

A photograph of a white ceramic cup filled with dark coffee, sitting on a light-colored wooden surface. Numerous dark brown coffee beans are scattered around the cup, some in the foreground and others in the background. A red banner is overlaid on the left side of the image, containing the title text.

Informe de mercado para café en Australia

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

Autor: Manuel Zegarra

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

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

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

Contenido

1. Descripción del producto.....	4
2. Tamaño del mercado	6
3. Análisis de la demanda	21
4. Presentaciones y precios	22
5. Requisitos de acceso al mercado.....	25
6. Canales de distribución.....	27
7. Contactos de interés	29

1. Descripción del producto

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

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

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

Imagen 01: Historia del café



Fuente: HOME COFFEE EXPERT – HISTORY OF COFFEE; <https://homecoffeeexpert.com/history-of-coffee/>

Nombre científico y variedades:

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

Entre las principales variedades destacan:

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

Los principales productores mundiales de café son:

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

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

Propiedades y características:

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

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

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

Tabla N° 01
PERÚ: PARTIDA ARANCELARIA

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

Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERÚ

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

2. Tamaño del mercado

Contexto general del café en Australia

Australia produce volúmenes muy pequeños de café y no figura entre los países relevantes como productor; su mercado se abastece casi íntegramente vía importaciones. En 2025 el país importó más de USD 780 millones en café, lo que confirma su condición de mercado estructuralmente importador.

La cultura del café está fuertemente ligada al espresso y a las cafeterías de estilo europeo, impulsada por oleadas de inmigración italiana y griega desde los años 50–60, hasta convertirse en parte central de la identidad urbana actual. Más de 55 000 cafés y restaurantes operan en Australia, con Nueva Gales del Sur y Victoria concentrando más de la mitad de estos negocios, lo que refleja un consumo elevado tanto dentro como fuera del hogar.

Tamaño y valor del mercado

Se estima que el mercado australiano de café (productos para consumo en el hogar y fuera del hogar) alcanzaría unos USD 2580 millones en 2026, con una tasa de crecimiento anual compuesta cercana al 5,5–5,7% en los próximos años. Los estudios realizados en este mercado, coinciden en

que se trata de una categoría madura de bienes de consumo masivo (FMCG), con baja elasticidad de demanda en el corto plazo (el consumo diario se mantiene incluso ante aumentos moderados de precio).

Se consumen más de dos millones de sacos de 60 kg de café al año, lo que sitúa a Australia entre los mercados de mayor consumo per cápita a nivel mundial. El aumento de los precios internacionales del café y de los costos internos se refleja en el precio de la taza: se estima que un café para llevar podría acercarse a 12 AUD hacia finales de 2025, según algunas proyecciones, trasladando el incremento de costos del tostador al consumidor final.

Segmentación: consumo fuera del hogar

El mercado fuera del hogar (HORECA) es clave y se caracteriza por alta especialización y predominio de operadores independientes.

- Cafeterías independientes: En 2021 se contabilizaban alrededor de 20 000 cafeterías independientes y el 95 % eran negocios no pertenecientes a grandes cadenas, lo que evidencia una estructura fragmentada y muy competitiva.
- Cadenas y franquicias: Las cadenas internacionales como Starbucks tienen participación limitada, debido a la preferencia del consumidor por cafés “auténticos” y de calidad, con historia y origen definidos.
- Uso y frecuencia: Más del 60 % de la población en ciudades como Sídney y Melbourne visita cafeterías mensualmente; sin embargo, solo alrededor del 8 % compra café fuera del hogar a diario, ajustando frecuencia frente a aumentos de precio.

Entre 2026 y 2030 se espera que el mercado de cafés (establecimientos) en Australia aumente en unos 395 millones de USD, con una tasa de crecimiento anual cercana al 3,7 % para este segmento, lo que indica expansión moderada pero sostenida.

Segmentación: consumo en el hogar y productos

El consumo en el hogar se ha reforzado con la búsqueda de calidad y conveniencia, y se estructura por tipo de producto y canal.

- Productos: El mercado se divide principalmente en café en grano, molido, instantáneo y cápsulas/monodosis. Australia muestra un giro de largo plazo hacia productos de mayor calidad (origen único, especialidad) y formatos convenientes como cápsulas.
- Canales: El café se comercializa tanto por canal minorista (supermercados, tiendas especializadas, comercio electrónico) como por canal HORECA (cafeterías, restaurantes, hoteles).
- Preferencias: Los consumidores son cada vez más exigentes en términos de sabor, origen y prácticas sostenibles, valorando cafés de comercio justo, cultivo responsable y narrativas de marca ligadas a la cultura cafetera.

