

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2015

**Perfil Producto Mercado:**

Café gourmet en  
Alemania



*prom*  
perú

## I. PRODUCTO

A continuación se detalla las partidas arancelarias bajo las cuales se importa este producto desde Alemania, así como los impuestos que se pagan para poder ingresar a este mercado:

**Cuadro N° 1**  
**Alemania: Partidas Arancelarias de café**

Partida - mercado	Descripción	Arancel NMF	Arancel Preferencial aplicado a Perú	Otros países con preferencia arancelaria	Otros impuestos
09.01.1100	COFFEE (EXCL. Decaffeinated )	0%	0%	0%	I.V.A. (7%)
09.01.2100	ROASTED COFFEE (EXCL. Decaffeinated )	7,5%	0%	0%	I.V.A. (7%) Impuesto Especial (US\$ 2,4/kg)

Fuente: Trade Map y Export Helpdesk  
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Cabe mencionar que el café gourmet es un café fino, suave, de excelente aroma, sabor y acidez, y de medio cuerpo. Es obtenido mediante un apropiado manejo de la plantación y del procesamiento pos-cosecha, por la vía húmeda. Esta clasificación de café no cuenta con una partida específica, pero se puede asumir que están dentro de las partidas 09.01.1100 y 09.01.2100. Además, este tipo de café debe cumplir con algunas exigencias propias del mercado, como: ser producto orgánico, con fairtrade y de buena calidad.

## II. REQUISITOS DE INGRESO

## 1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

**Cuadro N° 2**

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Vigente desde	Link para ubicar publicación
<b>El Consejo de la Unión Europea</b>	Reglamento (CE) N° 315/93 de 8 de febrero 1993: Procedimientos comunitarios para contaminantes en alimentos y sus niveles máximos	08 de febrero de 1993	01 de marzo de 1993	<a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31993R0315&amp;from=EN">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31993R0315&amp;from=EN</a>
<b>Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea</b>	Reglamento (CE) N° 1107/2009 de 21 de octubre 2009: Relativo a la comercialización de productos fitosanitarios en el mercado	21 de octubre de 2009	14 de diciembre de 2009	<a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1107&amp;from=EN">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1107&amp;from=EN</a>
<b>Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea</b>	Reglamento (CE) N° 852/2004 de 29 de abril 2004: Relativo a la higiene de los productos alimenticios	29 de abril de 2004	20 de mayo de 2004	<a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0852&amp;from=EN">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0852&amp;from=EN</a>
<b>Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea</b>	Reglamento (CE) N° 178/2002 de 28 de enero 2002:	28 de enero de 2002	21 de febrero de 2002	<a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri</a>

	Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria			<a href="#">=CELEX:32002R0178&amp;from=ES</a>
<b>Parlamento Europeo, Consejo de la Unión Europea</b>	Reglamento (UE) N° 1169/2011 de 25 de octubre 2011: Sobre el etiquetado y la información alimentaria facilitada al consumidor	25 de octubre de 2011	12 de diciembre de 2011	<a href="http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R1169&amp;from=EN">http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R1169&amp;from=EN</a>

## 2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

**Cuadro N° 3**  
Principales Certificaciones y Estándares solicitados en Alemania

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Logotipo de producto ecológico de la Unión europea	El uso del logotipo de producto ecológico de la UE se hará de conformidad con las normas relativas a su registro como marca colectiva de la agricultura ecológica en la Oficina de Propiedad Intelectual del Benelux y en la Comunidad Internacional de Marcas Registradas	<a href="http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_es.htm">http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_es.htm</a>
	Comercio justo	Este logo indica que se está dando el producto a un precio justo. Además, esta es una tendencia que busca apoyar a los productores de los países en desarrollo	<a href="http://www.fairtrade.net/">www.fairtrade.net/</a>
	HACCP	Permite identificar, evaluar y controlar peligros significativos para la inocuidad de los alimentos	<a href="http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_haccp_en.pdf">http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_haccp_en.pdf</a>
	Certificación GLOBALG.A.P.	Programa para cumplir con los requerimientos del consumidor relativo a la inocuidad alimentaria	<a href="http://www.globalgap.org/es/for-producers/crops/CO/">http://www.globalgap.org/es/for-producers/crops/CO/</a>

	Certificación de producto orgánico y justo	Certificación que te permite mostrar que cumples con las normas orgánicas, sociales y de comercio justo	<a href="http://www.naturland.de/es/naturland/que-hacemos/certificacion-fair/org%C3%A1nico-y-justo-de-una-sola-vez.html">http://www.naturland.de/es/naturland/que-hacemos/certificacion-fair/org%C3%A1nico-y-justo-de-una-sola-vez.html</a>
---	--	---	---

