



Informe de mercado para café en Polonia

(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ

Autor: Manuel Zegarra

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

Contenido

1. Descripción del producto.....	4
2. Tamaño del mercado	6
3. Análisis de la demanda	14
4. Presentaciones y precios	17
5. Requisitos de acceso al mercado.....	22
6. Canales de distribución.....	24
7. Contactos de interés	26

1. Descripción del producto

El café tiene su origen en las tierras altas de Etiopía, donde, según la leyenda, alrededor de los años 800 DC, un pastor de cabras llamado Kaldi notó el efecto energizante de los frutos del cafeto en sus animales. Desde Etiopía, el café fue llevado a Yemen, donde se cultivó y popularizó en el siglo XV, expandiéndose luego por la península arábiga, seguido de Europa y después al resto del mundo.

El café llegó a Sudamérica en el siglo XVIII, introducido inicialmente por colonos europeos en Surinam, Guayana Francesa y luego Brasil. Gracias a las condiciones climáticas favorables, la planta prosperó rápidamente y, en menos de un siglo, Brasil, Colombia y Venezuela se convirtieron en los principales productores mundiales de café, representando el 75 % de la producción global en ese momento.

El café ha sido históricamente uno de los productos más valiosos del comercio internacional. Desde el siglo XIX se consolidó como uno de los cultivos de exportación más rentables, solo superado por el petróleo en valor comercial. Su comercio ha influido en la economía y la geopolítica de numerosos países, siendo motor de desarrollo y, en algunos casos, de conflictos sociales y transformaciones políticas.

Imagen 01: Historia del café



Fuente: <https://homecoffeeexpert.com/history-of-coffee/>

Nombre científico y variedades:

El nombre científico del café es *Coffea*. Las dos especies más cultivadas son ***Coffea arabica*** (arábica) y ***Coffea canephora*** (robusta)

Entre las principales variedades destacan:

- **Arábica:** Incluye subvariedades como Typica, Bourbon, Geisha, Caturra, SL28 y Ethiopian Heirloom, entre otras.
- **Robusta:** Incluye variedades como Nganda, Kouilou y Erecta.
- Existen además híbridos y mutaciones naturales como Mundo Novo, Catuai, Castillo, Pacamara y Catimor, entre otros

Los principales productores mundiales de café son:

- Brasil: Mayor productor mundial debido al clima ideal
- Vietnam: Líder en robusta, alta productividad
- Colombia: Famoso por su arábica de alta calidad (café suaves)
- Indonesia: Variedades exóticas
- Etiopía: Cuna del arábica y gran diversidad

También hay otros países productores, como Panamá, Perú, Honduras, Guatemala, México, entre otros.

Propiedades y características:

- **Propiedades químicas:** Rico en antioxidantes, vitamina B2, magnesio y compuestos como polifenoles y diterpenos.
- **Efectos:** Estimulante, mejora la concentración y el estado de alerta. Estudios sugieren posibles propiedades anticancerígenas.
- **Características organolépticas:** Aroma complejo, cuerpo (sensación en boca), acidez (brillo y frescura), amargor y dulzor. El perfil de sabor varía según la variedad, el método de procesamiento y el tueste.

El consumo de café ha evolucionado desde su uso inicial como infusión en monasterios etíopes y yemeníes, pasando por la creación de las primeras cafeterías en el Medio Oriente y Europa, hasta el surgimiento de la cultura global del café. Hoy existen múltiples formas de consumo: espresso, filtrado, prensa francesa, cápsulas, café instantáneo, cold brew, entre otros. El café se ha convertido en un símbolo cultural y social, adaptándose a tendencias como bebidas frías, mezclas gourmet y opciones de origen único.

El café, más que una bebida, es un fenómeno global en constante transformación, con profundas raíces históricas y un futuro lleno de innovación y diversidad.

TABLA 01: PERÚ: PARTIDA ARANCELARIA

Partida Arancelaria	Descripción
09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
0901.11	Café sin tostar, sin descafeinar
0901.11.10.00	Para siembra
0901.11.90.00	Los demás
0901.12.00.00	Descafeinado
0901.21	Café tostado, sin descafeinar
0901.21.10.00	En grano
0901.21.20.00	Molido
0901.22.00.00	Descafeinado
0901.90.00.00	Los demás

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERÚ

La partida que más se usa para exportación de café desde Perú, es la 0901.11.90, la cual representa el 99 % de las exportaciones de este producto, café verde en grano.

2. Tamaño del mercado

Polonia no cuenta con producción agrícola de café porque el cultivo requiere condiciones tropicales o subtropicales: temperaturas estables, alta humedad y ausencia de heladas. Por su ubicación geográfica y clima templado continental, el país no ofrece las condiciones agroecológicas necesarias para el cultivo comercial de café. En consecuencia, la materia prima ingresa principalmente como café verde importado, que luego se tuesta, mezcla, muele o envasa localmente. Aun sin producir café en campo, Polonia sí tiene una base industrial relevante. Según datos de mercado, el país fue en 2024 el quinto mayor exportador europeo de café tostado, con un crecimiento promedio anual de 2.6 % entre 2016 y 2024. Esto confirma que Polonia funciona más como un centro procesador y reexportador que como productor agrícola primario.

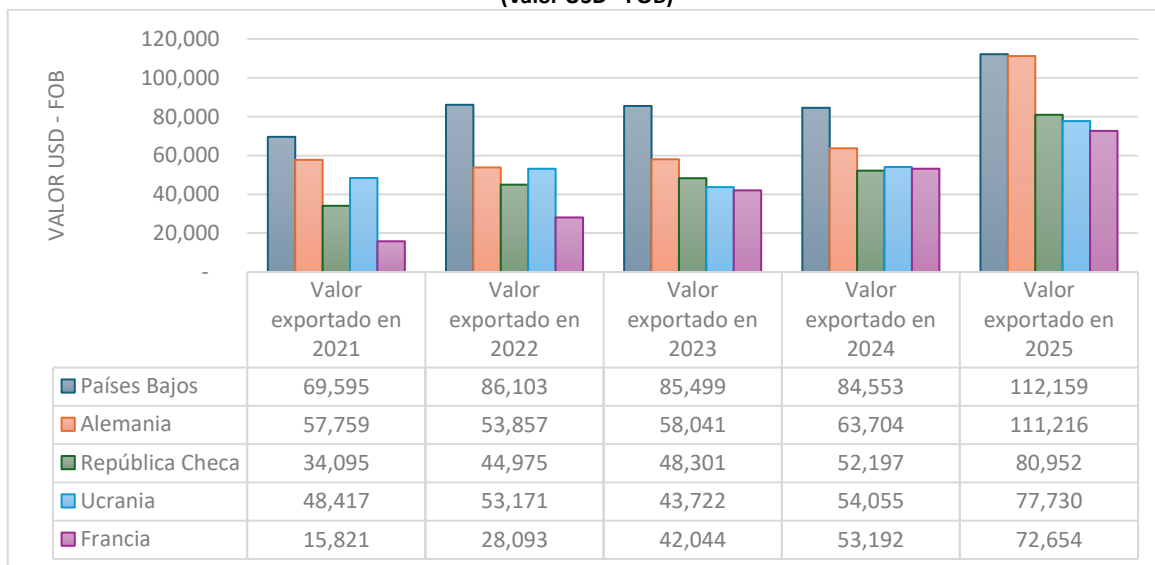
El mercado polaco del café es significativo y sigue creciendo. Algunas proyecciones sitúan el mercado en torno a USD 2,4 mil millones en 2026, con una expansión a USD 3,1 mil millones en 2031, impulsada por mayor consumo, sofisticación de la demanda y crecimiento del canal de especialidad. Además, el consumo interno y la capacidad de tostado sostienen un mercado dinámico: Polonia importa grandes volúmenes de café verde y retiene la mayor parte para su procesamiento local. En el mercado polaco conviven marcas internacionales y marcas locales de tostado. Entre las más visibles en consumo masivo y retail aparecen Jacobs, Lavazza, Tchibo, Nescafé, Dallmayr y MK Café, mientras que en el segmento de especialidad destacan tostadores polacos como HAYB, Heresy, Hard Beans, Trigger, Bracia Ziółkowski y otros actores locales. En

