



ESTUDIO DE MERCADO
para café en Emiratos Árabes
Unidos y Arabia Saudita.

Promperú, 2025

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

Departamento de Inteligencia de Mercados

Estudio realizado por: ORIENS INTERNATIONAL CONSULTING

Elaborado por: ORIENS INTERNATIONAL CONSULTING con el apoyo de PROMPERU

Diseño de portada y contraportada: PROMPERU

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos.

CONTENIDO

I. Resumen ejecutivo	8
II. Alcance del estudio especializado	10
2.1 Alcance geográfico	10
2.2 Periodo de cubrimiento	10
2.3 Datos estadísticos	10
2.4 Exportaciones y reexportaciones	11
III. Análisis del producto.....	11
3.1 Descripción de los productos.....	11
3.2 Partida arancelaria	11
3.2.1 Aranceles	11
3.3 Oferta exportable de Perú.....	11
Tabla 1 - Variedades predominantes de café arábica en Perú	13
3.3.1 Producción nacional de café en Perú	14
3.3.1.1. Volumen de producción y tendencias	14
Tabla 2 - Exportaciones totales de Perú por tipo de café (Sacos de 60 kg).....	14
3.3.1.2. Principales regiones productoras	14
Tabla 3 – Producción nacional de café en Perú por regiones en 2024	15
3.3.1.3. Estructura del cultivo de café	15
3.3.2 Estacionalidad de la producción de café en Perú	15
Tabla 4 – Temporada de cosechas principales productores	16
3.3.3 Desempeño general de las exportaciones de Perú.....	16
3.3.3.1 Exportaciones de café verde	17
Tabla 5 - Exportaciones de Perú HS 090111 Café no tostado no descafeinado	17
3.3.3.2 Exportaciones de café tostado	17
Tabla 6 - Exportaciones de Perú Código HS 090121 Café tostado no descafeinado.....	18
3.3.3.3. Principales destinos de exportación	18
Tabla 7 - Principales destinos de exportación del café peruano (2024)	18
3.3.3.4 Principales empresas exportadoras	19
IV. Análisis de la oferta en los mercados de destino	19
4.1 Producción de café en Arabia Saudita y EAU.....	19
4.1.1 Producción de café verde en Arabia Saudita	19
Tabla 8: Producción de café verde en Arabia Saudita (Estimación para 2024).....	20
4.1.2 Producción de café verde en EAU.....	21
4.1.3 Producción de café tostado en Arabia Saudita	21
4.1.4 Producción de café tostado en EAU	22

4.2 Exportaciones de café verde y café tostado de EAU y Arabia Saudita	23
4.2.1 Exportaciones de café verde y tostado de Arabia Saudita	23
Tabla 9 – Exportaciones de café verde de Arabia Saudita en 2024 HS 090C11100 Café (excl. tostado y descafeinado)	24
Tabla 10 - Exportaciones de café tostado de Arabia Saudita HS 09012100 Café tostado (excl. descafeinado)	24
4.2.1 Exportaciones de café verde y tostado de EAU	25
Tabla 11 - Valor las exportaciones (reexportaciones) de café verde de EAU (USD Miles) HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)	25
Tabla 12 - Valor de las exportaciones (reexportaciones) de EAU (USD Miles) HS 09012100 Café tostado (excl. descafeinado)	26
4.3 Importaciones de café verde y café tostado en EAU y Arabia Saudita	26
Tabla 13 – Datos generales de Arabia Saudita	26
Tabla 14 – Datos generales de EAU	27
4.3.1 Importaciones de café verde en Arabia Saudita	27
Tabla 15 – Importaciones de café de Arabia Saudita en 2024 HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)	28
Gráfico 2 – Importaciones de café verde en Arabia Saudita: fluctuaciones del precio por país de origen. 090111 Café (excl. tostado y descafeinado)	29
4.3.2 Importaciones de café tostado en Arabia Saudita	29
Tabla 16 – Importaciones de café tostado de Arabia Saudita en 2024 090121 Café tostado (excl. descafeinado)	29
Gráfica 2 – Importaciones de café tostado en Arabia Saudita: fluctuaciones del precio por país de origen. 090121 Café tostado (excl. descafeinado)	31
4.3.3 Importaciones de café verde en EAU	31
Tabla 17 – Importaciones de café verde de EAU en 2024 090111 Café (excl. tostado y descafeinado)	32
Gráfica 3 – Importaciones de café verde en EAU: fluctuaciones del precio por país de origen. HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)	32
4.3.4 Importaciones de café tostado en EAU	33
Tabla 18 – Crecimiento del valor de las importaciones de café tostado de EAU 2020-2023 090121 Café tostado (excl. descafeinado)	33
Gráfica 4 – Importaciones de café tostado en EAU: fluctuaciones del precio por país de origen. 090121 Café tostado (excl. descafeinado)	34
4.4 Estacionalidad de las importaciones de café verde y tostado en Arabia Saudita y EAU	34
4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú	35
Tabla 19 - Exportaciones de café tostado de Perú a EAU - Ene 2022 a Dic 2024 HS 09012100 - Café tostado no descafeinado	35
Tabla 20 - Exportaciones de café tostado de Perú a Arabia Saudita - Ene 2022 a Dic 2024 HS 09012100 Café tostado no descafeinado	36
Tabla 21 - Exportaciones de café verde de Perú a Arabia Saudita - Ene 2022 a dic 2024 HS 09011100 Café no tostado ni descafeinado	36
Tabla 22 - Exportaciones de café verde de Perú a EAU - Ene 2022 a Dic 2024 HS 09011100 Café no tostado ni descafeinado	36
4.6 Análisis de la competencia	37
4.6.1 Principales empresas exportadoras internacionales a EAU y Arabia Saudita	38
4.6.1.1 Tamaño y operaciones	39
Tabla 23 – Tamaño y origen de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados	40
4.6.1.2 Experiencia en el mercado	41

Tabla 24 – Experiencia de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados	41
4.6.1.3 Composición de la oferta	42
Tabla 25 – Variedad de productos de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados	43
4.6.1.4 Sabores y variedades de café	43
Tabla 26 – Variedades de café ofrecida por los exportadores a EAU y Arabia Saudita identificados	44
4.6.1.5 Certificación	44
Tabla 27 – Certificaciones de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados	44
4.6.1.6 Reseña de exportadores de café identificados como proveedores de los mercados objetivo	45
4.6.2 Principales empresas peruanas exportadoras de café a EAU y Arabia Saudita	54
4.6.3 Análisis de los competidores y comparación con el exportador peruano	57
V. Análisis de la demanda	59
Tabla 28 – Crecimiento esperado del PIB real de EAU y Arabia Saudita 2025 – 2027	59
Tabla 29 - Crecimiento de la población de los EAU 2019-2025	59
Tabla 30 - Crecimiento de la población de Arabia Saudita 2019-2025	60
5.1 Perfil del consumidor	60
Tabla 31 - Edad de la población de Arabia Saudita y EAU	61
Tabla 32 - Nacionalidades más numerosas entre los residentes de EAU en 2023	61
Tabla 33 - Nacionalidades más numerosas entre los residentes de Arabia Saudita en 2023	62
Tabla 34 – PIB per cápita PPP a precios constantes (USD) 2019 - 2024	62
5.2 Análisis de tendencias y variedades preferidas	63
Tabla 35 - Tipos de preparación preferidas por los consumidores en EAU y Arabia Saudita	67
Tabla 36 - Variedades de café preferidas por los consumidores en EAU y Arabia Saudita	67
Tabla 37 - Orígenes de café preferidos por los consumidores en EAU y Arabia Saudita	67
Tabla 38 - Tipo de certificación que piden los consumidores en EAU y Arabia Saudita	68
Tabla 39 - Nacionalidad de los consumidores que preguntan detalles del café en EAU y Arabia Saudita	68
Tabla 40 - Percepción del café peruano en cafeterías de EAU y Arabia Saudita	68
5.3 Presentaciones y precios al consumidor final	69
Tabla 41– Presentaciones y precios del café en EAU y Arabia Saudita	69
5.4 Percepción del producto peruano	74
VI. Requisitos de Acceso al Mercado	75
6.1 Medidas Arancelarias	75
Tabla 42– Tratamiento arancelario del café en EAU y Arabia Saudita	75
6.2 Medidas No Arancelarias	76
6.2.1 Medidas Técnicas	76
6.2.1.1 Estándares de calidad para el café verde y tostado	76
Tabla 43 - Defectos primarios	77
Tabla 44 - Defectos secundarios	77
Tabla 45 - Ejemplo de la GSO 382	79
6.2.2 Medidas No Técnicas	79
6.2.2.1 Documentos y procedimiento de importación en EAU y Arabia Saudita	79
Tabla 46 – Productos alimenticios no permitidos en Arabia Saudita y EAU	81

6.3 Normas Privadas	83
VII. Logística.....	83
7.1 Canales de distribución.....	83
Gráfico 8 – Canales de distribución de café verde en los EAU y Arabia Saudita.....	84
Gráfico 9 – Canales de distribución de café tostado en los EAU y Arabia Saudita.....	85
7.1.1 Rutas de acceso.....	85
7.1.2 Costos logísticos.....	86
7.1.2.1 Ruta marítima hacia EAU.....	86
7.1.2.2 Ruta marítima hacia Arabia Saudita	87
7.1.2.3 Envíos aéreos	89
7.1.3 Principales agencias de transporte	91
7.2 Canales de Comercialización	93
7.2.1 Ventas al detal	93
Tabla 47 - Lista de supermercados e hipermercados en los EAU en 2025.....	93
Tabla 47 - Lista de supermercados e hipermercados en Arabia Saudita en 2025.....	94
7.2.2 Sector HORECA	95
VIII. Actividades de Promoción Comercial	96
8.1 Ferias y exhibiciones	96
8.2 Publicaciones Especializadas.....	98
8.2.1 Publicaciones de alcance regional.....	98
8.2.2 Publicaciones de Emiratos Árabes.....	99
8.2.2 Publicaciones de Arabia Saudita	99
IX. Contactos de Interés	100
9.1 Institucionales.....	100
9.2 Comerciales	101
X. Conclusiones y Recomendaciones	102
10.1 Antecedentes de la compañía	102
10.1.1 Características generales de la empresa – importadores de café verde	102
10.1.2 Características generales de la empresa - tostadoras.....	102
10.1.3 Participación de las empresas en el mercado	103
10.1.4 Descripción de los productos vendidos en los mercados objetivo.....	103
10.1.5 Descripción de importaciones	104
10.1.6 Descripción general de productos de exportación.....	104
10.2 Análisis de la cadena de suministro	105
10.3 Hábitos de compra.....	106
10.4 Percepción de la compañía de Perú	107
10.5 Participación en eventos de promoción.....	108
10.6 Intención de invertir en Perú	108
10.7 Conclusiones generales	109
10.8 Oportunidades.....	109
XI. Perfil de Compradores[Error! Marcador no definido.

11.1 Empresas de Emiratos Árabes Unidos	¡Error! Marcador no definido.
11.1.1 Bebax Coffee	¡Error! Marcador no definido.
11.1.2 Coterra Coffee Roasters	¡Error! Marcador no definido.
11.1.3 The Espresso Lab	¡Error! Marcador no definido.
11.1.4 Global Link Coffee Land	¡Error! Marcador no definido.
11.1.5 Gold Box Coffee Roasters	¡Error! Marcador no definido.
11.1.6 Harvest Belt	¡Error! Marcador no definido.
11.1.7 Jebena Specialty Coffee	¡Error! Marcador no definido.
11.1.8 Julith Coffee & Roastery	¡Error! Marcador no definido.
11.1.9 Royal Purple Roastery – Mattina Coffee	¡Error! Marcador no definido.
11.1.10 Mokha 1450	¡Error! Marcador no definido.
11.1.11 Mood Espresso	¡Error! Marcador no definido.
11.1.12 Orbis Coffee Roasting	¡Error! Marcador no definido.
11.1.13 Roasters Specialty Coffee House	¡Error! Marcador no definido.
11.1.14 Saraya Coffee Roasters	¡Error! Marcador no definido.
11.1.15 Seven Fortunes	¡Error! Marcador no definido.
11.1.16 Speciality Supplies	¡Error! Marcador no definido.
11.1.17 Star Shell	¡Error! Marcador no definido.
11.1.18 Sucafina Dubai	¡Error! Marcador no definido.
11.1.19 The Three Coffee Roasters	¡Error! Marcador no definido.
11.1.20 Wejar Coffee	¡Error! Marcador no definido.
11.2 Empresas de Arabia Saudita	¡Error! Marcador no definido.
11.2.1 Al Ghazzawi	¡Error! Marcador no definido.
11.2.2 Al Mustaneer	¡Error! Marcador no definido.
11.2.3 Black Knight	¡Error! Marcador no definido.
11.2.4 Caffeine Lab	¡Error! Marcador no definido.
11.2.5 Camel Step	¡Error! Marcador no definido.
11.2.6 Coffee Beans Co.	¡Error! Marcador no definido.
11.2.7 Coffee Beans Supplies	¡Error! Marcador no definido.
11.2.8 KAL Coffee	¡Error! Marcador no definido.
11.2.9 Sulalat	¡Error! Marcador no definido.
11.2.10 The Coffee Group	¡Error! Marcador no definido.

I. Resumen ejecutivo

El presente estudio analiza el potencial de exportación de café hacia los mercados de **Emiratos Árabes Unidos (EAU)** y **Arabia Saudita**, dos destinos de creciente relevancia en la región del Golfo. El análisis se divide en nueve capítulos que abarcan desde la descripción del producto y la oferta exportable peruana, hasta los requisitos de acceso, la logística y las oportunidades de promoción comercial.

Contexto y oferta peruana

Perú es reconocido mundialmente por la calidad de su café arábica, cultivado en diversas regiones y con amplia presencia de variedades como Típica, Caturra, Bourbon y Gesha. El país se posiciona como noveno productor global y quinto de café arábica, con una estructura productiva dominada por pequeños agricultores organizados en cooperativas. El café peruano destaca por sus perfiles sensoriales diferenciados, su creciente certificación orgánica y de comercio justo, así como por prácticas de sostenibilidad y trazabilidad. Las exportaciones peruanas de café tostado siguen siendo marginales por lo que el estudio se centra en el análisis de las oportunidades de exportación de café verde comercial y de especialidad en los mercados objetivo.

Oferta en los mercados de destino

Tanto en Arabia Saudita como en EAU, la producción local de café es limitada, aunque ambos países han invertido en el desarrollo de tostadoras y en la promoción de cafés de especialidad. EAU, en particular, se ha consolidado como **hub regional de comercio y reexportación de café**, con un ecosistema dinámico de tostadores y distribuidores en Dubái y Abu Dabi. Arabia Saudita, por su parte, experimenta una expansión acelerada del consumo impulsada por cambios sociales, la apertura turística bajo la Visión 2030 y el fortalecimiento del sector HORECA.

Demanda y perfil del consumidor

La demanda de café en ambos países crece a tasas superiores a la media mundial, sustentada en la juventud de la población, el aumento del turismo, el ingreso de trabajadores expatriados y la transformación cultural hacia experiencias gastronómicas modernas. En EAU predomina el consumo de café mezclado con leche en cafeterías de estilo internacional, mientras que en Arabia Saudita destacan preparaciones filtradas y el tradicional **Gahwa**, que se reinventa en combinación con tendencias modernas. Etiopía es el origen más valorado en ambos mercados, aunque Brasil y Colombia ocupan también posiciones relevantes. El conocimiento del café peruano es aún limitado, lo que representa un reto pero a la vez una **oportunidad de posicionamiento estratégico** dado el constante interés del mercado por probar nuevos orígenes.

Requisitos de acceso y logística

El café, tanto verde como tostado, ingresa **libre de aranceles** en ambos países. Logísticamente, el transporte se realiza principalmente por vía marítima, con tiempos de tránsito de entre 45 y 60 días desde el Callao hacia los principales puertos en los mercados de destino (Jebel Ali en Dubái, Yeda y Dammam en Arabia Saudita). El costo logístico por contenedor se sitúa en torno a los 3.300–3.700 USD. El transporte aéreo es solo justificable para microlotes de alto valor pues el costo por kilo es de 3 USD en promedio.

Canales de distribución y comercialización

El café llega a los consumidores a través de grandes importadores, tostadores locales, supermercados, hipermercados y cafeterías de especialidad. EAU cuenta con un mercado más segmentado y diversificado, con más de 100 importadores activos, mientras que en Arabia Saudita pocos importadores concentran gran parte del volumen. El sector HORECA (hoteles, restaurantes y catering) es un motor clave de la demanda en ambos países, asociado al crecimiento turístico y a la modernización de los hábitos de consumo.

Oportunidades de promoción

Durante las entrevistas realizadas con treinta de los mayores importadores y tostadores de café verde y de especialidad en los mercados objetivo, se indentificó que la falta de conociendo del café peruano es uno los obstáculos principales para el desarrollo de las exportaciones a estos países.

Existen múltiples ferias internacionales (World of Coffee Dubái, Gulfood, Foodex Saudi, entre otras) y publicaciones especializadas regionales que constituyen plataformas estratégicas para dar visibilidad al café peruano. Asimismo, asociaciones empresariales y gremios locales representan puntos de entrada para articular relaciones comerciales.

La creación de alianzas estratégicas con tostadores y cafeterías reconocidas, y el establecimiento de un centro logístico en uno de los dos países para servir el mercado de pequeños tostadores, resultan pasos esenciales para el desarrollo de las exportaciones en los países de destino.

Conclusiones

Los mercados de EAU y Arabia Saudita presentan un **entorno altamente favorable para el crecimiento de las exportaciones de café peruano**, especialmente en la categoría de cafés especiales. Los factores clave para consolidar la presencia del café peruano en estos destinos incluyen:

- Diferenciación sensorial y oferta de variedades exclusivas.
- Certificaciones de sostenibilidad y trazabilidad, en línea con las exigencias regulatorias y de consumidores sofisticados.
- Estrategias de posicionamiento y marketing que transmitan la identidad y la historia del café peruano.
- Alianzas con tostadores y distribuidores locales que permitan penetrar en el segmento premium.
- Participación activa en ferias y eventos internacionales en la región.

En síntesis, mientras que el café peruano cuenta con ventajas competitivas claras en calidad y sostenibilidad, aún se requiere un **mayor esfuerzo de promoción, diferenciación y adaptación comercial** para capitalizar plenamente las oportunidades en EAU y Arabia Saudita.

II. Alcance del estudio especializado

Este estudio de mercado explora el potencial para la exportación de café verde peruano a los Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Arabia Saudita, dos mercados en crecimiento en la región del Golfo Pérsico. El documento destaca las oportunidades para los productores de café peruanos, impulsadas por tendencias crecientes de consumo de café, aranceles de importación cero y el fuerte interés de los consumidores en el café de especialidad.

El estudio examina la dinámica de la competencia, detallando cómo el café verde peruano se compara con los competidores en términos de precios y calidad. También proporciona información sobre las preferencias de los consumidores, identificando segmentos clave que favorecen productos de café de alta calidad, y detalla los requisitos logísticos, de empaque y etiquetado, facilitando su cumplimiento por parte de los exportadores peruanos. Además, identifica canales de distribución y opciones de promoción, como exposiciones y eventos, y asociaciones clave con importadores y tostadores locales.

Finalmente, se ofrecen recomendaciones prácticas para mejorar la penetración en el mercado, optimizar las estrategias de exportación y capitalizar la creciente demanda en ambos países.

2.1 Alcance geográfico

El enfoque del estudio es el análisis de datos económicos, comerciales y sociales de EAU, Arabia Saudita y Perú para determinar el potencial de desarrollo de las exportaciones de café peruano a estos mercados. Las entrevistas a los operadores locales y las visitas a tiendas, comercializadores y distribuidores se lleva a cabo principalmente en Dubái, Abu Dabi, Riad y Yeda.

2.2 Periodo de cubrimiento

El estudio analiza datos de registros estadísticos de los últimos 3 años (2022-2024) en Arabia Saudita. En el caso de los EAU, los datos de exportación se refieren al periodo 2020-2023 puesto que las cifras de 2024 aún no estaban disponibles en el momento de ejecución de la investigación.

2.3 Datos estadísticos

El estudio se basa en el análisis de datos estadísticos oficiales de la aduana de Arabia Saudita y Perú. En cuanto a EAU, no ha sido posible utilizar datos oficiales de las aduanas del país dado que, desde 2021, la aduana de Dubái no publica ni vende las estadísticas de importación, exportación y reexportación.

El sistema de registro en EAU se ha venido ajustando para ofrecer datos completos de todos los siete emiratos que conforman el país, pero este proceso no ha concluido todavía. Aunque las aduanas no publican estadísticas, la Autoridad Federal de Estadísticas y Competitividad (FSCA) de EAU ofrece datos de comercio para códigos HS de hasta 6 dígitos. Las cifras de comercio exterior que publica esta entidad corresponden a los datos publicados por UN TradeMap. Precisamente por esta razón, los datos de esta investigación se basan en las estadísticas de UN TradeMap. La FSCA, sin embargo, al momento de la compilación de este estudio, no ha comunicado aún las estadísticas oficiales para el 2024. UN TradeMap deduce esta cifra usando los datos publicados por los países que comercian con EAU.

2.4 Exportaciones y reexportaciones

Los datos de exportaciones de EAU y Arabia Saudita incluyen también los de reexportación, lo cual se explicará en el capítulo IV; de hecho, considerada la creciente importancia de los dos países como centros de comercio internacional del café, las reexportaciones representan un porcentaje significativo de las exportaciones totales.

III. Análisis del producto

3.1 Descripción de los productos

Los productos objeto de este estudio incluyen granos de café verde y café tostado.

3.2 Partida arancelaria

Las partidas arancelarias en Perú de los productos objeto del estudio son las siguientes:

HS 0901119000 – Café no tostado ni descafeinado
HS 0901211000 – Café tostado sin descafeinar en grano
HS 0901212000 – Café sin descafeinar molido, tostado

Respecto a las últimas dos partidas, en Arabia Saudita y EAU no se diferencia el café tostado entre molido y en grano. Las partidas arancelarias correspondientes son las siguientes:

HS 0901110000 – Café no tostado, no descafeinado
HS 0901210000 – Café tostado, no descafeinado

En los EAU las partidas arancelarias tienen 8 dígitos y son:

HS 09011100 – Café no tostado, no descafeinado
HS 09012100 – Café tostado, no descafeinado

3.2.1 Aranceles

El café en todas sus presentaciones ingresa sin aranceles a EAU y Arabia Saudita.

3.3 Oferta exportable de Perú

Este capítulo analiza la producción de café en Perú enfocándola en el análisis de unos aspectos clave que nos permitirá, en las secciones sucesivas, compararla con la oferta de los principales competidores de Perú que actualmente exportan a EAU y Arabia Saudita. Además, se evaluará cómo estas características responden al desarrollo del perfil del consumidor en estos países en los últimos años. Los aspectos de análisis son los siguientes:

a. El perfil sensorial

- El café peruano es reconocido por su calidad gracias al enfoque en la cultivación de variedades premium.
- El cultivo se realiza predominantemente a grandes altitudes, entre 900 y 1.800 metros sobre el nivel del mar, y en algunas zonas llega hasta los 2.500 metros. Los climas más frescos a esta altura y la variación térmica diaria ralentizan el proceso de maduración de las cerezas, permitiendo el desarrollo de sabores más ricos, concentrados y con mayor acidez, lo que contribuye al perfil vibrante y vivo por el que se conoce el café peruano.
- La diversidad geográfica del Perú, que abarca 39 ecosistemas únicos y 28 de los 32 climas del mundo, añade una complejidad sensorial difícil de replicar. Las notas de sabor del café peruano incluyen matices florales delicados, acidez frutal brillante, toques achocolatados y finales sutiles de nuez.
- El reconocimiento internacional de su calidad se ha resaltado en varias competencias internacional como por ejemplo en 2023, cuando 13 tipos de café peruano recibieron premios en la 8ª Competencia Internacional de Café Tostado en Origen - AVPA de París.

b. Certificaciones y trazabilidad – café sostenible y orgánico

- **Café orgánico:** Según la Junta Nacional del Café de Perú, en 2022 aproximadamente 124.000 hectáreas de cultivos de café están certificadas como orgánicas y 3% de la producción nacional de café es certificada como orgánica.¹ Solo Etiopía cuenta con una mayor extensión de cultivos de café certificados como orgánicos.
- **Trazabilidad:** Desde el 20 de diciembre 2025 entrará en vigor la *Regulation on Deforestation-free Products (EUDR)* de la Unión Europea que tiene el objetivo de asegurar que las empresas que venden productos como café, aceite de palma, cacao y soya a los países miembros de la UE demuestren que el cultivo de estos productos no ha contribuido a la deforestación en el país de origen. Desde 2022 el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego está implementando el proyecto *Patrón de Productores Agrarios PPA* que crea la identidad digital del producto agrario y que permite identificar la finca de origen de cada parcela de café georreferenciada. La parcela georreferenciada, se cruza con el *Sistema de Mapa de GeoBosques* del Ministerios del Ambiente y, si se evidencia la no-deforestación, se emite la *Constancia de Libre Deforestación*. Esta medida es fundamental para los caficultores peruanos, pues la UE representa casi la mitad de sus exportaciones, como se indica en los próximos capítulos.
- **Comercio justo y sostenibilidad:** las prácticas de cultivo del café en Perú se destacan por salarios justos, comercio transparente y preservación ambiental. Ejemplos importantes de estos logros son:
 - El 12% de la producción de café verde es certificado *Fairtrade* (Comercio Justo)
 - El programa "Café Circular" en San Martín que convierte desechos de café en biofertilizantes y biocombustibles.
 - Chacra D'dago (Junín) aplica agricultura biodinámica guiada por ciclos lunares, compostaje natural y biodiversidad, sin insumos sintéticos. Fue finalista en los Premios de Sostenibilidad 2025 de la *Specialty Coffee Association (SCA)*.

¹ Fuente: Junta del Café de Peru 2022 <https://juntadelcafe.org.pe/peru-lidera-produccion-mundial-de-cafe-orgnico%ef%bf%bc/>

c. Grado y origen

La larga experiencia de exportación de Perú a los mercados internacionales ha llevado a la implementación casi sistemática de los estándares europeos y americanos para la clasificación de los granos de café. Los productores están en capacidad de ofrecer cafés clasificados según estándares como:

- *European Preparation (EP)*: Máx. 22 defectos por 300 g.
- *US Preparation (MC)*: Máx. 28 defectos por 300 g.
- *Grado 1*: Granos sin defectos, perfil de sabor más rico.
- *SHB (Strictly High Grown)*: Cultivado en zonas montañosas con altos estándares, especialmente para Europa.

d. Principales variedades de café cultivadas

Tabla 1 - Variedades predominantes de café arábica en Perú

Variedad	% de Arábica Peruano	Características Principales	Altitud Típica (msnm)
Catimor	Menos de 10%	Notas herbales, cereza, chocolate, caramelo y frutas; acidez media	1.100–1.800
Caturra	20%	Bien balanceado, acidez media, chocolate/caramelo	1.200–2.000
Típica	70%	Cuerpo medio, acidez moderada, notas frutales, florales o a nuez	1.000–2.000
Bourbon	Menos de 10%	Grano redondo, dulce, suave	900–1.500
Pache	Menos de 10%	Notas florales, cítricas; acidez brillante, suave	1.200–1.800
Gesha	Menos de 10%	–	1.800–2.350

Fuente: Junta Nacional de Café de Perú - 2020

Típica y Caturra son las variedades más cosechadas en Perú según los datos de la Junta Nacional del Café. No hay datos precisos sobre la oferta de las otras variedades.

e. Estacionalidad

La temporada de cosecha del café en Perú se ilustra más adelante en el punto 3.3.2

f. Nivel de precio

- El precio de exportación del café peruano en 2024 varió entre 1,83 dólares y 16 dólares por kilo, llegando hasta 40 dólares por kilo para pequeños lotes de café especiales.
- El precio promedio de exportación fue de 4,57 dólares por kilo en 2024, con un crecimiento de casi el 15% del precio del 2023. Sin embargo, en 2022 el precio promedio fue de 5 dólares por kilo.
- El precio promedio de exportación de Perú es menor del precio de algunos competidores directos como Colombia, Ecuador, Costa Rica y también de Etiopía, aunque veremos en el próximo capítulo como el precio promedio de exportación de Etiopía a Arabia Saudita es mucho más bajo que el de Perú.
- En el capítulo IV se analiza la dinámica de los precios de exportación a los mercados objetivo para entender si y cómo esta variable influye en el potencial de exportación de Perú a estos mercados.

3.3.1 Producción nacional de café en Perú

3.3.1.1. Volumen de producción y tendencias

Perú ocupa el noveno lugar entre los mayores productores de café a nivel mundial y el tercero en Sudamérica, después de Brasil y Colombia, además de ser el quinto productor de café arábica.² La producción cafetalera del país muestra una trayectoria de crecimiento sostenido, con proyecciones que indican un aumento continuo.

Para el Año de Comercialización (AC) 2024/25, que va de abril a marzo, se prevé una producción total de 4.22 millones de sacos de 60 kilogramos, lo que representa un incremento del 7% respecto al año anterior. En el año calendario 2024, la producción nacional de Perú representó el 2% de la producción mundial.³

Se estima que los rendimientos promedio para el AC 2024/25 alcanzarán los 756 kilogramos por hectárea, lo que representa una ligera mejora en comparación con el año anterior. Es importante destacar que, aunque este es el promedio nacional, las plantaciones bien gestionadas en Perú pueden alcanzar rendimientos significativamente más altos, de hasta 2,520 kg por hectárea, equivalentes a 42 sacos de 60 kg. Esta disparidad resalta el potencial para mayores incrementos de productividad mediante la adopción de mejores prácticas agrícolas e inversiones.⁴

Si bien el volumen de producción de Perú sigue siendo modesto en comparación con gigantes como Brasil o Vietnam, el enfoque en el cultivo de variedades genéticas de alta pureza y semillas verificadas, con la transición del sector hacia una lógica de calidad, se ha traducido en resultados concretos a nivel de producción y exportación como, por ejemplo, en el desempeño de las exportaciones de café de especialidad y de café certificado entre 2007 y 2022, como lo muestra la Tabla 2.