### III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA

**Cuadro N° 4**  
Alemania – Importaciones mundiales partida Nro. 09.01.1100: Café sin tostar, sin descafeinar

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (TN)					Precio Ref. Año 2014
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Brasil	1 158	1 836	1 272	932	1 252	370 952	371 293	303 152	321 519	376 192	3,3
2	Vietnam	321	459	618	467	545	199 692	195 719	278 842	219 023	261 922	2,1
3	Honduras	226	407	492	296	331	66 635	69 059	100 790	85 003	90 746	3,6
4	Perú	329	458	390	290	239	79 724	81 875	90 236	88 676	60 135	4,0
5	Colombia	81	135	115	153	224	17 957	21 895	23 691	42 794	55 530	4,0
	Subtotal	2 115	3 295	2 887	2 138	2 591						
	Mundo	3 137	4 912	4 170	3 187	3 516						

Fuente: Trade Map

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

**Cuadro N° 5**  
Alemania – Importaciones mundiales partida Nro. 09.01.2100: Café tostado, sin descafeinar

RK	País Socio	US\$ (millones)					Volumen (TN)					Precio Ref. Año 2014
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Suiza	126	190	207	248	250	15 135	17 813	18 638	20 811	24 070	10,4
2	Italia	103	159	153	165	177	16 867	16 746	17 358	16 603	16 307	10,9
3	Polonia	83	120	116	96	95	8 041	8 939	8 132	6 393	14 122	6,7
4	Holanda	61	89	73	47	88	4 573	6 050	6 491	7 356	7 851	11,1
5	Reino Unido	44	54	51	68	55	3 407	3 265	2 666	3 839	2 903	18,9
	Subtotal	417	612	600	624	664						
	Mundo	513	745	703	699	745						

Fuente: Trade Map

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

En 2014, el principal proveedor de café sin tostar, sin descafeinar fue Brasil, le sigue Vietnam y posteriormente países de Latinoamérica, dentro el cual se incluye a Perú como un importante proveedor, con una participación de 7%. Por otra parte, el café tostado y sin descafeinar es enviado en su mayoría por países de Europa, como Suiza (34% de participación), Italia (24%), Polonia (13%), Holanda (12%) y Reino Unido (7%). Perú no tuvo participación en esta partida.

Los granos de café frescos registraron el mayor crecimiento de valor en 2014, alrededor de 9%. Esto puede atribuirse a que los consumidores son cada vez más informados acerca del café en

Alemania y están desarrollando gustos más sofisticados. Además, los consumidores se están acostumbrando a las diferentes formas de consumo de café, como latte, cappuccino y latte macchiato a través de establecimientos comerciales,

Por otra parte los café de mezclas italianas están bien posicionadas en los locales gourmet o de moda, aunque Italia no produce café, las mezclas que hacen los que saben de café, son muy buenas y se venden bien. Su sabor depende del clima, de la región, del tueste y así es posible combinar diversos granos de café para obtener distintos sabores.

El 72% de la población Alemana mayor de 14 años consume por lo menos una taza de café diaria. Además, Los alemanes tienen un consumo anual per cápita de 3 o 4 tazas diarias, situándose por delante del agua o la cerveza (cuyo consumo es de 0,25 litros diarios o un vaso). Es importante mencionar que el café tostado tradicional es el más consumido seguido por el capuchino y el expreso.

Alemania es el mayor consumidor de café orgánico y convencional en Europa. Es también el mayor importador de café orgánico en UE. Aunque el mercado orgánico es solo alrededor del 2% del total del mercado de café, este puede ser un interesante nicho para los países exportadores de café<sup>1</sup>.

#### IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

##### 1. MEDIOS DE TRANSPORTE

**Cuadro Nº 6**  
**Tiempo de Transporte hacia el Mercado de destino**

Vía	Días de transporte	Puerto /Aeropuerto de llegada
Marítima	19 días	Hamburg
Marítima	19 días	Bremenhaven
Marítima	19 días	Brunsbüttel

Fuente: SeaRates.com

Aproximadamente el 52% de lo exportado por Perú a Alemania se realiza por vía marítima, un 42% multimodal y solo 6% entre aéreos y otros.