Segmentación por tipo de bebida y tendencias

Dentro del mercado australiano pueden diferenciarse segmentos por tipo de bebida y ocasión de consumo.

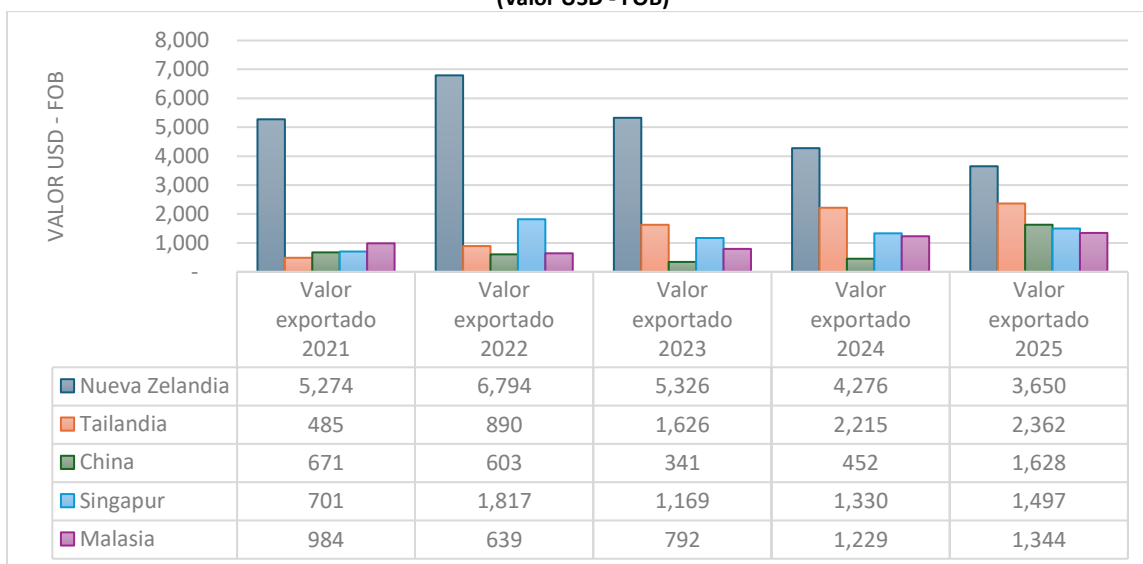
- Espresso y bebidas basadas en espresso: Son la base de la cultura cafetera australiana (flat white, latte, cappuccino, long black), consumidas principalmente en cafeterías y como parte de la rutina diaria.
- Café listo para beber (RTD) y frío: Crecen como respuesta a la demanda de conveniencia, especialmente entre consumidores jóvenes y en canales de impulso.
- Especialidad y “third wave”: Aumenta la participación de cafés de especialidad, microlotes y preparaciones alternativas (filtrado, cold brew), impulsados por consumidores informados y dispuestos a pagar más por calidad y origen.
- Sostenibilidad: Segmentos de “café verde”, comercio justo y certificaciones ambientales ganan peso, sobre todo en ciudades como Melbourne y Canberra, alineados con tendencias globales de consumo responsable.

Un ejemplo es Melbourne, considerada la “capital del café” del país, donde la experiencia social en cafetería (sentarse y compartir) tiene más peso que el consumo “para llevar”, en contraste con Sídney, más orientada a la rapidez y al café como apoyo a jornadas laborales intensas.

Exportaciones

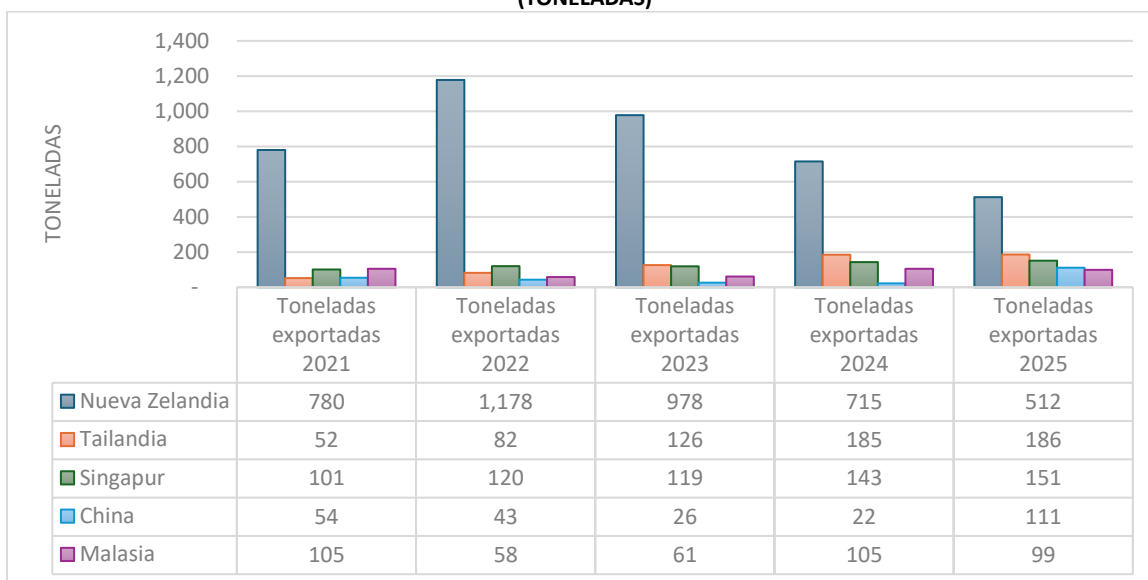
A continuación, se presentan las cifras de exportación de café tostado de Australia al mundo.

