

Oportunidades del café colombiano en el continente asiático

Laura Agudelo Correa¹, Estefanía Hincapié Romero²

¹Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Libre Seccional Pereira, Sede Belmonte, Pereira, Colombia. Correo electrónico: laura-agudelo@unilibre.edu.co

² ¹Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad Libre Seccional Pereira, Sede Belmonte, Pereira, Colombia. Correo electrónico: estefania-hincapier@unilibre.edu.co

Resumen: *El presente artículo de revisión bibliográfica tiene como objetivo, explorar las múltiples oportunidades de negocio para los pequeños caficultores de Colombia, dando a conocer, la gran procedencia de mercado que existe en el continente asiático en cuanto al consumo del producto agrícola colombiano denominado café, ya sea en sus diversas variaciones y presentaciones como lo son café verde, descafeinado, instantáneo, molido, especial, premium, entre otros. Esta publicación, da a conocer mediante diversos estudios e investigaciones, el comportamiento que ha venido presentando el consumo de café en la población asiática, ya que se muestra la tendencia de aumento de esta bebida, la cual ha desplazado el consumo de té a través de los años, conllevando a que países como Colombia y otros productores de café, tengan un mercado más amplio para este producto lo que promueve la estabilidad económica del sector cafetero. Se logra evidenciar que esta tendencia se da gracias a los estilos de vida que actualmente presentan los chinos, japoneses y coreanos, al llevar una vida acelerada, puesto que, al ingerir café, aumentan los niveles energéticos, haciendo que sean personas mucho más productivas y sociales, ya que también es una práctica social el auge. Se analizan todas las oportunidades que, con lo anteriormente mencionado, puede lograr Colombia, mejorando un posicionamiento en este mercado ante la competencia de otros países productores de café, pues el café colombiano es reconocido mundialmente por su excelente calidad, sabor, olor y suavidad ha comparación de otros tipos que existen en el mercado.*

Palabras claves: *Asia, Café, mercado, exportación, oportunidad*

Abstract— *The objective of this research article is to investigate, explore and learn about the multiple business opportunities for small coffee growers in Colombia, making known the great market origin that exists in the Asian continent in terms of the consumption of the Colombian agricultural product called coffee, whether in its various variations and presentations such as green coffee, decaffeinated, instant, ground, special, premium, among others. This publication has made known through diverse studies and investigations, the behavior that the consumption of coffee has been presenting in the Asian population, since it shows the tendency of increase of this beverage, which has displaced the consumption of tea through the years and thus making countries such as Colombia and other coffee producers, have a wider market for this product, guaranteeing the economic stability of the coffee sector and even their own families. In addition, it is evident that this tendency is due to the lifestyles that the Chinese, Japanese, and Koreans currently lead an accelerated life, given that by ingesting coffee they increase their energetic levels, making them much more productive and social people, since it is also a social practice that is booming. We analyze all the opportunities that, with the above mentioned, Colombia can achieve, improving a positioning in this market before the competition of other coffee producing countries, since Colombian coffee is recognized worldwide for its excellent quality, flavor, smell and smoothness compared to other types of coffee that exist in the market.*

Keywords: *Asia, Coffe, Market, Trend, opportunity*

1. Introducción

Hoy en día, el café se ha caracterizado por ser una bebida universal, es uno de los artículos comerciales que más monetiza a nivel mundial, ya que se ha transformado para la población en un hábito de vida diario. (Gallego, 2021). Es aquí donde se le puede dar mayor relevancia al café colombiano que es el producto agrícola más exportado por el país, puesto que ha sido reconocido por su excelente sabor, suavidad, aroma y cuerpo, pues las tierras colombianas son ricas en minerales y vitaminas que hacen que el crecimiento del cafeto sea excepcional para su producción, obteniendo así una certificación de calidad premium en el mundo.

Realizando las cifras se evidencia el auge que ha presentado durante los últimos años el aumento en el consumo del café, especialmente en el continente asiático, principalmente en los países de China, Japón y Corea, naciones que, tradicionalmente preferían el té. Por otro lado, cabe resaltar que actualmente el café es una bebida impulsada por los jóvenes, los cuales consideran su consumo en cafeterías y lugares de paso, son una actividad social que proporciona nuevos estilos de vida.

2. Marco Referencial

Colombia cerró su cifra anual, en un valor de 11.1 millones de sacos para el presente año 2023 (Portafolio, 2023), este continúa fortaleciendo su posicionamiento en el mercado asiático, debido a su reconocimiento en innovación en técnicas de producción y alta calidad expresada en sabores y aromas únicos.