términos de preferencias por formato, Lavazza lidera en café en grano, Jacobs en café molido, y Jacobs/Nescafé/Tchibo dominan en café instantáneo. Esto muestra un mercado segmentado, donde el consumidor polaco combina marcas internacionales de alta rotación con una oferta local en expansión, especialmente en especialidad.

Exportaciones

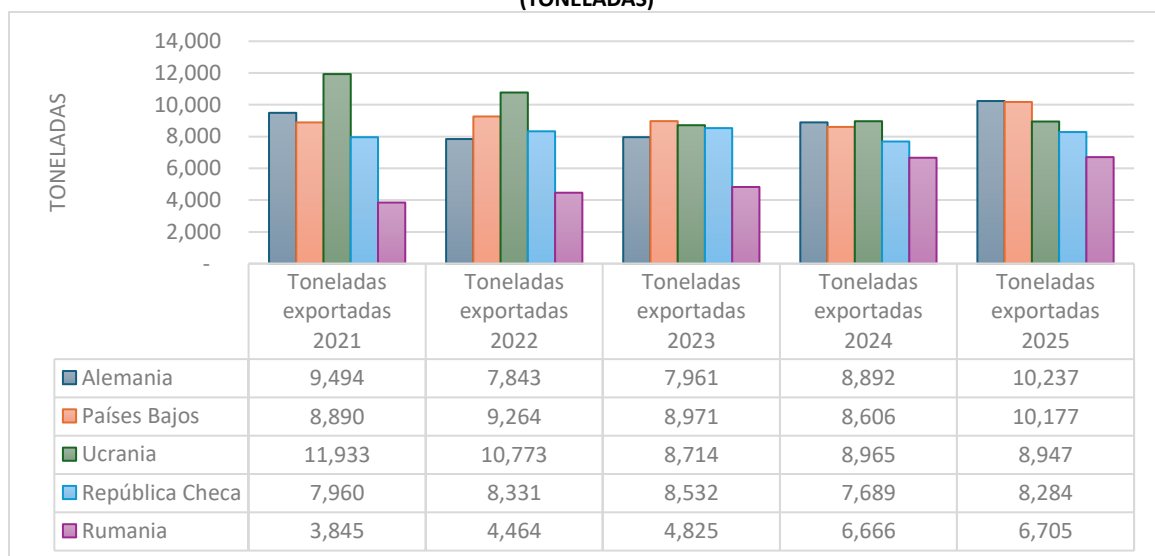
A continuación, se presentan las cifras de exportación de café tostado de Polonia al mundo.

FIGURA 01: EXPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO AL MUNDO, 2021 - 2025
(Valor USD - FOB)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

FIGURA 02: EXPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO AL MUNDO, 2021 - 2025
(TONELADAS)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Entre 2021 y 2025, las exportaciones polacas de café tostado registraron un crecimiento muy significativo. En valor, pasaron de 417,6 millones de USD a 990,4 millones de USD, lo que equivale a un CAGR de 23,9 % anual. En volumen, avanzaron de 65,3 mil toneladas a 88,3 mil toneladas, con un CAGR de 7,8 % anual. Esto indica que el dinamismo exportador no se explicó solo por mayores volúmenes, sino también por un incremento importante en el valor unitario del producto exportado.

Este desempeño muestra una clara premiumización de la oferta polaca. El valor exportado creció mucho más rápido que las toneladas, lo que sugiere que Polonia está vendiendo más café de mayor precio promedio, probablemente asociado a tostados más elaborados, marcas privadas, mezclas especiales, café molido, cápsulas o productos de mayor diferenciación comercial. En otras palabras, el país no solo expandió su base exportadora, sino que mejoró la calidad económica de lo que vende al exterior.

El principal destino de estas exportaciones fue Alemania, con 485,3 millones de USD y 48,8 mil toneladas en 2025. Alemania concentra por sí sola una parte muy importante del total exportado y se explica por la cercanía geográfica, la integración logística dentro de Europa y el tamaño de su mercado de café. Además, su estructura de retail y de marcas privadas favorece compras a proveedores industriales como Polonia, especialmente cuando se trata de cafés tostados competitivos en precio y de entrega rápida.

En segundo lugar, se ubicó Italia, con 320,0 millones de USD y 24,3 mil toneladas. Aunque Italia es un mercado tradicionalmente productor y consumidor de café, también importa café tostado para complementar su oferta y abastecer determinados canales comerciales. La presencia de Polonia en este mercado sugiere una capacidad de competir en segmentos específicos, apoyada por costos industriales atractivos y una oferta suficientemente estandarizada para grandes compradores.

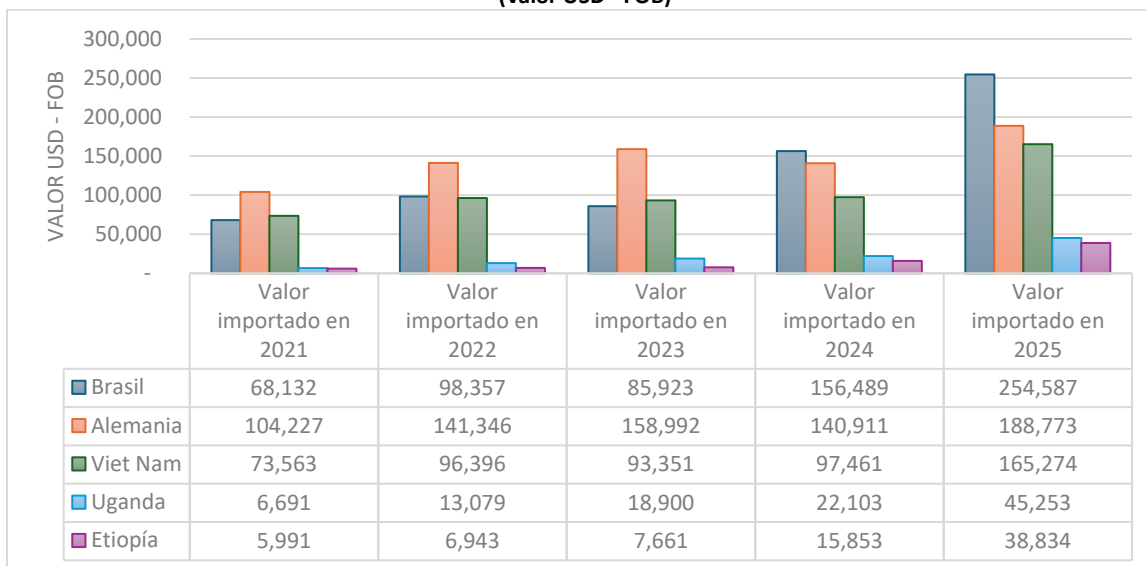
Los Países Bajos ocuparon la tercera posición con 57,6 millones de USD y 5,1 mil toneladas. Su relevancia no se limita a la demanda interna, sino también a su función como centro logístico y de redistribución en Europa occidental. El Reino Unido, con 20,7 millones de USD y 2,0 mil toneladas, apareció en cuarto lugar, reflejando una demanda sostenida de café tostado europeo para canales de retail, horeca y marcas propias. En quinto lugar estuvo Suiza, con 19,4 millones de USD y 679 toneladas, un mercado menor en volumen, pero atractivo por su poder adquisitivo y su orientación a productos de mayor valor agregado.