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



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

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



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones australianas de café tostado sin descafeinar (partida 090121) muestran entre 2021 y 2025 un comportamiento de crecimiento en valor acompañado de estancamiento en volumen físico, lo que sugiere un aumento en el precio promedio por tonelada y una mayor orientación hacia productos de valor agregado. En 2021, Australia exportó al mundo un total de 12,6 millones USD y 1473 toneladas de café tostado, mientras que para 2025 estas cifras ascienden a 16,6 millones USD y 1464 toneladas respectivamente. Esto implica que en cuatro años el valor exportado crece de forma significativa a un CAGR de 7,1 %, pero la cantidad enviada al exterior prácticamente se mantiene, reflejando una mejora en el ingreso por unidad exportada.

Desde el punto de vista de dinámica temporal, si se calcula la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) para el periodo 2021–2025, se obtienen resultados consistentes con un mercado que incrementa su valor sin aumentar su volumen. Se obtiene un crecimiento cercano al 7,1 % anual, mientras que para el volumen la tasa es de aproximadamente -0,15 % anual, es decir, una leve caída. En términos prácticos, esto significa que Australia vende más caro su café tostado, ya sea por aumentos de precios internacionales, por la incorporación de cafés de especialidad, blends premium o marcas con mayor posicionamiento en los mercados de destino.

En relación con la estructura de destinos, las exportaciones se concentran claramente en un núcleo de cinco mercados que, en conjunto, explican cerca de dos tercios del valor exportado en 2025. Estos principales destinos son Nueva Zelanda, Tailandia, China, Singapur y Malasia, con valores de exportación en 2025 de 3,65 millones USD, 2,36 millones USD, 1,62 millones USD, 1,49 millones USD y 1,34 millones USD respectivamente. En términos de volumen, estos mismos países reciben 512 toneladas (Nueva Zelanda), 186 toneladas (Tailandia), 111 toneladas (China), 151 toneladas (Singapur) y 99 toneladas (Malasia), lo que evidencia una combinación de mercados de gran tamaño (Nueva Zelanda) y mercados de rápido crecimiento con volúmenes todavía moderados (Tailandia y China).

Dentro de estos destinos, se observan comportamientos diferenciados que ayudan a entender la lógica territorial de la oferta australiana. Nueva Zelandia, principal socio cercano, reduce sus importaciones de café tostado australiano desde 5,27 millones USD y 780 toneladas en 2021 a 3,65 millones USD y 512 toneladas en 2025, lo que indica una fase de corrección o maduración del mercado, posiblemente por sustitución parcial hacia otros orígenes o cambios en la demanda interna. Por el contrario, Tailandia presenta un crecimiento muy fuerte: las compras pasan de 485 mil USD y 52 toneladas en 2021 a 2,36 millones USD y 186 toneladas en 2025, consolidando a este país como un mercado emergente clave para el café tostado australiano.

China, por su parte, muestra un patrón mixto, con una caída inicial y recuperación posterior que refleja ajustes en cadenas de suministro y reactivación de la demanda. Entre 2021 y 2023, el valor exportado se reduce de 671 mil USD a 341 mil USD, mientras que las toneladas bajan de 54 a 26, pero en 2025 se observa un repunte importante con 1,62 millones USD y 111 toneladas. Este salto sugiere que el mercado chino está reconfigurando su consumo de café, incorporando más café tostado importado, entre ellos el australiano, en un contexto de crecimiento de las cafeterías urbanas y mayor interés por productos occidentales de calidad. Singapur y Malasia, en cambio, muestran trayectorias más estables, con incrementos graduales tanto en valor como en volumen, aunque en el caso de Malasia el volumen se mantiene prácticamente dentro de un rango acotado (de 105 toneladas en 2021 a 99 toneladas en 2025), mientras el valor aumenta, reforzando la idea de mejora en el precio promedio.

