de edad y más)



Fuente: ICO y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC

C. Comparación de segmentos de mercado

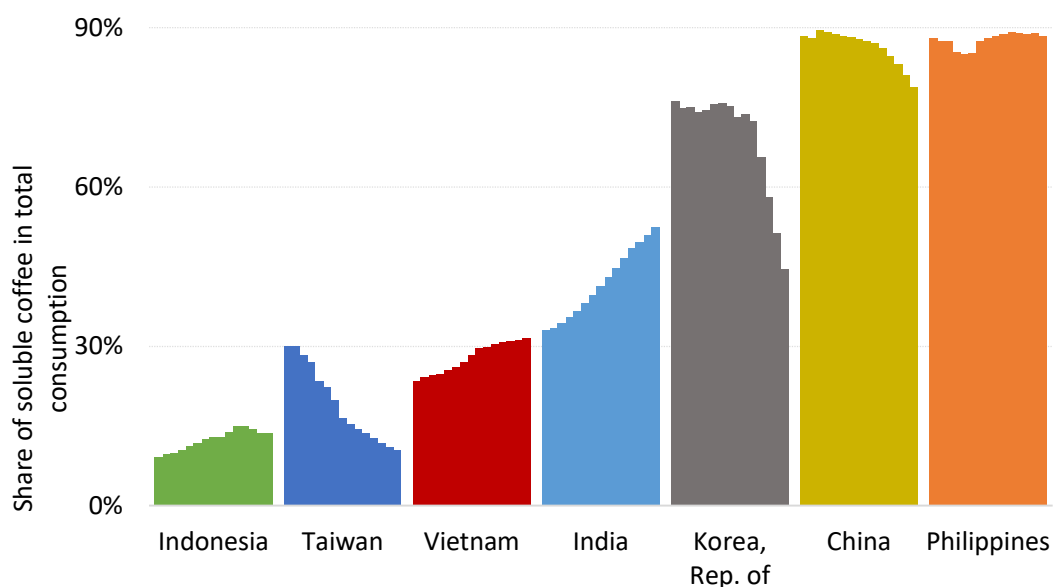
26. El Gráfico 13 muestra el porcentaje de café soluble en el consumo total de café de cada mercado de Asia Oriental y Meridional. En 2017, el 44% del café que se consumió en la región fue, por término medio, en forma soluble.

27. El análisis de mercado por segmentos muestra que dos de los principales consumidores de café de la región, Indonesia y las Filipinas, tienen pautas de consumo muy diferentes. En Indonesia se consume café fresco en mayor proporción (86%) que soluble, mientras que en las Filipinas el café soluble representa el 89% del consumo total de café.

28. Las preferencias del consumidor han cambiado y en algunos mercados pasó a preferirse el café fresco y no el café soluble. Ese es el caso de China, Taiwán y la República de Corea, mercados en los que en los últimos 15 años el porcentaje de café soluble tuvo una rápida disminución de 10, 20 y 32 puntos porcentuales, respectivamente. China, en especial, es un mercado que crece con rapidez y en el que el consumo de café fresco está aumentando a una tasa más alta que el de café soluble y por encima de todos los demás mercados.

29. En cambio el café soluble está aún aumentando la cuota de mercado en Viet Nam y la India, y manteniendo una cuota estable en las Filipinas e Indonesia. Viet Nam va a la cabeza del crecimiento de café soluble en la región, aunque está también mostrando una fuerte dinámica en café fresco. En la India, el consumo de café está creciendo a un ritmo constante, impulsado principalmente por el café soluble.

Gráfico 13: Porcentaje de café soluble en el consumo total 2003-2017



Fuente: OIC y Euromonitor International – Hot Drinks, edición 2018. Cálculos de la OIC.

30. En términos de consumo por habitante, Taiwán tiene el mayor consumo de café fresco, mientras que las Filipinas está a la cabeza en demanda por parte del consumidor de café soluble. En esos dos segmentos, la República de Corea muestra la demanda más fuerte de café en la región, con 3,2 kg por persona en 2017.