Más allá de los destinos, el comportamiento exportador de Polonia se entiende por varias razones estructurales. Primero, el país no cultiva café, pero sí importa café verde, lo procesa y lo exporta con valor agregado, lo que convierte a su industria tostadora en un eslabón importante de la cadena europea del café. Segundo, su ubicación geográfica le permite servir eficientemente a los mercados vecinos, reduciendo costos logísticos y tiempos de entrega. Tercero, la expansión de marcas privadas, tostadores industriales y formatos de mayor valor ha impulsado un crecimiento más fuerte del valor que del volumen.

En conjunto, el salto de 417,6 millones de USD y 65,3 mil toneladas en 2021 a 990,4 millones de USD y 88,3 mil toneladas en 2025 no responde únicamente a una mayor demanda externa, sino a un cambio en la estructura de la oferta exportable. Polonia se ha consolidado como un proveedor regional de café tostado con capacidad industrial, competitividad logística y una clara orientación hacia productos de mayor valor comercial, lo que explica el crecimiento sostenido de sus exportaciones en el periodo analizado.

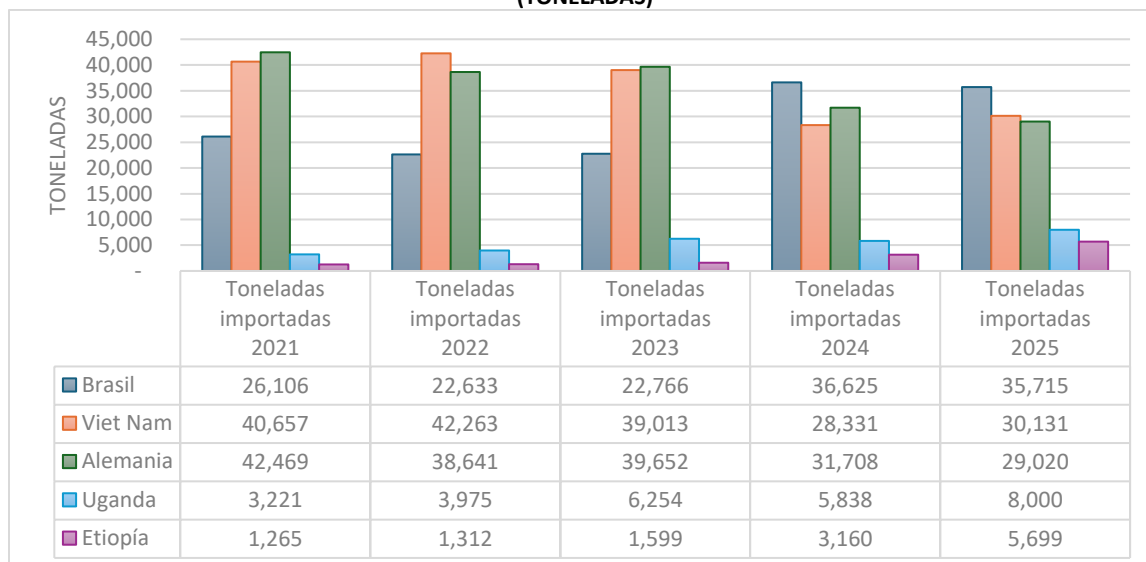
Importaciones

**FIGURA 03: IMPORTACIONES P.A 0901.11 CAFÉ SIN TOSTAR DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor USD - FOB)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 04: IMPORTACIONES P.A 0901.11 CAFÉ SIN TOSTAR DEL MUNDO,
2021 - 2025
(TONELADAS)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Entre 2021 y 2025, las importaciones polacas de café sin tostar (090111) muestran un crecimiento muy marcado, que refuerza el rol de Polonia como país transformador de café dentro de Europa. En 2021, las compras externas de café verde alcanzaron 313,8 millones de USD y 128,3 mil toneladas, mientras que en 2025 llegaron a 860,1 millones de USD y 132,5 mil toneladas. Esto

evidencia que, en términos de valor, el mercado de abastecimiento de café verde se expandió de manera muy intensa, mientras que el volumen físico creció de manera moderada.

Si se observa la evolución entre 2021 y 2025, el valor importado presenta un crecimiento equivalente a un CAGR de 26,5 % anual, pasando de 313,8 a 860,1 millones de USD en cuatro años. En cambio, las toneladas importadas aumentan de 128,3 mil a 132,5 mil toneladas, con un CAGR de 0,8 % anual. Esta diferencia es clave: las importaciones de café verde prácticamente se mantuvieron estables en volumen, pero se encarecieron de forma significativa en términos monetarios, ya sea por incremento de precios internacionales, por cambios en la mezcla de orígenes (más cafés de mayor calidad y precio) o por efectos cambiarios y logísticos.

En cuanto a los principales orígenes, el patrón de abastecimiento está bastante concentrado. En 2025, los cinco proveedores más importantes son Brasil, Alemania, Viet Nam, Uganda y Etiopía. Brasil aporta 254,6 millones de USD y 35,7 mil toneladas, consolidándose como el principal origen en valor y uno de los líderes en volumen. Esto se explica por su rol como mayor productor y exportador mundial de café, su competitividad en precio y la amplia disponibilidad de café arábica y robusta que se adapta a las necesidades de la industria polaca de tostado.

En segundo lugar, se ubica Alemania, con 188,8 millones de USD y 29,0 mil toneladas en 2025. Aunque Alemania no es productor agrícola de café, actúa como intermediario y proveedor comercial: reexporta café verde desde otros orígenes, participa en operaciones de trading y almacenan café en puertos y centros logísticos que luego abastecen a Polonia. Este rol de hub comercial explica la magnitud de las compras polacas desde Alemania, más asociadas a la cadena de distribución que a la producción primaria.

El tercer origen es Viet Nam, con 165,3 millones de USD y 30,1 mil toneladas. Viet Nam es uno de los principales productores y exportadores de café robusta a nivel mundial, tipo de café ampliamente utilizado en mezclas industriales y en café soluble. La importancia de este origen para Polonia responde a la necesidad de asegurar volúmenes consistentes de robusta, con precios competitivos y contratos de abastecimiento de largo plazo que sirven de base para la industria de tostado y transformados.

En cuarto lugar, se encuentra Uganda, con 45,3 millones de USD y 8,0 mil toneladas, mientras que Etiopía aporta 38,8 millones de USD y 5,7 mil toneladas. Ambos países introducen perfiles de café africano, generalmente vinculados a nichos de calidad diferenciada y mezclas específicas. Uganda aporta principalmente robusta africano, mientras que Etiopía es conocida por su arábica de calidad, lo que permite a Polonia acceder a perfiles organolépticos distintos, útiles para blends y líneas de especialidad.