Tabla 2 - Exportaciones totales de Perú por tipo de café (Sacos de 60 kg)

Año	Convencional	Certificado	Especialidad
2007	2.017.860	391.739	5.771
2012	3.534.952	746.359	153.935
2018	3.303.546	782.695	216.964
2022	2.992.149	989.609	125.902

Fuente: Veritrade

3.3.1.2. Principales regiones productoras

El cultivo de café en Perú está geográficamente muy extendido, abarcando 11 regiones del país e involucrando plantaciones en más de 50 provincias.⁵

² Fuente: Mincetur 2024 <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1066246-el-cafe-peruano-llega-a-mas-de-60-mercados-a-nivel-mundial>

³ Fuente: United States Department of Agriculture Agriculture USDA https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Coffee+Annual_Lima_Peru_PE2024-0008.pdf

⁴ Fuente: United States Department of Agriculture Agriculture USDA https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Coffee+Annual_Lima_Peru_PE2024-0008.pdf

⁵ Diferentes fuentes indican un número diferente de provincias involucradas en la producción de café, todas incluyen más de 50 provincias.

Tabla 3 - Producción nacional de café en Perú por regiones en 2024

Región	Producción (Ton)	%
San Martín	81.794	23%
Cajamarca	76.751	21%
Junín	67.387	19%
Amazonas	55.403	16%
Las demás	76.098	21%
TOTAL*	357.433	100%

Fuente: MIDAGRI | Promperú



* Las cuatro regiones principales generan el 79% de la producción nacional de café del Perú.

Estas zonas cafetaleras se ubican predominantemente en las laderas orientales de los Andes, a altitudes que varían entre los 900 y los 1.800 metros, elevaciones que ofrecen las condiciones agroclimáticas ideales para el cultivo de café arábica de alta calidad.

3.3.1.3. Estructura del cultivo de café

La caficultura peruana se caracteriza en gran medida por su naturaleza de pequeña escala, siendo la mayoría de las fincas de entre 1 y 3 hectáreas. Se estima que alrededor de 220.000 familias en todo el país dependen del café como su principal fuente de ingresos.⁶

Aproximadamente una cuarta parte de los 110.000 caficultores peruanos son miembros de cooperativas. Estas organizaciones, además de ofrecer capacitación técnica en prácticas agrícolas sostenibles y mejor acceso a créditos, son vitales para que los productores puedan llegar a los mercados internacionales. La alta prevalencia de pequeños productores, de hecho, presenta desafíos inherentes al desarrollo de las exportaciones, como el aislamiento geográfico, el acceso limitado a instalaciones de procesamiento avanzadas y la vulnerabilidad frente a la volatilidad de los precios del mercado.

3.3.2 Estacionalidad de la producción de café en Perú

La cosecha de café en Perú generalmente comienza en abril y se extiende hasta octubre. Este período marca una intensa actividad de recolección de cerezas de café en las diversas regiones productoras del país. El período de cosecha pico, cuando se recolecta la mayor parte del cultivo, suele darse entre junio y septiembre.

⁶ Fuente: Ministerio de Agricultura Peru 2024 <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/961909-gobierno-impulsa-produccion-del-cafe-y-el-cacao-en-el-pais>

De cara al futuro, para el Año de Comercialización (AC) 2024/25, se proyecta que las exportaciones de café alcanzarán 4.07 millones de sacos, lo que indica un aumento previsto del 6.4% respecto al año anterior.⁷

En 2024, los precios de exportación por tonelada de café verde fueron en promedio U\$4.569, registrando un aumento de aproximadamente 15% en comparación con 2023. El análisis de los precios de exportación evidencia la importancia de desarrollar las exportaciones hacia los mercados de EAU y Arabia Saudita ya que los precios de Perú a estos mercados variaron entre U\$6.800/ton y U\$8.300/ton, valores muy superiores al promedio.

3.3.3.1 Exportaciones de café verde

Las exportaciones de café de Perú están dominadas abrumadoramente por granos de café verde, lo que indica que el país actúa principalmente como proveedor de materia prima, más que como exportador significativo de café procesado con valor agregado.

Para el periodo de enero a diciembre de 2024, la cantidad exportada de café verde fue de 242.392 toneladas o 4.039 mil sacos, con un valor asociado de 1.107 millones de dólares. Aunque el valor de las exportaciones ha crecido 35% con respecto a 2023, aún no ha recuperado los niveles registrados en 2022, que ha sido el mejor año para las exportaciones de café peruano. ⁸

Tabla 5 - Exportaciones de Perú
HS 090111 Café no tostado no descafeinado

Año	Total US\$ FOBTot	Total kg	US\$ / kg	Total Registros
2022	1.236.551.978	246.866.504	5,01	7.893
2023	818.968.028	205.764.932	3,98	7.844
2024	1.107.383.315	242.392.351	4,57	8.932

Fuente: Veritrade 2025

3.3.3.2 Exportaciones de café tostado

Las exportaciones de café tostado de Perú son mínimas y, en los últimos 3 años han disminuido aún más, tanto en términos de valor (-28.5%), como en cantidad (-22%), contrariamente a las tendencias mundiales en un periodo de importantes incrementos de los precios internacionales del café.

Es importante destacar que la casi totalidad de las exportaciones de café tostado peruano son dirigidas a Chile, que representa el 84% del total exportado de este producto. En este escenario, con un nivel tan bajo de las exportaciones totales de café tostado peruano en 2024, equivalente a menos de 1% de las importaciones de café tostado en EAU en el mismo año, es evidente que las fortalezas del café verde peruano no se están traduciendo en capacidad de exportación de café tostado.

⁷ Fuente: United States Department of Agriculture Agriculture USDA
https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Coffee+Annual_Lima_Peru_PE2024-0008.pdf

⁸ Fuente: Veritrade 2025

Tabla 6 - Exportaciones de Perú
Código HS 090121 Café tostado no descafeinado

Año	Total US\$ FOBTot	Total kg	US\$ / kg	Total Registros
2022	1.739.979	235.978	7,37	237
2023	1.524.072	199.837	7,63	162
2024	1.243.828	181.674	6,85	223

Fuente: Veritrade 2025

3.3.3.3. Principales destinos de exportación

El café peruano tiene un alcance global amplio, habiéndose exportado a 53 países en 2024. Estados Unidos, Alemania y Bélgica se mantienen consistentemente como los principales destinos de exportación de café, representando el 59% del valor total exportado por Perú en 2024. Las cifras específicas de exportación para 2024 destacan su importancia:

- 9 millones en valor en 2024, mostrando un sólido crecimiento interanual del 34,7%.
- **Alemania:** Importó 27.357 toneladas de café verde y aportó U\$218.2 millones en valor en 2024, registrando un crecimiento del 45% interanual. ,
- **Bélgica:** Recibió 27.318 toneladas y generó U\$108 millones en valor en 2024, demostrando un aumento del 63% interanual.

Las exportaciones hacia la Unión Europea (UE) como bloque son particularmente significativas, alcanzando más de U\$500 millones en 2024, lo que representa el 45% del valor total exportado. En este marco, los esfuerzos del Ministerio de Agricultura para la creación de la plataforma de trazabilidad de los cultivos de café mediante georeferenciación y agroforestería resultan ser una medida necesaria para asegurar el continuo acceso de los caficultores peruanos a los mercados de la UE, una vez que entren en vigor las nuevas reglas contra la deforestación (30 diciembre de 2025).

Más allá de estos mercados principales, Perú también ha registrado un rápido crecimiento en otros destinos importantes como Canadá, Suecia, México, Rusia y Portugal.

Tabla 7 - Principales destinos de exportación del café peruano (2024)

País	Volumen de Exportación (Toneladas)	Valor de Exportación (Miles USD)	% del Total de Exportaciones (Volumen 2024)
Estados Unidos	66.106	311.912	28.17%
Alemania	45.197	218.279	19.71%
Bélgica	27.357	124.188	11.21%
Canadá	18.355	90.859	8.20%
Suecia	8.185	41.409	3.74%
México	8.893	24.775	2.24%
Rusia	1.686	8.187	0.63%
Portugal	1.374	6.363	0.57%

Fuente: Veritrade 2025

3.3.3.4 Principales empresas exportadoras

En 2024, el sector cafetero peruano contaba con un total de 263 empresas que exportaron activamente café a diversos destinos internacionales. A pesar del gran número de exportadores individuales, el mercado muestra cierto grado de concentración. De hecho, las cinco principales empresas exportadoras representaron colectivamente el 43% del volumen total exportado en 2024 y el 41% del valor⁹. Esto indica que, aunque muchas pequeñas y medianas empresas participan, una parte sustancial del mercado está manejada por unas pocas compañías grandes y consolidadas.

En 2024 las principales empresas exportadoras fueron:

- **Perales Huancaruna S.A.C.** lideró el mercado con 33.378 toneladas
- **Olam Agro Perú S.A.C.** le siguió con 28.559 toneladas
- **Comercio Amazonia S.A.** exportó 19.254 toneladas

Como se ha mencionado, las cooperativas y las asociaciones desempeñan un papel importante en el sector exportador. En 2024 hubo 72 cooperativas y 39 asociaciones que exportaron a diferentes mercados del mundo.¹⁰

Las grandes empresas y las cooperativas tienen una mayor eficiencia logística, controles de calidad más estrictos y un mejor cumplimiento de las complejas normativas internacionales. Los números descritos en este capítulo confirman que empresas grandes, cooperativas y asociaciones juegan un papel fundamental en conectar a los numerosos pequeños productores con los mercados globales.

IV. Análisis de la oferta en los mercados de destino

4.1 Producción de café en Arabia Saudita y EAU

4.1.1 Producción de café verde en Arabia Saudita¹¹

Arabia Saudita cuenta con una larga tradición cafetalera, especialmente en las regiones cercanas a Yemen. Sobre la base de esta tradición, en los últimos años el cultivo del café en el país ha tomado un nuevo rumbo gracias a una serie de inversiones públicas y privadas en línea con la Visión 2030 para el desarrollo del país.

A continuación, se resaltan algunos aspectos clave de la producción de las tres regiones cafeteras de Arabia Saudita:

- **La provincia de Jazan** es la principal región productora de café. Alberga 2.036 fincas cafetaleras con un estimado de 384.214 plantas de café, que contribuyen una producción anual promedio de 922 toneladas.

⁹ Fuente: Veritrade

¹⁰ Fuente: Veritrade 2025

¹¹ Fuentes: Este párrafo se basa en datos de Saudipedia 2024 (parte de Ministry of Media de Saudi Arabia) y Ministry of Environment, Water and Agriculture 2024

- **La provincia de Aseer** ocupa el segundo lugar en producción, con aproximadamente 300 fincas y 40.000 plantas de café, y una producción estimada de 333 toneladas anuales. Esto incluye 250 toneladas de café verde y 83 toneladas de café procesado en seco.
- **La provincia de Al-Bahah** es el tercer mayor contribuyente, con alrededor de 250 fincas que abarcan 22.000 plantas y producen unas 108 toneladas anuales.

La producción neta anual de café de Arabia Saudita se estima en unas 1.810 toneladas, provenientes de aproximadamente 400.000 plantas de café sembradas en 2.535 fincas.

Históricamente, los pequeños agricultores de estas regiones se han enfrentado a importantes limitaciones de producción, procesamiento y comercialización, desafíos derivados principalmente de la escasez de agua y de los limitados conocimientos agrícolas, lo que se tradujo en bajos rendimientos y escasas oportunidades de ingresos.

En respuesta a estos problemas persistentes, el Ministerio de Medio Ambiente, Agua y Agricultura (MEWA), en colaboración con la FAO y *Saudi Reef*, está implementando el proyecto de Desarrollo Agrícola Rural Sostenible (SRAD), una iniciativa diseñada para promover tecnologías modernas aplicadas a la agricultura y la gestión eficiente del agua.

Por otra parte, la *Saudi Coffee Company*, respaldada por el estado y establecida en mayo de 2022 como parte de la estrategia de desarrollo del Fondo de Inversión Pública (FIP) del gobierno saudita, es una entidad clave en el desarrollo cafetero que planea invertir aproximadamente 320 millones de dólares durante los próximos diez años para impulsar significativamente la industria nacional del café.¹² Esta inversión busca aumentar la producción anual desde una base inicial de 300 toneladas hasta 2.500 toneladas de café y se enmarca en el plan nacional del Ministerio de Agricultura que apunta a alcanzar unos 40.000 sacos (aproximadamente 2.400 toneladas) para 2028.

El énfasis de los planes ministeriales y del sector privado es primariamente en la calidad, evidenciado por el enfoque en la categoría "Especialidad" y café de origen único Khawlani. Los programas de promoción incluyen inversión en mercadeo y el posicionamiento de Khawlani como marca internacional.

El análisis sensorial (cata) de muestras de café cultivado en Arabia Saudita ha arrojado progresivamente resultados prometedores, y la mayoría de las muestras han alcanzado la categoría de "Especialidad".¹³

Tabla 8: Producción de café verde en Arabia Saudita (Estimación para 2024)

Región	Número de Fincas	Número de plantas	Producción Anual (Ton)
Jazan	2,036	384.214	922
Aseer	~300	40.000	333
Al-Bahah	~250	22.000	108
Total	2,586	442.000	1.810

Fuente: Ministry of Environment, Water and Agriculture Saudi Arabia

¹² Fuente: ArabNews 2022 PIF seeks global footing as it launches Saudi Coffee Co. with \$320m investment

¹³ Fuente: Fao.org - Strengthening MEWA's capacity to implement its Sustainable Rural Agricultural Development (SRAD) Programme

4.1.2 Producción de café verde en EAU

El cultivo directo de café verde en EAU ha sido solo experimental. El caso más notable fue una plantación de 400 cafetos en 2019 en la localidad de Masafi, ubicada en las montañas del emirato de Ras Al Khaimah. Sin embargo, en los últimos años no ha habido ningún reporte sobre el estado de los cafetos plantados, que se suponía que producirían los primeros frutos en 2022.

4.1.3 Producción de café tostado en Arabia Saudita

Si bien Arabia Saudita tradicionalmente ha importado granos de café verde y tostado el café localmente, la floreciente cultura del café y la creciente demanda de café de especialidad en el país han impulsado el surgimiento de nuevos y numerosos tostadores locales. Un aspecto clave de esta tendencia de tueste local es la importancia de la frescura. El café tostado se consume idealmente entre 7 y 30 días después del tueste para preservar su perfil de sabor óptimo. Esta preferencia por la frescura fomenta naturalmente las operaciones de tueste locales, ya que minimiza los tiempos de tránsito y garantiza un producto superior para los consumidores.

Aunque ninguna fuente oficial indica el número preciso de tostadores que trabajan actualmente en el país, varias publicaciones mencionan la existencia de al menos 350. Los nuevos tostadores se esfuerzan por obtener granos verdes de alta calidad y emplean técnicas de tueste precisas para lograr perfiles de sabor únicos. Muchas de estas entidades locales se aseguran de seleccionar cafés con puntuación superior a 80 puntos.

Esta tendencia responde directamente a la preferencia de los consumidores por experiencias premium y se ve respaldada por las iniciativas gubernamentales de la Visión 2030 que fomentan la producción local y la localización de la cadena de suministro.

Las tostadoras son principalmente de dos tipos: grandes tostadoras industriales tradicionales que producen diferentes tipos de café, incluido el tradicional café arábigo, y que operan en el país hace décadas, y pequeñas operaciones, a menudo centradas únicamente en la producción para su propia cafetería y en la venta a unas pocas cafeterías seleccionadas que ofrecen cafés de especialidad. Los siguientes son ejemplos de estos tipos de tostadores:

- **Café Sulalat** (<https://sulalat.com/en>) Ubicada en Riad, inició operaciones en 2013. Ofrece café en grano, molido, de origen único, mezclas y café de especialidad saudí.
- **The Roasting House** (<https://roastinghouse.sa>) también localizada en Riad, fue fundada en 2008 y cuenta con la certificación ISO 22000:2018. Tiene capacidad para tostar 10 toneladas de café verde al día. En 2024 ganó el premio local "Best New Product" en la feria *World of Coffee Dubai*. Ofrece café en grano, café de especialidad saudí, mezclas de espresso y cápsulas.
- **9th Street Roasters** (<https://9thstroasters.com>) opera en Riad desde 2015 y es reconocida por la alta calidad de su café y considerada como una de las mejores en el mercado. Ofrece café en grano, café de especialidad, espresso y cápsulas.
- **Bisha Coffee Factory:** (<https://obcfactory.com/en>) inició operaciones en 2018 en Riad y cuenta con la certificación ISO 22000:2018. Ofrece una variedad de productos de café, incluyendo diferentes tamaños de su café insignia Bisha y opciones con sabores como el Café Bisha Golden. También ofrece café turco, moca con cardamomo y café sureño (típico de las regiones de Asir y Jazan). Además, ofrece un café Bisha de lujo con dátiles.

4.1.4 Producción de café tostado en EAU

En los últimos 15 años EAU ha presenciado una evolución significativa en su industria cafetera, pasando de una dependencia primaria del café tostado importado al establecimiento y crecimiento de sofisticadas plantas de tueste locales. Esta transformación refleja un mercado en desarrollo y una creciente demanda de café recién tostado de alta calidad.

Los tostadores locales de EAU priorizan cada vez más el café de especialidad, que cumple con estrictos estándares de calidad durante todo el proceso de producción, desde la cosecha hasta la preparación.

El mercado del café tostado de los EAU cuenta con un número creciente de empresas locales e internacionales que han establecido operaciones en el país. Desde 2010, la industria del café ha venido evolucionando a través de tres tipos diferentes de tostadoras:

- **Grandes industrias** que han establecido una alta capacidad de producción desde sus inicios con planes claros para ofrecer una gama completa de productos de café, pero con un enfoque diferente, ya sea en tuestes y presentaciones de estilo árabe, tuestes y gamas de estilo italiano o cafés especiales. Distribuyen su café directamente al sector HORECA y al comercio minorista, tanto a nivel local como regional.
- **Pequeñas y medianas** empresas con instalaciones de tostado enfocadas principalmente en orígenes únicos y cafés especiales que distribuyen principalmente a cafeterías, restaurantes y al consumidor final. Estas empresas generalmente cuentan con su propia cafetería donde los clientes pueden disfrutar de una experiencia completa de su café.
- **Cafeterías** que tuestan su café y lo sirven directamente a sus clientes. Estos tostadores a menudo han desarrollado cadenas de cafeterías y también venden su café por Internet.

A continuación se reseñan algunos de los tostadores y fabricantes de café más destacados de EAU:

- **Orbis Coffee** (www.orbis.coffee) inició operaciones en 2007 y trabaja con café de diferentes partes del mundo. Tiene una tostadora de 2,5 toneladas de capacidad con certificación ACCP/GFSI BRC e ISO 22000. La empresa destaca en sus campañas la importancia de la sostenibilidad y el apoyo a los agricultores. Ofrece café en grano, molido, arábico, turco, instantáneo y en cápsulas.
- **RAW Coffee Company** (rawcoffeecompany.com) inició operaciones en 2007 en Dubái. Enfatiza el comercio ético y directo y ofrece café de especialidad, mezclas, café de origen único, experimental y otros.
- **Karam Coffee** (karamcoffee.ae) opera en Dubái desde 2013 como una de las tostadoras más grandes del Medio Oriente. Forma parte de uno de los mayores grupos empresariales de propiedad de emiratíes en los EAU. La empresa está certificada según las normas ISO 9001 y FSSC 22000 desde 2015. Ofrece una gama completa de productos de café, incluyendo café molido, arábico, turco, en grano y en cápsulas.
- **Mood Espresso** (moodespresso.com) establecida en Dubái desde 2016, es de propiedad íntegramente emiratí. Su planta tiene 2.787 m², con 934 m² dedicados a la producción y 1.828 m² al almacenamiento. Poseen certificación TUV y de cumplimiento de las normas del sistema HACCP. Ofrece café en grano, mezclas especiales, turco y árabe, café de especialidad de origen único, café de filtro, molido y en cápsulas.
- **Specialty Batch** (specialtybatch.com) fue fundada en 2013 en Dubái. Es reconocida por parte de la SCA (Asociación de Cafés Especiales) como uno de los principales promotores de la cultura del café en EAU. Ofrece café de calidad superior con diferentes orígenes y estilos de tueste, con una amplia gama de métodos de procesamiento (tradicional, alternativo/experimental, incluyendo anaeróbico, maceración carbónica, koji y lavado/natural) y numerosos matices de sabor.

- **Archers** (archerscoffee.com) inició operaciones en 2018. Opera una academia certificada por la SCA y el CQI para la educación sobre café. Ofrece café tostado en grano (espresso), cápsulas de café y café de filtro. También ofrece mezclas personalizadas y opciones de venta al por mayor para café tostado y verde.
- **Nightjar Coffee Roasters Dubai** (www.nightjar.coffee) opera desde 2017 en Dubái. Ha recibido premios de publicaciones locales como *Time Out Dubái: Mejor Café (2021)* y *What's On Dubái: Café Más Popular (2019, 2022)*. Posee la certificación HACCP y ofrece café tostado en varios tamaños (225 g, 250 g, 1 kg), mezclas de temporada, orígenes únicos y microlotes con diversos perfiles de tueste (claro, medio, medio-oscuro, medio-claro).
- **Coffee Planet** (coffeepplanet.com) fundada en Dubái en 2008, cuenta con las certificaciones UTZ, BRC, HACCP e ISO 22000 y tiene una capacidad de tostado de más de 4.320 toneladas anuales. Logró la distinción de Supermarca de los EAU en 2015, 2016 y 2017. Ofrece café de especialidad en grano, café molido, cápsulas y café instantáneo.
- **Cypher Urban Roastery** (www.bycypher.com) inició operaciones en 2016 en Dubái enfocada en café de especialidad. Su planta de 500 m² es de última tecnología y procesa hasta 3 toneladas de café verde de especialidad al día. Incluye almacenamiento de café verde, tostadora Loring S70 Peregrine, laboratorio, sala de degustación, empaque y despacho. Tienen certificación ISO 22000 y ofrece entrenamiento SCA. Ofrece café tostado en varias formas, incluidos granos de origen único, mezclas, cápsulas, cajas de goteo y opciones descafeinadas.

Al lado de las iniciativas privadas, la posición de Dubái ha evolucionado gracias al *Dubai Multicommodities Center (DMCC)*, una zona de libre comercio que inauguró su Centro de Café en 2019. Este Centro posee unas instalaciones de vanguardia pioneras en Medio Oriente en la Zona Franca de Jebel Ali (JAFZA), que están diseñadas para brindar servicios integrales a lo largo de toda la cadena de valor del café, desde la cosecha hasta la taza.

El Centro de Café DMCC cuenta con una capacidad para procesar hasta 20.000 toneladas de café verde al año. Sus servicios incluyen el almacenamiento de hasta 13.716 toneladas métricas de café verde, la limpieza y el desgranado a una velocidad de 6 toneladas métricas por hora, la mezcla, el reenvasado en diversos formatos (incluyendo sacos de yute y jumbo) y el empaquetado al vacío. El centro también ofrece servicios especializados como la evaluación de muestras y el control de calidad. El Centro de Café del DMCC sirve como enlace crucial, conectando los mercados de consumo en rápido crecimiento de Oriente Medio y Europa con los principales países productores de café de América Central y del Sur, Asia y África.

4.2 Exportaciones de café verde y café tostado de EAU y Arabia Saudita

4.2.1 Exportaciones de café verde y tostado de Arabia Saudita

Entre 2020 y 2024 las exportaciones de café verde de Arabia Saudita crecieron a una tasa anual promedio del 51%, alcanzando 21,8 millones de dólares en 2024, año en el que el Medio Oriente representó más del 90% de las exportaciones totales del país. Ese mismo año, el país registró un aumento del 71% en las exportaciones dado que Jordania y Palestina comenzaron a importar café verde de Arabia Saudita.

Sin embargo, del análisis de los datos de importación de los países de destino de las exportaciones de café verde saudí se desprende claramente que la mayoría de esas exportaciones son, en realidad, reexportaciones. Este aumento de las exportaciones es resultado indirecto del aumento de la demanda de café verde en el Reino: de hecho, a los exportadores de café verde les resulta más conveniente enviar contenedores completos a Yeda y reexportarlos o redistribuirlos desde allí a otros países de la región. En particular, debido a riesgos de seguridad en el Estrecho de Ormuz, las exportaciones a los puertos de Yeda a través del Canal de Suez son más fáciles y, como resultado de esa situación, Yeda ha consolidado su posición en el mercado cafetero del país.

El plan de inversión de la *Saudi Coffee Company* incluye explícitamente la habilitación de la importación y reexportación de café verde a mercados clave. Esta estrategia busca complementar la producción local y, al mismo tiempo, fortalecer el papel de Arabia Saudita en el mercado internacional del café como centro de comercio y distribución.

Tabla 9 - Exportaciones de café verde de Arabia Saudita en 2024
HS 090C11100 Café (excl. tostado y descafeinado)

Importadores	Valor en 2024 (USD miles)	% de las importaciones	Cantidad in 2024 (Ton)	Valor Unidad (USD/Ton)	Crecimiento en valor 2020-2024 (%, p.a.)	Crecimiento en cantidad 2020-2024 (%, p.a.)	Crecimiento en valor 2023-2024 (%, p.a.)	Crecimiento Total en valor 2020- 2024 (%, p.a.)
Mundo	21.872	100	4.445	4.921	51	33	71	16
Kuwait	6.350	29	1.115	5.695	129	107	44	16
Jordania	5.704	26	1.383	4.124				18
Palestine	2.138	10	601	3.557				24
Catar	1.757	8	314	5.596			92	18
Sudán	1.250	6	80	15.625		93	139	60
Baréin	1.147	5	125	9.176	79	82	65	34
Turquía	652	3	151	4.318			337	27
Yemen	647	3	191	3.387	-25	-30	(83)	-26
EAU	622	2.8	116	5.362	40	36	22	53
Italia	620	2.8	208	2.981			(26)	22
Perú								-70

Fuente: UN TradeMap

El valor de las exportaciones sauditas de café tostado ha crecido a una tasa promedio del 53% en los últimos cuatro años, con un incremento de 119% solo en 2024. El valor total exportado es todavía bajo y no alcanzó 10 millones de dólares en 2023. Sus mercados de destino son regionales, específicamente Jordania y los países del CCG.

Tabla 10 - Exportaciones de café tostado de Arabia Saudita
HS 09012100 Café tostado (excl. descafeinado)

Importadores	Valor en 2024 (USD miles)	% de las importaciones	Cantidad en 2024 (ton)	Valor Unidad (USD/Ton)	Crecimiento en valor 2020-2024 (%, p.a.)	Crecimiento en cantidad 2020- 2024 (%, p.a.)	Crecimiento en valor 2023-2024 (%, p.a.)
Mundo	8.709	100	1.180	7.381	53	25	119
Jordania	3.028	35	739	4.097	128	210	27.937.0
Kuwait	1.810	21	66	27.424	245	24	30.0
EAU	1.407	16	98	14.357	130	119	(2.0)
Catar	1.389	16	181	7.674			328.0

Baréin	570	7	40	14.250	39	31	47.0
Omán	205	2	9	22.778	59	27	

Fuente: UN TradeMap

4.2.1 Exportaciones de café verde y tostado de EAU

A pesar del mínimo cultivo local, los Emiratos Árabes Unidos siempre han desempeñado un papel importante como centro de comercio de café en la región del Golfo y MENA.

Desde 2019, la posición de Dubái ha evolucionado aún más gracias al Centro del Café del DMCC ya descrito. Además de esto, el comercio del café ha experimentado un auge en el país, no solo en Dubái, con la aparición de varios pequeños comerciantes en los últimos cinco años. A junio de 2025, el DMCC ha autorizado aproximadamente 800 empresas para operar como comercializadoras de café en su zona libre.

Las exportaciones de café verde de los Emiratos, que son en realidad reexportaciones puesto que el país no produce café verde, han crecido de manera constante desde 2019. Entre 2021 y 2022 experimentaron un incremento del 163%, mientras que entre 2019 y 2023 se han multiplicado casi 8 veces pasando de 11.7 millones de dólares a 87.9 millones de dólares.

Los principales destinos son regionales: Irán, Siria y Omán representan el 59% del total de café verde exportado en 2023 desde EAU.

**Tabla 11 - Valor las exportaciones (reexportaciones) de café verde de EAU (USD Miles)
HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)**

Importadores	2021	2022	2023	% del Total en 2023
Mundo	23.397	61.577	87.950	100
Irán	6.146	16.307	28.002	31,8
Siria	1.421	15.641	13.396	15,2
Omán	6.925	9.458	10.724	12,2
Paquistán	117	313	7.203	8,2
Egipto	363	1.716	2.586	2,9

Fuente: UN TradeMap

Paralelamente, la apertura y el desarrollo de grandes y pequeños tostadores ha contribuido a un crecimiento de las exportaciones de café tostado, como lo muestra la Tabla 12.

En 2019 EAU exportó 22,5 millones de dólares de café tostado. En 4 años sus exportaciones alcanzaron 56,3 millones de dólares, lo que representa un crecimiento del 150%. Cabe resaltar que estos datos incluyen exportaciones de productos manufacturados en los Emiratos y reexportaciones de productos importados.

Las reexportaciones alcanzaron 17,7 millones de dólares en 2019 correspondiente a casi el 79% del total, mientras que las reexportaciones de café tostado en 2023 fueron 41,9 millones de dólares, correspondientes al 75% del total registrado como exportaciones, lo cual indica un crecimiento relativo de las exportaciones de productos realmente procesados en los EAU con respecto a 2019.

Los principales destinos de las exportaciones son regionales, donde los países del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC)¹⁴ representan el 64% del total.

**Tabla 12 - Valor de las exportaciones (reexportaciones) de EAU (USD Miles)
HS 09012100 Café tostado (excl. descafeinado)**

Importadores	2021	2022	2023	% del Total en 2023
Mundo	30.848	44.432	56.363	100
Kuwait	9.823	11.149	15.002	26,6
Arabia Saudita	4.993	10.176	11.205	19,9
Baréin	3.501	5.025	6.267	11,1
Catar	543	2.093	4.500	8,0
Egipto	2.921	3.436	4.125	7,3

Fuente: UN TradeMap

4.3 Importaciones de café verde y café tostado en EAU y Arabia Saudita

Como se muestra en las tablas y párrafos siguientes, las importaciones de café verde y tostado han crecido en los mercados objetivo a tasas superiores a las de la mayoría de los demás mercados del mundo.

El componente clave de la demanda que ha determinado su crecimiento hasta la fecha, es decir el sector HORECA que incluye hoteles, restaurantes y cafeterías, seguirá en expansión, lo que promete un crecimiento sostenido de las importaciones de café en ambos países en los próximos años.

Las tablas 13 y 14 comparan algunos indicadores que influyen directamente sobre el tamaño de la demanda de café en ambos mercados.