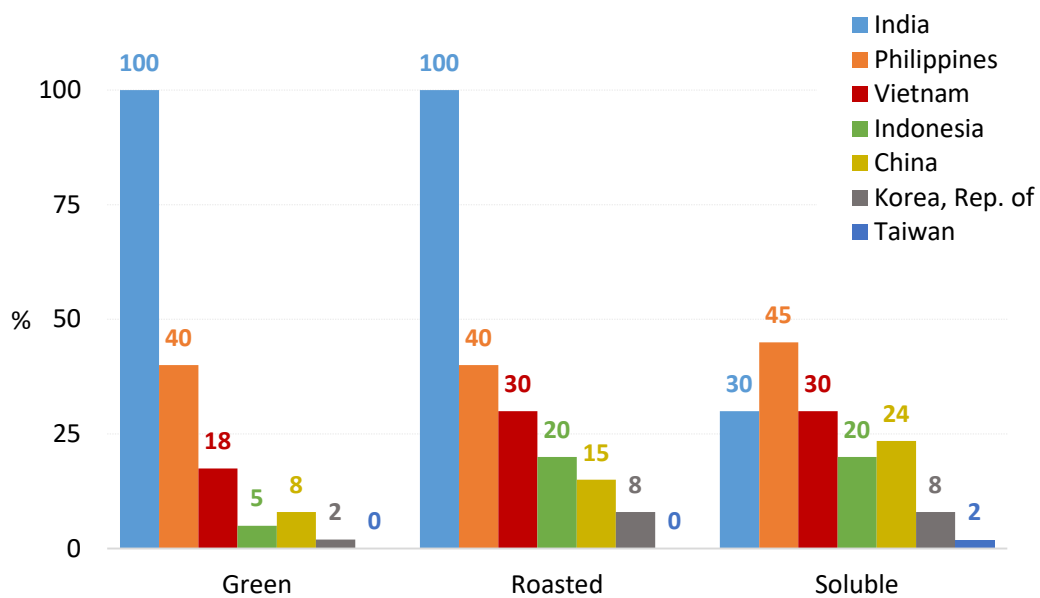
IV. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVA

31. Este estudio analiza tendencias del consumo de café en siete mercados emergentes de Asia Oriental y Meridional: China, República de Corea, las Filipinas, la India, Indonesia, Taiwán y Viet Nam. En total se consumieron 16,8 millones de sacos de café en esos siete mercados en el año de cosecha 2016/17.

32. Las principales conclusiones son:

- a) El consumo de café en mercados emergentes de Asia Oriental y Meridional creció a una tasa media del 6% al año, a un ritmo más rápido que el resto del mundo, donde el crecimiento del consumo de café bajó al 1% en el período posterior a la crisis financiera mundial de 2007-2008. El resultado de ese crecimiento más rápido es que la cuota de la región en el consumo mundial de café aumentó al 12%.
- b) Indonesia es el mayor consumidor de café de la región, con 4,7 millones de sacos, y la República de Corea es el principal consumidor por habitante de café, con 3,2 kg por persona en el año de cosecha 2016/17.
- c) La mayoría del café que se importa en la región es Robusta, aunque las importaciones de café Arábica son más voluminosas en mercados que tienen preferencia por el consumo de café fresco.
- d) En la región se importan dos millones de sacos de café procesado, y un tercio de esas importaciones se origina en regiones productoras de café situadas principalmente en Asia y Sudamérica. El comercio entre regiones muestra que las importaciones de Asia tienen su origen principalmente en Viet Nam, Indonesia y la India. El café tostado se importa principalmente de mercados tradicionales como los Estados Unidos y la Unión Europea.
- e) Las preferencias de los consumidores están cambiando y favorecen el consumo de café fresco en algunos mercados en los que el consumo tradicional es de café soluble. El consumo de soluble parece haber llegado al punto máximo en la República de Corea y Taiwán, seguidos de Indonesia y las Filipinas, y cabe prever que disminuirá más a medida que el café fresco gana terreno.
- f) Viet Nam está a la cabeza del crecimiento de café soluble en la región, aunque también está mostrando una fuerte dinámica en consumo de café fresco. En la India, el consumo de café está creciendo a un ritmo constante, impulsado principalmente por café soluble.