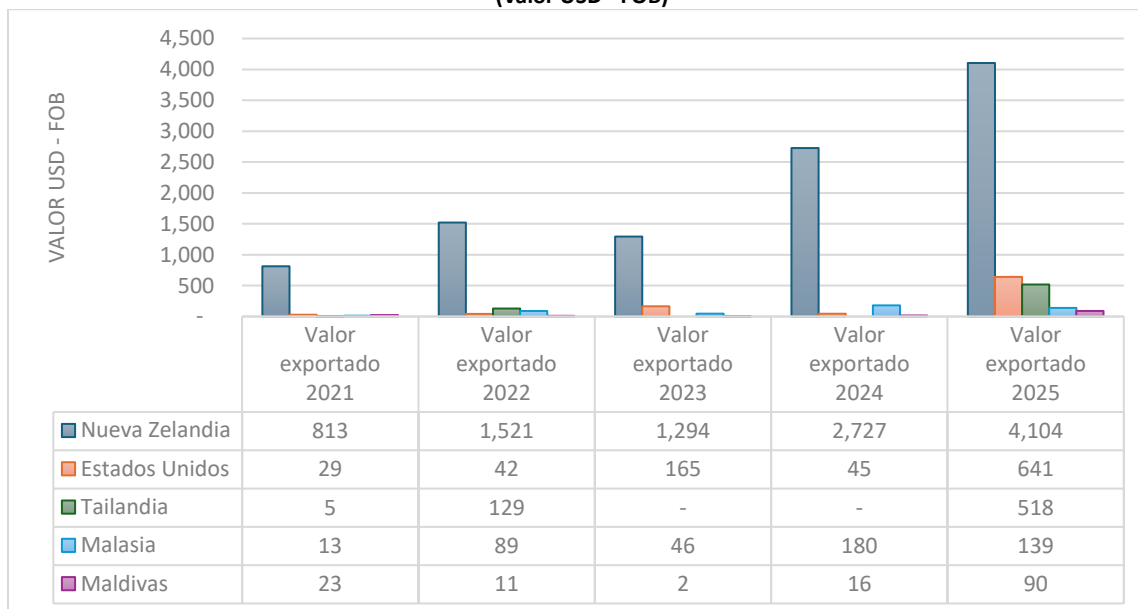
Las razones que explican la fortaleza de estos cinco destinos pueden agruparse en tres dimensiones: geográfica, económica y cultural. Geográficamente, la proximidad y la integración económica con Nueva Zelandia y el entorno Asia-Pacífico reducen costos logísticos y facilitan el acceso, lo que favorece el comercio de productos alimentarios como el café tostado. Económicamente, la expansión de la clase media urbana y del sector servicios en Tailandia, China, Singapur y Malasia impulsa la demanda de café de calidad en retail y en canales HORECA, creando espacio para proveedores de café tostado con capacidad de ofrecer blends diferenciados y marcas confiables. Culturalmente, la consolidación de la cultura cafetera en estas economías – especialmente el café tipo espresso, bebidas basadas en espresso y cafés de especialidad– encaja con la experiencia de Australia en tostado y desarrollo de conceptos de cafetería que pueden exportarse o inspirar la oferta hacia estos mercados.

A nivel más estructural, el comportamiento global de las exportaciones australianas de café tostado entre 2021 y 2025 se entiende mejor considerando varios factores adicionales. En primer lugar, aunque Australia no es productor de café verde, sí ha desarrollado una sólida industria de tostado, blending y construcción de marca, que reexporta café tostado hacia mercados regionales que valoran la calidad percibida de productos australianos. En segundo lugar, el aumento de los precios internacionales del café en los últimos años presiona al alza el valor de las exportaciones, de manera que incluso con volúmenes estables o ligeramente decrecientes el monto en dólares crece de forma significativa. En tercer lugar, la diversificación de destinos –con presencia en más de cuarenta mercados, desde grandes economías asiáticas hasta pequeñas islas del Pacífico y países de Medio Oriente– reduce la dependencia de un solo mercado y permite compensar caídas en unos destinos con incrementos en otros.