Las tendencias de consumo a nivel global siguen demostrando que el café es apetecido por los consumidores y su exportación representa una oportunidad de negocio, además, conforme a



Procolombia, en 2021, Colombia logró un incremento significativo en las exportaciones de café a Asia, registrando cifras por valor de US\$587 millones. (Procolombia, 2023)

La venta de café a nivel global representa una oportunidad para un país como Colombia por ser, según cifras de la FAO (organismo de la ONU especializado en alimentación y agricultura), el tercer productor y el segundo exportador en el mundo. (Agricultura, 2023), esto gracias a la superficie de café en Colombia, la cual es de 7.300.000 hectáreas que están dispuestas para la producción del café. (Asoexport, 2023).

Por delegación del Gobierno nacional y de acuerdo con la Ley 9 de 1991, con el Capítulo XIII del Decreto 1165 de 2019 y con base en lo previsto en el Decreto 1714 de 2009. (Cafeteros, 2023), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, es la entidad encargada de llevar el Registro Nacional de Exportadores de Café y de establecer los requisitos para la inscripción de tostadoras, trilladoras y fábricas de café soluble en Colombia.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Ley 9 de 1991 dictamina por medio de sus dos decretos lo siguiente:

El Decreto 1165 ofrece seguridad jurídica para los usuarios aduaneros en tanto que consolida y armoniza las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo simplifica puntos que ayudan a mejorar la logística o a reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior. (DIAN, 2023)

También se encuentra con base en lo previsto el decreto 1714 de 2009 lo cual dice que, en aplicación de la política de Estado para la racionalización de trámites se ha considerado que en



virtud del Contrato de Administración del Fondo Nacional del Café, suscrito entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros, esta última, es la entidad llamada a adelantar la administración del registro de exportadores de café, toda vez que cuenta con las garantías y las condiciones para controlar la calidad lograda por el grano. (Pública, 2023)

En cuanto al análisis de los compradores orientales, el consumidor chino no tiene conocimiento de la preparación, origen y tipos derivados del café. (Arias, 2008). Sin embargo, el consumo de esta bebida solo se relaciona con la población de clase media con capacidad adquisitiva. (Duarte, 2013); A su vez, los pronósticos indican que surgirá un crecimiento en el consumo de café colombiano, dado a una rápida urbanización y políticas por medio del gobierno que lo incentivarán (Ovalle, 2013).

Colombia ha sido uno de los principales proveedores del producto agrícola del café, exportándole al país de China desde el año 1998 (Café, 2013) y anotando que no habría dificultades futuras en atender incrementos en la demanda de café colombiano en el gigante oriental porque con el pasar de los años se espera un aumento en las producciones según (Cafeteros, 2013)

En cuanto a Japón, en 1960 el café era raramente consumido, sin embargo, a partir del año 2005 se convirtió en la bebida de mayor consumo, hasta el punto de que Japón es el tercer importador de café en el mundo. (AJCA, 2006). El 87% de los encuestados dice tomar café con regularidad (Roldán, El mercado de café en Japón: Oportunidades para el café Colombiano, 2010). El café colombiano en café, es de gran éxito en este mercado, ya que cuenta con una trayectoria de más de 45 años. Según Gómez (2006), en el transcurso de los años se ha generado una gran oportunidad de negocio para medianos tostadores como por ejemplo, Saza Coffe, empresa



Japonesa que se dedica a la inversión en café colombiano (Suzuki, 2006), puesto que el café colombiano es, según Roldán, una mezcla indispensable para el café japonés por su calidad y aroma., lo que hacen las empresas asiáticas es importar materia prima como lo es el grano verde colombiano sin ningún tipo de valor agregado para que tenga el proceso de trillado dentro de cada país asiático que cuente con la maquinaria necesaria para este procedimiento (Valencia Sandoval, 2015). Dicha actividad, proporciona a Colombia sostenibilidad y calidad de vida a las familias cafeteras del país (ONU, 2023), para que esto sea posible, se debe mantener un sistema el cual el principal responsable de velar por la estabilidad, sostenibilidad y competencia de este producto agrícola es la Federación Nacional de Cafeteros ([FNC], 2017)

Por último y no menos importante se encuentran las generalidades de cada país explorado:

China: Es la nación más poblada de Asia Oriental. La capital ES Beijing, su idioma nacional es chino, mandarín y su moneda nacional es el Yuan chino. (CIA, Central Intelligence Agency. Generalidades China , 2018)

Japón: es una nación insular del océano Pacífico, su capital es Tokio y su moneda es el Yen japonés. (CIA, Central Intelligence Agency. Generalidades japon, 2018)

Republica de corea: su capital es Seúl, poseen un tipo de gobierno de república y su moneda es el Won. (OEC, 2018)

Metodología

El presente artículo presenta una metodología de carácter descriptivo a través de un análisis de bibliografía al contar con una amplia revisión en bases de datos de documentos investigativos de

tipo nacional, además de información eficiente sobre el tema de estudio, la cual consiste en relatar la forma en que en los últimos años se está comercializando el café en el continente asiático y viendo así, una gran oportunidad de negocio para el productor colombiano.

