

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA																							
1.1. Nombre de la OCEX	OCEX SEUL	1.2. Fecha	29/12/2023																				
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Irene LEE																					
	Cargo	Asistente comercial																					
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO																							
2.1 Producto	CAFÉ ESPECIAL																						
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	A continuación, se presentan las partidas arancelarias de café, así como el arancel aplicado para ingresar al mercado coreano. En este documento, se analiza principalmente los productos de la partida 0901.11.0000 (Café sin tostar ni descafeinar), donde existe la mayor demanda de importación. Específicamente, se trata de productos de primera calidad, para ampliar el mercado de café peruano.																						
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	스페셜티 커피																						
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>1) Arancel</p> <p style="text-align: center;">Cuadro N° 1 Corea Del Sur: Partidas Arancelarias de Café</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Partida</th> <th>Descripción</th> <th>Arancel NMF</th> <th>Arancel aplicado a Perú</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0901.11.0000</td> <td>Café sin tostar ni descafeinar</td> <td>2%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>0901.12.0000</td> <td>Café descafeinado sin tostar</td> <td>2%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>0901.21.0000</td> <td>Café tostado sin descafeinar</td> <td>8%</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>0901.22.0000</td> <td>Café tostado descafeinado</td> <td>8%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right; font-size: small;">Fuente: Oficina de Aduanas de Corea del Sur, https://unipass.customs.go.kr/</p> <p>El arancel base de café verde (sin tostar) es 2% y de café tostado, 8%. Como resultado de TLC entre Corea del Sur y Perú, el arancel actual de café verde peruano se desgravó absolutamente desde el 2011.</p> <p>2) Requisitos aduaneros</p> <p>La documentación requerida para exportar granos de café verde y subproductos de café a Corea incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factura - Conocimiento de embarque (Bill of Lading) - Certificado Fitosanitario emitido por Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) - Certificado de origen - Lista de contenido (Packing list) - Licencias, certificaciones, etc. requeridas por leyes y reglamentos distintos de la Ley de Aduana de Corea. <p>En el siguiente link se pueden encontrar información detallada sobre la declaración aduanera de importación:</p> <p>https://www.customs.go.kr/english/cm/cntnts/cntntsView.do?mi=8055&cntntsId=2731</p> <p>3) Requisitos sanitarios y fitosanitarios</p>			Partida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	0901.11.0000	Café sin tostar ni descafeinar	2%	0%	0901.12.0000	Café descafeinado sin tostar	2%	0%	0901.21.0000	Café tostado sin descafeinar	8%	0%	0901.22.0000	Café tostado descafeinado	8%	0%
Partida	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú																				
0901.11.0000	Café sin tostar ni descafeinar	2%	0%																				
0901.12.0000	Café descafeinado sin tostar	2%	0%																				
0901.21.0000	Café tostado sin descafeinar	8%	0%																				
0901.22.0000	Café tostado descafeinado	8%	0%																				

a) Preinscripción obligatoria de empresas extranjeras procesadoras de alimentos antes de la declaración de importación.

El Ministerio de Seguridad de Alimentos y Medicamentos (MFDS) de Corea requiere el registro previo de las instalaciones de procesamiento extranjeras que desean exportar alimentos a Corea. Las empresas importadores o exportadores deben registrar el nombre, la dirección y el artículo de producción de la instalación de fabricación en el extranjero al menos 7 antes de la declaración de importación.

En el siguiente enlace, se puede encontrar más información sobre la preinscripción de los establecimientos extranjeros: https://impfood.mfds.go.kr/?locale=en_EN

b) El procedimiento de cuarentena vegetal/inspección de los alimentos importados

Hay dos tipos de café para el despacho de aduana: Café verde para fabricar productos propios y café verde para la venta. El primero es literalmente café verde para tostar el café en su propia empresa, mientras que el segundo es el café sin procesar para la distribución.