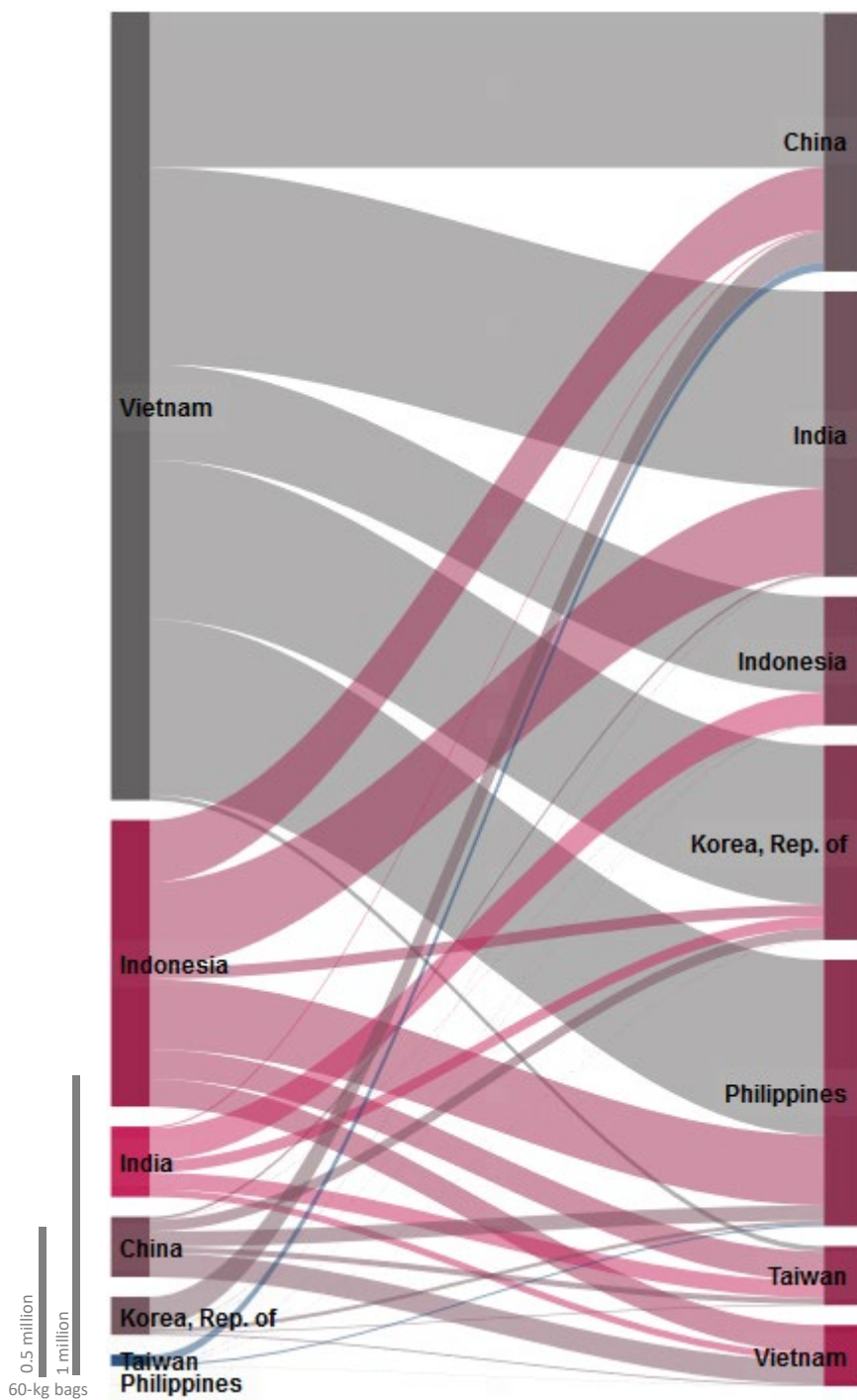
Gráfico A1. Nivel arancelario NMF del café, 2017