##### 2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde el terminar del Callao hacia el puerto de Hamburgo al 23 de julio 2015, son los siguientes:

**Cuadro Nº 7**  
**Costo del Flete Promedio hacia el mercado de destino**

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
Coba Shipping Line	Marítimo	Contenedor de 40'	Entre US\$ 4 662 – US\$ 5 152
Coba Shipping Line	Marítimo	Contenedor de 20'	Entre US\$ 3 123 – US\$ 3 452

Fuente: World Freight Rates

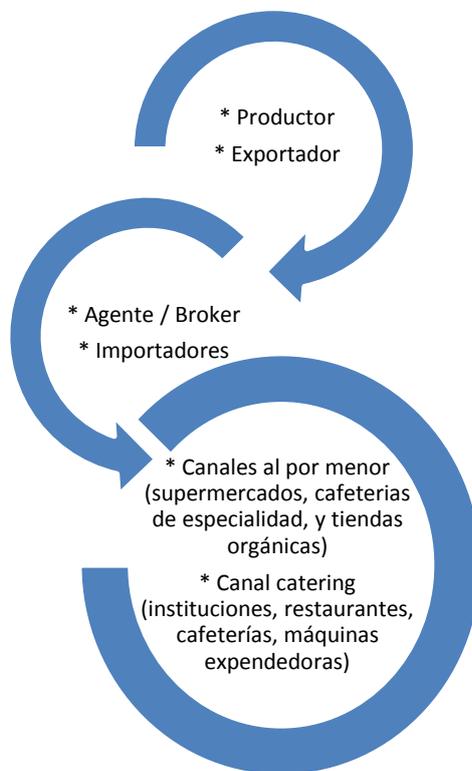
Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

<sup>1</sup> Fuente: <http://www.cbi.eu/sites/default/files/product-factsheet-organic-coffee-germany-2014.pdf>

## V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

A continuación se muestra un esquema de los canales de comercialización más frecuentemente utilizados en la UE, y que es aplicable para el caso del café en Alemania:

**Gráfico N° 1**  
**Alemania: Canales de Distribución y Comercialización para el café**



Fuente: CBI

Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

El mercado de café puede dividirse en tres segmentos:

- Consumo en casa, este segmento de mercado se está volviendo cada vez más diverso y representa alrededor del 70% del consumo de café. El café solía consumirse mayormente como café soluble o molido para máquinas de filtro de café. Sin embargo, los granos de café tostado (expreso), son ahora cada vez más consumidos y el café molido es también empaquetado en vainas para consumo de una porción. La variedad de marcas y sabores se ha incrementado tremendamente en las últimas décadas.
- El consumo fuera de casa, representa el 30% de la producción de café en lugares como restaurantes, bares de café, cafeterías, etc. Bares de expreso como lo es Starbucks, que sirven una gran variedad de cafés de alta calidad y son muy populares. El consumo en el trabajo, como parte del consumo fuera de casa, también es de gran importancia. La mayoría de oficinas en la Unión Europea tienen máquinas de café. Este segmento es parcialmente proveído por los mismos del segmento de casa. Pequeñas empresas todavía comprarían café al por menor o si son más grandes, podrían pedirlo directamente de los distribuidores o vendedores al detalle.
- Los supermercados e hipermercados representan alrededor del 45% del mercado de café en Alemania. Por otra parte las tiendas de descuento representan el 46%, tiendas minoristas el 0,4% y tiendas de conveniencia 0,4%. El crecimiento en el número de

tiendas de descuento tales como Lidi y aldi ha forzado a los distribuidores a una guerra de precios<sup>2</sup>.

Algunas de las tiendas que venden productos orgánicos son Denn's Biomarkt Rotherbaum en Hamburgo, Alnatura Super Natur Markt ottensen en Hamburgo. Además, una tienda que realiza ventas de café orgánico y comercio justo es The Barn / The Barn Roastery en Prenzlauer Berg,

## PRECIOS

Cuadro N° 8

### Precio Mayorista

Producto	Variedad	Origen	Peso	Precio
	Café tostado Arábica orgánico	Nepal	1 Kg	US\$13 – US\$ 15
	Café tostado Arábica, Robusta, Blend orgánico	China	1 Kg	US\$ 5 – US\$ 15

Fuente: [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

## VI. PRESENTACIONES CON VALOR AGREGADO DEL CAFÉ EN ALEMANIA

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre Producto</b>	Smart Café, organic – Green Coffee Classic
	<b>Presentación del producto</b>	Bolsa de 200 gramos
	<b>Marca</b>	Smart Café
	<b>Precio</b>	US\$ 8,8
	<b>Empresa manufacturera</b>	Smart Capital Ltd.
	<b>País de fabricación</b>	Bulgaria
	<b>País de distribución</b>	Alemania
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	17 de abril de 2015