El procedimiento de cuarentena/inspección varía según el uso del café verde. En el caso del café de propia producción, solo se realiza cuarentena vegetal, mientras que para el de café de venta se necesita pasar una inspección alimentaria adicional después de la cuarentena vegetal. Para someterse a la inspección de alimentos, se debe colocar una etiqueta adhesiva en el producto donde se indica su información y la fuente de importación durante la cuarentena vegetal, se inspecciona principalmente si se han introducido plagas en Corea.

En el siguiente enlace, se puede encontrar más información sobre la cuarentena vegetal: https://www.qia.go.kr/english/html/Plant/Plant_003.jsp

En términos de inspección alimentaria, la inspección total aplica a los exportadores cuyos productos ingresan por primera vez y obedece a la necesidad de verificar si el producto cumple con los requisitos de residuos. Los principales elementos de inspección total de café verde son el color del alquitrán, el contenido de plomo y los pesticidas residuales.

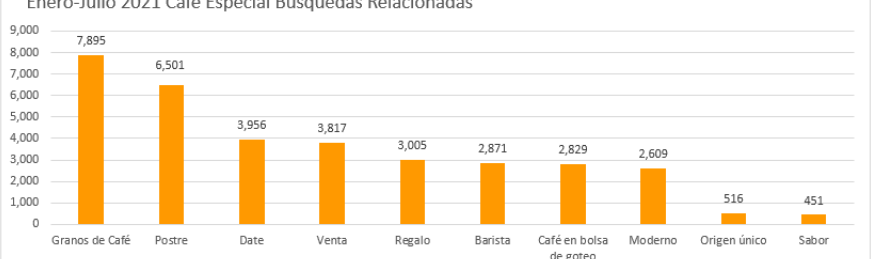
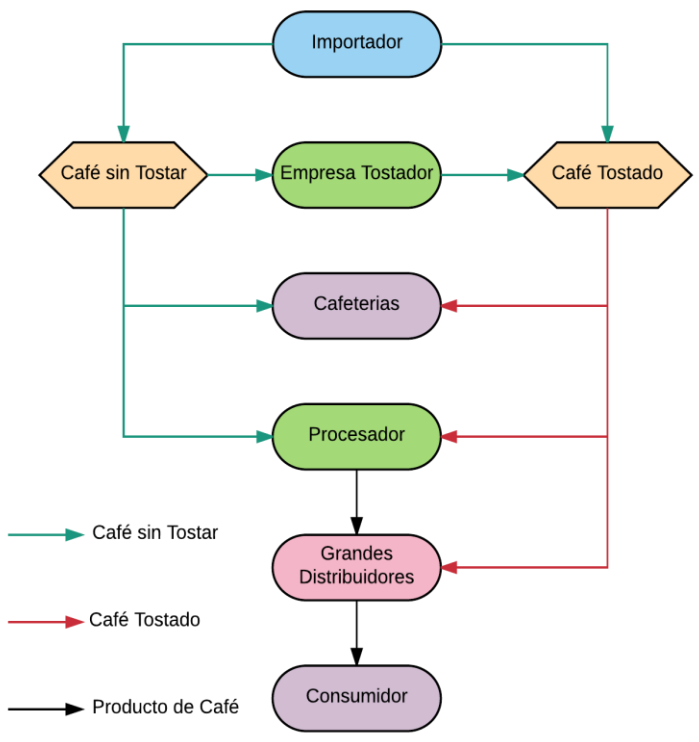
En el caso de los pesticidas residuales, el Ministerio de Seguridad de Alimentos y Medicamentos ha comenzado a aplicar el PLS (Positive List System en inglés) a todos los productos agrícolas desde el 1 de enero de 2019, como parte de la gestión de seguridad de residuos de plaguicidas en los alimentos.