Finalmente, el perfil de algunos mercados pequeños pero de alto valor, como Fiji, Qatar, Emiratos Árabes Unidos o Kuwait, sugiere una estrategia orientada también a nichos premium. En estos casos, el volumen exportado puede ser bajo, pero

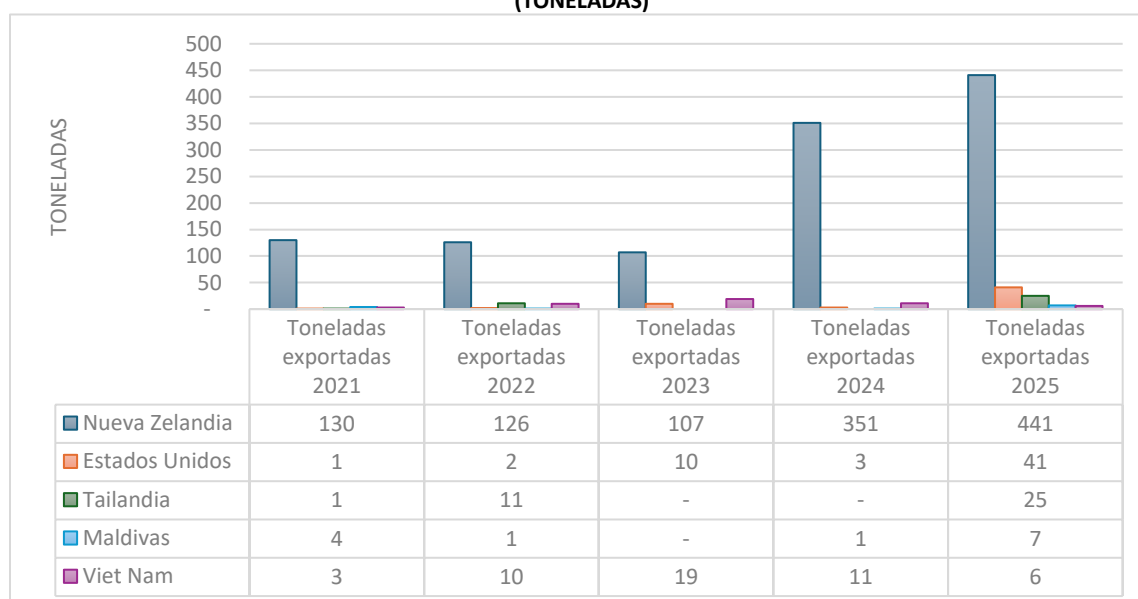
el valor por tonelada elevado, asociado a consumidores de alto poder adquisitivo, turismo internacional, cadenas de café de marca y preferencias por productos importados de calidad diferenciada. Esta combinación de mercados grandes cercanos, economías emergentes de rápido crecimiento y nichos premium en economías de renta alta explica por qué las exportaciones de café tostado australiano aumentan en valor sin necesidad de expandir significativamente el volumen físico, consolidando a Australia como un proveedor regional de café tostado con foco en valor agregado.

FIGURA 03: EXPORTACIONES P.A 0901.90 CÁSCARA Y CASCARILLA DE CAFE AL MUNDO, 2021 - 2025
(Valor USD - FOB)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

FIGURA 04: EXPORTACIONES P.A 0901.90 CÁSCARA Y CASCARILLA DE CAFE AL MUNDO, 2021 - 2025
(TONELADAS)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Las exportaciones australianas de cáscara y cascarilla de café, así como sucedáneos que contienen café (partida 090190), muestran entre 2021 y 2025 un crecimiento muy dinámico en valor acompañado de un aumento significativo en volumen, lo que evidencia la consolidación de este subproducto como una línea de negocio relevante dentro de la oferta cafetera de Australia. En 2021, el total exportado al mundo alcanza 2,05 millones USD y 263 toneladas, mientras que en 2025 estas cifras suben a 6,03 millones USD y 553 toneladas. En cuatro años, el valor se casi triplica y el volumen más que se duplica, reflejando tanto un incremento en la demanda internacional de cascara/cascarilla y sucedáneos de café como un mayor aprovechamiento de estos subproductos por parte de la industria australiana.

Si se analiza la dinámica temporal mediante la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) para el periodo 2021–2025, se aprecia que este segmento crece a ritmos muy superiores a los del café tostado tradicional. Aproximadamente una tasa del 30,2 % anual, al pasar de 2,05 millones USD en 2021 a 6,03 millones USD en 2025. En el caso del volumen, el CAGR arroja alrededor de 20,2 % anual, al subir de 263 a 553 toneladas en el mismo periodo. Estos crecimientos simultáneos en valor y volumen confirman que no solo se está vendiendo más caro el producto, sino que se están enviando cantidades significativamente mayores al exterior, lo que indica expansión de mercados y consolidación de nuevos usos (como infusiones tipo “cáscara tea”, ingredientes para bebidas RTD o insumos para industria alimentaria y nutracéutica).