Tabla 13 - Datos generales de Arabia Saudita

Categoría	2024
Población Total	35,3 millones
Número de Hoteles	1.971
Número de Habitaciones de Hotel	475.970
Establecimientos de (incluyendo Restaurantes, Cafés y Panaderías)	132.000
Número de Cafeterías	3.556
Proyectos Hoteleros en construcción - primer trimestre 2025	319
Número de habitaciones en construcción - primer trimestre 2025	85.416

Fuente: Ministerio de Turismo Saudita / Autoridad General de Estadística (GASTAT)

World of Coffee (no hay estadísticas oficiales disponibles que indiquen el número de restaurantes y cafeterías).

¹⁴ Los países miembros del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC) son Arabia Saudita, Barein, Catar, Emiratos Árabes Unidos, Kuwait y Omán.

Tabla 14 - Datos generales de EAU¹⁵

Categoría	2024
Población Total	11,03 millones
Número de Hoteles	1.251
Número de Habitaciones de Hotel	216.966
Establecimientos de restauración (incluyendo Restaurantes, Cafés y Panaderías) solo en Dubái	Más de 26.000
Número de Cafeterías	8.874
Proyectos Hoteleros en construcción -primer trimestre 2025	102
Número de habitaciones en construcción - primer trimestre 2025	27.279

Fuente: Dubai Economy and Tourism

World of Coffee (no hay estadísticas oficiales disponibles que indiquen el número de restaurantes y cafeterías).

4.3.1 Importaciones de café verde en Arabia Saudita

Arabia Saudita es un importante importador de café verde, posicionándose en el puesto 19 entre los principales importadores mundiales de este producto.

El valor de las importaciones de café verde en Arabia Saudita ha crecido a una tasa promedio anual del 24% entre 2020 y 2024, mientras que las importaciones mundiales crecieron a una tasa anual promedio del 15% en el mismo periodo, confirmando el dinamismo de este mercado.

Las importaciones desde Colombia son las que más han crecido en todo el periodo 2020-2024, representando el 10% del total en 2024, por delante de Brasil. Mientras India ha perdido cuotas de mercado, países centroamericanos como Costa Rica y Guatemala son los que más incrementaron sus exportaciones en 2024.

Perú es el undécimo proveedor de café verde a Arabia Saudita; el valor de sus exportaciones al país subió un impresionante 389% en 2024 por un valor superior a 2 millones de dólares, 900 mil dólares más alto del registro de exportaciones de la aduana peruana en ese periodo. Parte de esta discrepancia se debe a la diferencia de precio de exportación declarado: en Perú el precio al kilo promedio fue de 7.8 dólares, mientras que en Arabia fue de 8.3 dólares. Sin embargo, la mayor parte de la diferencia se debe a un volumen reportado por la aduana de Arabia Saudita 100 toneladas más alto. Esto se explica por la incidencia de importaciones desde terceros países donde operan las comercializadoras internacionales, que reexportan el producto (lo que también influye en la diferencia en el precio de importación). De todos modos, el resultado demuestra un potencial de demanda creciente para el café verde peruano en Arabia Saudita.

Etiopía es tradicionalmente el mayor proveedor de café verde de Arabia Saudita. Los consumidores sauditas aprecian el sabor del café etíope por encima de todos los demás. La preferencia por este café ha sido materia de estudios estadísticos que han mostrado cómo la demanda de café etíope es muy elástica al nivel de ingreso, de modo que, al aumentar el ingreso, la demanda de este café también sube.¹⁶ Mientras que, para los autores del estudio, esta elasticidad demuestra que el

¹⁵ Hay varias fuentes con diferentes pronósticos de datos, pero los datos tienden a ser consistentes y similares a los que se informan aquí. (<https://www.hospitalitynet.org/hotspot/london.html?Dubái,%20United%20Arab%20Emirates>)

¹⁶ Estimating the demand for imported green coffee in Saudi Arabia using Almost Ideal Demand System – Departamento de Economía Agrícola King Saud University 2025

consumidor saudita considera el café etíope como un producto de lujo, el hecho de que su precio sea inferior al de casi todos los competidores, puede implicar más bien que, al aumentar el ingreso, el consumidor consume más y las cafeterías y distributores compran más del tipo de café que el consumidor conoce bien. Este punto será un tema importante para profundizar en los capítulos siguientes de esta investigación.

Tabla 15 - Importaciones de café de Arabia Saudita en 2024
HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)

Exportadores	Valor en 2024 (USD miles)	% Importaciones	Cantidad en 2024 (Ton)	Valor unidad (USD/Ton)	Crecimiento en valor 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en cantidad 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en valor 2023-2024 (% p.a.)
Mundo	400.083	100	83.597	4.786	24	11	21
Etiopía	266.331	67	60.318	4.415	22	9	18
Colombia	38.684	10	5.360	7.217	51	41	76
Brasil	37.914	10	8.372	4.529	34	16	33
India	15.605	4	3.279	4.759	21	13	(19)
El Salvador	6.598	2	882	7.481	22	17	6
Costa Rica	5.185	1	562	9.226	29	27	58
China	4.585	1,1	1.201	3.818	32	6	78
Indonesia	3.695	0,9	406	9.101	30	19	65
Uganda	3.563	0,9	590	6.039	38	15	22
Guatemala	2.563	0,6	321	7.984	11	5	111
Perú (Puesto 11)	2.101	0,5	253	8.304	35	25	389

Fuente: UN TradeMap

El Gráfico 1 describe la evolución de los precios de importación que paga Arabia Saudita a sus principales proveedores de café verde. En primer lugar, se visualiza la existencia de dos grupos principales de precios según su origen: los de Centroamérica y Sudamérica, por un lado, y los de África y el Sudeste Asiático por el otro. Hay dos excepciones a estos grupos:

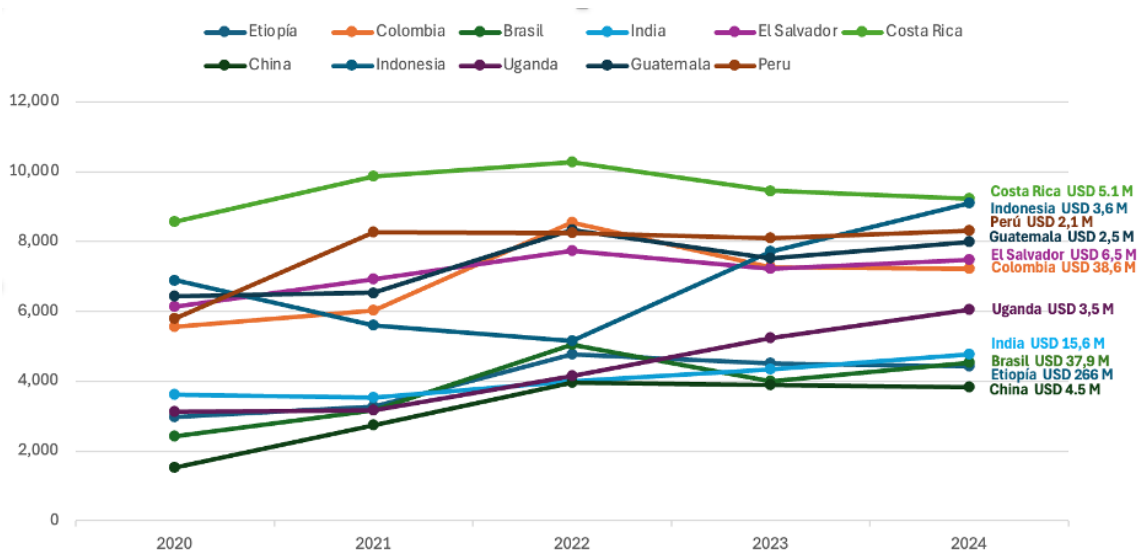
- Entre 2022 y 2024, los precios de importación de Indonesia crecieron y alcanzaron el mismo nivel de los países centroamericanos.
- Brasil, que exporta principalmente robusta, vende un producto mucho más barato que el resto de los países de Centroamérica y Sudamérica, aunque están creciendo sus exportaciones de cafés arábica especiales.

El gráfico identifica los países que compiten directamente con Perú en el mercado y muestra que el precio no es un obstáculo para vender mayores volúmenes. Por ejemplo, Costa Rica, que vende a un precio promedio mucho más alto que Perú, ha expandido constantemente su participación de mercado en Arabia Saudita, pasando de 2,2 millones de dólares en 2020 a 5,1 millones de dólares en 2024.

El caso de Colombia es particularmente interesante, ya que en 2022 el país exportó a Arabia Saudita 22 millones de dólares con un precio promedio superior al peruano, mientras que Perú exportó tan solo 1,5 millones de dólares el mismo año. Si bien es cierto que un precio más bajo tiende a generar un mayor volumen, el caso de Colombia y el continuo crecimiento de las exportaciones de Costa Rica y El Salvador demuestran que el mercado saudí valora los cafés premium de alto precio, y que las importaciones aún pueden aumentar.

Finalmente, es muy importante destacar que en los últimos 4 años las preferencias del mercado han evolucionado desde un rango de precios del café entre 1.800 y 8.100 dólares por tonelada a un nivel entre 4.000 y 9.000 dólares por tonelada, reflejando una transición hacia un mercado más sofisticado y exigente.

Gráfico 2 - Importaciones de café verde en Arabia Saudita: fluctuaciones del precio por país de origen. 090111 Café (excl. tostado y descafeinado)



4.3.2 Importaciones de café tostado en Arabia Saudita

El valor del café tostado importado por Arabia Saudita en 2024 equivalió al 43% del valor de las importaciones de café verde y al 26% de su volumen. Esto significa que los consumidores de Arabia Saudita consumen principalmente café que se tuesta en el país, lo que refleja su tradición, pues el país empezó a importar café tostado solo en los años 70s.

Etiopía se convierte una vez más en el principal proveedor de Arabia Saudita, con el 16% del total de las importaciones, seguido de los principales países tostadores donde se procesan marcas reconocidas, como Canadá, Estados Unidos, Suiza e Italia. Las exportaciones de Brasil y Colombia crecieron más del 900% entre 2023 y 2024, mientras que las exportaciones de Perú fueron insignificantes en 2024, ocupando el puesto 59 entre los proveedores mundiales del país.

Tabla 16 - Importaciones de café tostado de Arabia Saudita en 2024
090121 Café tostado (excl. descafeinado)

Exportadores	Valor en 2024 (USD miles)	% importaciones	Cantidad en 2024 (ton)	Valor unidad (USD/Ton)	Crecimiento en valor 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en cantidad 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en valor 2023-2024 (% p.a.)	Crecimiento Total en valor 2020-2024 (% p.a.)
Mundo	175.341	100	22.509	7.790	24	21	41	8
Etiopía	28.385	16	6.175	4.597	42	19	1.469	33
Canadá	26.013	15	2.864	9.083	93	65	63	12
EE. UU.	15.893	9	1.620	9.810	37	28	5	9
Suiza	15.133	9	465	32.544	22	26	17	7
Italia	14.071	8	1.263	11.141	7	2	(10)	13
Brasil	11.057	6	2.227	4.965	91	56	985	12
Francia	9.083	5.2	896	10.137	56	41	41	-2
Holanda	8.908	5.1	746	11.941	32	24	(34)	7
Reino Unido	7.160	4.1	528	13.561	0	2	(15)	-13
Colombia	4.881	2.8	764	6.389	36	19	988	10
Perú (Puesto 59)	8	0	1	8.000	-39	-16	(48)	10

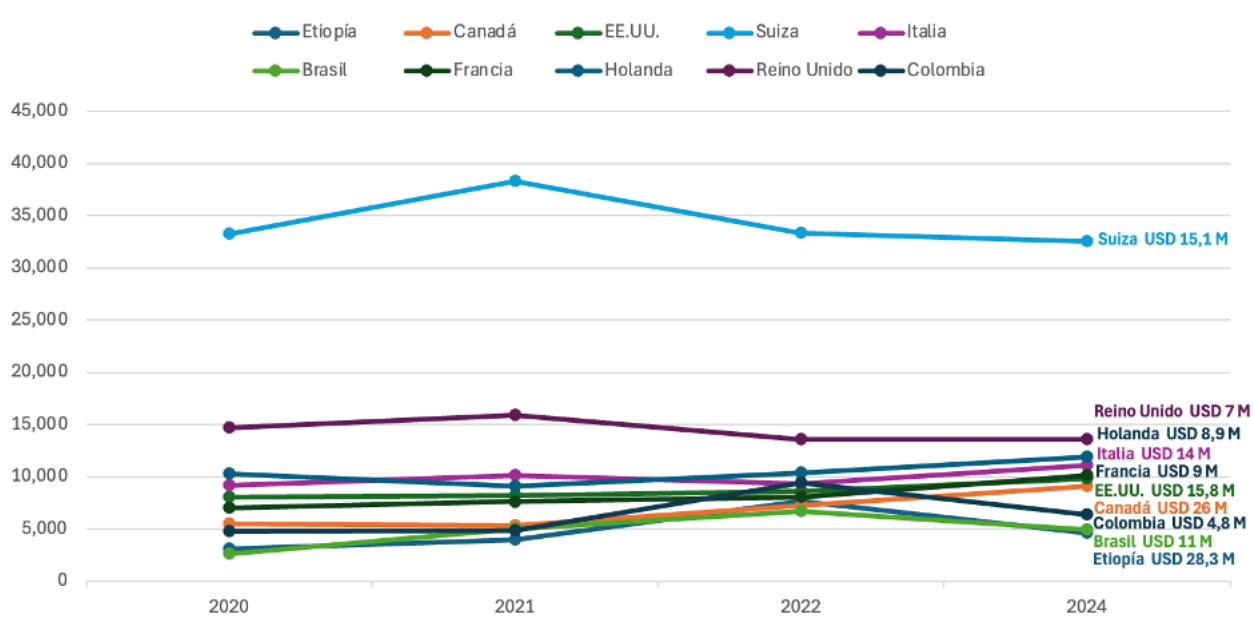
Fuente: UN TradeMap

Aunque el crecimiento anual promedio de las importaciones de Arabia Saudita ha sido sustancialmente mayor que las del resto del mundo (24% frente al 8%), el alto valor de las importaciones y la tasa de crecimiento del café verde lo convierten en un segmento mucho más atractivo para Perú que el del café tostado, dominado por las marcas y las diferentes opciones de café procesado, como cápsulas y café instantáneo.

El Gráfico 2 describe la evolución de los precios pagados a los principales proveedores de café tostado a Arabia Saudita entre 2020 y 2024. Los países que experimentaron el mayor crecimiento en 2024 son también los que exportan con el precio por kg más bajo: Etiopía, Colombia y Brasil. La disminución o el aumento de los precios de importación no parecen tener un impacto significativo en el valor total vendido. Por el contrario, la marca y el formato explican la diferencia de precio y el posicionamiento de los países. Suiza vende el café más caro en Arabia Saudita; sin embargo, el valor total de las importaciones desde Suiza continúa creciendo, como se observa en la Tabla 16. Es importante recordar que la categoría de café tostado también incluye el café instantáneo, un segmento donde las marcas internacionales tienen un gran atractivo.

Por último, es necesario señalar que los registros sauditas de importación de café tostado de Colombia y Brasil no corresponden a las estadísticas de exportación de estos dos países a Arabia Saudita y que, probablemente, el café de estos dos orígenes fue importado a través de Estados Unidos u Holanda que, por otro lado, registraron exportaciones mucho mayores a Arabia Saudita de lo que registró la aduana saudí.

Gráfica 2 - Importaciones de café tostado en Arabia Saudita: fluctuaciones del precio por país de origen. 090121 Café tostado (excl. descafeinado)



4.3.3 Importaciones de café verde en EAU

En 2024 EAU importó 185.5 millones de dólares de café verde. El valor de estas importaciones ha crecido de manera constante en los últimos 4 años a una tasa anual promedio del 53%. El valor ha crecido más que los volúmenes importados y mucho más del crecimiento del valor de las exportaciones mundiales de café verde, que fue del 15% anual en el mismo periodo.

Brasil es el principal exportador de café verde a EAU. Sus exportaciones, que crecieron 95% en 2024, incluyen tanto robusta como arábica. Entre los países proveedores de mayor crecimiento en 2024 se destacan también India (51%) y Colombia (37%). Las importaciones desde Perú representan el 0.4% del total y bajaron en 52% entre 2023 y 2024.

El 93% de las importaciones proviene de cuatro orígenes: Brasil, India, Indonesia y Colombia. Hay registro de importaciones desde Singapur y Hong Kong porque importantes comercializadoras internacionales que exportan cafés especiales tienen sede en estos territorios. En 2024 Perú fue el undécimo exportador de café verde a EAU.

Tabla 17 - Importaciones de café verde de EAU en 2024
090111 Café (excl. tostado y descafeinado)

Exportadores	Valor en 2024 (USD miles)	% Importaciones	Cantidad en 2024 (ton)	Valor unidad (USD/Ton)	Crecimiento en valor 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en cantidad 2020-2024 (% p.a.)	Crecimiento en valor 2023-2024 (% p.a.)
Mundo	185.534	100	40.125	4.624	53	34	55
Brasil	77.086	42	18.305	4.211	53	27	95
India	63.150	34	13.880	4.550	73	60	51
Indonesia	16.982	9	3.264	5.203	55	25	9
Colombia	14.019	8	2.354	5.955	42	35	37
Guatemala	2.099	1	444	4.727	30	23	(15)
Kenia	1.703	1	259	6.575	27	14	41
Singapur	1.369	0,7	234	5.850	18	19	2.761
Hong Kong, China	1.104	0,6	68	16.235	136	27	79
Honduras	1.101	0,6	244	4.512	31	22	(6)
El Salvador	1.055	0,6	152	6.941	33	33	93
Perú	767	0,4	145	5.290	34	19	(52)

Fuente: UN TradeMap – Mirror Data

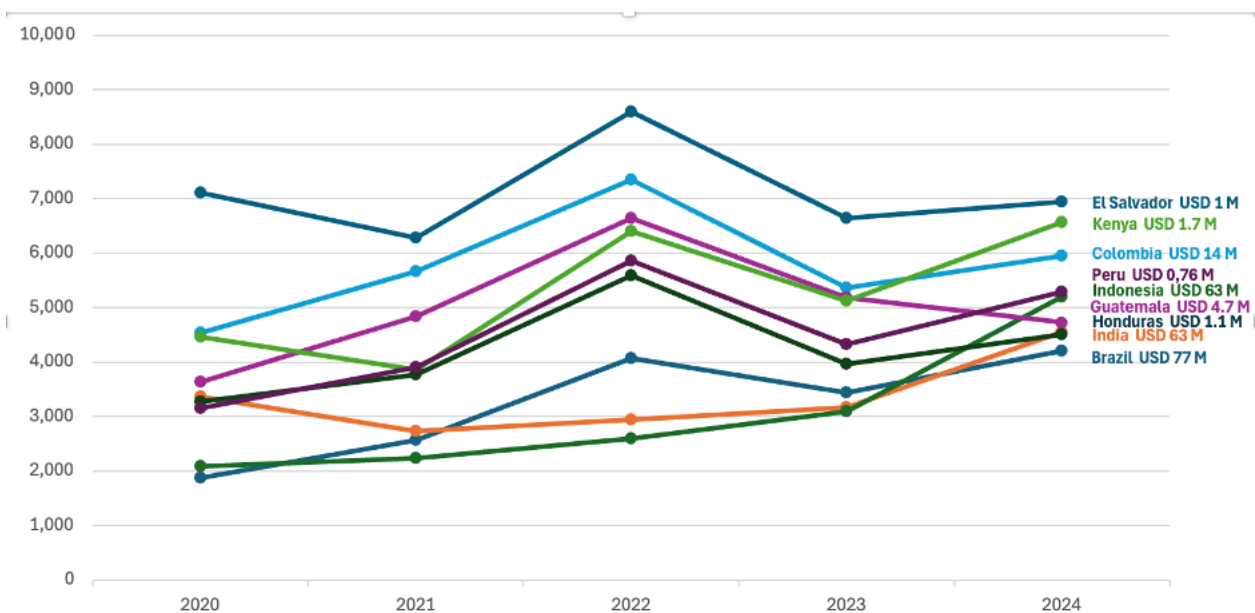
El Gráfico 3 describe la evolución de los precios de importación de café verde a los EAU en los últimos 4 años. La diferencia con el mismo gráfico para Arabia Saudita es notable y muy reveladora. En los EAU, los dos países que venden el mayor valor, Brasil e India (que representan el 76% de las importaciones totales), exportan a un precio promedio ligeramente superior a los 4.000 dólares, similar al precio de exportación de Etiopía a Arabia Saudita, donde Etiopía representó el 66% de las importaciones totales de café verde en 2024. Sin embargo, la evolución de los rangos de precios de importación es bastante diferente en EAU respecto a Arabia Saudita. Si bien los Emiratos importaron café verde con precios de importación de entre 1.900 y 7.100 dólares por tonelada en 2020, este rango se redujo a entre 4.100 y 7.000 dólares en 2024, en comparación con un rango más amplio y elevado en Arabia Saudita (entre 4.000 y 9.000 dólares).

Es importante destacar que un mismo país exporta cafés de menor precio a EAU en comparación con lo que exporta a Arabia Saudita. Esto se aplica tanto a grandes exportadores como Indonesia y Colombia, como a exportadores más pequeños como Guatemala y Perú.

El precio promedio de importación en EAU fue de 4,6 dólares por kilo, mientras que en Arabia Saudita fue de 4,8 dólares. Aunque, tanto los dos países son mercados en rápido crecimiento, Arabia Saudita no solo es mayor en términos de volumen importado, sino que la proporción entre café verde y tostado es mucho más alta que en EAU (lo que implica una mayor capacidad de la industria tostadora en el país), y Arabia Saudita demanda café de mayor precio y calidad, lo cual se ajusta perfectamente al perfil exportador peruano.

Por otra parte, es interesante observar una creciente apreciación del café keniano, cuyos precios de exportación casi alcanzan el precio de El Salvador, que ha sido el más alto del mercado durante los últimos cuatro años entre los países que venden más de un millón de dólares anuales.

Gráfica 3 - Importaciones de café verde en EAU: fluctuaciones del precio por país de origen.
HS 09011100 Café (excl. tostado y descafeinado)



Fuente: UN TradeMap – Mirror data

4.3.4 Importaciones de café tostado en EAU

En 2024 EAU importó 129,7 millones de dólares de café tostado, siendo Holanda, Suiza e Italia los mayores proveedores, que representaron conjuntamente el 70% del total. Los exportadores principales ofrecen café tostado industrialmente, incluyendo cápsulas y vainas de café. En este contexto, las exportaciones de Perú de café tostado a los Emiratos son insignificantes: el país ocupó en 2023 el puesto 38 entre los exportadores de café tostado a los EAU con 38.000 dólares.

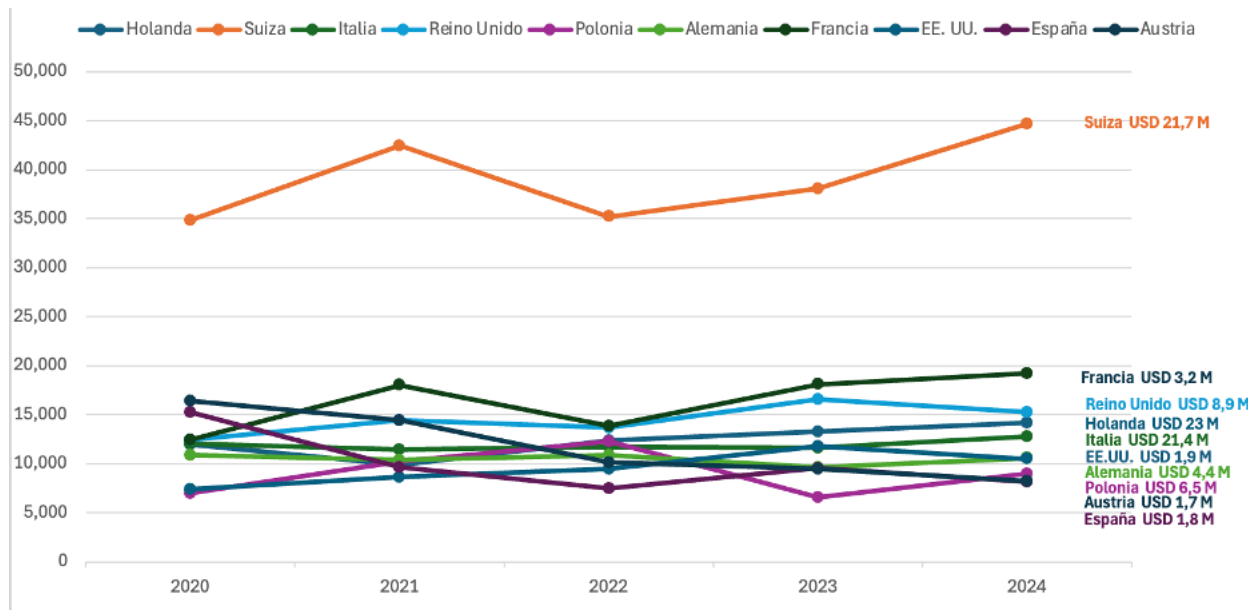
La proporción entre las importaciones de café verde y café tostado en EAU es baja comparada con la de Arabia Saudita: 1.43 en EAU frente a 2.16 en Arabia, indicando una mayor importancia del café tostado en los Emiratos comparado con el mercado saudita.

Tabla 18 - Crecimiento del valor de las importaciones de café tostado de EAU 2020-2023
090121 Café tostado (excl. descafeinado)

Exportadores	2020-2021	2021-2022	2023 USD Miles	% del Total en 2023
Mundo	19	20	129.724	100
Holanda	27	42	43.964	33,9
Suiza	16	28	30.850	23,8
Italia	29	6	19.344	14,9
Reino Unido	2	6	10.243	7,9
España	11	81	5.089	3,9
Perú (puesto 38)	(65)	31	38	0,03

Fuente: UN TradeMap

Gráfica 4 - Importaciones de café tostado en EAU: fluctuaciones del precio por país de origen.
090121 Café tostado (excl. descafeinado)



Fuente: UN TradeMap – Mirror data

La Gráfica 4 describe el desarrollo de los precios de importación de café tostado en EAU. La comparación con Arabia Saudita muestra que, contrariamente a cuanto sucede con el café verde, los precios promedio de importación de café tostado son mucho más altos en los Emiratos que en Arabia Saudita.

Como en el caso saudita, los precios por tonelada de los productos importados de Suiza son sustancialmente más altos que los del resto del mundo, pero, mientras en EAU el precio promedio de importación en 2024 fue de 45.000 dólares por tonelada (precio espejo), el precio en Arabia fue de menos de 35.000 dólares por tonelada.

En 2024 en los Emiratos, el precio promedio de importación de todo el mundo de café tostado fue 15.000 dólares mientras que en Arabia Saudita fue 7.700 dólares.

Excluyendo a Suiza, el rango de precios de importación de EAU de café tostado varía entre 8.000 y 20.000 dólares por tonelada, mientras en Arabia Saudita es mucho más bajo y va de 5.000 a 14.000 dólares por tonelada. La diferencia es probablemente debida a un mercado mucho más variado en términos de población extranjera y con una importancia mayor del sector HORECA en Emiratos comparado con Arabia, donde el consumo del café es más tradicional. Este punto será analizado con mayor detalle en los próximos capítulos.

Cabe resaltar, de todas maneras, que la demanda del café tostado en EAU está aún más dominada por marcas internacionales, sobre todo por las cápsulas y el café instantáneo.

4.4 Estacionalidad de las importaciones de café verde y tostado en Arabia Saudita y EAU

Las importaciones de café verde y tostado en EAU y Arabia Saudita siguen de cerca el comportamiento y los picos de la demanda, que son similares en ambos países, donde el tercer y cuarto trimestre registran generalmente el nivel más alto de importación.

- En Arabia Saudita, grandes segmentos de la población tienden a pasar los meses de verano fuera del país y regresan a finales de agosto, cuando las escuelas abren de nuevo. El pico de la demanda de café comienza en

septiembre y dura todo el invierno, ya que durante esta época se celebran numerosas ferias comerciales y convenciones de negocios, y la afluencia de turistas es alta. Sin embargo, el nivel más alto de demanda se registra durante el Ramadán y el Hajj.¹⁷ Estos dos períodos varían según el calendario lunar. En los próximos años, tendrán lugar entre enero y mayo. Luego, durante el verano, la demanda generalmente disminuye.

- En EAU, la demanda también baja durante el verano, ya que el turismo disminuye considerablemente y muchos residentes extranjeros viajan de visita a su país de origen, mientras que los locales tienden a pasar varias semanas en Europa y otros destinos. Las importaciones aumentan en el tercer y cuarto trimestre para satisfacer la recuperación de la demanda, hasta finales del primer trimestre del año siguiente, cuando comienza a declinar. El Ramadán y el Hajj no afectan la demanda de café en EAU como en Arabia.

Si comparamos la estacionalidad del café de Perú, se puede decir que los primeros envíos de la nueva cosecha pueden llegar a los mercados objetivo precisamente a finales del tercer trimestre y durante el cuarto trimestre, es decir durante el periodo de mayor demanda en ambos países.

En la misma ventana de tiempo, los competidores de Perú son Brasil (con sus cafés especiales), Colombia, Ecuador, Vietnam, Guatemala, Honduras y El Salvador.

La estacionalidad en el caso del café de especialidad es un factor clave, pues un café de alto puntaje puede perder valor si el almacenaje no es perfecto. Si el café de nueva cosecha no está disponible, los importadores lo substituyen con el de otro origen, sobre todo los importadores más exigentes de Arabia Saudita. El hecho de que el café de especialidad colombiano se coseche durante la mayoría de los meses del año puede ser una de las características que explica el crecimiento de las ventas de café de este país a Arabia Saudita.

4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú

Las exportaciones de café tostado de Perú a Arabia Saudita y EAU son insignificantes tanto según los datos reportados por los dos países de destino como también por la aduana de Perú. En 2022 se registró solo una venta de 3.500 dólares a EAU, mientras que no hubo ninguna exportación a Arabia Saudita en esos tres años.

Tabla 19 - Exportaciones de café tostado de Perú a EAU - Ene 2022 a Dic 2024 HS 09012100 - Café tostado no descafeinado

Año	Total US\$ FOB Tot	%	Total KG	US\$ / KG	Total Registros
2022	3.512	0.20%	41	85.533	7
2023	0	0	0	0	0
2024	0	0	0	0	0

Fuente: Veritrade

¹⁷ El mes de Ramadán es un período de ayuno de la religión musulmana. Sin embargo, tras las horas de ayuno y luego que se oculta el sol, las familias pasan las noches juntas conversando y rezando, lo que aumenta la demanda de alimentos. El Hajj es la temporada musulmana de peregrinación a la Meca, cuando se movilizan millones de personas, en su mayoría extranjeros, lo que provoca un gran aumento de la demanda de alimentos en el país. En este caso, la demanda se concentra en las ciudades de La Meca y Medina. Ambos períodos están determinados por el calendario lunar y cada año se celebran aproximadamente dos semanas antes que el año anterior.