Respecto a Perú, las importaciones muestran una dinámica relevante pero aún de menor escala. En 2021, Polonia importó 4,2 millones de USD y 1,1 mil toneladas de café verde peruano; en 2025 estas cifras se sitúan en 7,9 millones de USD y 982 toneladas. En términos de valor, las compras crecieron con fuerza, mientras que el volumen se mantuvo cercano a una tonelada anual, con una ligera baja en toneladas respecto a 2021. Esto sugiere que el café peruano está siendo utilizado en nichos o mezclas de mayor valor, consolidando un posicionamiento más cualitativo que cuantitativo dentro de la cartera de orígenes de Polonia.

Al analizar el comportamiento global, se observan varias razones que explican la evolución de las importaciones de café sin tostar. En primer lugar, Polonia ha reforzado su rol como plataforma

industrial de tostado y transformación: necesita asegurar un suministro estable de café verde, concentrado en orígenes de alta disponibilidad (Brasil, Viet Nam) y accesible a través de intermediarios comerciales europeos (Alemania). En segundo lugar, el incremento significativo en valor frente al volumen refleja el impacto de los ciclos de precios internacionales del café, la mayor demanda europea por cafés de mejor calidad y la incorporación de orígenes con mayor precio unitario, como Etiopía o lotes específicos de América Latina.

En tercer lugar, la diversificación de orígenes africanos y latinoamericanos responde a las exigencias de la industria de tostado polaca, que busca combinar cafés base (robusta de Brasil y Viet Nam) con cafés de perfil diferenciado (Etiopía, Uganda, Perú, Colombia) para atender tanto el mercado masivo como segmentos de especialidad o marcas privadas de mayor valor. Finalmente, el crecimiento de la propia industria polaca de café tostado y soluble genera una demanda interna más sofisticada de café verde, lo que lleva a Polonia a afianzar relaciones con proveedores clave y a ajustar la mezcla de orígenes en función de precio, calidad y disponibilidad.

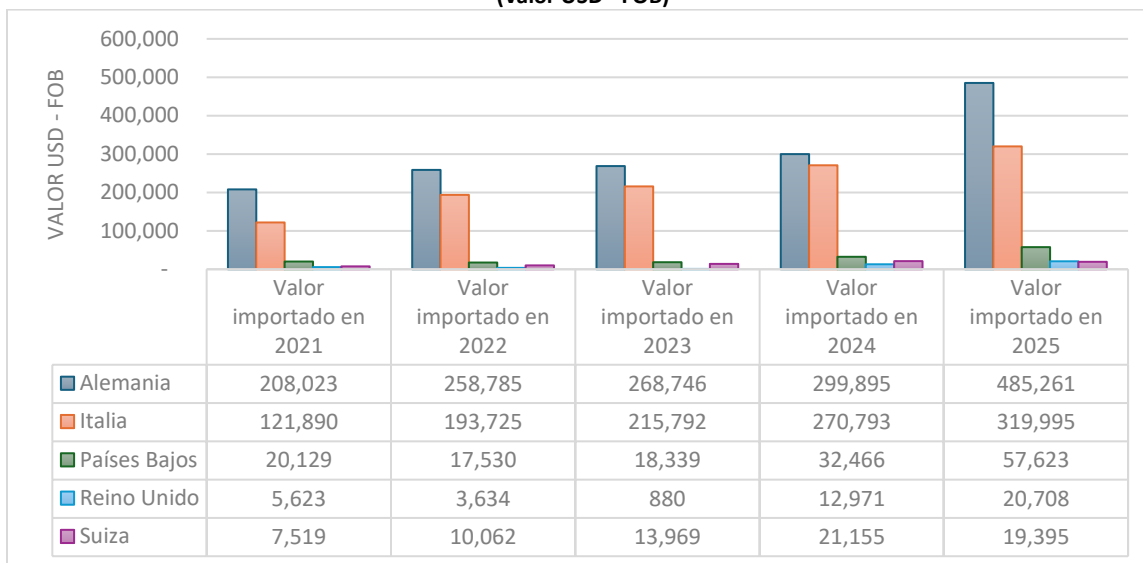
Tabla 02: Precio promedio por tonelada de importación de Polonia

Origen	2021	2022	2023	2024	2025
Brasil	2610	4345	3774	4277	7129
Alemania	2455	3658	4010	4446	6501
Viet Nam	1810	2281	2393	3441	5485
Uganda	2078	3292	3023	3785	5657
Etiopía	4740	5294	4790	5014	6816
Perú	3814	5248	4845	5003	8023

Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

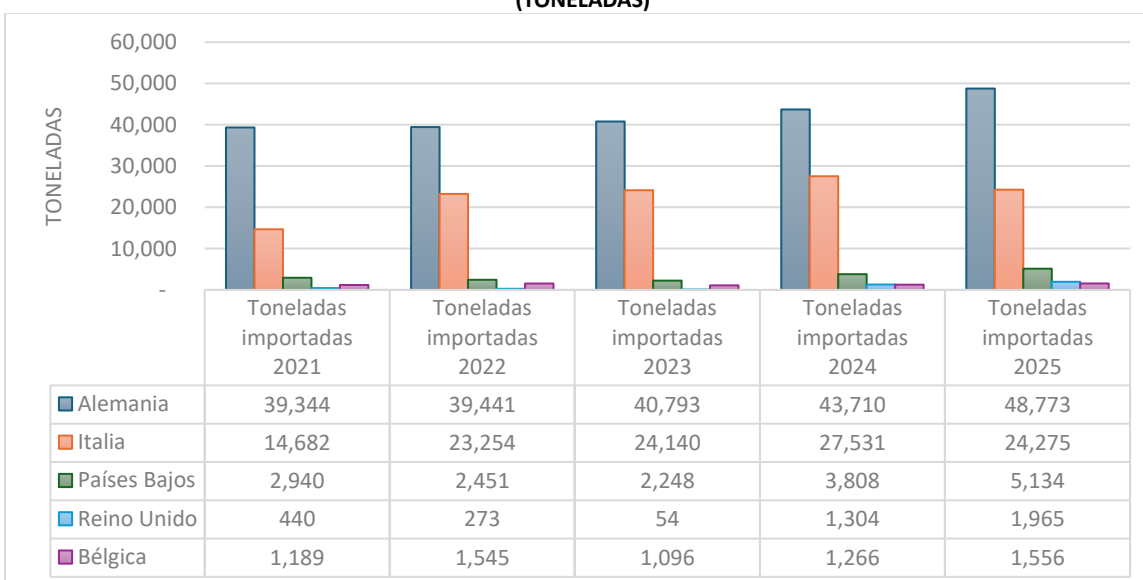
En conjunto, la tabla confirma que Polonia no compra café verde a un solo nivel de precio, sino que combina orígenes competitivos en costo como Viet Nam con orígenes de mayor valor como Etiopía y Perú. Esa estructura es típica de una industria tostadora que busca equilibrar precio, calidad y disponibilidad para abastecer distintos segmentos del mercado. También se observa que el precio promedio no solo depende del país de origen, sino del papel que cada uno cumple en la cadena comercial. Brasil y Viet Nam operan como bases de abastecimiento masivo, mientras que Etiopía y Perú parecen responder a nichos de mayor valor. Alemania, por su parte, actúa como canal de redistribución e intermediación, por lo que sus precios reflejan no solo el origen agrícola sino también el costo comercial agregado.