En cuanto a la estructura geográfica, las exportaciones se concentran de manera clara en un grupo de cinco mercados que explican la mayor parte del valor exportado. En 2025, los principales destinos son Nueva Zelanda, Estados Unidos de América, Tailandia, Malasia y Maldivas. Nueva Zelanda se posiciona como el mercado dominante, con 4,10 millones USD y 441 toneladas, mientras que Estados Unidos registra 641 mil USD y 41 toneladas, y Tailandia 518 mil USD y 25 toneladas. Malasia y Maldivas completan el grupo con 139 mil USD (5 toneladas) y 90 mil USD (7 toneladas) respectivamente. Esta concentración refleja una combinación de un mercado vecino de gran tamaño (Nueva Zelanda), una potencia de consumo como Estados Unidos y mercados emergentes o de nicho con alto interés por productos diferenciados derivados del café.

Dentro de estos cinco destinos, el comportamiento 2021–2025 muestra trayectorias que ayudan a entender las razones detrás de la expansión. Nueva Zelanda pasa de 813 mil USD y 130 toneladas en 2021 a 4,10 millones USD y 441 toneladas en 2025, lo que implica un crecimiento sostenido tanto en valor como en volumen, y la consolidación de este país como el principal receptor de cáscara y cascarilla de café australiana. Estados Unidos, por su parte, aumenta desde 29 mil USD y 1 tonelada en 2021 a 641 mil USD y 41 toneladas en 2025, reflejando la apertura de un mercado de alto poder adquisitivo y con fuerte tendencia a productos innovadores (infusiones, bebidas funcionales, ingredientes alternativos). Tailandia, que apenas compraba 5 mil USD y 1 tonelada en 2021, llega a 518 mil USD y 25 toneladas en 2025, mostrando un salto notable que sugiere la incorporación de estos subproductos en nuevas aplicaciones, posiblemente ligadas a la industria de bebidas, alimentos y cafeterías.

Malasia y Maldivas presentan patrones distintivos, pero igualmente interesantes. Malasia incrementa sus compras desde 13 mil USD y 1 tonelada en 2021 a 139 mil USD y 5 toneladas en 2025, con un crecimiento marcado, aunque sobre una base relativamente pequeña. Maldivas, en cambio, registra 23 mil USD y 4 toneladas en 2021, cae ligeramente en los años intermedios y se

recupera hasta alcanzar 90 mil USD y 7 toneladas en 2025. En ambos casos, el aumento en valor por tonelada y la estabilidad o expansión del volumen apuntan a nichos específicos: turismo de alto nivel y hoteles en Maldivas, y una creciente industria de bebidas y productos alternativos en Malasia.

Las razones para exportar estos productos a dichos mercados pueden organizarse en tres dimensiones: proximidad/regionalidad, demanda por innovación y capacidad logística. En primer lugar, Nueva Zelandia se beneficia de la cercanía geográfica y de la integración económica con Australia, lo que reduce costos de transporte y facilita la incorporación de subproductos del café en cadenas de valor compartidas (por ejemplo, empresas que operan en ambos países). En segundo lugar, Estados Unidos y Tailandia destacan por su demanda de productos innovadores ligados a tendencias de salud, sostenibilidad y novedad gastronómica, donde la cáscara de café se posiciona como ingrediente para infusiones, bebidas frías y productos funcionales. En tercer lugar, Malasia y Maldivas cuentan con sectores turísticos y de servicios que requieren diferenciación en la oferta de bebidas, especialmente en hoteles, resorts y cafeterías de concepto, lo que favorece la adopción de sucedáneos de café y nuevas propuestas sensoriales.