Tabla 20 - Exportaciones de café tostado de Perú a Arabia Saudita - Ene 2022 a Dic 2024
HS 09012100 Café tostado no descafeinado

Año	Total US\$ FOB Tot	%	Total KG	US\$ / KG	Total Registros
2022	0	0	0	0	0
2023	0	0	0	0	0
2024	0	0	0	0	0

Fuente: Veritrade

Por su parte, las exportaciones de café verde peruano a los mercados objetivo han tenido un desarrollo diferente en los dos países en los últimos 3 años, durante los cuales crecieron 33% en Arabia Saudita mientras que disminuyeron 53% en los EAU.

Como ya se explicó anteriormente, en realidad los registros de Arabia Saudita indican un nivel de importación de café peruano mucho más alto en 2024 que lo reportado por Perú, y que seguramente ha sido vendido por una distribuidora internacional con sede en EE.UU., Europa o Singapur. Los datos de Arabia Saudita muestran importaciones de Perú por valor de 1.5 millones de dólares en 2022, con una caída de poco más de 400 mil dólares en 2023 hasta 1.1 millones de dólares y una recuperación en 2024, alcanzando 2.1 millones de dólares en total.

Las exportaciones publicadas por EAU están relativamente alineadas con los datos peruanos, aunque las cifras oficiales de las importaciones de 2024 no han sido todavía confirmadas por las aduanas locales.

Las tablas siguientes describen las exportaciones peruanas de café verde a los dos países objetivo según los datos de la aduana peruana.

Tabla 21 - Exportaciones de café verde de Perú a Arabia Saudita - Ene 2022 a dic 2024
HS 09011100 Café no tostado ni descafeinado

Año	Total US\$ FOBTot	%	Total KG	US\$ / KG
2022	910,534	0.07%	128,685	7.08
2023	476,894	0.06%	56,925	8.38
2024	1,212,558	0.11%	154,615	7.84

Fuente: Veritrade

Tabla 22 - Exportaciones de café verde de Perú a EAU - Ene 2022 a Dic 2024
HS 09011100 Café no tostado ni descafeinado

Año	Total US\$ FOBTot	%	Total KG	US\$ / KG
2022	1,421,235	0.11%	241,388	5.89
2023	1,609,007	0.20%	371,565	4.33
2024	767,013	0.07%	144,875	5.29

Fuente: Veritrade

El registro de las exportaciones de café verde de Perú indica que en 2024 dos importadores de Arabia Saudita importaron de Perú más que el total de café peruano importado por EAU el mismo año.

La estructura de los canales de distribución y la comparación entre las características de los importadores en Arabia Saudita y EAU se profundizará en el capítulo VII; sin embargo, cabe resaltar aquí que el tamaño de los importadores en Arabia Saudita es mayor que en EAU y el número de importadores es mucho menor en Arabia que en EAU.

4.6 Análisis de la competencia

Como se vio en los capítulos anteriores, las exportaciones peruanas actuales de café a EAU y Arabia Saudita son pequeñas, y el país ocupa el undécimo lugar entre los exportadores de café verde a estos países. Considerando que los precios y la calidad no son obstáculos para que Perú alcance un mayor nivel de exportaciones, como se ha indicado en el título 4.5, se requiere un análisis más profundo para comprender qué características de la competencia y su gama de productos pueden explicar el menor éxito de las empresas peruanas.

El análisis de la competencia en los mercados de EAU y Arabia Saudita se divide en tres partes. El subtítulo 4.6.1 incluye la lista de los principales exportadores internacionales de café verde a los dos mercados; el subtítulo 4.6.2 incluye la lista de los exportadores peruanos que vendieron café verde a estos mercados en 2024 y con anterioridad. El subtítulo 4.6.3 compara las características clave de los exportadores internacionales y ofrece información sobre la combinación de producto, precio y servicio más exitosa para los mercados objetivo.

La lista de exportadores peruanos fue compilada a partir de los datos proporcionados por el registro oficial de aduanas del Perú y las indicaciones de los importadores locales de los dos mercados objetivo.

Por otro lado, dado que las aduanas de EAU y Arabia Saudita no publican la lista de empresas internacionales que exportan a sus mercados, la lista se ha compilado utilizando el siguiente método:

- Indicaciones recibidas de algunos de los principales importadores de café verde de ambos países.
- Análisis del registro de UN TradeMap de exportadores de los países de origen que exportan café verde a los mercados objetivo. Estos registros incluyen exportadores que comercializan café en todo el mundo; para identificar cuáles exportan realmente a los mercados objetivo, ORIENS ha hablado telefónicamente con cada una de las empresas.

La lista de competidores internacionales incluye empresas de los siguientes países:

- Etiopía
- Colombia
- Nicaragua
- Indonesia
- Brasil
- EE. UU. (Reexportador)
- Alemania (Reexportador)
- Suiza (Reexportador)
- Italia (Reexportador)

Es importante destacar que la lista incluye empresas multinacionales y reexportadoras, ya que son clave en el comercio del café y pueden considerarse no solo como competidores, sino incluso como clientes potenciales.

4.6.1 Principales empresas exportadoras internacionales a EAU y Arabia Saudita

Mediante la compilación de 5 tablas comparamos las empresas internacionales que exportan con éxito a EAU y Arabia Saudita con las empresas peruanas que lo hicieron en 2024. La comparación se realiza en términos de:

- Tamaño de la empresa:
 - a. Multinacional
 - b. Con más de 20 empleados
 - c. Con menos de 20 empleados
- Experiencia en el mercado:
 - a. Más de 15 años de presencia en el mercado
 - b. Menos de 15 años de presencia
- Variedad de productos ofrecidos
 - a. Café comercial
 - b. Café de especialidad
 - c. Ambos tipos
- Tipo de café verde: tipos de café arábica ofrecidos
- Certificaciones de café ofrecidas:
 - a. Orgánico
 - b. Sostenible o Comercio Justo
 - c. Ninguna

El número total de empresas analizadas es de 36, de las cuales 10 son peruanas.

El análisis no puede considerarse científico, ya que la muestra de empresas analizadas no incluye la totalidad de las empresas que exportan café verde a los dos países objetivo y se desconoce el total de café exportado por cada empresa a estos mercados. Sin embargo, ofrece una visión general de las principales diferencias entre las empresas internacionales y peruanas que vale la pena destacar.

A continuación, utilizaremos los términos "empresas internacionales" y "empresas peruanas" para referirnos a las empresas de cada origen que exportan a EAU y Arabia Saudita.

4.6.1.1 Tamaño y operaciones

En el sector cafetero, las compañías exportadoras tienden a tener un número reducido de empleados, ya que son principalmente empresas comerciales que adquieren y comercializan café de diferentes plantaciones. Las cooperativas pueden trabajar con un gran número de agricultores y un gran capital de trabajo, incluso si el número de personas que laboran en la cooperativa es reducido.

Los actores principales, que manejan grandes volúmenes de café verde son empresas multinacionales que se abastecen de café y comercializan el producto en diversas ubicaciones internacionales, y que poseen una red de oficinas en múltiples mercados.

En la Tabla 23 las empresas que exportan a EAU y Arabia Saudita se agruparon según el número de empleados entre las que tienen más de 20, aquellas con menos de 20 y las empresas multinacionales.

Como resultado se puede observar que:

- 14% de los exportadores son empresas multinacionales.
- 73% de las empresas internacionales y 40% de las empresas peruanas tienen más de 20 empleados.

Las empresas peruanas que exportan a los mercados objetivo son aparentemente más pequeñas que sus competidores internacionales.

Tabla 23 - Tamaño y origen de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados

Categoría	País	Empresa
Multinacional	Alemania	Neumann Kaffee Gruppe (NKG)
	EE. UU.	Ally Coffee
		InterAmerican Coffee
	Perú	Olam Agro - OFI
	Singapur	Olam Specialty Coffee
Suiza	Sucafina	
Más de 20 Empleados	Colombia	Azahar
		Cofinet
		Café Granja La Esperanza
		Forest Coffee
		Osito Coffee
		Racafé Colombia
	Brasil	Carmo Coffee
		SanCoffee
	Etiopía	Almaz Seyoum Beyene - Almaz Coffee
		EDN Ethiopian Coffee
		Legesse Sherefa Pvt Ltd Co
		Primrose Coffee
		Tadesse Desta Import & Export
		Testi Coffee
		Yirgacheffe Coffee Farmers Cooperative Union - Yirgacheffe
	Indonesia	Sarimakmur Tunggalmandiri PT
	Italia	Sandalj
Nicaragua	Cooperativa De Servicios Multiples - Coopnicoya	
Perú	Perales Huancaruna	
	Comercio Amazonia	
	Central de Organizaciones Productoras de Café Y Cacao del Perú	
Menos de 20 Empleados	Indonesia	PT. Karana Spesialis Kopi
	Nicaragua	Cooperativa Multisectorial Café De Altura R.L. - Coomcafe R.L.
	Perú	Finca Cascadas de Cueva Peru
		Experimental Seed
		All Coffee Peru
		Origin Coffee Lab
		Coffee Microlots Peru
		Cultivar Coffees
	Suiza	Blaser Trading AG

Fuente: Compilado ORIENS IBC Dubai

4.6.1.2 Experiencia en el mercado

Para evaluar la experiencia internacional de las empresas exportadoras, se han dividido por antigüedad entre las que tienen más de 15 años de fundadas y menos de 15 años de operación.

La tabla muestra que el 74% de las exportadoras internacionales tienen más de 15 años de antigüedad, mientras que el 26% se fundó hace menos de 15 años. Por el contrario, el 40% de las empresas peruanas tienen más de 15 años de antigüedad y el 60% se crearon hace menos de 15 años.

La mayoría de las empresas internacionales que exportan a los mercados objetivo llevan más de 15 años en el mercado del café, mientras que empresas peruanas relativamente nuevas se están empezando a aventurar en estos mercados.

Tabla 24 - Experiencia de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados

Categoría	País	Empresa
Más de 15 años	Alemania	Neumann Kaffee Gruppe (NKG)
	EE. UU.	Ally Coffee
		InterAmerican Coffee
	Colombia	Azahar
		Cofinet
		Café Granja La Esperanza
		Racafé Colombia
	Brasil	Carmo Coffee
		SanCoffee
	Etiopía	Legesse Sherefa Pvt Ltd Co
		Primrose Coffee
		Tadesse Desta Import & Export
		Testi Coffee
		Yirgacheffe Coffee Farmers Cooperative Union - Yirgacheffe
	Indonesia	Sarimakmur Tunggalmandiri PT
	Italia	Sandalj
	Nicaragua	Cooperativa De Servicios Múltiples - Coopnicoya
		Cooperativa Multisectorial Café De Altura R.L. - Coomcafe R.L.
	Perú	Central de Organizaciones Productoras de Café Y Cacao del Perú
		Comercio Amazonia
Olam Agro - OFI		
Perales Huancaruna		
Singapur	Olam Specialty Coffee	
Suiza	Blaser Trading AG	
	Sucafina	
Menos de 15 años	Colombia	Forest Coffee
		Osito Coffee
	Etiopía	Almaz Seyoum Beyene - Almaz Coffee
		EDN Ethiopian Coffee
	Indonesia	PT. Karana Spesialis Kopi

	Perú	All Coffee Peru
		Coffee Microlots Peru
		Cultivar Coffees
		Experimental Seed
		Finca Cascadas de Cueva Peru
		Origen Coffee Lab

Fuente: Compilado ORIENS IBC Dubai

4.6.1.3 Composición de la oferta

La variedad del tipo de café ofrecido es clave para el desempeño en el mercado. Para el análisis de este aspecto se han clasificado las empresas exportadoras internacionales y peruanas según el tipo de café que ofrecen, en particular, las que solo ofrecen café convencional, las que ofrecen café de especialidad y aquellas que ofrecen tanto café de especialidad como convencional.

- El 8% de los exportadores internacionales y el 4% de los exportadores peruanos se dedican exclusivamente a la exportación de café convencional.
- El 50% de los exportadores internacionales y el 60% de las empresas peruanas ofrece únicamente café de especialidad.
- El 42% de los exportadores internacionales y el 30% de las empresas peruanas ofrece tanto café convencional como de especialidad.

Los datos parecen confirmar que la mayoría de los exportadores internacionales y de los exportadores peruanos ofrecen café de especialidad.

Tabla 25 - Variedad de productos de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados

Categoría	Café Convencional		Cafés Especiales		Ambos	
	País	Empresa	País	Empresa	País	Empresa
Solo Café Verde	Brasil	Carmo Coffee	Brasil	SanCoffee	Alemania	Neumann Kaffee Gruppe (NKG)
	Indonesia	Sarimakmur Tunggalmandiri PT	Colombia	Café Granja La Esperanza	Colombia	Racafé Colombia
	Perú	Comercio Amazonia		Cofinet	Etiopía	Almaz Seyoum Beyene - Almaz Coffee
			Forest Coffee	Primrose Coffee		
			Legesse Sherefa Pvt Ltd Co	Tadesse Desta Import & Export		
			Etiopía	EDN Ethiopian Coffee		Testi Coffee
				Yirgacheffe Coffee Farmers Cooperative Union - Yirgacheffe	EE. UU.	InterAmerican Coffee
			EE. UU.	Ally Coffee	Italia	Sandalj
			Indonesia	PT. Karana Spesialis Kopi	Nicaragua	Cooperativa Multisectorial Café De Altura R.L. - Coomcafe R.L.
			Nicaragua	Cooperativa De Servicios Multiples - Coopnicoya	Perú	Olam Agro - OFI
			Perú	All Coffee Peru		Perales Huancaruna
				Cultivar Coffees	Suiza	Blaser Trading AG
				Experimental Seed		Sucafina
				Finca Cascadas de Cueva Peru		
				Origin Coffee Lab		
		Singapur	Olam Specialty Coffee			
Café Verde y Tostado			Colombia	Azahar	Perú	Central de Organizaciones Productoras de Cafe Y Cacao del Peru
				Osito Coffee		
			Perú	Coffee Microlots Peru		

Fuente: Compilado ORIENS IBC Dubai

4.6.1.4 Sabores y variedades de café

La Tabla 26 detalla las diferentes variedades de arábica y robusta que los principales exportadores internacionales suministran a EAU y Arabia Saudita. En la misma tabla también se muestran las variedades peruanas.

- Mientras el 46% de las empresas internacionales ofrece la variedad Caturra, solo el 20% de las empresas peruanas lo hace.
- El 42% de las empresas internacionales ofrece la variedad Bourbon, pero solo el 20% de los exportadores peruanos ofrece esta variedad.
- El 35% de las empresas internacionales y el 30% de los exportadores peruanos ofrece la variedad Gesha.
- En cuanto a la variedad Típica, 30% tanto de las empresas internacionales ofrece como de las empresas peruanas la ofrecen.

Es importante destacar que prácticamente la totalidad de los exportadores internacionales indican en su sitio web o redes sociales las variedades de arábica que manejan; sin embargo, el 60% de las empresas peruanas no lo especifica claramente.

Tabla 26 - Variedades de café ofrecida por los exportadores a EAU y Arabia Saudita identificados

Ver página siguiente.

4.6.1.5 Certificación

La sostenibilidad y el comercio justo son aspectos clave del comercio de cafés especiales, y el puntaje y clasificación del café también depende de este aspecto de la oferta. No sorprende, por lo tanto, que todas las empresas internacionales resalten sus propios proyectos o los de sus marcas a través de sus canales de comunicación (web, redes sociales, panfletos etc), así como su compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo. Sin embargo, no todas las empresas cuentan con certificaciones oficiales de sus programas.

Asimismo, muchos comerciantes y cooperativas mencionan o cuentan con sus propios sistemas de trazabilidad. La trazabilidad es una característica común entre las empresas multinacionales y las empresas europeas en general.

La información de la Tabla 27 lleva a concluir dos puntos importantes:

- El 42% de las empresas internacionales ofrecen productos con certificación orgánica (aunque no necesariamente todos los productos que comercializan la tienen), comparado con el 70% de las empresas peruanas.
- El 65% de las empresas internacionales ofrecen productos con certificaciones de Comercio Justo o Sostenibilidad, mientras que el 50% de las empresas peruanas las tienen.
- El 27% de las empresas internacionales no menciona ninguna certificación para sus productos, mientras que solo el 20% de las empresas peruanas no cuenta con ellas.

Si bien la certificación orgánica debería ser un punto fuerte de la oferta de café peruano, esta característica específica no parece ser indispensable para el éxito en los mercados objetivo, teniendo en cuenta que la mayoría de las empresas internacionales no ofrecen productos orgánicos certificados. Por otro lado, el comercio justo y la sostenibilidad parecen ser más importantes en los mercados objetivo.

Tabla 27 - Certificaciones de exportadores de café a EAU y Arabia Saudita identificados

País	Empresa	Orgánico	Sostenible - Fair Trade - Rainforest	Ninguna
Alemania	Neumann Kaffee Gruppe (NKG)	✓	✓	
Brasil	SanCoffee	✓	✓	
	Carmo Coffee		✓	
Colombia	Azahar		✓	
	Cofinet		✓	
	Café Granja La Esperanza			✓
	Forest Coffee		✓	
	Osito Coffee	✓		
	Racafé Colombia		✓	

EE. UU.	Ally Coffee	✓	✓	
	InterAmerican Coffee (part of NKG)	✓	✓	
Etiopía	Almaz Seyoum Beyene - Almaz Coffee	✓		
	EDN Ethiopian Coffee			✓
	Legesse Sherefa Pvt Ltd Co			✓
	Primrose Coffee			✓
	Tadesse Desta Import & Export		✓	
	Testi Coffee			✓
	Yirgacheffe Coffee Farmers Cooperative Union - Yirgacheffe	✓	✓	
Indonesia	Sarimakmur Tunggalmndiri, PT	✓	✓	
	PT. Karana Spesialis Kopi		✓	
Italia	Sandalj			✓
Nicaragua	Cooperativa De Servicios Multiples - Coopnicoya			✓
	Cooperativa Multisectorial Café De Altura R.L. - Coomcafe R.L.		✓	
Perú	All Coffee Peru	✓		
	Central de Organizaciones Productoras de Café y Cacao del Perú	✓	✓	
	Coffee Microlots Peru		✓	
	Comercio Amazonia	✓	✓	
	Cultivar Coffees	✓		
	Experimental Seed			✓
	Finca Cascadas de Cueva Perú			✓
	Olam Agro - OFI	✓		
	Origin Coffee Lab	✓	✓	
	Perales Huancaruna	✓	✓	
Singapur	Olam Specialty Coffee		✓	
Suiza	Sucafina	✓		
	Blaser Trading AG	✓	✓	

4.6.1.6 Reseña de exportadores de café identificados como proveedores de los mercados objetivo

- **InterAmerican Coffee** (parte de Neumann Kaffee Gruppe)

www.interamericancoffee.com

- **País y ciudad:** EE. UU., Houston (sede de las operaciones en EE. UU.); opera a través de la red global de NKG.
- **Años de operación:** aproximadamente desde 1985 (InterAmerican Coffee); NKG tiene una trayectoria más extensa.
- **Empleados:** NKG tiene más de 3.300 empleados, pero no se especifica cuantos trabajan bajo InterAmerican Coffee.

- Tipos de productos de café exportados: Café verde de especialidad (principalmente arábica). Se centran en la importación y distribución de café verde.
- Mercados de exportación: alcance global (extensa red de Neumann Kaffee Gruppe), con una sólida presencia en EE. UU.

- **Neumann Kaffee Gruppe (NKG)**
www.nkg.net
 - País y ciudad: Alemania - Hamburgo; opera en 28 países a nivel mundial.
 - Años de operación: 36 años.
 - Empleados: Más de 3.300.
 - Tipos de productos de café exportados: todo tipo de café verde (arábica, robusta). Sus servicios incluyen el abastecimiento, la molienda en seco, el control de calidad, la mezcla y la preparación de cafés de exportación.
 - Mercados de exportación: alcance global.

- **Blaser Trading AG**
www.blasertrading.ch
 - País y ciudad: Suiza - Berna.
 - Años de operación: Desde 1922.
 - Empleados: 30
 - Tipos de productos de café exportados: café verde. Se especializan en la exportación, importación, transporte y almacenamiento de café verde para tostadores.
 - Mercados de exportación: mercados internacionales.

- **Sandalj**
www.sandalj.com
 - País y ciudad: Italia - Trieste.
 - Años de operación: desde 1946.
 - Empleados: 14
 - Tipos de productos de café exportados: cafés verdes gourmet, incluyendo arábica, robusta, descafeinado y mezclas personalizadas. Ofrecen cafés tradicionales y de especialidad, con diversos orígenes, características, variedades y métodos de procesamiento.

- Mercados de exportación: alcance global con un enfoque histórico en la importación a Italia.

- **Ally Coffee**

www.allycoffee.com

- País y ciudad: EE. UU. - Plantation, Florida (sede central); también cuenta con oficinas de ventas y abastecimiento en Australia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Etiopía, Europa y Emiratos Árabes Unidos.
- Años de operación: 15 años.
- Empleados: Más de 20.
- Tipos de productos de café exportados: café verde de especialidad. Seleccionan cafés de diversos orígenes, como Brasil, Colombia, Costa Rica, Etiopía y Guatemala.
- Mercados de exportación: América, Europa, Oriente Medio y Norte de África (MENA) y Australia.

- **Carmo Coffee**

www.carmocoffees.com.br

- País y ciudad: Brasil - Carmo de Minas (Minas Gerais).
- Años de operación: Más de 17 años.
- Empleados: más de 20m
- Tipos de productos de café exportados: café de especialidad, incluyendo diversas variedades como Bourbon Amarillo, Bourbon Rojo, Catucaí Amarillo, Catucaí Amarillo y Arara. Se centran en la innovación de los procesos postcosecha y en el cultivo de variedades de café de calidad superior.
- Mercados de exportación: mercados internacionales.

- **SanCoffee**

www.sancoffee.com

- País y ciudad: Brasil - Santo Antônio do Amparo (Minas Gerais).
- Años de operación: más de 25.
- Empleados: 20 fincas cooperativas, que apoyan a 400 productores de "Beyond Borders".
- Tipos de productos de café exportados: café verde especial (arábica, diversas variedades como Bourbon Amarillo, Icatu, Arara), incluyendo "Recetas" (perfiles de sabor consistentes) y "Preparaciones especiales" (por ejemplo, anaeróbico, inoculado, fermentación aeróbica). También destacan cafés de proyectos sociales y ambientales (Nascentes, Carbono Neutral, Orgánico, Beyond Borders).
- Mercados de exportación: globales, especialmente Estados Unidos, Australia y Japón.

- **EDN Ethiopian Coffee**

www.ednethiopiancoffee.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
- Años de operación: 8 años.
- Empleados: Menos de 10.
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde etíope de especialidad, incluyendo cafés lavados, naturales, de proceso honey y de proceso anaeróbico. Se centran en la calidad y ofrecen granos de regiones como Sidama, Yirgacheffe y Guji.
- Mercados de exportación: mercado global, en especial a Estados Unidos.

- **Testi Coffee**

www.testicoffee.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
- Años de operación: Más de 15 años.
- Empleados: 25
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde de especialidad de alta calidad. Enfatizan en la clasificación y el cribado minuciosos para garantizar granos limpios y de calidad. Trabajan con café de regiones como Sidama, Yirgacheffe y Guji.
- Mercados de exportación: mercado global.

- **Legesse Sherefa Pvt Ltd. Co.**

www.legessesherefa.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
- Años de operación: más de 55 años.
- Empleados: 30
- Tipos de productos de café exportados: nueve grados de cafés de especialidad lavados y sin lavar, incluyendo las variedades Sidamo y Yirgacheffe. Enfatizan la alta calidad del café y el cumplimiento de los estándares de calidad.
- Mercados de exportación: Estados Unidos y mercados europeos (Francia, Alemania, Italia), y cada vez más al Lejano Oriente.
-

- **Tadesse Desta Import & Export**

www.tadessedesta.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
- Años de operación: 22 años, exportando café por más de 18 años.
- Empleados: 50
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde arábica (tanto naturales como lavados), incluyendo variedades especiales, de origen único y comerciales. Procesan aproximadamente 8.000 toneladas anuales de regiones como Yirgacheffe, Guji y Sidama. También ofrecen cafés con certificación de sostenibilidad (UTZ, Rainforest Alliance) y participan en la fermentación anaeróbica.
- Mercados de exportación: Europa, Oriente Medio, Lejano Oriente, Australia y Norteamérica.

- **Unión Cooperativa de Caficultores de Yirgacheffe – Yirgacheffe**

www.yirgacheffeunion.com

- País y ciudad: Etiopía - Akaki Kaliti, Adís Abeba. Opera desde 28 cooperativas miembro en la zona de Gedeo, sur de Etiopía.
- Años de operación: más de 23 años.
- Empleados: representa a más de 26.761 caficultores (15 % mujeres) de más de 160.600 familias en 28 cooperativas miembros.
- Tipos de productos de café exportados: café Yirgacheffe de alta calidad, tanto lavado como secado al sol. Todo el café es 100 % orgánico y cuenta con certificación Fairtrade. También ofrecen café tostado claro, medio y oscuro para los mercados locales e internacionales.
- Mercados de exportación: mercado internacional.

- **Almaz Seyoum Beyene - Almaz Coffee**

www.almazcoffeeexport.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
- Años de operación: Más de 15.
- Empleados: Más de 40 empleados permanentes.
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde etíope de calidad (Sidamo, Yirgacheffe, Lekempti, Djimmah, Limmu, Guji). Exportan tanto al mercado general como al de especialidad, ofreciendo granos lavados, naturales, honey y procesados anaeróbicamente.
- Mercados de exportación: mercado global, con Japón, Estados Unidos y Alemania como mercados principales. También abastecen a importantes compradores como Mercon B.V. y Marubeni Europe PLC.

- **Primrose Coffee**

www.primrosecoffee.com

- País y ciudad: Etiopía - Adís Abeba.
 - Años de operación: 15 años.
 - Empleados: 60 empleados permanentes y 110 temporales (170 en total) dedicados a la exportación de café.
 - Tipos de café exportados: café verde etíope de especialidad, de primera calidad y comercial, tanto natural como lavado. Se les conoce por ser el primer productor de café de maceración carbónica (MC), fermentación anaeróbica y café supernatural de Etiopía desde 2017. Variedades de Yirgacheffe, Guji, Sidamo, Limu, Lekempti, Djimmah y Harar.
 - Mercados de exportación: mercado global, con exportaciones registradas a Corea del Sur, Japón, Australia, China, EE. UU., Italia, Kuwait, Catar y Arabia Saudita, entre otros.
- **Forest Coffee**
coffeegreenbeans.com
 - País y ciudad: Colombia - Bogotá. También cuenta con una entidad comercial en Sharjah (EAU), y una empresa de tostado en Denver, EE. UU.
 - Años de operación: 7 años.
 - Empleados: 15
 - Tipos de productos de café exportados: café verde colombiano de especialidad, incluyendo microlotes, procesos innovadores (como diversos métodos de fermentación) y variedades específicas (p. ej., Chiroso, Gesha, Caturra). Se centran en la oferta personalizada de café verde.
 - Mercados de exportación: mercado global. Exporta a Sharjah (EAU) desde Colombia.
- **Cofinet**
www.cofinet.com.au
 - País y ciudad: Colombia. También cuenta con oficinas en Australia, EE. UU., Reino Unido, Europa y Nueva Zelanda.
 - Años de operación: Más de 80 años; comenzó a producir, abastecer y exportar café de especialidad a nivel mundial en 2015.
 - Empleados: 25
 - Tipos de productos de café exportados: Café verde colombiano de especialidad, incluyendo mezclas regionales, microlotes y variedades exóticas. Se especializan en procesos de fermentación alternativos (p. ej., miel, lavado, perfiles únicos de variedades exóticas).
 - Mercados de exportación: mercado global.
- **Café Granja La Esperanza**
www.cafegranjaesperanza.com

- País y ciudad: Colombia - Cali (sede central), con fincas ubicadas en el Valle del Cauca (p. ej., Cerro Azul, La Esperanza, Las Margaritas) y otras regiones como Trujillo.
- Años de operación: más de 55 años; comenzó a exportar café de especialidad en 2003.
- Empleados: 22
- Tipos de productos de café exportados: cafés ultra especiales de altura, incluyendo variedades raras y exóticas como Gesha, Sidra, Bourbon Amarillo, Bourbon Rojo, Caturra, Colombia, Mandela y Bourbon Rosado. Utilizan diversos métodos de procesamiento como Natural, Lavado, Honey, Híbrido Lavado y X.O. Napoleón. Estos cafés suelen ser elogiados en concursos de clase mundial.
- Mercados de exportación: mercados de café de especialidad en todo el mundo.

- **Osito Coffee**
ositocoffee.com
 - País y ciudad: Colombia - Garzón.
 - Años de operación: 12 años.
 - Empleados: 25
 - Tipos de productos de café exportados: café verde de especialidad; también ofrece café instantáneo (lío-filizado).
 - Mercados de exportación: mercados internacionales.

- **Racafe Colombia**
www.racafe.com.co
 - País y ciudad: Colombia - Medellín.
 - Años de operación: Más de 68 años de experiencia (desde aproximadamente la década de 1950).
 - Empleados: Más de 20.
 - Tipos de productos de café exportados: Café verde arábica colombiano (convencional y de especialidad). Se encargan de la compra, trilla, comercialización y desarrollo de productos de café verde.
 - Mercados de exportación: mercado global con una presencia destacada en Estados Unidos.

- **Sucafina**
group.sucafina.com
 - País y ciudad: Colombia. Las regiones clave incluyen Huila, Antioquia, Tolima, Cauca, Caldas, Risaralda, Quindío, Valle del Cauca, Santander y Nariño.

- Años de operación: El Grupo Sucafina se fundó en 1977 y tiene una larga trayectoria en la producción y exportación de café en Colombia.
- Empleados: Más de 1500 (a nivel mundial para el Grupo Sucafina).
- Tipos de productos de café exportados: café verde arábica colombiano, conocido por su cuerpo completo y acidez brillante. Las variedades incluyen Castillo, Colombia, Caturra, Típica y Bourbon. Ofrecen diversas certificaciones (Fairtrade, Rainforest Alliance, Orgánico) y participan en segmentos de especialidad como "componentes de mezcla", "rarezas y experimentales", "café de finca única" y "café impulsados por mujeres". Los procesos incluyen totalmente lavado, natural y despulpado natural.
- Mercados de exportación: globales, atendiendo la demanda durante todo el año gracias a la variedad de épocas de cosecha en las regiones colombianas.