**FIGURA 05: IMPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor USD - FOB)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 06: IMPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(TONELADAS)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

En 2021, Polonia importó 417,6 millones de USD y 65,3 mil toneladas de café tostado sin descafeinar. Para 2025, estas cifras ascendieron a 990,4 millones de USD y 88,3 mil toneladas, reflejando que el país casi duplicó el valor de sus compras externas y aumentó en torno a 23 mil toneladas el volumen físico importado. Este comportamiento confirma que el mercado polaco de café tostado importado se expandió significativamente en el periodo analizado.

Entre 2021 y 2025, el valor importado pasó de 417,6 a 990,4 millones de USD, lo que equivale a un CAGR aproximado de 24,0 % anual. En cuanto al volumen, las importaciones aumentaron de 65,3 mil a 88,3 mil toneladas, con un CAGR cercano a 7,7 % anual. Esta brecha entre el crecimiento en valor y en toneladas indica que el café tostado importado por Polonia se encareció de forma importante, ya sea por efectos de precios internacionales, cambio en la mezcla de productos (más cafés de mayor valor añadido) o por una combinación de ambos factores.

En 2025, los cinco principales proveedores de café tostado para Polonia son claramente Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido y Bélgica:

- Alemania: 485,3 millones de USD y 48,8 mil toneladas en 2025. Es el principal origen con amplia diferencia, concentrando una parte muy significativa del total importado. Su rol responde a que Alemania no solo actúa como consumidor, sino también como centro industrial y comercial, desde donde se reexporta café tostado bajo diversas marcas hacia mercados vecinos.
- Italia: 320,0 millones de USD y 24,3 mil toneladas. Italia aparece como segundo gran proveedor, reflejando la fortaleza de su industria tostadora y su especialización en cafés de marca, que luego son comprados por operadores polacos para distribución local.
- Países Bajos: 57,6 millones de USD y 5,1 mil toneladas. Este origen combina demanda interna y función logística; muchos productos tostados que pasan por los Países Bajos se redistribuyen dentro de la Unión Europea, y Polonia se abastece de parte de esa oferta.
- Reino Unido: 20,7 millones de USD y 2,0 mil toneladas. Pese al Brexit, el Reino Unido mantiene flujos comerciales de café tostado con Polonia, probablemente vinculados a marcas británicas con presencia en el mercado polaco o a acuerdos comerciales en segmentos específicos.
- Bélgica: 17,7 millones de USD y 1,6 mil toneladas. Bélgica aporta volúmenes menores pero consistentes, asociándose a su propia industria tostadora y a su papel como origen de cafés de marca y productos industrializados que tienen salida en Europa Central.

Estos cinco orígenes, todos europeos, confirman que Polonia se integra en cadenas de suministro intracomunitarias, comprando café tostado principalmente a países con industria consolidada y marcas internacionalmente reconocidas.

El comportamiento de las importaciones polacas de café tostado puede explicarse por varias razones:

- Integración en cadenas europeas de marcas de café: Polonia importa café tostado principalmente de Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido y Bélgica, todos con industrias tostadoras consolidadas y marcas de alcance regional o global. Esto refleja que Polonia complementa su propia producción interna con marcas extranjeras demandadas por el consumidor polaco.
- Crecimiento de la demanda interna: El fuerte aumento en el valor importado sugiere que el consumo polaco de café tostado importado se ha expandido, tanto en el canal retail como en horeca (cafeterías, restaurantes, hoteles), impulsado por cambios en hábitos de consumo, mayor poder adquisitivo y diversificación de preferencias.

- Premiumización y diversificación de oferta: El valor crece mucho más que el volumen, lo que indica una mayor presencia de cafés de mayor precio unitario, incluyendo marcas premium, mezclas especiales y posiblemente cafés vinculados a certificaciones (orgánico, fair trade, origen único). Esto se alinea con tendencias europeas de búsqueda de calidad y diferenciación en la taza.
- Relación entre producción interna y oferta importada: Aunque Polonia cuenta con una industria propia de tostado, continúa importando café tostado terminado de otros países. Parte de esta importación puede estar vinculada a marcas que no se producen en Polonia y que mantienen su producción en origen (Italia, Alemania, Bélgica), mientras que otra parte responde a estrategias de portafolio de cadenas de retail que manejan una mezcla de productos nacionales e importados.

En conjunto, las cifras muestran que Polonia se consolida como un mercado en crecimiento para el café tostado, donde coexisten la producción doméstica y una dependencia relevante de proveedores europeos.

3. Análisis de la demanda

Perfil del consumidor polaco de café

El consumo de café en Polonia está muy extendido: más del 80 % de los adultos polacos consume café regularmente y alrededor del 60 % lo bebe todos los días, cifra que en estudios recientes sube hasta un 76,8 % que consume café diariamente una o varias veces al día. La segmentación por comportamiento identifica tres grandes grupos de consumidores: "bebedores neutrales de café", "bebedores ocasionales (ad hoc)" y "bebedores no específicos", categorías obtenidas mediante análisis de clústeres según hábitos de preparación, lugar de consumo y factores de elección.

En términos demográficos, la frecuencia de consumo está asociada significativamente con la edad y el nivel educativo de la persona. Los jóvenes de 18 a 30 años, con educación superior y residentes en grandes ciudades (más de 100 mil habitantes), consumen café con mayor frecuencia en cafeterías y restaurantes, mientras que las mujeres jóvenes con educación superior eligen con más frecuencia estos establecimientos frente a hombres o personas mayores. Geográficamente, el consumo fuera del hogar (cafés, comedores) se concentra en zonas urbanas grandes, mientras que en poblaciones más pequeñas predomina el consumo doméstico.

En cuanto a segmentación por calidad de producto, el mercado polaco se divide entre un segmento masivo dominado por marcas industriales (Jacobs, Nescafé, Tchibo) y un nicho premium/gama alta todavía pequeño, pero en expansión, orientado a cafés de especialidad, orgánicos y de origen único.

Demanda aparente de café verde

Con los datos de comercio exterior, la demanda aparente de café verde en Polonia puede aproximarse como el balance entre importaciones y exportaciones de café sin tostar (090111), dado que el país no produce café en campo. En 2025, las importaciones de café verde alcanzaron 132 501 toneladas y las exportaciones 3354 toneladas, generando un saldo neto de aproximadamente 129 147 toneladas.

Un aspecto relevante es que, en café tostado (090121), los volúmenes de importación y exportación no tienen un margen pronunciado de diferencia (65,349 toneladas en 2021 y 88,275

toneladas en 2025 tanto en compras como en ventas externas). Esto sugiere que Polonia funciona como un hub de reprocesamiento: gran parte del café tostado que entra al país sale nuevamente hacia otros mercados europeos tras ser reempacado, mezclado o rebrandeado, por lo que el saldo neto de café tostado aporta relativamente poco a la demanda doméstica final, y es el balance de café verde el que mejor refleja el consumo interno real.

Con ello, la demanda aparente de café verde para consumo doméstico habría crecido de manera muy moderada entre 2021 y 2025, con un CAGR cercano a 0,4 % anual, un ritmo mucho más lento que el observado en el valor de las exportaciones e importaciones de café tostado, y coherente con un mercado de consumo interno maduro y relativamente estable en volumen, aunque con fuerte dinamismo en la industria de reexportación y valor agregado.