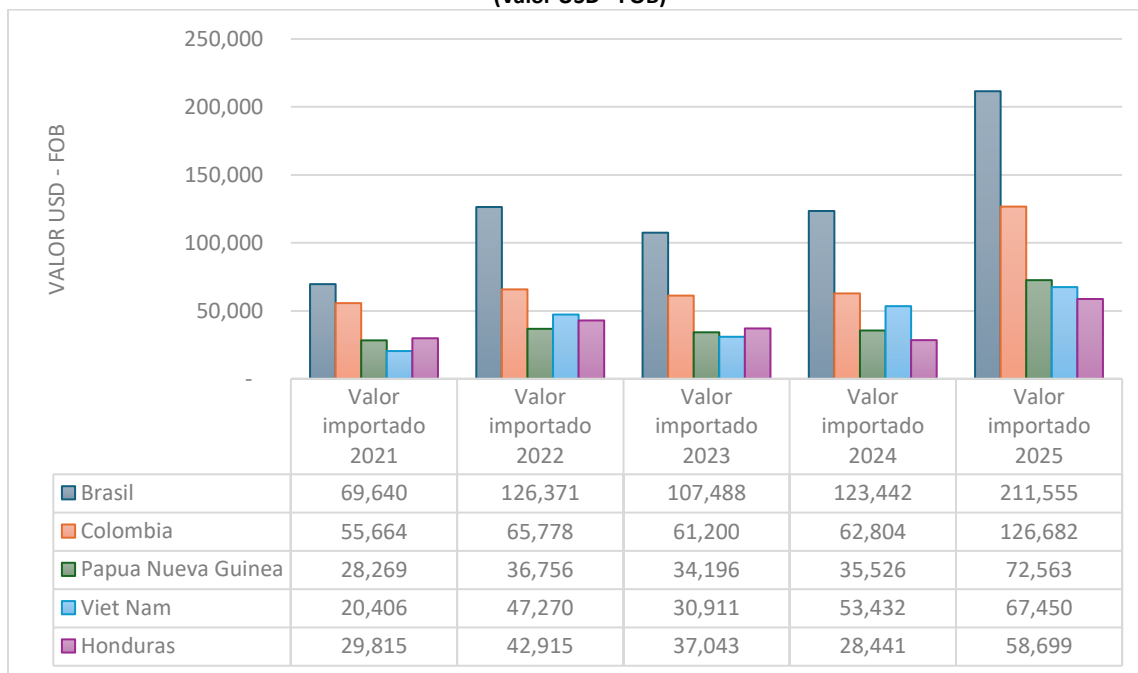
Más allá de estos cinco destinos, la lista de países compradores muestra un abanico de mercados adicionales que, aunque de menor tamaño, contribuyen a diversificar y sostener el crecimiento. Economías como Singapur, Nueva Caledonia, Viet Nam, Fiji, Papua Nueva Guinea, Taiwán o Camboya presentan flujos de exportación variables pero presentes, indicando usos puntuales en industrias locales o cadenas de cafeterías. Por ejemplo, Singapur pasa de 301 mil USD y 57 toneladas en 2021 a 80 mil USD y 5 toneladas en 2025, reflejando una racionalización del volumen, pero manteniendo un cierto nivel de valor, probablemente asociado a productos de mayor precio. Asimismo, Viet Nam y Fiji muestran picos de compras en años intermedios, lo que sugiere operaciones específicas o pruebas de mercado, antes de estabilizar los volúmenes.

El comportamiento global de las exportaciones de la partida 090190 puede explicarse por varios factores estructurales y coyunturales. En el plano estructural, se aprecia una tendencia internacional al aprovechamiento integral de la cadena del café, donde subproductos como cáscara y cascarilla dejan de ser residuos para convertirse en insumos comercializables, alineados con conceptos de economía circular y sostenibilidad. En el plano coyuntural, el auge de bebidas alternativas, productos plant-based y opciones funcionales en mercados como Estados Unidos, Europa y Asia impulsa el uso de estos materiales como base para nuevos desarrollos. Además, la experiencia australiana en innovación alimentaria y en marketing de productos diferenciados favorece que el país no solo adopte estos subproductos internamente, sino que los canalice hacia mercados internacionales con demanda creciente.

Finalmente, la combinación de crecimientos altos en valor y volumen, junto con la diversificación de destinos y la presencia de mercados de nicho, consolida a Australia como un actor relevante en el comercio de cáscara y cascarilla de café. Aunque los volúmenes siguen siendo menores en comparación con el café tostado y el café verde, la tasa de expansión de esta partida sugiere un potencial interesante para proyectos que busquen aprovechar subproductos del café con alto valor agregado y fuerte narrativa de sostenibilidad. Esta tendencia abre oportunidades tanto para Australia como para otros países productores de café que deseen posicionar cáscara y cascarilla en segmentos de infusiones, bebidas especiales y alimentos funcionales en los mercados de Asia-Pacífico y América del Norte.