- **Azahar**

www.azaharcoffee.com

- País y ciudad: Colombia - Bogotá; también cuenta con una tostadora en Quindío y cafeterías en Bogotá.
- Años de operación: 14 años.
- Empleados: 47
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde colombiano, incluyendo microlotes y mezclas regionales. Se centran café de origen único de alta calidad y priorizan las relaciones directas con los caficultores.
- Mercados de exportación: mercados globales.

- **Perkebunan Nusantara (Persero) IX**

www.holding-perkebunan.com

- País y ciudad: Indonesia - Semarang, Java Central.
- Años de operación: fue fundada en 1996. (La empresa matriz, PTPN III, lleva más de 20 años operando, con orígenes en plantaciones estatales).
- Empleados: más de 1.000
- Tipos de productos de café exportados: café (arábica y robusta, incluyendo robusta de especialidad como Java Dampit Robusta WIB y Java Dampit Robusta AP). Cultivan y procesan principalmente café verde.
- Mercados de exportación: mercados globales, incluyendo EAU y Arabia Saudita.

- **PT. Karana Spesialis Kopi**

www.senimancoffee.com/karana-green-beans

- País y ciudad: Indonesia - Gianyar, Bali.

- **Años de operación:** 7 años.
 - **Empleados:** menos de 20.
 - **Tipos de productos de café exportados:** granos de café verde de especialidad, incluyendo arábica y robusta. Son conocidos por sus lotes especiales con un procesamiento complejo y minucioso, a menudo utilizando la maceración carbónica para la competencia, y se centran en la producción de cafés dulces mediante métodos de procesamiento radicales.
 - **Mercados de exportación:** principalmente Taiwán, Arabia Saudita y Corea del Sur. También exportan a Hong Kong, Letonia, Nueva Zelanda, Ucrania y EE. UU.
- **Sarimakmur Tunggalmandiri PT**
www.sarimakmurtunggalmandiri.com
 - **País y ciudad:** Indonesia – Suggal.
 - **Años de operación:** 30 años.
 - **Empleados:** más de 50.
 - **Tipos de productos de café exportados:** granos de café verde (arábica y robusta). Se la considera uno de los principales exportadores de café de Indonesia.
 - **Mercados de exportación:** los principales mercados de exportación de la empresa son China, Japón, Singapur, Corea del Sur y Estados Unidos.
- **Cooperativa de Servicios Múltiples – Coopnicoya**
www.coopnicoya.com
 - **País y ciudad:** Nicaragua - Valle Los Cardones.
 - **Años de operación:** 12
 - **Empleados:** 25
 - **Tipos de productos de café exportados:** Granos de café verde (Arábica Biolatin orgánico en bolsas). Sus datos de exportación de bolsa indican específicamente "café verde en granos arábica biolatin orgánico en bolsas".
 - **Mercados de exportación:** Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Canadá, Suecia, Francia.
- **Cooperativa Multisectorial Café De Altura R.L. - Coomcafe R.L.**
www.coomcafe.com
 - **País y ciudad:** Nicaragua - San Rafael del Norte, Jinotega.
 - **Años de operación:** 20 años (Fundada por 77 productores en 2006).

- Empleados: 7 empleados.
- Tipos de productos de café exportados: café verde orgánico (café oro orgánico) con certificación Fairtrade. Se especializan en cafés gourmet y especiales, incluyendo microlotes como cafés honey (amarillo, rojo, negro), cafés naturales, semilavados, lavados y cafés procesados anaeróbicamente. Ofrecen las variedades Caturra, Catuai, Arábica, Pacamaras y Bourbon. También venden café procesado, licor de café y pulpa deshidratada bajo su propia marca "Coomcafé".
- Mercados de exportación: Bélgica, Alemania, Francia y otros países de Europa. Los principales clientes incluyen Onks, Cafema, Sucafina, Efico y Coffeeteam SA.

4.6.2 Principales empresas peruanas exportadoras de café a EAU y Arabia Saudita

- **Perales Huancaruna S.A.C.**

perhusa.com.pe

- País y ciudad: Perú - Chiclayo, Lambayeque, Callao.
- Años de operación: más de 65 años.
- Empleados: aproximadamente 70 empleados.
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde, cafés especiales y cafés sostenibles.
- Mercados de exportación: Perales Huancaruna S.A.C. inició sus exportaciones internacionales en la década de 1980 y es reconocido como líder en la agroexportación de café peruano, abasteciendo mercados globales, incluyendo EAU y Arabia Saudita.

- **Finca Cascadas De Cueva Perú S.A.C.**

fincacascadas.com

- País y ciudad: Perú - Moyobamba.
- Años de operación: 5 años.
- Empleados: La empresa trabaja en estrecha colaboración con 20 familias.
- Tipos de productos de café exportados: granos de café de calidad especial, con un enfoque en la calidad y la excelencia de sus propias fincas.
- Mercados de exportación: mercados globales.

- **Comercio Amazonia S.A.**

www.comerciocafe.com.pe

- País y ciudad: Perú - Jaén.

- Años de operación: 27 años.
- Empleados: 50
- Tipos de productos de café exportados: café verde en grano (sin descafeinar), procesado y comercializado para exportación.
- Mercados de exportación: principalmente a Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Países Bajos y Canadá.

- **Cultivar Coffees S.A.C.**

www.cultivar.pe

- País y ciudad: Per - Lima y Jaén.
- Años de operación: 9 años.
- Empleados: 10
- Tipos de productos de café exportados: microlotes de café especial y mezclas comunitarias de pequeños productores. Las variedades incluyen Gesha, Caturra, Bourbon, Típica y otras con procesos como lavado y natural. Los perfiles de sabor varían desde florales y afrutados hasta achocolatados y dulces, con puntuaciones de cata generalmente entre 83 y 90+.
- Mercados de exportación: almacenaje en Amberes (Bélgica) y Belfast (Reino Unido), desde donde exporta activamente a Europa y Oriente Medio.

- **Experimental Seed E.I.R.L.**

experimentalseed.pe

- País y ciudad: Perú - Jaén.
- Años de operación: 6 años.
- Empleados: 10
- Tipos de productos de café exportados: café verde en grano (sin descafeinar), así como otros productos agrícolas relacionados con el café.
- Mercados de exportación: Argentina, Taiwán, Hong Kong, EAU y Estados Unidos.

- **All Coffee Peru S.A.C.**

www.instagram.com/allcoffeeperu

- País y ciudad: Perú - Amazonas y Cajamarca.
- Años de operación: 6
- Empleados: 10

- Tipos de productos de café exportados: café verde de especialidad, incluyendo microlotes y también lotes más grandes. Especialización en cafés de alta calidad de Amazonas y Cajamarca.
- Mercados de exportación: Arabia Saudita (45% de su volumen de exportación reciente), Francia (44%), Estados Unidos (10%).

- **Origin Coffee Lab**

[linkedin.com/company/origin-coffee-lab/](https://www.linkedin.com/company/origin-coffee-lab/)

- País y ciudad: Perú - Jaén y San Ignacio.
- Años de operación: 9 años.
- Empleados: 12
- Exportación de café: Café verde de especialidad en grano, incluyendo microlotes, lotes trazables y variedades únicas (Gesha y Bourbon).
- Mercados de exportación: Estados Unidos, Europa, Asia y Oriente Medio.

- **Coffee Microlots Peru S.A.C.**

No tiene website

- País y ciudad: Perú
- Años de operación: 7 años.
- Empleados: Menos de 10. Equipo pequeño y ágil enfocado en la adquisición y exportación de microlotes.
- Exportación de café: café verde de especialidad en microlotes, con énfasis en perfiles de sabor únicos y trazabilidad.
- Mercados de exportación: Estados Unidos, Europa, Asia y Oriente Medio.

- **Central de Organizaciones Productoras de Café y Cacao del Perú**

centralcafeycacao.org.pe

- País y ciudad: Perú, cooperativa de ámbito nacional.
- Años de funcionamiento: 25 años
- Empleados: opera como una cooperativa paraguas, representando a numerosas organizaciones miembro y pequeños agricultores.
- Tipos de productos de café exportados: granos de café verde (tanto convencionales como de especialidad), así como cacao.
- Mercados de exportación: mercados globales, incluyendo Estados Unidos, Europa, Asia y Oriente Medio.

4.6.3 Análisis de los competidores y comparación con el exportador peruano

Sobre la base de la información expuesta hasta ahora se puede concluir lo siguiente:

1. La mayoría de las empresas que exportan café a los mercados objetivo son multinacionales o aquellas con un número de empleados mayor de 20.
2. Entre los exportadores que venden actualmente a los mercados objetivo hay más empresas con amplia experiencia que empresas que iniciaron sus operaciones internacionales recientemente.
3. El 92% de las empresas analizadas ofrece café de especialidad y el 42% del total también ofrece café convencional.
4. En cuanto a las certificaciones, la certificación orgánica, común para el suministro de café peruano, no representa necesariamente una ventaja apreciada en los mercados objetivo, puesto que la mayoría de los proveedores internacionales venden café sin certificación orgánica. La sostenibilidad y la trazabilidad parecen ser más importantes en estos mercados.
5. Entre el 30% y el 46% de los proveedores internacionales ofrecen variedades de arábica disponibles en Perú. Esto significa que las características sensoriales y los sabores de las variedades peruanas tienen buena aceptación en EAU y Arabia Saudita, aunque no sean las predominantes. Sin embargo, solo entre el 20% y el 30% de las empresas peruanas mencionan ofrecer estas variedades. El dato más llamativo es que el 60% de las empresas peruanas no indica en su presencia en Internet qué variedades de café ofrece.
6. Este último punto coincide con una característica común de la información publicada por los exportadores peruanos y disponible a los potenciales compradores internacionales:
 - a. Sus sitios web suelen ser anticuados y, en la mayoría de los casos, no ofrecen detalles sobre las características de los productos ofrecidos.
 - b. Algunas empresas solo publican información sobre su organización y sus productos solo en las redes sociales. Esta información es, además, relativamente incompleta y no ofrece datos claros sobre sus fortalezas, variedad de sus productos ni certificaciones. Solo las 3 empresas que son también los más grandes exportadores de café verde de Perú, ofrecen información detallada sobre sus productos y tienen cierto desarrollo de marca.

El ejemplo de Forest Coffee

Cabe resaltar que ser joven no significa necesariamente tener menos éxito en los mercados internacionales. Un ejemplo de una empresa exitosa que actualmente exporta a los EAU y Arabia Saudita es la colombiana Forest Coffee.

Una familia, propietaria de una pequeña finca, decidió representar a varias fincas asociadas y promocionar su café de especialidad mediante dos elementos clave:

- Una narrativa detallada y creativa que cuenta la historia de cada finca y sus productores, más allá de la simple descripción de la calidad del café. Esto se complementa con un empaque atractivo y exótico.

- La creación de una red de almacenes en mercados clave de todo el mundo, incluyendo Dubái, que almacenan lotes específicos listos para su entrega en cuestión de horas o días desde la recepción del pedido, incluso en cantidades limitadas.

No solo las empresas colombianas, sino también los productores de la India, han comprendido que, debido a las características del mercado y al gran número de pequeños compradores potenciales, tener un punto de almacenaje en los EAU es clave para atender los mercados regionales. Las empresas que han logrado implementar esta estrategia están cosechando los frutos de sus inversiones.

V. Análisis de la demanda

A continuación, se describe el desarrollo de los principales factores que afectan la demanda de café en los dos mercados objetivo: el comportamiento del PIB, la dinámica poblacional y las tendencias del sector turismo en estos países. Como se observará, se prevé un crecimiento de todos los componentes de la demanda en los próximos dos años, confirmando un ambiente positivo para el desarrollo del consumo del café.

Tasa de crecimiento del PIB

Desde 2022 EAU ha experimentado tasas de crecimiento superiores a las previsiones internacionales, llegando al 6.5% en 2023, por un lado, gracias a los altos precios del petróleo entre 2022 y 2024, pero, sobre todo, gracias a algunos cambios estructurales de la economía no petrolera¹⁸. Estos cambios se deben sobre todo a las políticas de promoción de la inversión extranjera y del sector manufacturero con motivo de “*Operation 300 Billion*”, la estrategia de desarrollo industrial de los EAU que apunta a triplicar el PIB del sector manufacturero para el año 2031. En los próximos años el FMI mantiene previsiones positivas gracias al continuo flujo de turistas, la estabilidad del sector de construcción y la llegada de miles de millonarios desde Reino Unido, India y China.

Por otro lado, para Arabia Saudita el FMI prevé tasas de crecimiento positivas aún con precios del petróleo bajos, gracias al crecimiento de la economía no petrolera promovido por las reformas del gobierno que empezaron en 2016. El sector turismo y manufacturero serán los que empujarán el crecimiento principalmente.

Tabla 28 - Crecimiento esperado del PIB real de EAU y Arabia Saudita 2025 - 2027

País	2025	2026	2027
EAU	4 %	4,9 %	5 %
Arabia Saudita	3 %	3,7 %	3,6 %

Fuente: Fondo Monetario Internacional – Julio 2025

La población en EAU y Arabia Saudita

La población de EAU ha crecido constantemente en los últimos 20 años, sobre todo debido al flujo de migrantes y expatriados que representan más del 90% del total de habitantes. El último censo oficial se llevó a cabo en 2010 y hay datos contrastantes sobre el número exacto de residentes en el país. Según el FMI, se espera que la población crezca 0.7% en 2025 superando 11 millones de habitantes como lo indica la tabla siguiente:

Tabla 29 - Crecimiento de la población de los EAU 2019-2025

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Población (Millones)	9,5	9,28	9,86	10,29	10,68	11	11,08
Crecimiento %		-2,3%	+6,1%	+4,4%	+3,8%	+3%	0,7%

Fuente: Fondo Monetario Internacional

¹⁸ El sector petróleo y gas representó en 2012 el 32.6% del PIB frente al 25.7% en 2023; la cuota del PIB del sector manufacturero pasó de 8.5% a 11.2% en el mismo periodo.

La población de Arabia Saudita ha crecido constantemente entre 1980 y 2024, aunque experimentó caídas en 2018, 2019 y 2021 debido a las políticas de limitación de la mano de obra extranjera que tenían el objetivo de aumentar la participación de los trabajadores sauditas en el mercado laboral. Entre 2021 y 2025 la población creció nuevamente, sobre todo por nuevos flujos de trabajadores y expatriados, necesarios para llevar a cabo los proyectos de infraestructura, logística, industria y hotelería que el gobierno está financiando. El FMI prevé un crecimiento de 2% en 2025.

Tabla 30 - Crecimiento de la población de Arabia Saudita 2019-2025

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Población (M)	30,06	31,55	30,78	32,17	33,7	35,3	36,01
Crecimiento (%)		5	-2,4	4,5	4,8	4,7	2

Fuente: Fondo Monetario Internacional – Abril 2024

Turistas en EAU y Arabia Saudita

Según el Ministerio de Economía y Turismo de EAU, en 2023 llegaron más de 28 millones de turistas al país, que promedio permanecieron 3 días en el país. Mientras Dubái recibió más de 18 millones de turistas en 2024, Abu Dabi se ha afirmado como nuevo destino turístico de alto nivel en la región gracias a la apertura de hoteles de lujo, museos internacionales, establecimientos de entretenimiento y a una estrategia de promoción exitosa del emirato. Respecto a los esfuerzos de cada emirato en este frente, cabe mencionar la nueva política federal que coordina las iniciativas de promoción de los 7 emiratos ofreciendo a los turistas una oferta más amplia de itinerarios para extender su estadía en el país.

A pesar de que Arabia Saudita había estado por mucho tiempo cerrada al turismo, tradicionalmente ha sido la meta de millones de peregrinos religiosos que visitan la Meca cada año. En contraste con su tradición de país cerrado, uno de los pilares de crecimiento económico de la Vision 2030 es precisamente el turismo. En 2016, cuando se lanzó, Vision 2030 indicó entre sus metas la de atraer 100 millones de visitantes al país para el año 2030. Esta meta se alcanzó con mucho adelanto en 2023 y la nueva meta del plan para 2030 es ahora 150 millones. No obstante, los turistas no religiosos que visitan el país son todavía predominantemente procedentes de la región del Golfo. El incremento de las personas que llegan al país se debe, en gran medida, al aumento de los peregrinos a la Meca y a los hombres y mujeres de negocios que diariamente visitan el reino país por razones de trabajo o para participar en las ferias internacionales, que han crecido en número y dimensiones en los últimos 3 años. Además, ha aumentado el turismo interno puesto que los mismos ciudadanos sauditas tiene ahora la oportunidad de visitar nuevos sitios turísticos en regiones de gran interés cultural y natural que no tenía estructuras hoteleras hasta el principio de esta década.

Todos estos flujos de visitantes tienen un impacto fundamental en la demanda de café en el país.

5.1 Perfil del consumidor

Población

El perfil del consumidor en los dos países objetivo se diferencia especialmente por un factor estructural: aun cuando en los últimos años la población extranjera en Arabia Saudita ha crecido, la mayoría de la población es de ciudadanos sauditas (58%). En contraste, en EAU, desde hace décadas, más del 90% de la población no es Emirati¹⁹.

¹⁹ Aun siendo de la misma nacionalidad, existen rasgos de consumo diferentes entre las regiones de Arabia Saudita. Sin embargo, la base cultural y étnica, las tradiciones y las creencias son mucho más homogéneas en Arabia que en EAU, determinando un perfil de consumo más uniforme.

Sin embargo, los dos países tienen en común un rasgo muy importante, la juventud de la población, como se describe en la siguiente tabla. El 90% de la población en ambos mercados tiene menos de 54 años²⁰.

Tabla 31 - Edad de la población de Arabia Saudita y EAU

País	Millones 2023	Menores de 30 años	Menores de 54 años
EAU	9,51	36%	90%
Arabia Saudita	32,17	50%	

Fuente: UAE Federal Statistics and Competitiveness Authority, Saudi Arabia General Authority for Statistics

En 2025, los factores principales que afectan el perfil del consumidor son:

En EAU

1. Intensificación de la concentración del nivel de ingreso de la población, con una nueva ola de residentes millonarios, y, por consiguiente, una polarización de la demanda de alimentos y bebidas.
2. Intensificación de la diversidad étnica, lo cual hace imposible identificar un único perfil de consumidor puesto que los estilos de vida, los gustos, las creencias religiosas, los valores morales y culturales, los intereses y las preferencias varían significativamente entre los diferentes grupos nacionales.

Tabla 32 - Nacionalidades más numerosas entre los residentes de EAU en 2023

País	Porcentaje sobre el total
India	38 %
Pakistán	16,7 %
Bangladesh	7,4 %
Filipinas	6,9 %
Irán	4,7 %
Egipto	4,2 %
Nepal	3,2 %

Fuente: Federal Competitiveness and Statistics Center

En Arabia Saudita

1. Intensificación de la polarización del nivel de ingreso de la población, como se explica en los párrafos siguientes, debido a la llegada de un gran flujo de alto ejecutivos occidentales y nuevos trabajadores asiáticos.
2. Cambios sociales debidos a la disminución del control religioso de la sociedad que ha determinado una nueva participación de las mujeres en el mercado laboral y nuevas oportunidades de socialización entre mujeres y

²⁰ Cabe resaltar la existencia de dos factores que llevarán a un aumento de la población de mayores de 54 años en la próxima década: por un lado, los cambios en las leyes laborales que hasta el 2020 autorizaban la expedición de visas de trabajo solo hasta los 60 años y que ahora son más flexibles; y por el otro, el crecimiento del número de empresarios internacionales que escogen los Emiratos como sede principal de sus empresas.

hombres, con impacto directo en la industria de la hospitalidad y del entretenimiento, así como del perfil del consumo, como se describe más adelante en el análisis de las tendencias.

Tabla 33 - Nacionalidades más numerosas entre los residentes de Arabia Saudita en 2023

País	Porcentaje sobre la población extranjera
Bangladesh	15,8 %
India	14,1 %
Pakistán	13,6 %
Yemen	13,5 %
Egipto	11 %
Sudan	6 %
Filipinas	5,4 %

Fuente: Saudi Arabia General Statistics Authority

PIB per cápita e ingresos

Como se ha indicado, ambos mercados objetivo se caracterizan por una fuerte polarización del poder de compra de los consumidores, de tal modo que el PIB per cápita, aunque sea uno de los más altos del mundo, no refleja adecuadamente la realidad del mercado.

Tabla 34 - PIB per cápita PPP a precios constantes (USD) 2019 - 2024

País	2019	2020	2021	2022	2023	2024
EAU	68.871	65.785	67.401	68.868	68.578	68.585
Arabia Saudita	62.648	57.421	62.690	67.179	64.482	62.667

Fuente: Banco Mundial 2025

En EAU, la continua llegada desde 2021 de miles de millonarios de Rusia, Europa, China e India que, por lo general, buscan tranquilidad fiscal y seguridad al transferir su residencia principal a Dubái o Abu Dabi, ha llevado a un crecimiento acelerado de la demanda de productos gourmet y de super lujo. Por otro lado, la inflación, sobre todo en el sector vivienda, y el gran flujo de personas que llegan a buscar trabajo en los EAU, ha provocado una disminución de los salarios reales de los trabajadores, con un aumento de la demanda de productos étnicos y de precios bajos.

En Arabia Saudita, la riqueza se ha concentrado tradicionalmente entre los miembros de la familia real Al Saud, que se cuentan por miles²¹. Paralelamente, en 2021 el 13.6% de la población vivía en la pobreza según datos de ESCWA²². Si, por un lado, a raíz de las grandes obras y proyectos del gobierno, ha aumentado el flujo de migrantes que reciben salarios anuales menores de USD5.000, por otra parte, el gobierno y las grandes empresas locales han contratado consultores y gerentes internacionales que reciben salarios de cientos de miles y hasta millones de dólares anuales, creando una nueva demanda de productos de lujo y experiencias exclusivas en el sector HORECA.

En flujo de empleados extranjeros, tanto en el segmento más alto del mercado como en el más bajo, y el aumento de empresas internacionales que abren oficinas en Arabia Saudita, ha generado un incremento general de los precios de la vivienda y de

²¹ La familia Al Saud tiene alrededor de 15.000 miembros, pero la riqueza se concentra en cerca de 2.000 de ellos.

²² Fuente: <https://www.unescwa.org/publications/policy-reforms-lift-three-million-gcc-nationals-poverty>

los servicios en general, lo cual está influyendo negativamente en el nivel de vida de la población local, sobre todo en Riad. Por ejemplo, muchos jóvenes se mudan a las afueras de la ciudad porque no pueden pagar los arriendos en el área central. Sin embargo, como se observa a continuación, la disminución del poder de compra de los jóvenes locales no ha afectado sus deseos de consumir café en las cafeterías más caras de la ciudad.

5.2 Análisis de tendencias y variedades preferidas

Un factor clave detrás del crecimiento de la demanda de café, tanto en los EAU como en Arabia Saudita, ha sido la rápida expansión de cafeterías independientes. Estos establecimientos, impulsados por emprendedores locales, están desafiando cada vez más el dominio que antes mantenían las grandes cadenas de cafeterías.

Si bien cada mercado se ve influido por dinámicas particulares, las cafeterías independientes en ambos países se enfocan principalmente en café de especialidad y parte de ellas funcionan también como tostadores. A pesar de la presencia continua de grandes marcas, los operadores independientes y tostadores especializados están ganando cuota de mercado de manera constante, sobre todo en Dubái.

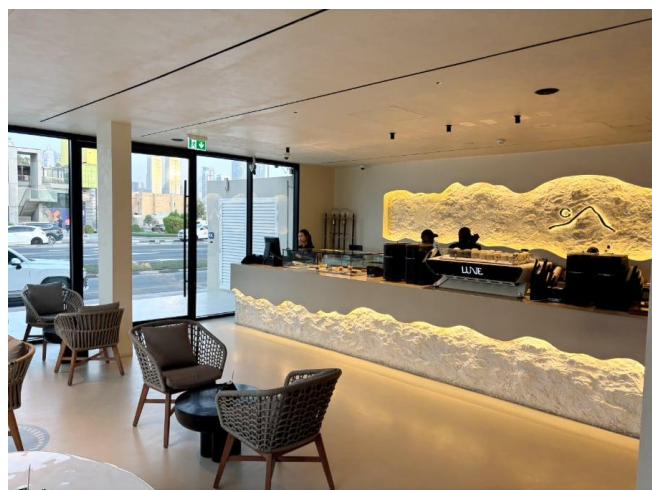
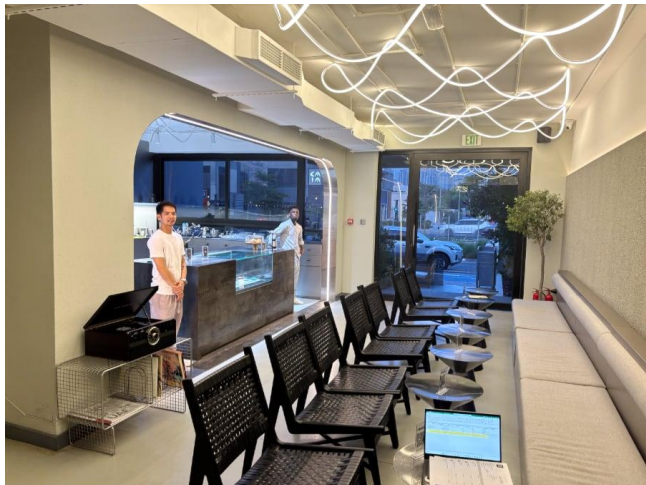
Las tendencias de consumo en los EAU y Arabia Saudita presentan notables similitudes, con una preferencia creciente por el café premium, tostado localmente y por experiencias de cafetería únicas. Este cambio refleja una transformación más amplia en la cultura cafetera regional, impulsada por una clientela más joven y exigente.

Cafeterías

- Las cafeterías se han convertido en escenarios de autoexpresión, creatividad e innovación culinaria. Estos espacios “*instagramables*” son íconos de la era de las redes sociales.²³ Los operadores han elevado su oferta gastronómica, transformando *lattes*, pasteles e incluso el pan tostado en piezas de arte comestibles y visualmente atractivas. Los baristas crean diseños elaborados sobre la espuma del café ideales para compartir en redes sociales.
- Si bien la comida y las bebidas ocupan un lugar central, el diseño interior de la cafetería proporciona el entorno esencial. Las estéticas excepcionales y minimalistas son ahora el sello distintivo de las cafeterías *instagramables*: combinan la simplicidad con elementos audaces y llamativos. La fórmula ganadora suele ser simple: líneas limpias, luz natural y algunos elementos de diseño destacados que hacen que cualquier ángulo sea fotogénico.
- El arte local juega un papel cada vez más importante en la producción de la experiencia de las personas que visitan las cafeterías. Varios establecimientos exhiben obras de artistas de la región, desde pinturas abstractas hasta fotografías en blanco y negro o murales hechos a mano que reflejan la comunidad local. Esto sirve para imprimir un aire de autenticidad a los establecimientos.
- Ofrecer una experiencia lujosa y cuidadosamente curada a los clientes, aun en algo tan cotidiano como una taza de café, es una tendencia que se mantiene. Se espera que el segmento premium del mercado de las cafeterías siga expandiéndose, impulsado por consumidores que buscan calidad, personalización y exclusividad.²⁴

²³ Fuente: Hospitality News ME - edición de junio 2025.

²⁴ Fuente: Garfield Kerr, CEO de Mokha 1945.



Los productos

La mayoría de las tendencias del café para 2025 continúan evolucionando desde años anteriores, pero algunas están ganando mayor tracción ahora y se están volviendo convencionales.

- Según opiniones de gerentes de empresas especializadas en conceptos innovadores de alimentos y bebidas en Dubái, los consumidores actuales están profundamente interesados en el origen del café que beben. Quieren saber dónde se cultivó, quién lo produjo y cómo fue procesado. Este enfoque en la trazabilidad y la obtención ética del producto ha convertido la procedencia en un punto clave de venta, especialmente entre las marcas independientes.²⁵ Estas marcas ponen énfasis en contar la historia del producto, siguiendo su recorrido desde el grano hasta la taza, para conectarse con su público.
- Las bebidas de café frío continúan creciendo en popularidad. Más allá del tradicional *cold brew*, los *mocktails* de café están surgiendo como una tendencia importante, fusionando la sofisticación de la coctelería con la cultura del café.
- En término de sabores, los consumidores jóvenes están demandando más cafés con diferentes notas obtenidas a través de la fermentación. Actualmente se encuentran en el mercado cafés fermentados con melón, patilla y combinación de frutas (*Tutti-Frutti*).
- La demanda por café orientado a la salud también está en aumento, ya que los consumidores buscan cada vez más ingredientes funcionales como adaptógenos, colágeno, antioxidantes y nootrópicos. Estos productos atraen personas enfocadas en el bienestar y que buscan bebidas que beneficien la función cerebral, la inmunidad, la digestión y la salud en general. Se espera que este segmento continúe expandiéndose a medida que la salud y el estilo de vida sigan convergiendo en la categoría del café.²⁶
- En el frente minorista, el mercado de café listo para beber (RTD) se está perfilando para tener un fuerte crecimiento en 2025. Las marcas ahora compiten por ser las primeras en ofrecer productos instantáneos que iguallen la calidad y el sabor del café de especialidad recién preparado.

El caso saudita

Aunque desde afuera Arabia Saudita y los EAU pueden parecer compartir características y tendencias similares, un análisis más profundo revela que el crecimiento explosivo del mercado saudí del café en los últimos seis años está estrechamente relacionado con la transformación social y política más amplia del país.

Para comprender plenamente esta rápida expansión, es esencial considerar las importantes reformas que ha experimentado Arabia Saudita en la última década, particularmente tras el lanzamiento de la Visión 2030 por parte del príncipe heredero Mohammed Bin Salman (conocido como MBS). Esta agenda nacional de transformación impulsó un gran cambio en los valores sociales y creó nuevas oportunidades, especialmente para la juventud saudí que ingresa al mercado laboral.

Entre los factores clave del cambio se encuentran las inversiones públicas a gran escala en los sectores de hospitalidad y turismo en diversas regiones del país. Estas incluyen la introducción de procesos simplificados para obtener visados turísticos, mejoras importantes en la infraestructura pública y esfuerzos específicos para atraer inversión extranjera directa. En conjunto, estas iniciativas han abierto el mercado saudita a influencias internacionales y han contribuido, de manera directa e indirecta, a un aumento en el consumo y la demanda de café en todo el país.

Uno de los factores más transformadores en la importancia social actual de las cafeterías en Arabia Saudita ha sido la reducción de la autoridad de la policía religiosa como resultado de las reformas impulsadas por el príncipe heredero MBS.