El PLS es el sistema para controlar químicos agrícolas que establece un límite uniforme de 0.01mg / kg (ppm), excepto para pesticidas que están registrados para uso doméstico o para los cuales se establecen Límites Máximos de Residuos (MRLs por sus siglas en inglés) a través de la solicitud de establecimiento de MRLs en productos importados. En los siguientes enlaces, se puede encontrar más información: <http://www.foodsafetykorea.go.kr/residue/main.do>
https://www.foodsafetykorea.go.kr/foodcode/02_02_01.jsp?food_code=ap104030002&option=EN&s_type=2

Después de pasar la inspección total, será seleccionado como sujeto de inspección funcional o documental. Cuando se importan productos con el mismo importador, país de fabricación, instalación de alimentos, nombre del producto, método de fabricación y nombre de la materia prima, están sujetos a inspección documental.

En el siguiente enlace, se puede encontrar más información sobre el proceso de inspección los alimentos importados: https://impfood.mfds.go.kr/?locale=en_EN

	<p>4) Etiqueta</p> <p>Otra norma es el requisito de etiquetado de Corea bajo la ley de saneamiento de alimentos de Corea, que requiere una etiqueta adjunta al paquete que debe contener la información básica en un tamaño de fuente específico. Esta etiqueta debe contener información en coreano sobre el nombre del producto, el tipo de alimento, sus materias primas y contenido, los datos del fabricante y vendedor, la dirección, su fecha de vencimiento, las instrucciones de almacenamiento y uso, las condiciones de devoluciones y cambios, entre otros.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>Según la investigación realizada en 2019 por el Instituto de Economía de Hyundai de Corea, la cantidad de consumo de café en Corea ocupó el sexto lugar en el mundo, siguiendo los países como Europa, EE.UU, Japón etc. Los coreanos consumieron 353 tazas en promedio por año y es la cifra tres veces más alta que el consumo mundial, que son 132 tazas por persona y por año.</p> <p>Gracias al aumento de cantidad de consumo por persona, el mercado de café se está siendo cada vez más diversificado y fragmentado. Por ejemplo, se destaca la demanda por los cafés especiales por parte de los consumidores con gustos sofisticados, y reflejando esta tendencia, se está creciendo el número y la marca de cafés donde se venden cafés especiales (<i>Starbucks Reserve, Blue Bottle, Coffee@Works, Ediya Coffee Lab, Angelinus Specialty</i> etc). En particular, en el mercado de café de 6 billones de won de Corea, el café especial ocupa 1 billón de won. De hecho, según una encuesta realizada para la población entre 15 y 60 años, más de 66.3% respondieron que cada marca tiene diferentes sabores y calidad, mientras 44% contestaron que están dispuestos a pagar más por un café de calidad.</p> <p>Asimismo, el alto porcentaje de los usuarios de redes sociales de Corea (85% de la población total, el número 3 del mundo) quienes persiguen un consumo diferente y prefieren compartirlo online, hace que las tiendas de cafés sea un lugar donde se puede experimentar un ambiente nuevo, moderno y cómodo, saliendo de un espacio donde se venden simplemente cafés. Por otra parte, en el medio de la pandemia, con el fin de no quedarse atrás frente a las nuevas tendencias, las tiendas de cafés también empezaron a adoptar los nuevos servicios como delivery o suscripción de cafés, que se envían los cafés a casa periódicamente de acuerdo a los diferentes gustos de clientes.</p> <p>Por último, COVID-19 contribuyó a la expansión de la cultura de Home Café, en la que la gente goza de cafés en sus casas, haciéndolos por sí mismo de manera semi profesional. En este sentido, las importaciones de todo relacionado con Home Café, tales como maquinarias y equipamientos de café (molinillo, máquina de café exprés, tostadora de café), café en grano, café molido, café capsula etc., están al alza.</p> <p>Este fenómeno también afectó al café especial. En la primera mitad de 2021, 'granos' fue la palabra clave más buscada para café especial. se presume que el modo de tomar de comprar granos de café en línea y tomar café directamente en casa era más preferido que comer en la tienda. Además, dado que 'venta', 'regalo' y 'café en bolsa de goteo' se consideraron más como términos de búsqueda relacionados que 'origen único' o 'sabor', se supone que se le dio más importancia al café para regalo.</p>