Consumo per cápita

Con una población de Polonia de aproximadamente 37,6 millones de habitantes y un saldo neto de café verde de alrededor de 129 147 toneladas en 2025, el consumo per cápita implícito se ubica en torno a 3,4 kilogramos por persona al año, cifra consistente con estimaciones de fuentes especializadas que sitúan el consumo per cápita polaco alrededor de 3 kg/persona/año según estudios académicos, y en aproximadamente 2,8 kg/persona/año según otras fuentes del sector. En comparación regional, este nivel de consumo aún está por debajo del promedio de Europa Occidental, donde países como Finlandia superan los 12 kg per cápita, y de vecinos como Grecia (5,1 kg) o Chequia (3,5 kg).

Expresado en tazas, un consumo de 3,4 kg per cápita equivale aproximadamente a 480–490 tazas al año, es decir, alrededor de 1,3 tazas diarias por persona, un nivel comparable al de otros mercados emergentes de café como Perú, donde el consumo per cápita se estima en 131 tazas al año, aunque considerablemente menor al de mercados maduros como España, donde el consumo llega a 562 tazas al año (4,22 kg).

Hábitos, formas y lugares de consumo

Los polacos consumen café principalmente en dos entornos: el hogar (95,5 %) y el trabajo (79,7 %), siendo estos los lugares dominantes de consumo diario. Un porcentaje relevante también consume en cafeterías (61,5 %) y comedores/bares (45,8 %), especialmente entre los jóvenes de grandes ciudades. El consumo en el trabajo está asociado a los beneficios estimulantes del café — mejora del rendimiento mental y físico —, la oportunidad de tomar un descanso y el componente social de compartir un café con colegas.

En cuanto a formatos de preparación, los consumidores polacos muestran una fuerte inclinación por métodos convencionales: el café instantáneo es elegido por el 50,9 %, el café molido tostado por el 45,9 %, y el café en grano tostado por el 37 %. Un segmento más reducido prefiere café en grano específico (17,7 %), bebidas de café (13,1 %) y café aromatizado (11,5 %), mientras que el café descafeinado (7,7 %) y el café bajo en acidez (1,3 %) tienen una participación marginal. Es interesante notar que, si bien el instantáneo lidera en frecuencia de elección, los hogares polacos compran granos de café con mayor frecuencia (30 % de los hogares), mientras que el interés por el café instantáneo muestra una tendencia decreciente en el tiempo.

Tendencias del consumo de café en Polonia

El mercado polaco de café evidencia varias tendencias relevantes que están transformando el comportamiento del consumidor:

- Consolidación del café como estilo de vida: beber café deja de ser solo un hábito funcional y se convierte en una experiencia social y de identidad, impulsada por la expansión de cadenas de cafeterías en el país.
- Crecimiento del segmento premium y de especialidad: aunque todavía es un nicho pequeño, el segmento de alta gama está en expansión dentro del mercado polaco, con mayor interés en cafés de origen único, orgánicos y certificados.
- Disminución gradual del café instantáneo: pese a seguir siendo el formato más consumido, su preferencia relativa está cayendo frente al avance del café en grano y molido, señal de una mayor sofisticación del consumidor.
- Aumento del consumo fuera del hogar: la expansión de cafeterías y el consumo en el trabajo ganan terreno, especialmente entre jóvenes urbanos con educación superior, lo que amplía la relevancia del canal horeca frente al consumo puramente doméstico.
- Mayor apertura a nuevas experiencias sensoriales: el consumidor polaco típico mantiene un perfil "tradicionalista" en cuanto a métodos de preparación, pero se muestra cada vez más receptivo a probar nuevos productos, mezclas y formatos, lo que abre espacio para marcas diferenciadas y cafés de mayor valor añadido.
- Importación creciente de café verde de calidad diferenciada: el aumento del precio promedio de importación en orígenes como Etiopía y Perú (analizado previamente) refleja una demanda creciente por perfiles de taza más sofisticados, en línea con las tendencias de premiumización observadas en el mercado.

En conjunto, Polonia se consolida como un mercado de consumo per cápita todavía moderado en comparación con Europa Occidental, pero con una base de consumidores muy fiel (más del 80 % consume café regularmente), hábitos arraigados en el hogar y el trabajo, y una tendencia clara hacia la sofisticación y diversificación del producto, lo que representa una oportunidad de crecimiento tanto para proveedores de café verde de calidad como para marcas de café tostado orientadas a segmentos premium.

4. Presentaciones y precios

Presentaciones comerciales en Polonia:

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café molido
	Presentación	Caja
	Marca	MK CAFÉ
	Precio	SZT 75,98 (USD 20,40)
	Peso Neto	1 KG
	País de Producción	Blends de centro y Sudamérica
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café tostado en granos
	Presentación	Bolsa
	Marca	WOSEBA
	Precio	SZT 67,99 (USD 18.25)
	Peso Neto	1 KG
	País de Producción	Blends
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	Café d'Or
	Precio	SZT 39,99 (USD 10.74)
	Peso Neto	500 g
	País de Producción	Brasil
	País de Distribución	Poloni
	Fecha Lanzamiento	2026
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café espresso (concentrado)
	Presentación	Botella vidrio
	Marca	JACOBS
	Precio	SZT 41,22 (USD 11,07)
	Peso Neto	1 L
	País de Producción	Polonia
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	HAYB
	Precio	SZT 155,99 (USD 41,88)
	Peso Neto	1 KG
	País de Producción	Colombia
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	johan & nyström
	Precio	SZT 64,00 (USD 17,18)
	Peso Neto	250 g
	País de Producción	Etiopia
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	LACAVA
	Precio	SZT 169,00 (USD 45,37)
	Peso Neto	1 KG
	País de Producción	Blends
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	COFFEELAB
	Precio	SZT 144,00 (USD 38,66)
	Peso Neto	1 KG
	País de Producción	Guatemala
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	STORY
	Precio	SZT 41,00 (USD 11,01)
	Peso Neto	250 g
	País de Producción	Brasil
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026



FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	YOCO
	Precio	SZT 55,00 (USD 14,77)
	Peso Neto	250 g
	País de Producción	Kenya
	País de Distribución	Polonia
	Fecha Lanzamiento	2026



5. Requisitos de acceso al mercado

Entidad reguladora en Polonia

La importación de café sin tostar (verde) hacia Polonia está regulada, en materia fitosanitaria, por la “Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa” (PIORiN) — Inspección Estatal de Protección de Plantas y Semillas —, organismo central de la administración gubernamental polaca subordinado al ministro de Agricultura, encargado de los controles fitosanitarios en frontera y del cumplimiento de la normativa vegetal de la Unión Europea. En materia de seguridad alimentaria general, Polonia reorganizó recientemente su estructura regulatoria mediante la creación de una nueva Oficina de Seguridad Alimentaria y Veterinaria, que fusiona la antigua Inspección General Veterinaria con el Servicio de Inspección Comercial y de Producción de Alimentos y la propia Inspección de Protección de Plantas y Semillas, para adaptarse a las exigencias normativas de la UE. Dado que Polonia es Estado miembro de la Unión Europea, las importaciones de café también están sujetas a los controles y estándares establecidos por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) a nivel comunitario.