²⁵ Fuente: Richard Cowling, Director de Operaciones de Gates Hospitality

²⁶ Fuente: Khalid Al Mulla, CEO de SCA Capítulo EAU

Históricamente, normas estrictas regulaban el comportamiento en público: no se permitía que hombres y mujeres que no fueran de la misma familia se sentaran juntos en restaurantes o cafeterías, y la policía religiosa tenía autoridad para hacer cumplir códigos de vestimenta y restringir las interacciones sociales. Estas limitaciones comenzaron a flexibilizarse a partir de 2016, marcando un cambio cultural profundo.

Por primera vez en muchas décadas, los jóvenes pudieron socializar libremente en espacios públicos, comer en los mismos lugares y disfrutar de música en cafés y restaurantes, lo que puede parecer cotidiano en sociedades occidentales pero que representaron una gran transformación social en Arabia Saudita. Dado que más del 50% de la población tiene menos de 30 años, el impacto ha sido especialmente notorio entre la juventud.

El sector HORECA respondió rápidamente a esta nueva realidad social. Desde 2016, ha habido un fuerte aumento en el número de cafeterías y restaurantes diseñados como puntos de encuentro social. Estos lugares no solo son para comer y beber, sino que ahora cumplen funciones esenciales de socialización, autoexpresión e intercambio cultural, respondiendo a una necesidad largamente reprimida de interacción pública entre mujeres y hombres jóvenes.

Otro factor clave que influye en el precio del café en Arabia Saudita, especialmente al compararlo con otros mercados regionales e internacionales, es la prohibición del consumo de alcohol en espacios públicos. En ausencia de bares o locales que sirvan alcohol, las cafeterías actúan como la principal alternativa, funcionando como puntos de encuentro para socializar, entretenerse y vivir la vida nocturna. Desde la óptica del gasto, los jóvenes locales tienden a gastar menos en una salida nocturna a una cafetería que sus pares en países europeos que frecuentan bares o clubes. Por lo tanto, aunque el precio por taza de café de especialidad en Arabia Saudita pueda parecer relativamente alto, sigue formando parte de una experiencia social más accesible comparada con el gasto en ocio nocturno en mercados donde se permite el alcohol.

En este contexto, una tendencia importante en el diseño de cafeterías está surgiendo en Arabia Saudita: la fusión de tradición y modernidad. De hecho, la forma tradicional de preparar y servir el café en el país, conocida como Gahwa, está profundamente arraigada en las costumbres saudíes, es símbolo de hospitalidad, identidad y comunidad. Servido en elegantes *dallahs* (cafeteras árabes tradicionales) junto con dátiles e incienso, y vertido siempre con la mano derecha en pequeñas tazas de cerámica sin oreja (*finjan*), el Gahwa refleja valores de respeto, concordia y pertenencia transmitidos de generación en generación. Una nueva ola de emprendedores saudíes busca localizar y reinventar la experiencia del café inspirados en el Gahwa. Esta revitalización incluye obtener granos de regiones como Al Baha, incorporar motivos arquitectónicos tradicionales Hejazi y Najdi, y combinar tradiciones del Gahwa con sabores y técnicas contemporáneas. Algunas cafeterías ahora organizan eventos culturales, noches de poesía y reuniones comunitarias, uniendo tendencias modernas con el rico legado cultural saudí y revitalizando el significado tradicional de la cafetería como espacio social.

Preferencias de los consumidores de café

Mientras que el análisis de tendencias se basa, sobre todo, en declaraciones de especialistas del sector sobre su experiencia y sus expectativas, tanto a nivel nacional como internacional, para comprender más a fondo la experiencia de los consumidores con cafés especiales y sus preferencias, se visitaron y contactaron un total de 40 cafeterías en Arabia Saudita y 40 en los EAU para hablar con baristas y personal de atención al público. Entre ellas, fue posible obtener respuestas de 20 cafeterías en Arabia Saudita y 25 en EAU. El objetivo del análisis es entender lo siguiente: Cuáles son las preparaciones de café que los clientes prefieren.

1. Si los clientes reconocen y tienen preferencias respecto al origen del café.
2. Si los clientes reconocen y tienen preferencias en términos de variedad del café.
3. Si los clientes conocen el café peruano y cuál es su percepción al respecto.
4. Qué nacionalidades frecuentan más las cafeterías que ofrecen cafés de especialidad.

Aunque el número de cafeterías incluidas en la encuesta no es estadísticamente significativo, de su análisis pueden identificarse algunos patrones distintivos de la demanda de café en ambos mercados. La comparación de las preferencias entre los dos

países confirma lo identificado en la primera parte de esta investigación, en cuanto al nivel de precios y tipos de café importados en los dos mercados.

La tabla siguiente resalta que, en las cafeterías entrevistadas en EAU, casi el 70% de los consumidores prefieren cafés preparados con leche, incluyendo leches vegetales.

Tabla 35 - Tipos de preparación preferidas por los consumidores en EAU y Arabia Saudita

Tipo de café	Arabia Saudita	EAU
Preparaciones con leche	45%	68%
V60	60%	40%
Espresso	10%	24%
Cafés helados	15%	28%
Americano - Long Black	20%	16%

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting – Julio 2025

En Arabia Saudita el conocimiento de las variedades de café parece ser un poco más amplio que en los Emiratos. Sin embargo, el 50% de los clientes o más no preguntan por variedades específicas. Hay que subrayar, de todas maneras, que los administradores de algunas cafeterías indicaron que los consumidores conocen perfectamente los orígenes, las diferencias en precio de cada origen y variedad, y tienen preferencias definidas. Sin embargo, esto no pasa en la mayoría de las cafeterías.

Las variedades indicadas en la tabla siguiente son las que los baristas nombraron como las preferidas por los clientes.

Tabla 36 - Variedades de café preferidas por los consumidores en EAU y Arabia Saudita

Variedad de Café	Arabia Saudita	EAU
Gesha	30%	24%
Típica	20%	0%
No preguntan	50%	42%
El barista sugiere	10%	12%

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting

Confirmando los resultados de las estadísticas de importación, en Arabia Saudita, según lo indicado por los baristas, el origen preferido de café es Etiopía, aunque Colombia y Brasil son importantes en ambos mercados.

Tabla 37 - Orígenes de café preferidos por los consumidores en EAU y Arabia Saudita

Origen	Arabia Saudita	EAU
Etiopía	70%	52%
Colombia	35%	16%
Brasil	10%	28%
Guatemala	5%	-
Yemen	10%	-

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting

Las personas entrevistadas señalaron que, en general, los consumidores no preguntan por cafés orgánicos ni sostenibles. De todas maneras, orgánico parece ser más popular que sostenible. Es importante resaltar que el énfasis en la sostenibilidad es relevante para que un café sea clasificado como especial, pero esta connotación no refleja necesariamente la sensibilidad del público en los mercados objetivo.

Tabla 38 - Tipo de certificación que piden los consumidores en EAU y Arabia Saudita

Tipo de café	Arabia Saudita	EAU
Sostenible	5%	4%
Orgánico	15%	16%
Ninguno	75%	80%

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting

Tabla 39 - Nacionalidad de los consumidores que preguntan detalles del café en EAU y Arabia Saudita

Nacionalidad de los clientes	Arabia Saudita	EAU
Principalmente locales	65%	40%
Locales y extranjeros de forma equivalente	25%	60%

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting

De los datos de la tabla siguiente se percibe que muy pocas de las cafeterías entrevistadas han tenido experiencia con café peruano.

Tabla 40 - Percepción del café peruano en cafeterías de EAU y Arabia Saudita

Respuesta	Arabia Saudita	EAU
Nunca lo han probado	85%	90%
Lo han probado – Percepción negativa	-	10%
Lo han probado – Percepción positiva	15%	

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting

En síntesis, las entrevistas con baristas y administradores de cafeterías indican que:




- La mayoría de los consumidores que frecuenta cafeterías que ofrecen cafés de especialidad en EAU prefieren tomar el café con preparaciones que contienen leche: capuccino, cortado, *spanish latte*, *flat white*, mientras que en Arabia Saudita la mayoría de los cafés indican que el formato de mayor demanda es V60, seguido por café filtrado negro, es decir, formatos que no contienen leche y que son más apropiados para degustar café especial de alto valor.
- El origen de mayor demanda y reconocimiento en ambos mercados es Etiopía, seguido por Colombia, en el caso de Arabia Saudita, y por Brasil, en el caso de EAU.
- Gesha es la variedad de café más reconocida y con mayor demanda en ambos mercados. En Arabia Saudita el 50% de las cafeterías indicaron que los clientes no distinguen entre diferentes variedades de café, mientras que en EAU más del 60% de los respondientes indicaron que sus clientes sí las reconocen. En EAU las respuestas sobre las variedades incluyeron también menciones sobre el tipo de tratamiento del café, como por ejemplo la fermentación anaeróbica.

- Con respecto a las preferencias en términos de café orgánico o sostenible, el 75% de los cafés en Arabia Saudita indicaron que sus clientes no piden ni cafés orgánicos ni sostenibles, y el 4% indicó que a veces piden café orgánico o que todos sus cafés son orgánicos. En EAU el 16% de las cafeterías indicaron que sus clientes piden a veces cafés orgánicos y solo el 4% indicó que piden cafés sostenibles.

5.3 Presentaciones y precios al consumidor final

La siguiente tabla incluye una selección de las presentaciones al consumidor final más comunes de café de especialidad y origen único. Estos productos se venden en las cafeterías que ofrecen café de especialidad y en unos pocos supermercados, como Waitrose en los EAU.

Tabla 41- Presentaciones y precios del café en EAU y Arabia Saudita

Producto	Marca	Peso	Precio	Origen	Variedad	Foto
Woods Specialty Café (Arabia Saudita & UAE)						
Brasil Stamayá	Woods Specialty Café	1 kg	219 SAR	Brasil	Bourbon amarillo (Starmaya)	
Colombia Passion Fruit Sidra	Woods Specialty Café	250 g	149 SAR	Colombia	Sidra Bourbon	
Ethiopia Guji	Woods Specialty Café	1 kg	209 SAR	Etiopía	Heirloom (Guji)	




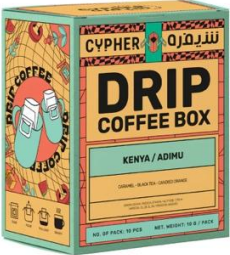
Yemeni Raspberry Haraz	Woods Specialty Café	250 g	113 SAR	Yemen	Mokha / Heirloom	
Ethiopia Distilled Coffee Envelope Box	Woods Roastery	5 sachets (15g c/u)	AED 37.99	Etiopía	Uraga	
Colombia Zarza Coffee Envelope Box	Woods Roastery	5 sachets (15g c/u)	AED 36.99	Colombia	Zarza	
Bam's (Arabia Saudita)						
Yemeni Haraz Coffee Beans	Barn's	250 g	69 SAR	Yemen	Ja'adi (Haraz)	
Saudi Coffee with cardamom	Barn's	250 g	34 SAR	Arabia Saudita	Arabica (Qahwa)	
Essence (Arabia Saudita)						

Uganda Mananasi	Sawaa Roastery	250 g	57.50 SAR	Uganda	Parainema	
Papua Guinea Jack Sparrow	Coffee Factory	1 kg	59 SAR	Papua Nueva Guinea	Blue Mountain	
Rwanda Vicharo	Durar Roastery	250 g	54 SAR	Ruanda	Arabica	
Java Estate Palawan	Roasting House	227 g	32.99 SAR	Indonesia	Typica	
Qiddiya Mixture	Riyadh Roastery	250 g	65 SAR	Guatemala Etiopía Indonesia	Arabica / Heirloom / Bourbon	

Qava Shop (Arabia Saudita)

Brazil Jaguar Coffee Beans	dr. CAFE	200 g	58 SAR	Brasil	Caturra, Mundo Nova	
Costa Rican Coffee	dr. CAFE	200 g	58 SAR	Costa Rica	Caturra, Catwai	
Indonesia Gayo Coffee	OTH Roastery	250 g	49 SAR	Indonesia	Absinya	
Ethiopian Yirgacheffe Aricha	dr. CAFE	200 g	66 SAR	Ethiopia	Heirloom	
Black Knight Roastery Colombia Excelso	Black Knight Roastery	1 kg	144.38 SAR	Colombia	Catura, Castillo	

Piccolo Roastery Ethiopia Nensebo	Piccolo Roastery	250 g	57.36 SAR	Ethiopia	Mixed Ethiopian Heirloom	
Specialty Drip Coffee Bags – Yemen	Drip On	75g	SAR 37.95	Yemen	Haraz	
Specialty Drip Coffee Bags – Uganda	Drip On	75g	SAR 28.75	Uganda	Rwenzori	
Waitrose (UAE)						
No.1 Sumatra Mandheling Coffee Beans	Waitrose	227g	AED 45.50	Indonesia		
Americano coffee bags	BRW Society	100 g (10 bags)	AED 31.50	Brasil		
Bin Dawood (Arabia Saudita)						

Privé specialty coffee capsules	Cofique	55 g (10 cápsulas)	SAR 23.75	Costa Rica	
Privé specialty drip coffee bags	Cofique	60 g (10 bolsas)	SAR 28	Etiopía	
Cypher (UAE)					
Santa Gertrudis Geisha	Cypher	55 g (10 cápsulas)	37 AED	Ecuador	
Cypher	Cypher	100 g (10 bolsas)	65 AED	Kenia	

Fuente: compilado por ORIENS International Business Consulting

5.4 Percepción del producto peruano

Los resultados de las entrevistas a los administradores de las cafeterías han revelado lo siguiente con respecto al reconocimiento y percepción del café peruano:

- En EAU el 10% ha servido café peruano en el pasado, pero, según uno de los baristas, el café peruano no es apropiado para mezclarlo con leche, así que no continuaron haciendo pedidos. Otro barista mencionó que el sabor del café no es ni muy dulce ni muy fuerte, por lo que no les pareció muy interesante a los clientes y no volvieron a ordenarlo.

- En Arabia Saudita el 85% de las cafeterías indicó que nunca han probado café peruano. Una cafetería indicó que probaron un microlote en el pasado, pero no volvieron a comprar. Otra comentó que lo compraron en el pasado y lo vendieron todo, mientras que otra cafetería más dijo que en la sede de Riad no tienen café peruano pero sí en su cafetería en Dubái.

Durante las entrevistas, las visitas a las cafeterías y las conversaciones con algunos de los importadores más reconocidos del sector, sobre todo de cafés de especialidad, se ha confirmado lo que se identificó en las cafeterías:

1. El público general desconoce el café peruano.
2. Las cafeterías no tienen razones para comprar el café peruano si las tostadoras no les presentan variedades interesantes.
3. Algunos de los importadores saben que el café peruano es de alta calidad y tiene variedades potencialmente interesantes para el mercado. Unos consideran también que el precio del café no es demasiado alto por el nivel de calidad ofrecida. Sin embargo, no han tenido alicientes para comprar café peruano y promoverlo.

En general, existe un potencial interés, sobre todo en Arabia, en explorar el origen Perú, pero los importadores titubean cuando se trata de importar grandes cantidades.

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

6.1 Medidas Arancelarias

Tanto el café verde como el tostado están libres de aranceles en EAU y Arabia Saudita.

Tabla 42- Tratamiento arancelario del café en EAU y Arabia Saudita

Código H.S.	Descripción	Arancel
	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.	
	- Café, sin tostar:	
09 01 11 00	-- Sin descafeinar	Libre
09 01 12 00	-- Descafeinado	Libre
	- Café tostado:	
09 01 21 00	-- Sin descafeinar	Libre
09 01 22 00	-- Descafeinado	Libre
09 01 90 00	- Los demás	Libre

6.2 Medidas No Arancelarias

6.2.1 Medidas Técnicas

6.2.1.1 Estándares de calidad para el café verde y tostado

La GCC *Standardization Organization* (GSO) es una entidad regional responsable de desarrollar y promover normas y reglamentos técnicos unificados entre los estados miembros del Consejo de Cooperación del Golfo (GCC).

La GSO desarrolla normas y reglamentos técnicos unificados para diversos productos y servicios. Estas regulaciones abarcan calidad, seguridad, salud, protección ambiental y desempeño de los productos.

Las normas aplicables para el café verde y tostado son las siguientes:

- GSO 442: 2021 | Granos de café verde
- GSO 2197:2024 | Café y productos de café - Granos de café tostado

Otras normas del GCC que definen aspectos específicos del café, tanto verde como tostado son las siguientes:

- GSO 21 "Reglamentos Sanitarios de Fábricas de Alimentos y su Personal"
- GSO 382 "Límites Máximos de Residuos de Plaguicidas en Productos Agrícolas y Alimenticios"
- GSO 193 "Contaminantes y Toxinas en Alimentos"
- GSO ISO 4072 "Café Verde en Sacos – Muestreo"
- GSO ISO 6666 "Probadores de Café"
- GSO 839 "Envases de Alimentos – Parte Uno: Requisitos Generales"
- Especificación Estándar pendiente de aprobación por parte de la autoridad relacionada con "Productos Alimenticios – Determinación de la Actividad del Agua"

Clasificación del café verde

Los granos de café verde deben clasificarse según la norma GSO 442: 2021 | Granos de café verde:

- Grado 1: Máximo 5 defectos completos por 350 g, sin defectos primarios, sin granos inmaduros, actividad de agua máxima 0.70 aw.
- Grado 2: Máximo 8 defectos completos por 350 g, se permiten defectos primarios, máximo 3 granos inmaduros.
- Grado 3: 9-23 defectos completos por 350 g, máximo 5 granos inmaduros.
- Grado 4: 24-86 defectos por 350 g.

La norma proporciona una descripción de los defectos divididos en primarios y secundarios:

Defectos primarios: defectos que incluyen granos de café completamente negros, acidez total, vainas/cerezas, materia extraña, daño por hongos y daño severo por insectos, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 43 - Defectos primarios

Defectos primarios	Número de recurrencias que representan un defecto completo
Completamente negro	1
Acidez completa	1
Cereza/vaina	1
Materia extraña	1
Daños por hongos	1
Daños graves por insectos	5

Fuente: GSO 442: 2021 | Granos de café verde



Fuente: GSO 442: 2021 | Granos de café verde

Defectos secundarios: Defectos que incluyen pergamino, cáscara/vaina, granos de café rotos o astillados, daños leves por insectos, parcialmente negros, parcialmente ácidos, flotadores, cáscara, inmaduros y marchitos, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 44 - Defectos secundarios

Defectos primarios	Número de recurrencias que representan un defecto completo
Pergamino	5
Cáscara	5
Roto/Astillado	5
Daños leves causados por insectos	10
Parcialmente negro	3
Parcialmente ácido	3
Flotador	5
Cáscara	5
Inmaduro	5
Marchito	5

Fuente: GSO 442: 2021 | Granos de café verde



Fuente: GSO 442: 2021 | Granos de café verde

Empaque, transporte y almacenamiento del café verde

El producto empaquetado debe almacenarse en lugares limpios y bien ventilados, alejados de fuentes de calor, humedad y sustancias nocivas, preferentemente en envases o sacos de color oscuro.

Prescripción de calidad para los granos de café tostado

Los requisitos están detallados en la GSO 2197:2024 | Café y productos de café – Granos de café tostado, en particular:

- El contenido de cafeína no debe ser inferior al 0,8% en masa, y para el descafeinado no debe superar el 0,1%.
- El producto debe estar libre de cuerpos extraños, impurezas, insectos y sus partes o residuos.
- Debe conservar sus propiedades naturales y estar libre de rancidez o cualquier olor extraño.
- Debe ser homogéneo en color, variando de marrón claro a marrón oscuro.
- El contenido de humedad no debe superar el 5% en masa.
- La ceniza total no debe superar el 5% en masa.
- La ceniza insoluble en ácido no debe superar el 1% en masa.
- La materia soluble en agua debe estar entre el 25% y el 32% en masa.
- La alcalinidad de la ceniza soluble en agua en mililitros de ácido clorhídrico 0,1 N por gramo de material debe estar entre 3,5 y 7.
- El extracto con éter de petróleo no debe ser inferior al 8,5% en masa.
- Los granos de café tostado, enteros y molidos, descafeinados, deben cumplir con la norma GSO indicada en (2.10).
- El contenido de acrilamida en los granos de café tostado no debe superar los 400 µg/kg.

Regulaciones de plaguicidas

La regulación para los residuos de plaguicidas está detallada en la GSO 382 “Límites máximos de residuos de plaguicidas en productos agrícolas y alimenticios”.

En el siguiente enlace están disponibles los documentos para el mercado de KSA

<https://www.sfda.gov.sa/sites/default/files/2019-06/PESTICIDE-RESIDUES-AGRICULTURAL-FOOD-PRODUCTS.pdf>

Para cada sustancia se detalla un límite, como se ilustra en la tabla siguiente.

Tabla 45 - Ejemplo de la GSO 382

Sustancia	Producto	Límite
Azoxystrobin	Café en grano	0,03 mg/Kg
	Frutas cítricas	15 mg/Kg
	Semillas de algodón	0.7 mg/Kg
	Arándano	0.5 mg/Kg

Fuente: GSO 282: 2021 | Granos de café verde

6.2.2 Medidas No Técnicas

6.2.2.1 Documentos y procedimiento de importación en EAU y Arabia Saudita

Registro de productos

Antes de importar café a EAU o Arabia Saudita, los productos deben ser registrados individualmente en el sistema correspondiente:

- SFDA para Arabia Saudita
- Municipalidad de Dubái o la Municipalidad del emirato por el cual entra el producto a EAU. En el caso de Abu Dhabi la autoridad es Adafsa

En ambos mercados el registro normalmente lo gestiona el importador, una empresa local acreditada que debe cargar en el sistema una imagen del producto y la etiqueta, y registrar información adicional como los ingredientes, el país de origen, los valores nutricionales y otros detalles. El tiempo requerido para completar el registro suele ser de tres a diez días si la información es correcta. El registro no tiene fecha de expiración. En el caso de productos envasados el registro está vinculado al código de barras.

Prescripciones de etiquetado

En los dos mercados objetivo las etiquetas de los productos envasados o empacados deben contener la siguiente información:

- Nombre comercial y descripción del producto.
- Contenido neto: peso neto (sólidos) y volumen neto (líquidos).
- Condiciones de almacenamiento.
- Lista de ingredientes (en orden descendente).
- País de origen.
- Advertencia sobre el contenido de alérgenos.
- Nombre y dirección del fabricante o empacador.
- Información nutricional.
- Nombre de la marca.
- La información obligatoria en cualquier etiqueta debe cumplir con el estándar de EAU para el etiquetado de alimentos preenvasados (UAE.S 9).
- Respecto a la vida útil del producto existen 2 normas:
 - Fecha de caducidad para productos alimenticios- parte 1: fecha de caducidad obligatoria (UAE.S150-1)
 - Fecha de caducidad para productos alimenticios- parte 2: fecha de caducidad voluntaria (UAE.S 150-2)
- El estándar para requisitos de etiquetas nutricionales en EAU es (UAE.S 2233).
- La norma de aditivos permitidos para uso en alimentos en EAU es (UAE.S 192).
- Existen normas generales aplicables a cualquier producto alimenticio, y normas específicas para cada tipo de alimento que pueden consultarse en el Ministerio de Industria y Tecnología Avanzada.
- Es responsabilidad del consignatario del producto leer y cumplir con los requisitos para cumplir las normas aplicables.

Formato prescrito para información nutricional

Nutrition Facts	
8 servings per container	
Serving size	2/3 cup (55g)
Amount per serving	
Calories	230
% Daily Value*	
Total Fat 8g	10%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	13%
Dietary Fiber 4g	14%
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	20%
Protein 3g	
<small>* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.</small>	

Existen excepciones particulares para ingredientes industriales que deben ser confirmadas por los clientes.

Los siguientes productos no están permitidos ni pueden ser registrados o aprobados por el departamento de seguridad de alimentos:

Tabla 46 – Productos alimenticios no permitidos en Arabia Saudita y EAU

Ingredientes	Nombre del producto	Imágenes en la etiqueta	Producto no alimenticio	Formas del producto alimenticio	Declaraciones, reivindicaciones	Palabras en la etiqueta
<ul style="list-style-type: none"> - Semillas de amapola - Semillas de cáñamo - Hierbas medicinales - Hojas de betel - Sándalo rojo - 100% Maca o ginseng - Alcohol o vino - Insectos - Licor de chocolate 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre alcohólico - Nombres de productos que incluyan la palabra cigarrillo, póker, bala y detox o palabras similares 	<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes religiosas (como mezquitas) - Cruces - Copa de bebida alcohólica - Cartas de juego - Balas o cualquier tipo de arma como empaque o alimento 	<ul style="list-style-type: none"> - Suplementos - Productos médicos - Alimento para animales - Cosméticos - Detergente 	<ul style="list-style-type: none"> - Cigarrillo - Tabletas de medicamento 	<ul style="list-style-type: none"> - Curación de cualquier enfermedad - Bajo IG - Bajo en carbohidratos - Diabético, diabetes - Hadiz (dichos del profeta Mahoma) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dormir - Calma - Relajante - Comodidad - Belleza - Desnudo - Revivir

Fuente: Dubai Municipality²⁷

Documentos de envío

Es importante verificar siempre los requisitos con los clientes y el agente de carga en el momento de la generación del pedido, ya que la normativa está en constante evolución y los requisitos pueden cambiar sin previo aviso. Es posible incluso que se apliquen nuevas reglas a mercancía ya en tránsito, lo que genera problemas a la llegada al puerto de entrada en el destino.

El conjunto típico de documentos requeridos para liberar la carga está compuesto por:

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado sanitario
- Certificado de origen
- Conocimiento de embarque (emitido por la empresa transportadora)

Todos los documentos deben ser físicos y originales, sellados y firmados, y entregados a los agentes de carga de los clientes antes de la llegada del contenedor al puerto de destino.

En caso de documentación faltante o incompleta, la carga puede llegar a ser retenida, con los consiguientes costos adicionales de almacenamiento, y además pueden aplicarse multas.

Se recomienda recibir instrucciones y aprobación por escrito de los clientes para las etiquetas y los documentos de envío a fin de evitar disputas y malentendidos.

En caso de envíos aéreos, es práctica común que el juego original de documentos viaje en un sobre sellado acompañando la mercancía, para poder contar con la copia física disponible al momento del despacho.

El Certificado Halal no es obligatorio para el café, pero puede ser un requisito de los clientes para ciertos segmentos, y en general es un plus.

La copia del Certificado Orgánico para artículos declarados como orgánicos debe acompañar la mercancía

Hay que prestar especial atención a declaraciones como "Libre de OGM" o cualquier otra, ya que en principio este tipo de declaraciones deben estar respaldadas por certificados oficiales.

Recursos útiles

- Autoridad Saudita de Alimentos y Medicamentos: www.sfda.gov.sa/en
- Municipalidad de Dubái: www.dm.gov.ae
- Organización de Estandarización del GCC: www.gso.org.sa/en/standards/

²⁷ La fuente de esta tabla es Dubai Municipality y ha sido usada porque contiene los productos no permitidos en ambos mercados objetivo.

- Centro Internacional de Acreditación de los Emiratos (EIAC) eiac.gov.ae
- Ministerio de Industria y Tecnología Avanzada: moiat.gov.ae
- Código Alimentario de EAU: www.dm.gov.ae/documents/food-code-english-v01

6.3 Normas Privadas

En los mercados objetivo no existen normas privadas aplicables a la importación y comercialización de café verde o tostado.

VII. Logística

7.1 Canales de distribución

Café Verde

Los canales de distribución de café verde en Arabia Saudita y EAU son muy parecidos, siendo la dimensión y el número de los actores las mayores diferencias entre los dos países. El café verde de productores internacionales llega al mercado a través de:

- Grandes comercializadoras multinacionales con sede típicamente en Suiza, Alemania, Singapur, Hong Kong o EE.UU.
- Importadores locales, la mayoría de los cuales son también distribuidores.
- Directamente a los tostadores grandes y de mediana dimensión.

En el caso de café estándar, los importadores son por lo general mayoristas y reexportadores. En pocos casos los pequeños tostadores que tienen también sus cafeterías importan directamente de productores internacionales.

Es importante señalar una diferencia estructural entre los dos mercados objetivo en términos de tipo de empresas comercializadoras que importan café verde. Aunque las aduanas de Arabia Saudita y EAU no publican datos de los importadores y de los proveedores de café verde, a través de los registros de exportación de los países exportadores es posible identificar un número representativo de importadores.

- Según los datos publicados por 8 países exportadores que representan el 73% del total del café verde importado por Arabia Saudita, hubo 69 empresas que importaron café verde al país en 2024²⁸.
- Según los datos publicados por 10 países exportadores que representan el 45% del total del café verde importado por EAU, hubo 114 empresas que importaron café verde al país²⁹.

De estos datos se evidencia que:

- El mercado de café verde de Arabia Saudita se caracteriza por pocos grandes importadores que importan sobre todo café convencional. Se trata de empresas tradicionales que comercializan no solo café sino una serie de otros

²⁸ Fuente: SeAir – Exim Solution Database

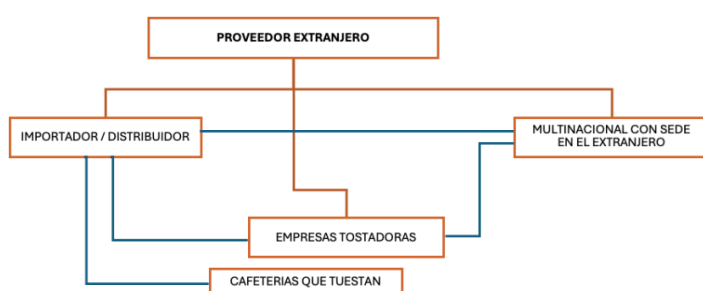
²⁹ Fuente: SeAir – Exim Solution Database

productos genéricos. Sin embargo, en los últimos 5 años, unas pocas nuevas empresas han iniciado operaciones enfocadas en la importación de café de especialidad, al igual que algunas grandes cadenas de cafeterías que importan sus propios cafés especiales.

- El mercado de café verde en EAU se caracteriza por una serie de importadores tradicionales que importan otros productos genéricos junto con el café, y un amplio número de pequeños importadores que están más enfocados en cafés de alta calidad y café especiales. El mercado de EAU es mucho más segmentado y cada comercializador importa cantidades muy inferiores a las que importan los comercializadores en Arabia Saudita.

En este contexto, los exportadores peruanos tienen la posibilidad de alcanzar importantes incrementos en ventas a través de esfuerzos de mercadeo concentrados en pocos actores en Arabia Saudita.

Gráfico 8 - Canales de distribución de café verde en los EAU y Arabia Saudita



Las tostadoras representan un eslabón fundamental de la cadena de distribución y, en varios casos, también de comercialización, pues unas venden productos al consumidor final, tanto en sus cafeterías como en línea en sus propios sitios web.