La técnica utilizada para el análisis de datos del desarrollo del artículo, fue de tipo estadístico porque permitió deducir datos numéricos, gráficas y tablas dinámicas, con el fin principal de conocer a ciencia cierta el comportamiento del café colombiano en el continen asiático.

Resultados

En la Tabla 1 se puede evidenciar que Asia cuenta con tres principales países importadores de café colombiano, los cuales son Japón, Corea y China que cuentan para el año 2021 con un total de 208.533, 128,148 y 55.738 millones de dólares respectivamente, esto indica la gran tendencia que japon ha desarrollado por el consumo de café especial en su cultura, siendo un cliente vital para Colombia y su mercado cafetero.

Tabla 1 Países asiáticos importadores del producto colombiano 0901

Importadores	2021
Japón	208.533
Corea	128.148
China	55.738

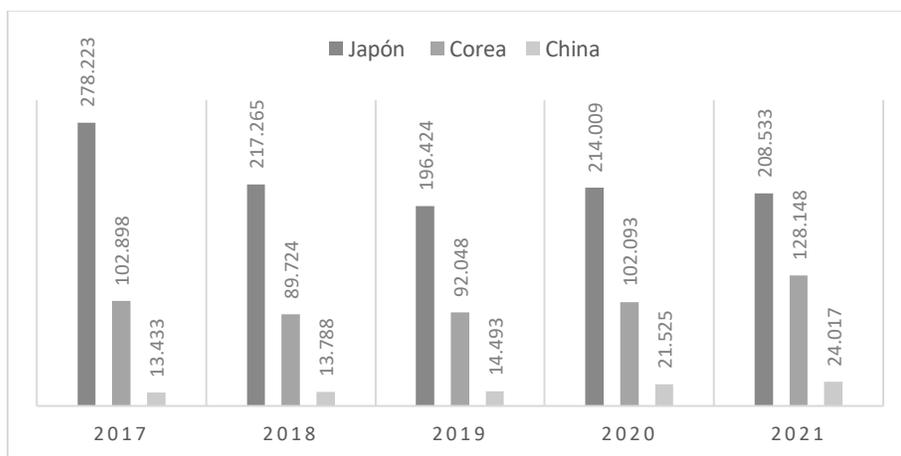
Nota: Relación lista de los mercados proveedores para un producto colombiano importado por Japón, Corea y China
Producto: 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café - durante el periodo 2021; la tabla toma como media millones de USD durante el año de referencia. Tomado de (TRADEMAP, 2023)

Por lo tanto, en Japón, la evolución y expansión de las tiendas de café, las ha convertido en un sitio de paso obligado para millones de japoneses ocupados y hoy son llamadas “el tercer lugar” luego de los hogares, oficinas y/o colegios. Los japoneses generalmente tienen extensas jornadas de trabajo y de estudio, lo que convierte las oficinas en “el segundo lugar” luego de sus hogares

donde duermen periodos cortos. De las oficinas o colegios salen a las tiendas de café, donde pasan tiempos prolongados. (Roldán, 2010)

En la Figura 1 se presenta el comportamiento anual de consumo de café importado en Asia, se evidencia una oportunidad de negocio en el continente y cumpliéndose así la hipótesis anteriormente propuesta.

Figura 1. Comportamiento anual del consumo de café importado en Asia



Nota: Comportamiento anual del consumo de café: 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café – desde el 2017 hasta el 2021; la tabla toma como media millones de USD. Tomado de (TRADEMAP, 2023).

Como se puede visualizar, Japón hasta el momento, ha sido el líder en importación de café colombiano, presentando para el año 2021, un total de 208,533 millones de dólares en importaciones de dicho producto agrícola originario de Colombia, con el fin de llegar a la estabilidad de importaciones del 2017 como en el caso de Corea y China.

3. Conclusiones

Teniendo en cuenta el artículo de investigación realizado, se llega a la conclusión de que, en Asia, el café colombiano ha desplazado con el paso de los años, el consumo de té, logrando así,



que dicho bien sea un producto sostenible, creciente, llamativo e inclusive indispensable en el estilo de vida de estas personas.

Por otro lado, dicho continente es el más poblado del mundo, se extiende a lo largo de cuarenta y nueve países, ocupando cerca de 45 millones de km² es habitado por aproximadamente 4.463 millones de habitantes, cerca del 63% de la población mundial. (ACNUR, 2017) y ha presentado a través del año un gran desarrollo y crecimiento económico, haciendo que colombiana tenga una excelente oportunidad de mercado con sus industrias cafeteras, las cuales son reconocidas a nivel mundial por brindar el mejor café del mundo.