Requisitos arancelarios

En el plano arancelario, gracias al Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú-Unión Europea, vigente desde marzo de 2013, el café peruano ingresa a la UE con arancel 0 % consolidado, dentro del 99,3 % de productos agrícolas peruanos con acceso preferencial total. Este beneficio no es automático: requiere la presentación del Certificado de Origen, tramitado a través de la plataforma VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior), que acredita el cumplimiento de las reglas de origen pactadas en el TLC. Cabe precisar que, si el café se exportara ya tostado o procesado, la UE sí aplica aranceles más elevados —de hasta 7-9 % para tostado, solubles y descafeinados sin preferencia—, lo que refuerza el incentivo de Perú para exportar principalmente café en verde bajo este acuerdo.

Requisitos no arancelarios

Más allá del arancel, el acceso del café verde peruano a Polonia está condicionado por una serie de barreras no arancelarias de tipo sanitario, fitosanitario y de sostenibilidad:

- Certificación fitosanitaria obligatoria: todo envío debe contar con un Certificado Fitosanitario emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) de Perú, que certifique el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios exigidos por el país importador, incluyendo la ausencia de plagas como *Colletotrichum kahawae* y diversas especies de insectos que afectan al grano de café.
- Inspección fitosanitaria en el punto de ingreso: el envío debe someterse a inspección física al llegar a la UE, y los envases deben ser nuevos, de primer uso, sellados y etiquetados con indicación clara del país de origen, libres de tierra, materia orgánica u otros materiales extraños.
- Reglamento EUDR (Deforestación): desde el 30 de diciembre de 2025, el café está entre los siete productos regulados por el Reglamento (UE) 2023/1115 sobre productos libres de deforestación, que exige que el café importado no provenga de tierras deforestadas después del 31 de diciembre de 2020, cuente con geolocalización de los lotes productivos y esté respaldado por una declaración de diligencia debida presentada por el operador/importador europeo en el Sistema de Información EUDR. El incumplimiento puede acarrear multas de hasta el 4 % de la facturación anual en la UE, confiscación de mercancía y exclusión del mercado.

- Límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas: el café debe cumplir con los límites de residuos establecidos por la normativa europea, verificados mediante análisis de laboratorio antes de la nacionalización del producto.
- Documentación aduanera estándar: factura comercial, lista de empaque (packing list), certificado de origen y certificado fitosanitario son exigidos por la aduana europea para el despacho del café.

Requisito específico para café sin tostar

Un requisito particularmente específico para el café verde —diferente al café tostado— es el enfoque fitosanitario reforzado, dado que el grano crudo mantiene mayor riesgo de introducir plagas vivas o patógenos al territorio comunitario. Esto exige, además del certificado fitosanitario general, la eventual demostración de que el producto proviene de un área libre de plagas específicas (como *Colletotrichum kahawae*), o la aplicación de tratamientos de fumigación con fosfamina o bromuro de metilo cuando el país de origen esté afectado por plagas insectiles reguladas. En cambio, el café tostado, al haber pasado por un proceso térmico, generalmente no está sujeto a estos mismos controles fitosanitarios de origen vegetal vivo, sino más bien a normas de seguridad alimentaria y etiquetado.

Tabla 03: Documentos y certificaciones obligatorias y recomendadas

Tipo	Documento/Certificación	Carácter
Fitosanitario	Certificado Fitosanitario (SENASA)	Obligatorio
Aduanero	Certificado de Origen (TLC Perú-UE, vía VUCE)	Obligatorio para arancel 0%
Aduanero	Factura comercial y lista de empaque (packing list)	Obligatorio
Sostenibilidad	Declaración de diligencia debida EUDR + geolocalización de parcelas	Obligatorio desde dic. 2025
Calidad/inocuidad	Resultados de ensayos de Límites Máximos de Residuos (LMR)	Obligatorio
Etiquetado	Cumplimiento de normas de etiquetado UE (denominación, lote, origen)	Obligatorio
Voluntario	Certificado orgánico (normas europeas)	Recomendado
Voluntario	Certificaciones de comercio justo / sostenibilidad (Fair Trade, Rainforest Alliance, UTZ)	Recomendado

En síntesis, el Perú tiene una posición favorable en este ámbito: es reconocido como líder mundial en exportación de café certificado —orgánico y de comercio justo—, lo que constituye una ventaja competitiva adicional frente a otros orígenes al momento de cumplir con las exigencias de sostenibilidad y trazabilidad que exige el mercado europeo, incluyendo Polonia.

6. Canales de distribución

El café en Polonia se distribuye mediante una cadena de comercialización estructurada en varios eslabones, donde predominan los importadores mayoristas, los tostadores industriales y un canal moderno de retail dominado por supermercados y discounters.

Estructura de los canales de comercialización

La cadena de comercialización del café en Polonia sigue un flujo secuencial: importadores/traders de café verde → tostadores (industriales y de especialidad) → distribuidores/mayoristas → canales de venta (retail, horeca, e-commerce). El café verde llega al país principalmente a través de grandes importadores y traders establecidos en ciudades como Varsovia, Cracovia y Gdynia, muchos de los cuales operan también como distribuidores regionales para Europa Central y del Este (CEE). Aunque la proporción de importaciones directas de café verde está creciendo, Alemania sigue siendo el principal proveedor de Polonia, lo que confirma que buena parte del abastecimiento pasa primero por intermediarios comerciales alemanes antes de llegar al mercado polaco.

Una vez que el café verde ingresa al país, los tostadores transforman el grano en producto terminado. El mercado está dominado por grandes tostadores multinacionales y marcas de café establecidas, aunque la escena de café de especialidad está creciendo rápidamente, con tostadores independientes ubicados en Varsovia, Wrocław y Cracovia, como Gorilla Coffee y CoffeePro. Estos tostadores de especialidad suelen vender de forma directa a cafeterías, tiendas especializadas y consumidores finales mediante e-commerce, mientras que los tostadores industriales colocan su producto a través de distribuidores y cadenas de retail a gran escala.

En el eslabón final, el canal de venta se bifurca entre el retail masivo (supermercados, hipermercados y discounters), que constituye el principal canal de ventas de café en Polonia, y el canal horeca (cafeterías, restaurantes, oficinas), que gana peso especialmente entre consumidores jóvenes urbanos. Los supermercados venden mayoritariamente café de calidad estándar, de gama baja y media, incluyendo una amplia oferta de marcas propias del retailer, mientras que el segmento premium y de especialidad se concentra en tiendas especializadas y cafeterías dedicadas.

Principales importadores y comercializadores

Entre los actores identificados en el mercado polaco de café destacan importadores y distribuidores especializados como Coffee River (Rafał Błażkowski), True Trade Sp. z o.o. y PalmiraEurope Sp. z o.o., esta última una empresa con sede en Cracovia dedicada específicamente a la importación y exportación de café verde para tostadores locales y de la región de Europa Central y del Este. En el segmento de café orgánico y de especialidad proveniente de Perú, se han identificado importadores como Cafe Creator (propietaria de la marca "Cafe Mon Amour"), la empresa francesa Destination y Szczypta Świata ("Pizca del Mundo"), que comercializan café ecológico junto a otros productos orgánicos de origen internacional. A nivel de distribución general de alimentos, el mercado polaco de importación se caracteriza por mayoristas centralizados en

Varsovia que abastecen posteriormente al resto del país, un patrón logístico que también aplica a las cadenas de café.