Como ya se ha explicado en el capítulo 4, las tostadoras son principalmente de dos tipos:

- Grandes tostadoras industriales tradicionales que producen diferentes tipos de café, incluido el tradicional café arábigo, y que operan en los mercados objetivo hace décadas.
- Pequeñas tostadoras, a menudo centradas únicamente en la producción para su propia cafetería y en la venta a unas pocas cafeterías seleccionadas que ofrecen cafés de especialidad. En el capítulo 4 se ha incluido un breve perfil de las tostadoras más relevantes.

Es importante subrayar que no hay un registro preciso de número de tostadoras en los dos países, y las fuentes, aún aquellas oficiales en el mismo país, citan datos diferentes. El número aproximado de tostadoras en Arabia Saudita varía entre 500 y 1.000, y en EAU entre 200 y 300.

Café tostado

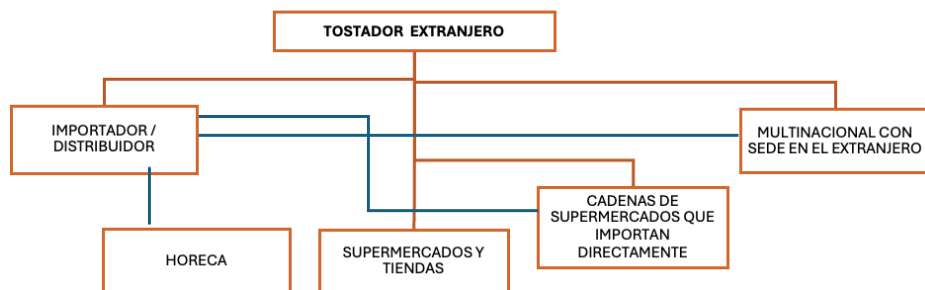
El productor internacional de café tostado vende a:

- Los importadores/distribuidores locales. Por lo general, los importadores son también distribuidores.
- Las empresas multinacionales que revenden a importadores/distribuidores locales.
- Unas cadenas de supermercados que están en capacidad de importar directamente y, a menudo, desarrollar cafés con su propia marca. Es el caso, por ejemplo, de Waitrose (www.waitrose.ae), que vende café *single origin* con marca propia.

En el sector HORECA, sobre todo en lo que concierne a los hoteles, los importadores/distribuidores no venden solo el café, sino que proporcionan también los equipos para su preparación en comodato de uso: los hoteles/caferías no compran los equipos, sino que se los ofrece el distribuidor como parte de un contrato anual o multianual de abastecimiento de café con unas cuotas mínimas de compra garantizadas. Por esta razón, la figura del distribuidor en el sector HORECA es clave.

Por su parte, los supermercados ofrecen, en general, una gran variedad de marcas de café, incluyendo cápsulas, pods y, naturalmente, café instantáneo. El café listo para el consumo y frío ha ganado espacio en las estanterías en los últimos años, sobre todo en las tiendas de conveniencia.

Gráfico 9 - Canales de distribución de café tostado en los EAU y Arabia Saudita



7.1.1 Rutas de acceso

La distancia entre Perú y los mercados de destino objetivo de EAU y Arabia Saudita supera los 15.000 kilómetros en línea recta, lo que representa un importante desafío logístico con opciones limitadas para envíos directos tanto por vía aérea como marítima. La logística desde el país de origen hasta el país de destino es un aspecto clave para el éxito del proceso de exportación; en particular, los factores a optimizar son los siguientes:

1. **Costos totales del envío**, no solo el flete marítimo, sino también los costos asociados a la producción y gestión de la documentación, empaque, procedimientos y operaciones en los puertos de origen y destino, así como la logística terrestre en ambos extremos.
2. **Tiempo de tránsito**, que es especialmente crucial para productos con vida útil corta, pero también relevante para el nivel de inventario y el impacto financiero, ya que un tránsito más largo requiere mayores inventarios de seguridad.
3. **Riesgos**, incluyendo tanto la variación en el tiempo de tránsito, que puede causar quiebres de inventario, como el riesgo de daños al producto y el incumplimiento de la normativa relevante.

En el caso específico del café peruano, tanto verde como tostado, la mayoría de los productos se envían en contenedores marítimos, dejando el transporte aéreo como una solución costosa para cubrir faltantes o líneas premium específicas o preferencias del cliente. Esto se debe a la naturaleza del producto, que puede almacenarse de forma segura durante un tiempo prolongado y no requiere contenedores refrigerados, así como al valor en términos de USD/kg en comparación con los costos adicionales del transporte aéreo.

Es importante considerar la situación geopolítica, que puede afectar gravemente la disponibilidad de rutas y, posteriormente, el tiempo de tránsito. Por ejemplo, el impacto del bloqueo del Canal de Suez debido a accidentes navieros, el incremento del riesgo de seguridad por los ataques hufies en 2024, que impidió el paso de barcos por el Mediterráneo, así como la congestión en los puertos de China derivada de la pandemia de COVID-19 y sus secuelas.

Se recomienda privilegiar la ruta con el menor número de transbordos posibles, ya que estos pueden implicar un riesgo de retrasos si se pierden las coincidencias.

En general, el agente de carga que maneje la logística es la mejor fuente para obtener información actualizada y elegir la ruta óptima al destino en el momento del envío; es importante mantener flexibilidad y adaptarse a condiciones cambiantes con frecuencia.

Vale la pena mencionar que el tiempo de tránsito también repercute en los aspectos financieros de la transacción, ya que los pagos suelen estar ligados a la llegada de los contenedores a los puertos de destino, y los retrasos pueden tener consecuencias financieras para las partes involucradas.

Es de suma importancia asegurar que la documentación esté perfectamente conforme a las regulaciones y evitar errores administrativos que puedan retrasar el envío, incrementar los costos por demoras y penalizaciones, o, en casos extremos, causar el rechazo de la carga.

7.1.2 Costos logísticos

7.1.2.1 Ruta marítima hacia EAU

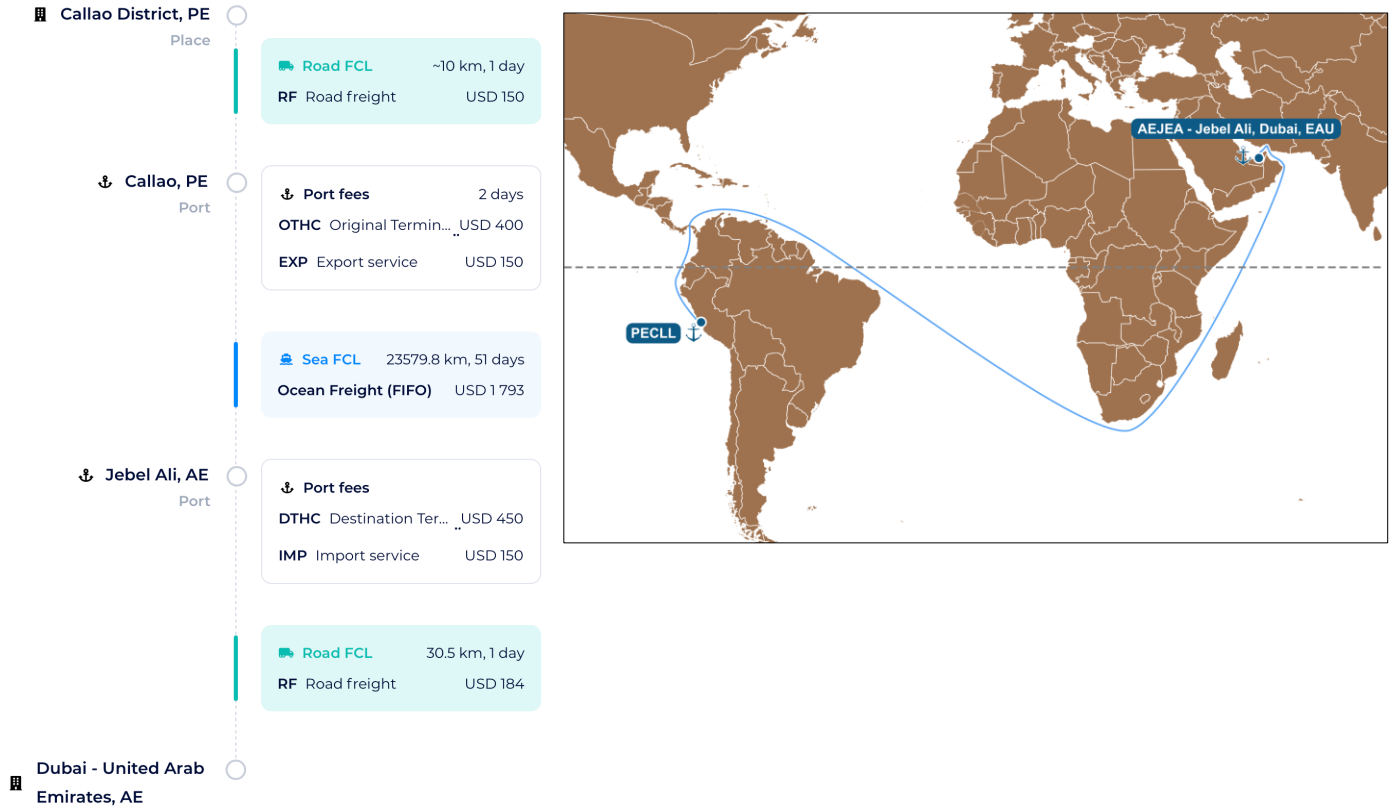
El principal puerto de entrada en EAU es Jabal Ali (también conocido como Jebel Ali), situado en Dubái en dirección hacia Abu Dabi. Se pueden considerar otros puertos según la preferencia del cliente.

Mapa 1 - Puertos marítimos y aeropuertos internacionales en EAU



La ruta desde Perú implica uno o más transbordos y puede durar entre 40 y 60 días, con varias navieras y rutas disponibles; aquí se presenta un ejemplo a julio de 2025 con un desglose de costos logísticos desde la bodega de origen hasta la bodega del cliente (excluyendo derechos aduaneros)::

Mapa 2 - Ruta marítima Callao - Jebel Ali



Esta opción para un contenedor estándar seco de 20 pies requiere aproximadamente 55 días desde EXW hasta DAP, con un costo de USD3.277

7.1.2.2 Ruta marítima hacia Arabia Saudita

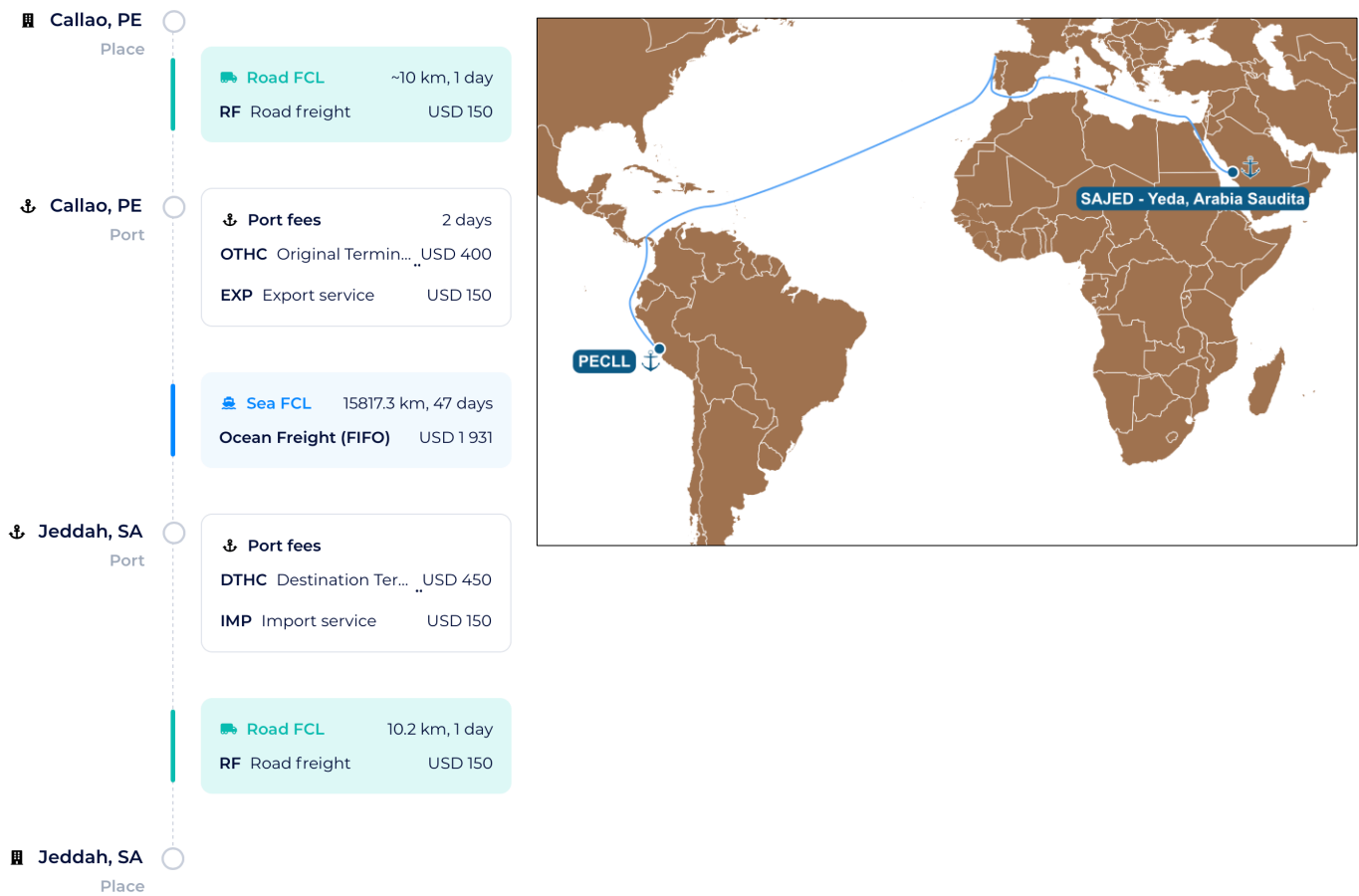
Arabia Saudita tiene una superficie de 2.149.690 kilómetros cuadrados y las distancias internas son significativas; la elección del puerto de entrada dependerá de la optimización de la cadena de suministro de los clientes.

Los principales puertos son Yeda, en el Mar Rojo, y Dammam, sobre el Golfo Pérsico para llegar a Riad, la capital, cubriendo la ruta interna de los contenedores típicamente por ferrocarril.

a. Puerto del Callao -> Puerto de Yeda

Aquí se muestra, a modo de ejemplo y con datos de julio de 2025, la ruta hacia Yeda; cabe señalar que esta ruta ha sido afectada por los ataques hufies, lo que ha hecho que algunos barcos cambien de ruta rodeando el sur del continente africano.

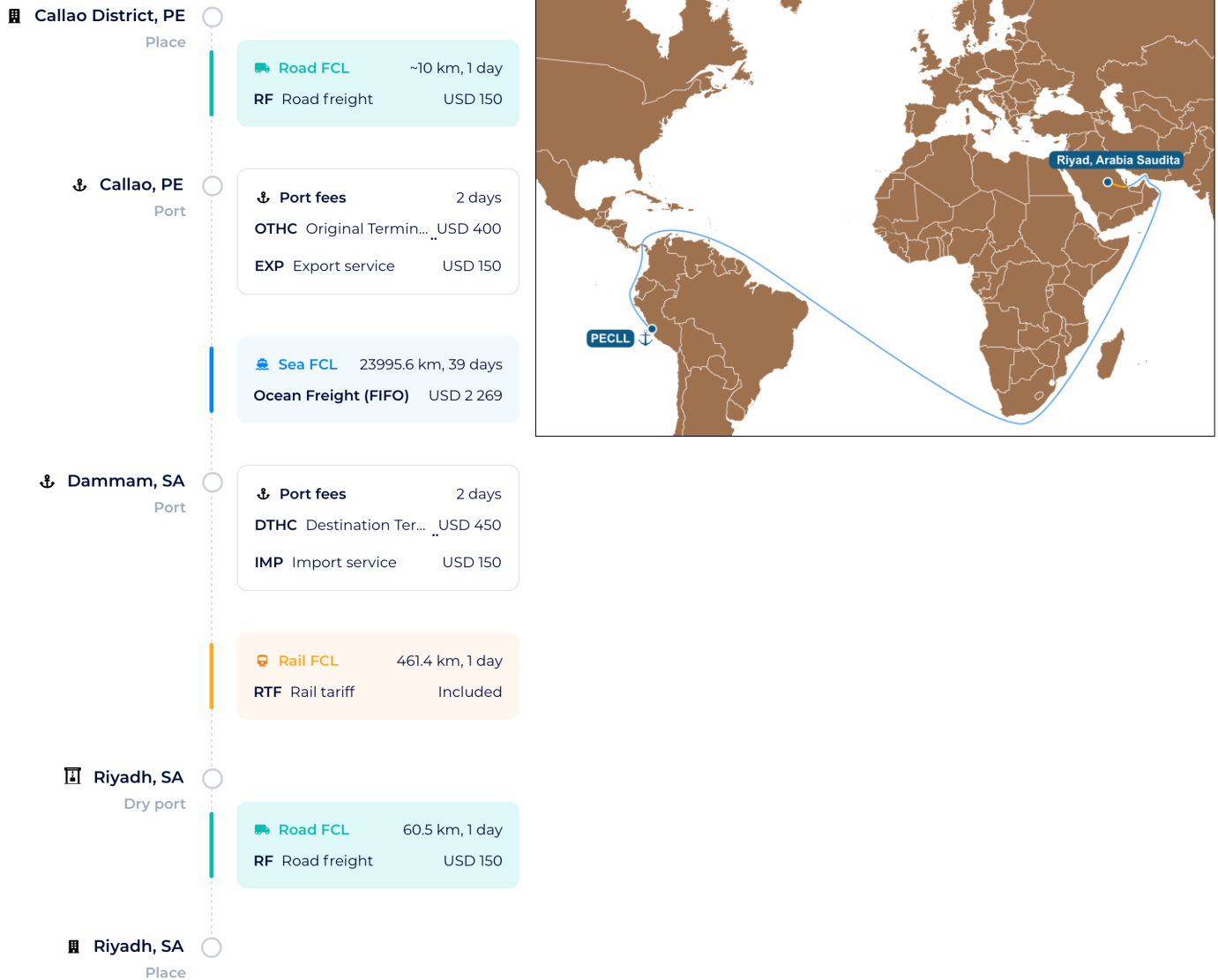
Esta opción para un contenedor estándar seco de 20 pies requiere aproximadamente 51 días desde EXW hasta DAP, con un costo de USD3.381



b. Puerto del Callao -> Puerto de Dammam -> Riad

La siguiente es una opción para llegar Riad a través de Dammam:

Esta opción para un contenedor estándar seco de 20 pies requiere aproximadamente 46 días desde EXW hasta DAP, con un costo de USD3.719



7.1.2.3 Envíos aéreos

Ejemplo de ruta aérea desde Lima hasta el Aeropuerto Internacional de Dubái vía Ámsterdam.

Jorge Chávez International Airport to Dubai International Airport



Via AMS (Amsterdam Airport Schiphol)

Departs from LIM → DXB Arrives at

Scheduled services

Flight 1 LIM to AMS Flight 2 AMS to DXB

Flight #	Departs	Arrives	Duration	Aircraft / Vehicle
KL 0744	17:30	12:50 (+1)	12h 20m	Boeing 777-300ER

Flight 1 LIM to AMS		Flight 2 AMS to DXB			
Flight #	Departs	Arrives	Duration	Aircraft / Vehicle	
 KL 0427	14:20	23:00	6h 40m	Boeing 777-300ER	
 KL 0427	14:20	23:00	6h 40m	Boeing 777-200 / 200ER	



Ruta alternativa de Lima a Dubai World Central Al Maktoum Airport (DWC)



LIM Jorge Chávez		DWC Al Maktoum	1 day 4h Every 1-2 weeks	\$0.00 Rates N/A	927kg CO ₂ e Lowest
---------------------	--	-------------------	-----------------------------	---------------------	-----------------------------------

	LIM Jorge Chávez International Airport	12h 22m Every 1-2 days	10,288 km 6,392 mi.		667kg CO ₂ e
	CDG Charles de Gaulle International Airport	Approx 6hrs			
	CDG Charles de Gaulle International Airport	10h 15m Every 1-2 weeks	5,258 km 3,267 mi.		260kg CO ₂ e
	DWC Al Maktoum International Airport				

En general, el precio de los envíos aéreos puede oscilar entre 3 y 5 USD por kilogramo neto de mercancía dependiendo de la aerolínea elegida.

7.1.3 Principales agencias de transporte

A continuación, se presentan los tipos de sitios web y plataformas con información sobre rutas y donde se pueden obtener cotizaciones de costos logísticos:

1. Sitios web de las principales navieras de contenedores (para consultar sus propios itinerarios):

- Maersk: www.maersk.com/local-information/latin-america/peru/routes
- MSC (Mediterranean Shipping Company): www.msc.com
- CMA CGM: www.cma-cgm.com
- Hapag-Lloyd: www.hapag-lloyd.com
- ONE (Ocean Network Express): www.one-line.com/en/service-maps
- PIL (Pacific International Lines): www.pilship.com
- SeaLead: www.sea-lead.com

2. Plataformas de comparación de tarifas de flete / agentes de carga digitales: estas plataformas permiten obtener cotizaciones instantáneas o casi inmediatas de múltiples transportistas y, a menudo, muestran los detalles de las rutas.

- Fluent Cargo: www.fluentcargo.com
- Globy Logistics: globy.com
- SeaRates: www.searates.com
- Shipa Freight: www.shipafreight.com
- Eurosender: www.eurosender.com

3. Agentes de carga: tanto EAU como Arabia Saudita son destinos de importación desarrollados y existen numerosas empresas de transporte experimentadas. A continuación, se incluye una lista seleccionada de compañías con experiencia en café y presencia tanto en Sudamérica como en Medio Oriente:

CLM CARGO

www.clmcargo.com

+57 317 6433531 | +57 314 6317731 | +60 4 3221525

Customer@clmcargo.com

Access World (Perú) SAC

www.accessworld.com

+51 (1) 437-4444

SAM_Commercial@accessworld.com

Vollers Hamburg GmbH

www.vollers.com

+49 40 78874-669
marco.franz@vollers.com

BAFCO Headquarters

bafcointl.com
 +966 12 642 0333
inquiry@bafcointl.com

7.2 Canales de Comercialización

7.2.1 Ventas al detal

De acuerdo con estadísticas publicadas por los organizadores de la feria *World of Coffee Dubai 2024*, el consumo individual de café en los EAU alcanzó 1.36 kg en 2023, mientras que en Arabia Saudita diferentes estudios calculan que el consumo anual individual supera los 2.77 kg.³⁰

Los principales canales de comercialización del café incluyen hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia, cafeterías que venden directamente café a sus clientes, hoteles, cadenas de cafeterías internacionales y restaurantes.

Los supermercados, hipermercados y tiendas de conveniencia ofrecen una amplia gama de cafés, incluyendo café en grano, café molido, cápsulas, pods y, en forma creciente, cafés listos para el consumo (categoría que representó 32 millones de ventas solo en la ciudad de Dubái en 2023)³¹, tanto en lata como en otros formatos ya descritos.

Las siguientes tablas describen las principales cadenas de supermercados en los EAU y en Arabia Saudita.

Tabla 47 - Lista de supermercados e hipermercados en los EAU en 2025

Empresa	Puntos de Venta	Área	Categoría de Compras
Abu Dhabi Coop	45	Abu Dabi, Sharya	Importador/compra localmente
Al Maya Group	45+ (en EAU) / 90+ (EAU y CCG)	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor
All Day Minimart	80	Nacional	Importador/compra localmente
Al Safeer Group	24 (supermercados) + 65 (tiendas independientes)	Regional	Compra localmente / pequeño importador
Aswaaq	20+	Local	Compra localmente/ Importa
Carrefour Hypermarket	28	Regional	Compra localmente / importa
Carrefour Supermarket y Market	143	Regional	Compra localmente / importa

³⁰ Fuente: Muchas fuentes indican diferentes niveles de consumo per cápita, este valor es el resultado del volumen neto de importación dividido por la población total. El dato es solo una aproximación a la realidad puesto que la población total incluye niños que no consumen café, y no incluye el número de turistas que consumen café durante su estadía en el país.

³¹ Fuente: Dubai Chambers 2024

Choithrams	55+	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor
Geant / Le Marche	20+	Dubai	Compra localmente
Lulu Hypermarket	76	Nacional	Importador/compra localmente/distribuidor (EMKE)
Lulu Supermarket	140	Nacional	Importador/compra localmente/distribuidor (EMKE)
Lebanese Fruit Co. (LIFCO)	12+	Nacional	Importador/compra localmente/distribuidor
Park n' Shop	4	Dubai	Importador/compra localmente/distribuidor
Spinney's Dubai	62	Regional	Importador/compra localmente
Zoom	150+	Nacional	Importador/compra localmente
Waitrose	14	Regional	Importador/compra localmente
West Zone Supermarkets	150+	Nacional	Importador/compra localmente
FMart	14	Regional	Importador/compra localmente

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting³²

Tabla 47 - Lista de supermercados e hipermercados en Arabia Saudita en 2025

Empresa	Puntos de Venta	Área	Categoría de Compras
Danube Hypermarket KSA	57	Regional	Hipermercado/Supermercado
Bin Dawood Stores KSA	87	Nacional	Hipermercado/Supermercado
Tamimi Markets KSA	110+	Nacional	Compra localmente / importa
Manuel Markets	12+	Regional	Compra localmente
Al Sadhan Trading Company	30+ (incluye marcas Al Sadhan y SPAR)	Regional	Importador/Supermercados
Al Jazeera Shopping Center	7+	Local	Supermercado/Tiendas
Lagate Retail C Stores	50+	Nacional	Grocery store / Conveniencia
Trolley Retail C Stores	89 (en Kuwait)	Nacional	Grocery Stores / Conveniencia
Lulu	56+ (total en KSA)	Nacional	Importador/compra localmente/distribuidor
Spinney's	2 (expansión a 12 para 2028)	Regional	Importador/compra localmente
Panda	182+	Nacional	Hipermercado/Supermercado

Fuente: Compilado por ORIENS Consulting³³

³² La lista no pretende ser exhaustiva de los supermercados que operan en el país pero incluye los más reconocidos.

³³ La lista no pretende ser exhaustiva de los supermercados que operan en el país pero incluye los más reconocidos.

Las ventas en línea están creciendo en ambos países. En EAU las ventas de alimentos y bebidas en línea en 2023 fueron de casi USD1.200 millones y se prevé que sigan aumentando con una tasa de crecimiento CAGR de 9.7% entre 2024 y 2027³⁴. En Arabia Saudita, según una investigación publicada en junio 2025, el mercado en línea del café listo para consumir debería alcanzar USD25 millones en 2025.³⁵

Aunque no hay disponibles datos específicos sobre las ventas en línea de café, varios factores indican que los canales digitales son muy importantes para el producto.

- No solo los supermercados y tiendas de conveniencia venden en sus propias plataformas en Internet, sino que se han multiplicado plataformas que ofrecen café en grano, soluble, y también cafés/capuccinos y otras variedades de cafés listos para el consumo con entrega en pocos minutos desde el momento el pedido.
- Las cafeterías que venden cafés especiales y las tostadoras ofrecen café en grano *single origin* y cafés especiales en sus propias plataformas en línea.

7.2.2 Sector HORECA

La demanda del sector HORECA depende del consumo en hoteles, restaurantes y catering corporativo, siendo este segmento especialmente dinámico en los Emiratos Árabes debido a la alta incidencia del turismo internacional en la economía del país, que representa el 17% del PIB³⁶. En Arabia Saudita, el sector turismo contribuyó el 11.5% del PIB en 2023, cuando se registraron 109 millones de turistas (incluyendo el turismo interno)³⁷.

Hoteles

Como se indicó en el capítulo 4, en 2025 existen 1.971 hoteles en Arabia Saudita y 319 proyectos hoteleros en construcción, mientras que en EAU hay 1.251 hoteles y 102 en construcción, lo cual sostendrá un continuo crecimiento del sector HORECA en los próximos 3 años.

Restaurantes y cafeterías

En Arabia Saudita hay 132.000 establecimientos entre restaurantes, cafeterías y panaderías. El valor de las ventas en cafés y restaurantes fue de USD18.200 millones en 2023³⁸. Según estadísticas de la *Small and Medium Enterprise Authority* reportado por un reporte compilado por la plataforma Jahez, se espera que las cafeterías representen el 29.1% de las ventas del sector HORECA en 2025³⁹.

En EAU, datos sobre el número de restaurantes y cafés varían según el tipo de establecimiento que se incluye en cada categoría. Según la clasificación más general de la Municipalidad de Dubái, en el primer semestre de 2024 había en el emirato de Dubái 25.000 establecimientos que sirven comida. Según *Dubai Economy and Tourism*, la autoridad que supervisa y regula la actividad económica y de turismo en Dubái, en 2023 había 13.000 establecimientos entre restaurantes y cafeterías. De todas maneras, considerando las estadísticas de los emiratos de Abu Dabi, Ras Al Kaima y Sharya, se puede

³⁴ Fuente: Dubai Chambers, Febrero 2024

³⁵ Fuente: ECDB Ecommerce DB 2025 <https://ecommercedb.com/markets/sa/coffee>

³⁶ Fuente: UEA Federal Competitiveness and Statistics Centre, 2025.

³⁷ Fuente: Ministerio del Turismo de Arabia Saudita, 2024.

³⁸ Fuente: Saudi Arabia General Authority of Statistics, 2025.

³⁹ Fuente: Jahez : Food & Beverage Insights Saudi Arabia 2023.

afirmar que hay por lo menos 26.000 restaurantes y cafeterías en el país. El valor del sector HORECA en 2023 se estimaba en alrededor de USD18.700 millones⁴⁰.

VIII. Actividades de Promoción Comercial

8.1 Ferias y exhibiciones

Las principales ferias donde están presentes productores y comercializadores de café son las siguientes.

Emiratos Árabes Unidos

Abu Dhabi International Food Exhibition

Octubre 21-23, 2025

ADNEC Centre Abu Dhabi

www.adife.com

Middle East Organic and Natural

Noviembre 17-19, 2025

World Trade Center, Dubai

organicandnatural.com

World of Coffee Dubai

Enero 19-21, 2026

Dubai World Trade Centre, Dubai.

dubai.worldofcoffee.org

Gulfood

Enero 26-30, 2026

Dubai World Trade Centre & Dubai Expo City, Dubai

gulfood.com

ExpoCulinaire

Mayo 19-21, 2026

Expo Centre Sharjah, Sharjah

expoculinaire.com

⁴⁰ Fuente: Food Service, USA Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service - Hotel Restaurant Institutional Annual. Otras fuentes indican valores entre 16 y 20 mil millones de dólares.