	<p>Enero-Julio 2021 Café Especial Búsquedas Relacionadas</p>  <p>Fuente : THE CUP (https://the-cup.co.kr/bbs/board.php?bo_table=coffe_company&wr_id=425&page=1)</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Según el Instituto económico rural de Corea, las condiciones climáticas en Corea no son adecuadas para el cultivo del café, por lo que la mayoría de ellos se obtienen a través de importaciones. Sólo se produce café en la isla de Jeju y en algunas áreas que utilizan instalaciones de calefacción.</p> <p>Dado que las regiones cafetaleras de Corea no son suficientes para producir directamente granos de café y comercializarlos como productos, se venden principalmente semillas o plántulas para cultivos ornamentales y autocultivos.</p> <p>Además, se lanzan productos de té que utilizan hojas del café y se desarrollan cosméticos utilizando los posos de café que quedan después de tostar los granos verdes. Asimismo, están operando experiencias de café y museos del café.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Corea tiene dos puertos y aeropuertos principales respectivamente: Busan e Incheon. En el caso del café (café verde, café tostado) en contenedores, la mayoría de ellos se importan a través del puerto de Busan. Asimismo, Se puede transportar en avión si se la envía rápidamente en pequeñas cantidades.</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	

Según la información recopilada a través de Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation (aT), Korea Customs and Trade Development Institute (KCTDI), los importadores de café normalmente distribuyen café verde a los tostadores, las franquicias de cafetería, las cafeterías tostadoras individuales y los procesadores del café que ofrecen preparaciones y bebidas de café.

Sin embargo, dado que algunos grandes importadores también se dedican al tostado y producción de preparaciones de café, no existe una línea divisoria clara entre importadores, empresa tostadora y procesador.

La distribución del café verde es limitada en el nivel mayorista, debido a la necesidad del tostado. Sus principales clientes son los procesadores de café, las franquicias de cafetería como Starbucks o *A Twosome Place* y las cafeterías tostadoras independientes.

El café tostado utiliza los dos canales: mayoristas y minoristas. Los granos tostados normalmente son distribuidos por las cafeterías normales y las empresas procesadoras mientras que los cafés molidos son distribuidos a minoristas.

En el caso de preparaciones de café (incl. café instantáneo), los grandes distribuidores dominaban el canal minorista. Las franquicias de café también venden cafés instantáneos y vienen alcanzando éxito, gracias a la moda de café de calidad.

Cuando las preparaciones de café llegan a los canales minoristas, son distribuidos mayormente en las grandes cadenas de supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas online.

2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

-Precio
Un precio razonable por la calidad es el principal criterio para la compra de cafés verdes por parte de los compradores.

-Calidad
Uno de los criterios decisivos para selección del café especial es la calidad de café verde, que determina el sabor y aroma del café. Los compradores siempre esperan un café verde fresco y de alta calidad con defectos físicos mínimos. También es importante garantizar una calidad del café constantemente para construir relaciones confiables a largo plazo.

-Preferencia del consumidor
En el mercado de café diversificado y fragmentado, dado que los consumidores valoran el gusto individual al comprar café tostado, los compradores también consideran la preferencia del consumidor como uno de los factores importantes al comprar granos de café. Al comprar café verde, los compradores tienen en cuenta preferencias del consumidor como el sabor a nuez que suelen preferir muchos consumidores o la acidez equilibrada o refrescante que persiguen los amantes del café.

2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

IMPORTACIÓN DE CAFÉ VERDE EN COREA DEL SUR (2020-2021)