Principales marcas y puntos de venta

En el segmento masivo, las marcas líderes en el mercado polaco incluyen Jacobs (líder en café molido), Lavazza (líder en café en grano), Nescafé, Tchibo y Dallmayr, complementadas por marcas propias de los retailers para los segmentos de gama baja y media. El canal de venta dominante son los supermercados e hipermercados, con Biedronka y Lidl como las cadenas de mayor presencia física en el país, seguidas por otras cadenas de gran formato con miles de sucursales a nivel nacional. En el segmento de especialidad, ciudades como Varsovia, Cracovia y Wrocław concentran una oferta creciente de cafeterías independientes y tostadores locales que venden tanto en punto de venta físico como mediante plataformas de e-commerce, aunque a precios notablemente más altos que el consumo doméstico, con una taza de café en cafetería costando entre 15 y 18 Zloty en Varsovia.

Distribución geográfica del consumo

El consumo de café en Polonia muestra una clara diferenciación geográfica entre grandes centros urbanos y zonas rurales o de menor tamaño. Las grandes ciudades (más de 100 mil habitantes), encabezadas por Varsovia, Cracovia y Wrocław, concentran el mayor consumo fuera del hogar, en cafeterías y restaurantes, impulsado por una población joven, con mayor nivel educativo y mayor poder adquisitivo. En estas ciudades también se concentra la mayor densidad de cafeterías de especialidad y tostadores independientes, que han encontrado en estos mercados urbanos un nicho en expansión.

En contraste, en ciudades pequeñas y zonas rurales predomina el consumo doméstico y en el lugar de trabajo, canalizado principalmente a través de supermercados y tiendas de conveniencia, con una oferta de producto concentrada en marcas masivas de gama baja y media. Este patrón geográfico refuerza la estructura dual del mercado polaco: un canal masivo de alcance nacional, servido por retail tradicional y marcas industriales, y un canal premium más concentrado en las principales áreas metropolitanas, donde la cultura de cafetería y el interés por café de especialidad crecen con mayor velocidad

7. Contactos de interés

- Culture.pl — Historia del café en Polonia: <https://culture.pl/en/article/a-drink-of-the-devil-the-history-of-coffee-in-poland>
- PMC (National Center for Biotechnology Information) — Opciones y hábitos de consumo de café en Polonia: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8069606/>
- FórumdelCafé — El café en Europa del Este: <https://forumdelcafe.com/cafe-europa-este/>
- OEC (Observatory of Economic Complexity) — Café en el comercio de Polonia: <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/coffee/reporter/pol>
- CBI (Centre for the Promotion of Imports, Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos) — Entrada en el mercado polaco del café: <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/poland-0/market-entry>
- El País — Consumo de café en España (referencia comparativa): <https://elpais.com/gastronomia/2025-09-30/espana-cada-vez-mas-cafetera-cada-espanol-consume-42-kilos-al-ano-562-tazas.html>
- ICEX España Exportación e Inversiones — Mercado de la distribución de alimentos en Polonia: <https://www.icex.es/bin/catalog/get/document/alfresco?uuid=b965376d-920a-4ce8-95ab-227ed94e9e10>
- DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental, Ministerio de Salud del Perú) — Manual práctico para exportar/importar alimentos: https://www.digesa.minsa.gob.pe/publicaciones/Manual_Practico_PARA-EXPORTAR-IMPORTAR-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf
- FAOLEX (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) — Requisitos fitosanitarios aplicables al café: <https://faolex.fao.org/docs/pdf/anc103838.pdf>
- Consumer.es (Eroski) — Nueva Oficina de Seguridad Alimentaria y Veterinaria de Polonia: <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/polonia-crea-una-nueva-oficina-de-seguridad-alimentaria-y-veterinaria.html>
- International Coffee Organization (ICO) — Obstáculos al consumo: medidas arancelarias y no arancelarias: <https://ico.org/documents/cy2019-20/icc-126-2c-obstacles-consumption.pdf>
- ConnectAmericas (BID) — Reglas para exportar café a la Unión Europea: <https://connectamericas.com/es/content/reglas-para-exportar-caf%C3%A9-la-uni%C3%B3n-europea>
- PIORiN (Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa – Inspección Estatal de Protección de Plantas y Semillas de Polonia): <https://www.gov.pl/web/piorin>
- Sejm (Parlamento de la República de Polonia) / ISAP — Ley de la Inspección Estatal de Protección de Plantas y Semillas: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20200000425>
- Comisión Europea (Access2Markets) — Aplicación del Reglamento EUDR sobre productos libres de deforestación: <https://trade.ec.europa.eu/access-to->

markets/es/news/la-aplicacion-del-reglamento-eudr-sobre-productos-libres-de-deforestacion

- MINCETUR / Acuerdos Comerciales del Perú — Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea:
https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Union_Europea/inicio.html
- BDO Perú — Reglamento EUDR 2023/1115 de la UE: <https://www.bdo.com.pe/es-pe/publicaciones/consultoria-de-negocios/2025/reglamento-eudr-2023-1115-de-la-ue>
- PPA — Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú — EUDR: <https://ppa.midagri.gob.pe/index.php/eudr-rdue>
- Preferred by Nature — Reglamento EUDR: <https://www.preferredbynature.org/es/EUDR>
- Exportemos.pe — Análisis para café (aranceles y tarifas recíprocas): <https://recursos.exportemos.pe/analisis-para-cafe.pdf>
- Mare Terra Coffee — Visita a tostadores de café en Polonia: <https://mareterracooffee.com/es/blog/visita-a-los-tostadores-de-polonia-varsovia-wroclaw-y-cracovia/>
- Europages — Distribuidores de café y té en Polonia: <https://www.europages.es/empresas/polonia/distribuidor/caf%C3%A9-%20t%C3%A9.html>
- Ineffable Coffee — Guía de café de especialidad en Polonia: <https://ineffablecoffee.com/pages/cafe-de-especialidad-en-polonia>
- Scribd (documento sobre logística de exportación de alimentos a Polonia): <https://es.scribd.com/document/153466635/Comercio-Exterior>
- Esim Holafly — Principales supermercados en Polonia: <https://esim.holafly.com/es/blog/expatriados/supermercados-polonia/>
- Exporteers — Distribuidores y canales de venta en Polonia: <https://exporteers.com/es/encuentre-distribuidores-y-canales-de-venta-en-polonia/>
- Biedronka (tienda online): <https://zakupy.biedronka.pl/artykuly-spozywcze/kawy/>
- Lidl Polska (tienda online): <https://www.lidl.pl/c/bellarom/s10011832>
- Carrefour Polska (tienda online): <https://www.carrefour.pl/lp-kawa-ziarnista>
- Coffeedesk.pl (tienda especializada online): <https://www.coffeedesk.pl/>
- Blix.pl — Comparador de precios de café por cadena: <https://blix.pl/produkty/artykuly-spozywcze/kawa-i-kakao/biedronka>
- Gazetki.pl — Comparador de promociones de café: <https://www.gazetki.pl/oferty/kawa/biedronka>
- Coffeelove.pl (tienda specialty online): <https://coffeelove.pl/kawa-specialty>
- Colberg Coffee (palarnia/tostadora specialty): <https://colbergcoffee.pl/kawa/speciality/>