Nota: Los datos de Indonesia corresponden a 2016

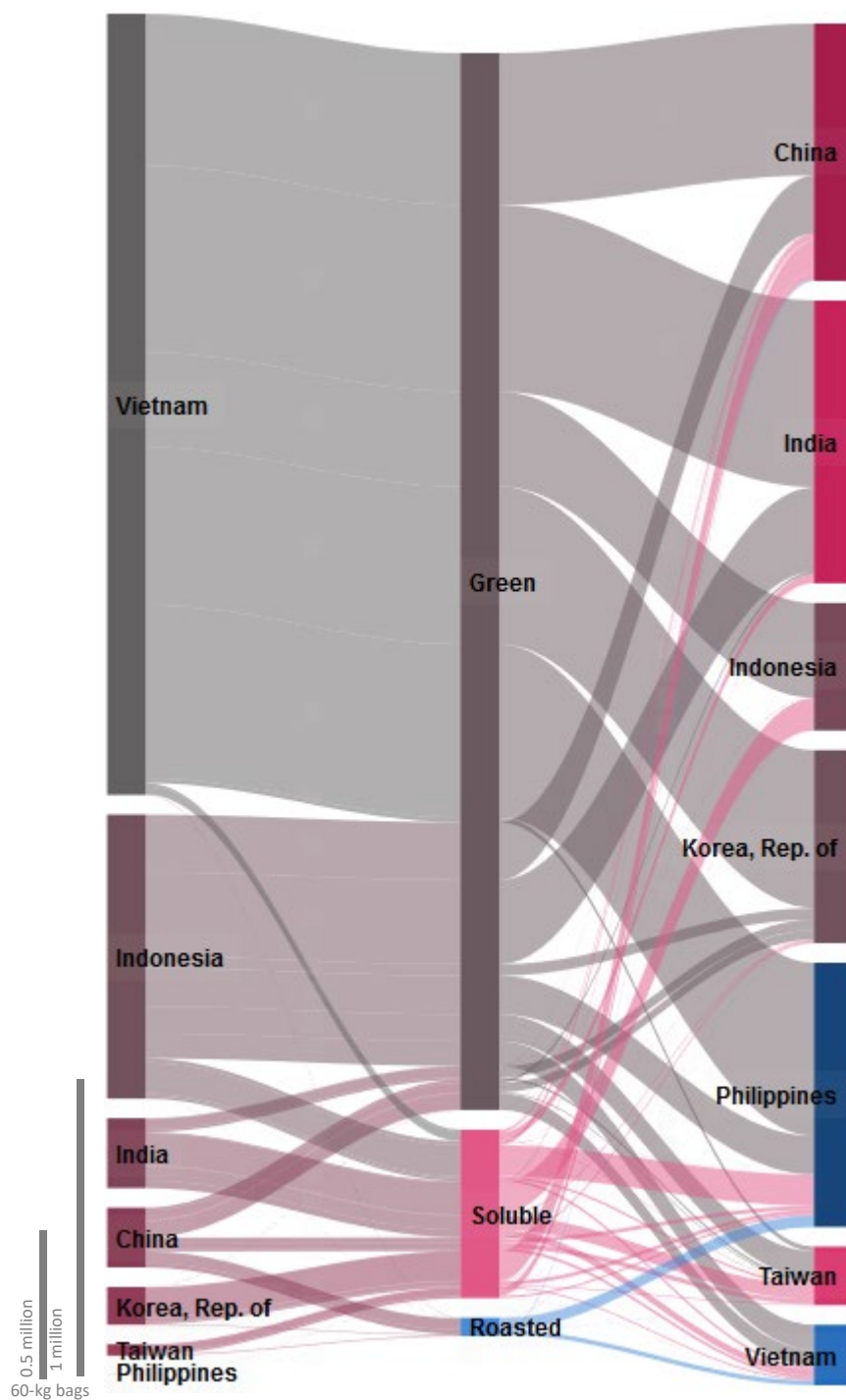
Fuente: OMC – Función de Descarga de Aranceles, <http://tariffdata.wto.org>

Gráfico A2. Comercio entre países de Asia Oriental y Meridional 2012-2016



Fuente: OIC

Gráfico A3. Comercio entre países de Asia Oriental y Meridional, por forma de café, 2012-2016



Fuente: OIC