GulfHost

2026 (fechas por confirmar)

Dubai World Trade Centre, Dubai.

www.gulfhost.ae/coffee-experience-lab

Arabia Saudita

The Saudi Food Show

Mayo 12-14, 2025

Riyadh Front Exhibitions & Conferences Center, Riyadh

thesaudifoodshow.com

Foodex Saudi

Septiembre 21-24, 2025

Riyadh International Conventions & Exhibitions Center, Riyadh

foodexsaudiexpo.com

Sirha Arabia

Septiembre 30- Octubre 2, 2025

Riyadh Front Exhibitions & Conferences Center, Riyadh

www.sirha-arabia.com/en

Saudi Food Expo

Noviembre 23-26, 2025

Riyadh Front Exhibitions & Conferences Center, Riyadh

saudifoodexpo.com

Host Arabia

Diciembre 15-17, 2025

Riyadh Front Exhibitions & Conferences Center, Riyadh

host.fieramilano.it/enInternational

Hotel & Hospitality Expo

Septiembre 15-17, 2026

Riyadh Front Exhibitions & Conferences Center, Riyadh

<https://www.thehotelshowsaudiarabia.com/>

Coffee & Chocolate Expo

2026 (fechas por confirmar)

Riyadh International Conventions & Exhibitions Center, Riyadh

No tiene website, usualmente disemina información en webs de turismo.

HORECA Jeddah

2026 (fechas por confirmar)

<https://www.saudihoreca.com/Jeddah/EN/index.html>

8.2 Publicaciones Especializadas

8.2.1 Publicaciones de alcance regional

Solo digital

BBC goodFood Middle East

bbcgoodfoodme.com

Hospitality.com

hospitality.com

Hospitality News Middle East

www.hospitalitynewsmag.com

Digital & impresa

Caterer Middle East

caterermiddleeast.com

Hotel & Catering News Middle East

hotelandcatering.com

ProChef ME

www.theprochefme.com

Food Business Gulf & Middle East

foodbusinessgulf.com

Hotelier Middle East

hoteliermiddleeast.com

8.2.2 Publicaciones de Emiratos Árabes

Solo digital

Foodiva

foodiva.net

FLTR

fltrmagazine.com

Lovin Dubai

lovindubai.com

Lovin Abu Dhabi

lovin.co/abudhabi

What'sOn

whatson.ae

Digital & impresa

The Huntr

thehuntr.com

Time Out Dubai

timeoutdubai.com

Time Out Abu Dhabi

www.timeoutabudhabi.com

Gulf Gourmet

www.emiratesculinaryguild.net/magazines.php

8.2.2 Publicaciones de Arabia Saudita

Digital

Lovin Riyadh

lovin.co/riyadh

Digital & Impresa

Time Out Riyadh

www.timeoutriyadh.com

IX. Contactos de Interés

9.1 Institucionales

Ministry of Climate Change and Environment

P.O. Box 1509 Dubai, U.A.E.

Mr. Abdulla Salem Janaan - Director, Food Safety Department

Tel: +971 4 2662781

Fax: +971 4 2654787

E-mail: ajanaan@moccae.gov.ae

Web: www.moccae.gov.ae

Dubai Municipality

P.O. Box 67 Dubai, U.A.E.

Food Control Department

Mr. Sultan Al Taher - Executive Director of Food Control

Tel: +971 4 521 8999

Fax: +971 4 2231905

E-mail: smtaher@dm.gov.ae

Web: www.dm.gov.ae/municipality-business/food-safety-department-2/food-safety-department/

Dubai Central Laboratory Department

Eng. Amin Ahmed Mohammed – Director

Tel: +971 4 302 7007

Fax: +971 4 3358448

E-mail: aaamin@dm.gov.ae

Web: dclservices.dm.gov.ae/DCLServices/

Abu Dhabi Food Control Authority

P.O. Box 52150 Abu Dhabi, U.A.E.

HE Saeed Al-Bahri Salem Al-Ameri - Director General

Ms. Samia Baqqili - Director General Office Manager

Tel: +971 50 611 3778

Fax: +971 2 4463811
E-mail: samia.baqqili@adfca.ae
Web: www.adfca.ae

9.2 Comerciales

UAE Restaurant Group

Ms. Sherine Retna, Executive Secretary
Celular: +971 50 453 4131
Email: sherine@uaerg.ae
Web: uaerg.ae

SRCOA – Saudi Arabia Restaurant and Coffee Owners Association

Mr. Abdulaziz Assalamah, Member of the Board
Celular: +966 55 5662218
Web: <https://www.linkedin.com/company/rcoa-sa/>

Saudi Coffee Company

Mr. Omar Bou Ezzeddine - Manufacturing and E-Commerce Manager
Celular: +966 54 3000765
Email: Omar.Ezzeddine@saudicoffee.com
Web: www.saudicoffee.com

X. Conclusiones y Recomendaciones

Este capítulo contiene la síntesis de las entrevistas realizadas en los mercados objetivo con las 30 empresas del sector del café seleccionadas, 20 en EAU y 10 en Arabia Saudita, sobre la base del cuestionario definido por Promperú y los comentarios adicionales que hicieron los entrevistados. La información está organizada siguiendo el contenido y formato de ese cuestionario para facilitar la referencia a las preguntas correspondientes en los perfiles de compradores que se incluyen en el capítulo XI.

Al final se incluyen las conclusiones de la totalidad de las entrevistas y las recomendaciones sobre las oportunidades identificadas durante la ejecución del proyecto.

10.1 Antecedentes de la compañía

10.1.1 Características generales de la empresa – importadores de café verde

1. Los importadores tradicionales de café comercial suelen manejar también otros *commodities*. En los últimos años, los grandes importadores internacionales han creado nuevas empresas o divisiones específicas para cafés especiales. Estas compañías están creciendo con rapidez, aunque sus volúmenes en los EAU aún son limitados, en torno a 20–30 contenedores al año. En contraste, en Arabia Saudita existen empresas que manejan anualmente entre 100 y 200 contenedores exclusivamente de café de especialidad.
2. Los importadores en los EAU generalmente han probado café peruano, pero lo importan en volúmenes muy bajos debido a la escasa demanda. Suelen comprar según los orígenes solicitados por sus clientes y, si no tienen la seguridad de poder vender un contenedor completo, prefieren no arriesgarse a traerlo.
3. En Arabia Saudita, algunos importadores señalan que cuentan con clientes que ocasionalmente piden café peruano, por lo que deben mantener cierto stock. Otros aún no lo conocen y manifiestan interés en obtener información sobre su estacionalidad y precios. Los que sí lo conocen destacan las dificultades para tratar directamente con fincas y exportadores, consideran que la cadena de suministro no está bien organizada y solo compran café peruano cuando sus clientes lo solicitan expresamente.
4. Las comercializadoras internacionales atienden la región desde oficinas y bodegas en Dubái. En el caso de Arabia Saudita, los envíos se realizan directamente desde los países de origen o desde Europa, ya que los volúmenes demandados son mucho mayores que en los EAU y permiten consolidar contenedores completos.
5. Para iniciar importaciones desde Perú, varios importadores han expresado la necesidad de contar con referencias sobre las empresas más confiables, ya que desconocen el mercado y sus prácticas comerciales.

10.1.2 Características generales de la empresa - tostadoras

1. En los EAU, las primeras tostadoras locales comenzaron a operar entre 2008 y 2010, en su mayoría como empresas independientes fundadas por propietarios occidentales. Posteriormente, entre 2010 y 2019, se incorporaron grupos locales y empresarios emiratíes. Estas compañías, gracias a su estructura empresarial, han logrado alcanzar altos volúmenes de producción y ofrecer una gama variada de productos: algunas se dedican únicamente al café de especialidad, mientras que otras cubren todo el espectro de cafés.
2. Entre 2019 y 2024 se produjo un auge de pequeñas tostadoras, conocidas como micro tostadoras, que operan casi exclusivamente para abastecer sus propias cafeterías.
3. En Arabia Saudita existen tanto tostadoras tradicionales, con décadas de trayectoria, como una nueva ola de tostadoras enfocadas principalmente en cafés de especialidad. El tamaño de estas empresas es considerablemente mayor que el de las de EAU. Una de ellas, por ejemplo, posee una de las cuatro tostadoras de café de especialidad más grandes del mundo.

4. Tanto en los EAU como en Arabia Saudita, las tostadoras adquieren una parte de su café de manera directa y otra parte a través de comercializadoras internacionales o importadores locales.
5. En los EAU, pocas de las tostadoras entrevistadas importan café directamente de Perú. Quienes lo utilizan suelen comprarlo localmente y, en los casos de importación directa, se trata principalmente de micro lotes. En el pasado, lo adquirirían directamente de fincas o mediante Cup of Excellence, pero dejaron de hacerlo por inconsistencias en la calidad o falta de producto. En particular, las tostadoras se inclinan por cafés naturales (no lavados), mientras que en los últimos años la mayoría del café peruano disponible ha sido lavado.
6. Los tostadores interesados en importar micro lotes peruanos enfrentan dificultades para encontrar proveedores confiables y consistentes, y los intentos de establecer contacto con empresas no han tenido éxito.
7. Varias tostadoras indicaron que utilizan café peruano principalmente en mezclas y no como origen único o café de especialidad. Esto se debe a su perfil de acidez, que no combina bien con la leche, siendo esta la forma en que se consume la mayor parte del café en los EAU.
8. En Arabia Saudita, las grandes tostadoras importan directamente sus cafés, ya que tienen capacidad para consumir con facilidad un contenedor completo incluso de orígenes poco conocidos.
9. La mayoría de las tostadoras adquiere cafés de diversos orígenes a través de los grandes importadores locales y de las comercializadoras internacionales.

10.1.3 Participación de las empresas en el mercado

1. Las empresas entrevistadas no tienen una percepción precisa de su propia participación en el mercado y, por lo general, tienden a sobrestimarla.
2. En el reporte de cada entrevista se ha indicado la cuota de mercado que la empresa ha comunicado. En el caso del mercado de café de especialidad, en realidad es muy difícil definir un porcentaje de participación preciso, en cuanto se desconoce el tamaño total de ese mercado, tanto en EAU como en Arabia Saudita. El café de especialidad representa un porcentaje diferente del volumen total importado según del país. Por ejemplo, en Italia el porcentaje es mucho más pequeño que en EE.UU. En el caso de los dos países objetivo, según las indicaciones de toneladas de café de especialidad importadas que se han recogido durante las entrevistas, se puede concluir que las importaciones de café verde de especialidad (incluyendo en esta categoría al café *single origin*) representa alrededor del 10% del total de café verde importado en EAU y puede llegar a representar el 20% del total importado en Arabia Saudita. Estos datos implican importaciones de 5.000 toneladas de café de especialidad en EAU y 16.000 toneladas en Arabia Saudita. Si esta estimación es correcta, empresas como Sucafina o Harvest Belt en EAU representarían el 8% del mercado. En Arabia Saudita, la empresa KAL café representaría el 25% de las importaciones.
3. Entre los tostadores, empresas como Black Knight Roaster representa el 6% del mercado de cafés especiales en Arabia y Roasters Specialty Coffee representa el 2% del mercado en EAU.

10.1.4 Descripción de los productos vendidos en los mercados objetivo

1. **Ventas anuales:** las importadoras entrevistadas reportan ventas que oscilan entre 5 y 10 millones de dólares en los EAU y entre 10 y 20 millones de dólares en Arabia Saudita.
2. **Principales marcas:** Las tostadoras no comercializan marcas de terceros, sino que venden bajo su propia marca. En el caso de las importadoras, son muy pocas las fincas que pueden considerarse marcas reconocidas; un ejemplo es La Esmeralda de Panamá.
3. **Ventajas competitivas de los productos distribuidos:** La mayoría de las empresas entrevistadas destacan como principales fortalezas:
 - a. Calidad constante.
 - b. Precio justo.
 - c. Adaptación a las preferencias de sus clientes.

4. **Por su parte, las tostadoras** que operan en el segmento más alto del mercado se diferencian por:
 - a. Ofrecer orígenes exóticos que no tienen disponibles otros competidores.
 - b. Proporcionar cafés de altísimo puntaje, algunos de ellos ganadores de competencias internacionales.
 - c. Estos factores son comunes tanto en los EAU como en Arabia Saudita.

5. **Tipos de café importado:**
 - a. Casi la totalidad de las empresas entrevistadas indicó que más del 90% de sus importaciones corresponden a café arábica, mientras que el robusta se utiliza solo para mezclas, principalmente en café espresso.
 - b. El segmento comercial continúa siendo el más grande en ambos países; sin embargo, el segmento de especialidad está creciendo y, según importadores y tostadores, podría superar ya el 20% del total.
 - c. Algunos tostadores advirtieron que actualmente en el mercado local se denomina “café de especialidad” también a cafés de origen único, aunque no cumplan estrictamente con los estándares del segmento, lo que hace que las cifras reportadas de este mercado parezcan mayores de lo que realmente son.

10.1.5 Descripción de importaciones

1. Partidas que importa, con su respectiva descripción

Las empresas que se entrevistaron importan únicamente café verde sin tostar.

2. Origen de las importaciones

En cuanto a los orígenes más relevantes para importadores y tostadores, las respuestas fueron en general coherentes tanto en los EAU como en Arabia Saudita, con solo pequeñas variaciones en los porcentajes. Los tres orígenes más demandados, tanto en el segmento de cafés de especialidad como en el comercial, son:

- a. Etiopía
- b. Brasil
- c. Colombia

La participación porcentual de cada origen varía según la tostadora, pero estos tres países constituyen los pilares del mercado. Un tostador lo resumió señalando que es muy poco probable que este patrón de importación cambie, ya que el perfil sensorial de estos cafés es muy particular y difícil de sustituir. Otros orígenes complementan la oferta, pero no pueden reemplazarlos. En conjunto, suelen representar entre el 60% y el 80% de las importaciones/compras de importadores y tostadores. Otros orígenes relevantes incluyen India e Indonesia en los EAU, mientras que en Arabia Saudita se observa un interés creciente por cafés de Centroamérica (Guatemala, Costa Rica, Nicaragua). Para algunos tostadores, importar orígenes que otros competidores no manejan se ha convertido en un factor clave de diferenciación.

10.1.6 Descripción general de productos de exportación

1. Características de productos exportados:

- a. Los importadores de EAU y Arabia Saudita reexportan parte de su café verde a la región, en porcentajes que oscilan entre el **10% y el 56%**. En particular, los importadores saudíes han comenzado a enviar cafés de especialidad a otros países del Golfo y es probable que pronto superen a los EAU en volumen, ya que manejan cantidades mayores y suelen importar contenedores completos de un número más amplio de orígenes.
- b. En los EAU, algunos tostadores exportan café tostado a la región, aunque los volúmenes son reducidos y

representan solo entre el **5% y el 20%** de su producción; además, no todos participan en esta actividad. En Arabia Saudita, los tostadores se centran principalmente en el consumo interno, si bien existen empresas de gran escala que no solo exportan al resto de Medio Oriente, sino también a **Europa**.

2. Exportaciones de la compañía por país:

- a. En los EAU, los importadores de café verde suelen **reexportar entre el 10% y el 20%** de sus importaciones, principalmente hacia **Irak, Irán, Catar, Kuwait y Baréin**.
- b. En Arabia Saudita, la mayor parte del café importado se destina al consumo local; sin embargo, en los últimos años los importadores han comenzado a **reexportar crecientemente**. Sus destinos principales son los países del Golfo (Baréin, Omán, Kuwait, Catar y, en menor medida, EAU), además de **Jordania y Líbano**. Varios importadores ya planean incrementar el volumen de estas reexportaciones.
- c. En los EAU, la mayoría de los tostadores se concentra en el mercado local, aunque los más consolidados exportan también a otros mercados regionales, como el Golfo, Irak e Irán. Es relevante destacar el **cambio de estrategia en el sector de las tostadoras**: cuando se fundaron las primeras grandes tostadoras, se crearon con **altas capacidades productivas** para abastecer no solo al Golfo, sino también a otros mercados de Medio Oriente y Norte de África. Hoy la estrategia ha cambiado, ya que en la mayoría de los países del Golfo se ha desarrollado una **industria tostadora propia**. Como resultado, las grandes tostadoras de los EAU están considerando abrir plantas en otros países en lugar de exportar desde Dubái. Este cambio también ha afectado los planes del **DMCC**, que en 2019 inauguró un centro de tostado para marcas de todo Medio Oriente y que actualmente opera con una **capacidad muy por debajo de lo esperado**.
- d. El cambio más significativo en la región ha sido el **rápido desarrollo de la industria tostadora en Arabia Saudita**, que ya supera a la de los EAU, incluso en el segmento de cafés de especialidad. Actualmente, solo unas pocas tostadoras de Dubái logran exportar a Arabia, mientras que las empresas saudíes se están preparando para expandirse en todo el Golfo. Aunque hoy su principal enfoque sigue siendo el mercado interno, varias ya han comenzado a exportar a la región y la más grande incluso ha empezado a vender en **Europa**.

10.2 Análisis de la cadena de suministro

Los importadores y los tostadores entrevistados importan solo café verde.

1. Principales proveedores

- a. Sucafina - www.sucafina.com
- b. Forest Coffee - coffeegreenbeans.com
- c. Cup of Excellence - cupofexcellence.org

Desde el Perú:

- d. Origin Coffee Lab - www.linkedin.com/company/origin-coffee-labp

2. Posición en la cadena de distribución de las empresas entrevistadas

La estructura de la cadena de distribución en los **EAU** y en **Arabia Saudita** presenta grandes similitudes:

- a. **Importadores de café verde**: venden principalmente a tostadores locales y reexportan a tostadores de otros países del Golfo y de Medio Oriente.
- b. **Tostadores locales medianos y grandes**:
 - Importan directamente una parte del café que utilizan.
 - Compran también a importadores locales o a comercializadoras internacionales.
 - Venden su producción a cafeterías, al sector **HORECA** en general y a través de sus **tiendas en línea**.
 - Solo unos pocos trabajan con supermercados.
 - En la mayoría de los casos **no utilizan distribuidores**, sino que cuentan con **fuerza de ventas internas**.
- c. **Pequeñas tostadoras (micro tostadores)**:
 - Compran la mayor parte del café a importadores locales o comercializadoras internacionales.

- Venden principalmente a través de su propia **red de cafeterías**, complementada con ventas en sus **tiendas online**.

10.3 Hábitos de compra

1. Frecuencia y Estacionalidad:

- a. **Importadores:** realizan compras de manera continua, generalmente siguiendo las temporadas de producción de los distintos orígenes. Sin embargo, también adquieren café disponible en inventario cuando es necesario para satisfacer la demanda de sus clientes.
- b. **Tostadores:** suelen comprar entre **dos y cuatro veces al año**, principalmente antes del invierno y en el período **marzo-abril**.
- c. **Estacionalidad de la demanda:** tanto importadores como tostadores incrementan sus compras en previsión de los meses de mayor consumo, que van de **octubre a mayo** en ambos países.

2. Estrategias de compra:

- a. En **Arabia Saudita**, y en general para el café comercial, los importadores buscan aprovechar los momentos en que los precios son más bajos.
- b. Para el **café de especialidad**, los grandes importadores suelen comprar directamente en época de cosecha para beneficiarse de precios más competitivos.
- c. Los tostadores, en cambio, aún no manejan plenamente la dinámica del mercado: suelen comprar únicamente en función de la demanda inmediata, lo que a menudo los obliga a pagar precios más altos por kilo.

3. Variedad y/o especificación técnica del producto:

- a. **Café comercial:** tanto importadores como tostadores buscan conformar mezclas con una combinación de orígenes, principalmente **Etiopía, Brasil e India**, complementadas con porcentajes menores de café proveniente de **Colombia y Vietnam**.
- b. **Criterios de selección:** los tostadores eligen el café en función de parámetros técnicos como la **granulometría**, el **nivel de humedad** y la **presencia de defectos**. Estas especificaciones se definen en el contrato de compra, con base en las **muestras enviadas previamente por los exportadores**.

4. Forma de pago:

- a. Las formas de pago siguen los **estándares internacionales**: los importadores y las tostadoras que importan del exterior pagan de contado, por lo general con un porcentaje al momento de la orden y el saldo contra entrega de documentos de exportación.
- b. Las tostadoras que compran localmente pagan con un plazo que varía de 30 a 60 días

5. Exigencias y estándares de calidad

- a. Tanto los importadores como los tostadores coinciden en que el mercado **no exige que el café sea orgánico ni sostenible**.
- b. Para algunos actores, la sostenibilidad sí es relevante: algunos participan en **programas internacionales**, otros promueven únicamente fincas que aplican **prácticas sostenibles** o compran a **cooperativas lideradas por mujeres**. Sin embargo, la mayoría de estas iniciativas **no cuenta con certificaciones formales**.
- c. Los directores y gerentes de compras de las tostadoras muestran interés en adquirir café orgánico, aunque **no necesariamente certificado**. Prefieren trabajar con fincas y exportadores de confianza, cuyo **proceso de producción conocen bien**, basados más en las relaciones directas que en los sellos de certificación.
- d. Es importante señalar que, tanto en EAU como en Arabia Saudita, los consumidores **no muestran gran interés en cafés orgánicos**. En el segmento de cafés de especialidad, lo que más valoran es la **experiencia sensorial**. Los perfiles de consumidores que buscan productos orgánicos o sostenibles **no suelen coincidir** con quienes consumen café de especialidad.
- e. En cambio, los tostadores que también **exportan a Europa** sí demandan cafés con certificaciones como **Orgánico** o **Rainforest Alliance**, ya que en esos mercados son un requisito clave.

Tabla 2: Criterios Clave para Seleccionar un Proveedor Extranjero (5 = puntaje más alto)

Ítem	Comentarios	Puntaje
Capital/ Capacidad de Producción	Los importadores y tostadores entrevistados no dan mucha importancia al tamaño de la finca/exportador, sobre todo cuando tratan cafés especiales.	3
Nivel de precios	Para casi todos los importadores y tostadores entrevistados el nivel de precio es importante o muy importante, pues el mercado es muy sensible al precio.	4 a 5
Variedad y calidad del producto	La variedad del producto no es fundamental, pues pueden comprar de varios productores; la calidad es generalmente más importante.	3 variedad 4 a 5 calidad
Entrega puntual	Los importadores entrevistados no han indicado particular importancia a la entrega puntual que tiende a depender de las rutas y donde el impacto de las demoras es mitigado por la planificación de las compras con antelación.	3
Servicio postventa	Los grandes importadores prefieren trabajar con productores que aseguren servicio postventa y que sean responsables de la calidad de sus productos. Los tostadores, que por lo general importan micro lotes, están menos interesados en este aspecto, pues compran cafés específicos que han sido aprobados y verificados según las muestras recibidas.	4

10.4 Percepción de la compañía de Perú

1. Experiencia con el café peruano

- a. La mayoría de las empresas entrevistadas en los EAU han probado el café peruano.
- b. En Arabia Saudita, la mayoría de las empresas entrevistadas desconocen el café peruano.
- c. Pocos importadores de los EAU compran café peruano, debido a que la demanda es muy baja y resulta arriesgado importar un contenedor sin la seguridad de poder venderlo.
- d. Algunos importadores en Arabia Saudita adquieren café peruano porque manejan grandes volúmenes y consideran importante contar con stock para ofrecer más opciones a sus clientes.
- e. Los tostadores en los EAU compran café peruano principalmente a través de comercializadoras internacionales, lo que les permite adquirir cantidades pequeñas.
- f. Las ventas de café peruano son lentas, ya que los consumidores no reconocen su origen ni lo solicitan en las cafeterías.
- g. Varios tostadores que también trabajan con cafés comerciales consideran que el café peruano es ideal para mezclas, pero no tanto para consumirse solo, ya que consideran que no se adapta bien a preparaciones con leche.
- h. La percepción general en ambos mercados es que el café peruano tiene notas agrías y un sabor ácido, lo que no coincide con las preferencias locales, que se inclinan por cafés con notas de chocolate y azúcar morena.

2. Interés por ampliar o iniciar negocios con productos peruanos.

- a. Los importadores de café comercial en Arabia Saudita están interesados en conocer más sobre la oferta peruana, incluyendo las estaciones de cosecha y los niveles de precios. Siempre buscan explorar nuevos productores, pero únicamente trabajan con empresas con las que puedan construir una relación de negocios y en las que puedan confiar plenamente. Por esta razón, por ejemplo, mantienen una relación estrecha con fincas en Etiopía, ya que la proximidad geográfica facilita las visitas y el seguimiento.
- b. Los importadores de cafés especiales en Arabia Saudita conocen el café peruano, pero no lo consideran especialmente atractivo para su mercado.
- c. Solo unas pocas tostadoras han mostrado un alto interés en trabajar con café peruano. Hasta ahora, no han logrado identificar un proveedor confiable ni han podido iniciar una promoción efectiva del producto

Tabla 3: Experiencia previa con productos peruanos

- a. Los proveedores de café peruano más mencionados por importadores y tostadores en EAU y Arabia Saudita son Origin Coffee Lab, San Ignacio y Café Monteverde.
- b. En general, quienes han probado el café lo consideran como un buen producto, aunque la mayoría ha experimentado inconsistencias en la calidad.
- c. Los exportadores de café peruano no han logrado garantizar envíos regulares a ambos mercados. Varias tostadoras que compraron café peruano han perdido contacto con el proveedor y no han podido encontrar el producto nuevamente en el mercado.
- d. La mayoría de las empresas entrevistadas considera que los precios del café peruano son altos en relación con la calidad ofrecida.
- e. La mayoría de los entrevistados no pudo opinar sobre el nivel tecnológico de los productores, ya que no tienen contacto directo. Sin embargo, quienes han comprado café y visitado las fincas en Perú consideran que muchos productores utilizan tecnología menos avanzada en comparación con otros orígenes y que tienen deficiencias técnicas en la fase postcosecha.
- f. Sobre el servicio postventa, la mayoría no pudo dar comentarios. Sin embargo, varios señalaron que no han interrumpido sus negocios con Perú, aunque los productos recibidos muchas veces diferían en calidad respecto a las muestras sobre las que se había acordado la transacción.

10.5 Participación en eventos de promoción

1. ¿En qué eventos o actividades de promoción participa regularmente?

- a. Casi todas las empresas entrevistadas visitan o exponen en la feria World of Coffee Dubai. Las empresas que enfocadas en cafés de especialidad suelen visitar otros eventos de World of Coffee que tienen lugar en otras ciudades del mundo.
- b. Las empresas que trabajan también con café comercial suelen visitar Gulfood.

2. Medios que se utiliza para enterarse de eventos de promoción

- a. La mayoría de las empresas entrevistadas reciben invitaciones a las ferias por email, ya sea por parte de los organizadores o de expositores.
- b. Casi todas se enteran de eventos especializados en café a través de las redes sociales o *newsletters* de organizaciones del sector (SCA) o medios especializados sector.

10.6 Intención de invertir en Perú

1. Ninguna de las empresas entrevistadas ha demostrado interés en invertir en Perú o en otros países de América Latina.
2. Una de las empresas entrevistadas compró una finca en Panamá para desarrollar su propio café, pero todavía no está en fase de producción.

10.7 Conclusiones generales

El café peruano es reconocido como un café de **calidad medio-alta** en los mercados objetivo.

La mayoría de las empresas entrevistadas ha identificado **tres problemas principales** que limitan el desarrollo de la demanda de café peruano en EAU y Arabia Saudita:

1. Reconocimiento del café peruano

- a. Perú no es ampliamente reconocido como origen de cafés especiales ni, en general, de café de alta calidad por parte de los consumidores.
- b. La falta de reconocimiento genera escasos incentivos para que los tostadores demanden café peruano.
- c. Los importadores perciben un riesgo al importar y mantener stock de café peruano, dado que la demanda no es clara.

2. Inestabilidad de la oferta

- a. Las empresas que han importado café peruano han enfrentado dificultades para identificar fincas y proveedores confiables que garanticen un suministro constante. La estabilidad de la calidad es crucial para que las tostadoras compitan en el mercado; la falta de confianza aleja a los tostadores de EAU y Arabia.
- b. Las empresas peruanas que envían muestras no siempre pueden mantener la misma calidad en los pedidos.
- c. Algunos exportadores que ofrecían café natural no pudieron suministrarlo en 2024 porque las fincas cambiaron a café lavado, afectando la oferta de café natural, que representa más del 90% de las importaciones de especialidad en los mercados objetivo.

3. Desinterés por el café orgánico y sostenible

- a. Los consumidores en los mercados objetivo no solicitan café orgánico o sostenible. Aunque las historias detrás de estas características resultan interesantes, no están dispuestos a pagar más por cafés que tengan certificaciones.
- b. Los importadores y tostadores desconfían de la veracidad de los certificados y prefieren comprar directamente de fincas cuyos procesos de producción y cosecha conocen personalmente y que demuestran prácticas sostenibles.

4. Percepción de sabor agrio y ácido

- a. La mayoría de las empresas que conocen el café peruano consideran que es adecuado para mezclas, pero no tanto para ser consumido como origen singular o de especialidad.
- b. Se perciben como cafés agrios que no se alinean con las preferencias del consumidor árabe, especialmente porque no se combinan bien con la leche. Esta percepción limita el interés en el origen peruano.

10.8 Oportunidades

1. Los compradores en Arabia Saudita tienen un **menor conocimiento del café peruano**. La presentación de variedades que se adapten mejor al gusto local podría abrir la puerta a un mercado que busca continuamente **nuevos cafés**.
2. Durante las entrevistas en EAU, se identificaron **dos tostadores interesados en introducir nuevos orígenes**, uno de ellos con especial interés en traer café peruano de especialidad y promoverlo en sus cafeterías: **Roasters Specialty Coffee de Dubai**. La posición de la empresa en el mercado y la ubicación estratégica de sus cafeterías representan una **gran oportunidad para promover el origen peruano en EAU**.
3. Es importante destacar que **para que cualquier estrategia de promoción del café peruano funcione** en los mercados objetivo, es imprescindible **resolver los problemas de abastecimiento**, garantizando tanto la **calidad constante** como la **disponibilidad continua de inventario** en estos países.

A close-up photograph of a bunch of grapes. The grapes are in various stages of ripeness, with some being bright red and others still green. They are set against a dark, almost black background, which makes the colors of the fruit stand out. The lighting is soft, highlighting the texture and sheen of the grape skins.

*prom
perú*