HS CODE (COREA)	Descripción Arancelaria	No.	País	Monto (Miles US\$)		Tasa de crecimiento 2020 - 2021	Peso Neto (Tn)		Tasa de crecimiento 2020 - 2021
				2020	2021		2020	2021	
			TOTAL	454,162	542,933	19.55%	156,942	161,396	2.84%
			SUB TOTAL	415,130	507,679	22.29%	144,098	151,175	4.91%
		1	Colombia	100,896	124,027	22.93%	29,651	29,407	-0.82%
		2	Brasil	85,005	113,863	33.95%	34,508	39,579	14.70%
		3	Etiopía	59,018	74,996	27.07%	13,533	16,576	22.49%
		4	Vietnam	47,041	54,620	16.11%	30,126	30,988	2.86%
		5	Guatemala	33,529	43,217	28.89%	8,458	9,450	11.73%
		6	Honduras	21,932	31,964	45.74%	8,803	10,295	16.95%
		7	Kenia	19,568	22,091	12.89%	4,212	3,494	-17.05%
		8	Perú	23,994	21,473	-10.51%	9,182	7,227	-21.29%
		9	Costa Rica	13,608	10,889	-19.98%	2,629	1,938	-26.28%
		10	Indonesia	10,539	10,539	0.00%	2,996	2,221	-25.87%

Elaboración: PROMPERU - OCEX SEUL
Fuente: KITA

	<p>Según la tabla anterior, respecto al monto de las importaciones de café verde en 2021, Perú ocupó el octavo lugar después de Colombia, Brasil, Etiopía, Vietnam, Guatemala, Honduras y Kenia, con una participación del 4% del mercado. En comparación con el año 2020, el monto y volumen de importación del café peruano disminuyeron un 10.51% y un 21.29%, respectivamente.</p> <p>Según los compradores de café, el 70-80% del café peruano importado de Corea es café convencional y el 20-30% es café especial. <i>Maxim(Dongsuh)</i>, una famosa marca de café instantáneo coreano fabrica sus cafés 3 en 1 con el café peruano convencional que se importa principalmente a Corea, mezclando con otros cafés de América del Sur. Se puede encontrar dicho producto que contiene café peruano fácilmente en supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas online.</p> <p>Respecto al café especial, dado que el gusto de los consumidores es cada vez más sofisticado y exigente se registra una mayor demanda por variedades diferentes de café, por lo que los últimos años se empezaron a importar cafés verdes peruanos de alta calidad. Se puede encontrar el café especial de Perú (café verde y café tostado) en las tiendas online de principales importadores especializados en café verde tales como <i>All Coco Korea - 1597 Coffee, Almacielo(Fideli), Rehm & Co Korea, Momos Coffee, Moi Coffee Company</i> etc.</p> <p>Asimismo, cadenas de café tales como <i>Angel-In-Us, Terrarosa y Coffee Libre</i> y las cafeterías tostadoras independientes ofrecen café peruano de alta calidad. En el caso de <i>Angel-in-us</i>, una de las principales cadenas de cafeterías en Corea que cuenta con más de 500 tiendas en todo el país lanzó nueva línea del café “La Esperanza Perú” en diciembre de 2020. Esta cafetería ofrece a sus clientes el café peruano que está certificada por comercio justo (Fair Trade) con 4 bebidas de café (americcino, americano, café latte y cappuccino).</p> <p>Además, el café peruano de alta calidad se puede encontrar en las tiendas online B2C. En <i>1kg Coffee (Cafeier)</i>, tienda online especializada en la venta de café se vende el café tostado Café molido y en grano de Perú. En <i>Market Kurlly</i>, tienda online famosa por alimentos premium y productos diferenciados en Corea se vende el café tostado descafeinado de Perú en grano o en bolsa de goteo.</p>										
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>1) Seoul International Cafe Show</p> <p>La Seoul International Cafe Show es la feria más reconocida del sector en Corea del Sur y la más grande del Asia, abarcando tanto el sector cafetero en su totalidad como repostería, maquinarias, decoración de interiores, franquicias etc. OCEX SEUL participa anualmente en esta feria con el motivo de posicionar al Perú como origen de café de alta calidad y excelente sabor en Corea.</p> <table border="1" data-bbox="561 1563 1407 1805"> <thead> <tr> <th>Nombre del Evento</th> <th>Sector</th> <th>Ciudad</th> <th>Fecha</th> <th>Enlace</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Seoul International Cafe Show</td> <td>Agro</td> <td>Seúl</td> <td>8-11 de noviembre, 2023</td> <td>http://www.cafeshow.com</td> </tr> </tbody> </table> <p>2) Semana de Cafés del Perú</p> <p>La OCEX Seúl desarrolló la primera campaña de promoción de los cafés peruanos en Corea, nombrada la Semana de Cafés del Perú (Peru Coffee Week 2020), del 3 al 12 de</p>	Nombre del Evento	Sector	Ciudad	Fecha	Enlace	Seoul International Cafe Show	Agro	Seúl	8-11 de noviembre, 2023	http://www.cafeshow.com
Nombre del Evento	Sector	Ciudad	Fecha	Enlace							
Seoul International Cafe Show	Agro	Seúl	8-11 de noviembre, 2023	http://www.cafeshow.com							