Con esto, se puede reafirmar la hipótesis planteada la cual consiste en demostrar la posibilidad de que existe una muy grande oportunidad de mercado en cuanto a la exportación y comercialización de café colombiano a dicho continente.

Agradecimientos

El presente artículo de investigación fue realizado bajo la supervisión de la profesora Angelica Viviana Morales Cortés, a quien nos gustaría agradecer, por hacer posible la realización de este estudio. Además, de agradecer su paciencia, tiempo y dedicación. Gracias por su apoyo.

Referencias

[FNC], F. N. (2017). Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2017. Obtenido de https://federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Industria_2017.pdf

ACNUR, C. E. (2017). Países de Asia, el continente más grande del mundo. Obtenido de <https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/paises-de-asia-reconocidos-por-la-onu>

Agricultura, O. d. (2023). Obtenido de <https://www.fao.org/home/es>



- AJCA. (2006). All Japan Coffe Association. Obtenido de <http://ajca.org>
- Arias, C. T. (2008). Oportunidades para el café en China. Obtenido de [http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Cafe% 20en% 20](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Cafe%20en%20)
- Asoexport. (2023). Cultivo de café. Obtenido de <https://asoexport.org/cultivo-decafe/>
- Café, O. I. (2013). *Café en China* .
- Cafeteros, F. N. (2013). Comportamiento de la industria cafetera colombiana. Obtenido de http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Industrial_2013_Web.pdf
- Cafeteros, F. N. (2023). Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/wp/exportacion/>
- CIA. (2018). Centrail Intelligence Agency. Generalidades China . Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/hk.html>
- CIA. (2018). Centrail Intelligence Agency. Generalidades japon. Obtenido de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/hk.html>
- DIAN. (2023). Decreto 1165 del 2019. Obtenido de [https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Presentacion/Paginas/default.aspx#:~:text=Decreto% 201165% 20del% 202019&text=El% 20Decreto% 201165% 20ofrece% 20seguridad,las% 20operaciones% 20de% 20co mercio% 20exterior.](https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Presentacion/Paginas/default.aspx#:~:text=Decreto%201165%20del%202019&text=El%20Decreto%201165%20ofrece%20seguridad,las%20operaciones%20de%20co%20mercio%20exterior.)
- Duarte, R. (2013). Reflexión final: Hacia la consolidación de la asociación de cooperación integral. Obtenido de https://www.elcolombiano.com/historico/proexport_identifica_16_productos_para_china-KVEC_AO_4419767
- Gallego, F. A. (2021). Café de Colombia, análisis de los Principales Productores de café del mundo. Obtenido de [https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8185/Caf% c3% a9% 20de% 2](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8185/Caf%c3%a9%20de%2)



0Colombia%20análisis%20de%20los%20principales%20productores%20de%20café%20en%20Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gómez, L. E. (Noviembre de 2006). Entrevista personal con Luis Eduardo Gómez. Tokio.

OEC. (2018). The Observatory of Economic Complexity. Generalidades Corea. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/kor/>

ONU. (2023). Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.un.org/es/>

Ovalle, L. (2013). *Tendencias del consumidor chino*.

Portafolio. (2023). Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/produccion-de-cafe-de-colombia-durante-el-2022-576481>

Procolombia. (2023). Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/oportunidad-exportacion-de-cafe-colombiano-a-europa-y-asia>

Pública, F. (2023). Decreto 1714 de 2009. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=65491>

Roldán, A. (2010). El mercado de café en Japón: Oportunidades para el café Colombiano. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/El%20mercado%20de%20café%20en%20Japón%20oportunidades%20para%20el%20café%20colombiano.pdf>

Suzuki. (Octubre de 2006). Entrevista personal con el Señor Suzuki, hijo del fundador de Saza Coffee. Tokio.

Valencia Sandoval, K. (03 de Diciembre de 2015). Competitividad de las exportaciones de café de Colombia, Guatemala y México hacia el mercado estadounidense. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/104/10448076001/html/index.html>

Información de los autores

Estefanía Hincapié Romero



Actualmente cursando décimo semestre en Administración de Empresas en la Universidad Libre Seccional Pereira y segundo semestre en de Auxiliar Laboral de Servicios Farmacéuticos en el Instituto INEC, siendo reconocida por mi excelente desempeño y compromiso en el desarrollo de actividades.



Laura Agudelo Correa

Actualmente cursando décimo semestre en Administración de Empresas en la Universidad Libre Seccional Pereira, siendo reconocida por mi excelente desempeño y compromiso en el desarrollo de actividades.