Fuente: Product Launch

<sup>2</sup> Fuente: Euromonitor.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre Producto</b>	Café Intención Ecológico en Grano
	<b>Presentación del producto</b>	Bolsa de 1 kg
	<b>Marca</b>	Café intención
	<b>Precio</b>	US\$ 12,6
	<b>Empresa manufacturera</b>	JJDarboven
	<b>País de fabricación</b>	Alemania
	<b>País de distribución</b>	Alemania
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	-----

Fuente: <https://coffeerista.com/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Nombre Producto</b>	Eilles Gourmet
	<b>Presentación del producto</b>	Bolsa de 112 gr o 16 monodosis
	<b>Marca</b>	Eilles
	<b>Precio</b>	US\$ 2,1
	<b>Empresa manufacturera</b>	JJDarboven
	<b>País de fabricación</b>	Alemania
	<b>País de distribución</b>	Alemania
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	-----

Fuente: <https://coffeerista.com/>

## VII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

### 1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 9  
Perú: Exportaciones de café

Año	Exportación - Mundo				Exportación - Alemania			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas
2010	887	-	229 649	116	314	-	81 226	53
2011	1 593	79,5	295 688	126	469	49,4	84 589	54
2012	1 023	-35,8	266 205	145	346	-26,2	89 034	59
2013	699	-31,7	238 636	140	244	-29,6	82 458	65
2014	745	6,6	184 548	158	213	-12,5	50 596	66

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Podemos observar en el cuadro número 9, que las exportaciones de café en 2014 aumentaron 6,6% con respecto al 2013, con lo que totalizo US\$ 745 millones, de este valor, 6,8% son productos con certificación, en términos de cantidad, el café se ha reducido 22,7%. En 2014 se ha logrado exportar a 47 mercados de los cuales se tienen como nuevos a Bahamas, Hungría, Luxemburgo y Aruba (estos tres países totalizaron US\$ 115 mil).

Por otra parte, las exportaciones a Alemania en 2014 fueron de US\$ 213 millones, de los cuales alrededor de 9,3% del valor fue exportado con certificación, este valor refleja una caída de 12,5% con respecto al 2013. Esta disminución se debe a que Alemania importó más de países como Brasil e Italia. Cabe mencionar que la principal empresa en 2014 fue PERALES HUANCARUNA S.A.C. el cual concentro el 30% de las exportaciones a Alemania. Las tres principales regiones en 2014 fueron Lambayeque (25% de participación), San Martín (19%) y Lima (19%). Es importante resaltar que la partida de café 091119000 perteneciente a los demás café sin tostar y sin descafeinar representa casi el 100% de las dos partidas analizadas en el cuadro número 9.

## VIII. INFORMACIÓN DE INTERÉS

### 1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
<b>COTECA</b>	<a href="http://coteca-hamburg.com/">http://coteca-hamburg.com/</a>	3 días	136	3 000
<b>Semana Verde Internacional de Berlin</b>	<a href="http://www.gruene-woche.de">www.gruene-woche.de</a>	9 días	1 731	418 642
<b>BIOFACH 2016</b>	<a href="https://www.biofach.de/en/">https://www.biofach.de/en/</a>	4 días	2 299	44 624
<b>Anuga Organic</b>	<a href="http://www.anuga.com/anuga/the-fair/anuga-trade-shows/anuga-organic/index.php">http://www.anuga.com/anuga/the-fair/anuga-trade-shows/anuga-organic/index.php</a>	5 días	256	60 000

### 2. CONSEJEROS ECONÓMICOS COMERCIALES Y OFICINAS

- **Oficina Comercial de Perú en Alemania**  
Nombre consejero: Gycs Manuel Gordon Calienes  
Teléfono: 49 (0)40 360980400  
E-Mail: [ggordon@mincetur.gob.pe](mailto:ggordon@mincetur.gob.pe)

### 3. LINKS DE INTERÉS

- Europa Export Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>
- Aduana de Alemania: [http://www.zoll.de/EN/Home/home\\_node.html](http://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html)
- Oficina Federal de Economía y Control de las Exportaciones (BAFA): <http://www.bafa.de/bafa/en/index.html>
- Oficina Federal de Comercio Exterior e Inversión: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/trade.html>
- Federación Nacional de Agentes Comerciales y Distribuidores Alemanes: <http://cdh24.de/en/verband/organisation>
- Federación Alemana de Comercio Minorista (HDE): <http://www.einzelhandel.de/index.php>
- European Coffe Federation: <http://www.ecf-coffee.org/publications>
- Organización Internacional del Café: <http://www.ico.org>