julio con 31 cafeterías en varias ciudades del país, con la colaboración del importador del café peruano, *All Coco Korea - 1597 Coffee*.

Durante la campaña, las cafeterías participantes subieron en sus menús los cafés peruanos de origen única a un precio rebajado, y a los clientes que pidieron café peruano y postearon las fotos en sus redes sociales o hicieron encuesta sobre café peruano, se regalaron un bolso ecológico y/o pin de la marca Cafés del Perú. Al mismo tiempo, se realizaron 3 seminarios en diferentes ciudades sobre los cafés especiales del Perú.

OCEX Seúl planea regularizar este tipo de evento de promoción dependiendo del cambio de la coyuntura de COVID-19, con el fin de fortalecer el posicionamiento del Perú como origen de café de alta calidad y dar a conocer la marca Cafés del Perú en el mercado coreano a mediano y largo plazo.

3) Promoción online mediante la plataforma de Youtube






Debido a la pandemia que dificultó todos los tipos de eventos presenciales, OCEX Seúl tiene previsto realizar una promoción online mediante la subida de los contenidos interesantes y útiles sobre los cafés peruanos, que incluyen las entrevistas con compradores, distribuidores, baristas, consumidores etc., en un canal especializado en cafés de Youtube.

4) El Festival del Café de Gangneung

El Festival del Café de Gangneung, que comenzó como el primer festival en 2009, es el primer festival temático del café de Corea. Basado en la tradición de la cultura del té que se ha mantenido durante mucho tiempo, Gangneung es una ciudad con maestros de café famosos y cafeterías famosas, incluido Park Yi-chu, y una ciudad rica en infraestructura humana, como tostadores y baristas, basada en muchos estudiantes producidos a través de escuelas y academias de café. Además de la infraestructura humana, se ha construido infraestructura de consumo, como cafeterías, en toda la ciudad, incluido el distrito del puerto de Gangneung, y actualmente cuenta con infraestructura industrial, como procesamiento de café.

Nombre del Evento	Sector	Ciudad	Fecha	Enlace
El Festival del Café de Gangneung	Agro	Gangneung	7-10 de octubre, 2022	http://www.coffeefestival.net

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
BONANZA COFFEE, cafetería (sus tiendas presenciales y online)	250g	\$16.65	Perú	30 de noviembre, 2022	Café de especial tostado de las variedades Cedros.	
MOMOS COFFEE, cafetería (sus tiendas presenciales y online)	100g	\$12.87	Colombia	30 de noviembre, 2022	Café de especial tostado de las variedades Geisha	
COFEA COFFEE, cafetería (sus tiendas presenciales y online)	100g	\$12.89	Costa rica	30 de noviembre, 2022	Café de especial tostado de las variedades San Roque en Tarrazú.	
EMART, Supermercado (su tienda online)	200g	\$11.21	Guatemala	30 de noviembre, 2022	Café especial tostado de NOBRAND(marca propia de Emart) con las variedad de SHB	
LOTTEMART, Supermercado (su tienda online)	450g	\$18.9	Brazil	30 de noviembre, 2022	Café especial tostado de PaulBassett con las variedad de mundo novo y catuai	

(Agregar las filas que sean necesarias)

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.