Importaciones

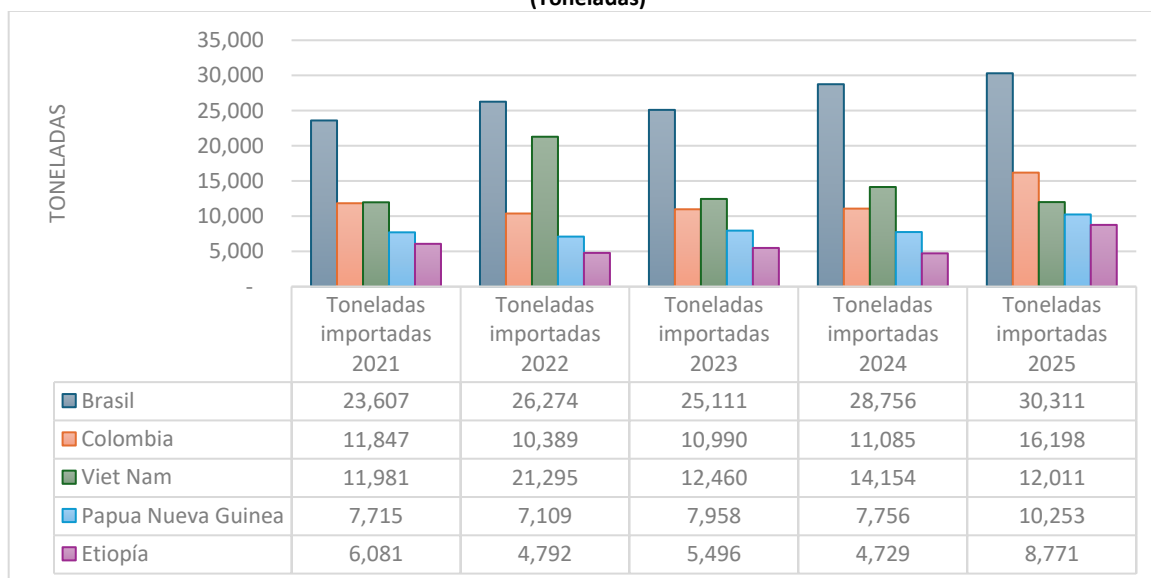
**FIGURA 05: IMPORTACIONES P.A 0901.11 CAFÉ SIN TOSTAR DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor USD - FOB)**



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 06: IMPORTACIONES P.A 0901.11 CAFÉ SIN TOSTAR DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Toneladas)**



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

Las importaciones de café sin tostar ni descafeinar (partida 090111) por parte de Australia muestran entre 2021 y 2025 un cambio estructural importante, caracterizado por un fuerte incremento en el valor importado y un crecimiento moderado en el volumen físico, lo que refleja un encarecimiento del grano y una mayor orientación hacia cafés de calidad superior. En 2021, el total importado desde el mundo asciende a 337,1 millones USD y 96 799 toneladas, mientras que en 2025 estas cifras se elevan a 780,3 millones USD y 111 885 toneladas, más del doble en valor y alrededor de un 16 % adicional en volumen. Esta combinación indica que Australia no solo compra más café verde, sino que paga precios sensiblemente más altos, vinculados a la evolución del mercado internacional y al mayor peso del café de especialidad en su demanda interna.

Desde la perspectiva de la dinámica temporal, el cálculo de la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) entre 2021 y 2025 permite cuantificar la intensidad de este proceso. Calculando el CAGR, se obtiene un crecimiento aproximado de 22,9 % anual, mientras que, para el volumen, utilizando el resultado es cercano a 3,7 % anual. Es decir, el valor de las importaciones aumenta a un ritmo seis veces superior al del volumen físico. En términos de mercado, esto significa que el café que entra en Australia es, en promedio, cada vez más caro, sea por alza de precios internacionales, por una mayor proporción de cafés de origen y de especialidad, o por un mix que privilegia calidades superiores y cafés diferenciados.

En cuanto a la estructura de proveedores, el abastecimiento de café verde de Australia se concentra de manera clara en cinco orígenes principales: Brasil, Colombia, Papua Nueva Guinea, Viet Nam y Honduras. En 2025, Brasil lidera con 211,55 millones USD y 30 311 toneladas, seguido por Colombia con 126,68 millones USD y 16 198 toneladas, Papua Nueva Guinea con 72,56 millones USD y 10 253 toneladas, Viet Nam con 67,45 millones USD y 12 011 toneladas, y Honduras con 58,69 millones USD y 7961 toneladas. En conjunto, estos cinco países representan más de la mitad del valor total importado, constituyendo la base sobre la cual se construyen los blends y la oferta de café tostado en Australia. La presencia de otros orígenes como Etiopía, India, Nicaragua, Guatemala, México o Costa Rica complementa esta estructura y aporta diversidad de perfiles sensoriales.

Las razones para abastecerse de estos países se pueden agrupar en tres dimensiones: capacidad productiva, calidad y complementariedad de perfiles. Brasil se posiciona como proveedor “ancla” al ser el principal productor mundial, con gran disponibilidad de volúmenes y una gama amplia de calidades, especialmente arábica natural y robusta, que sirven de base a blends comerciales y productos de gran consumo. Colombia aporta cafés arábica suaves de reputación global y alto valor agregado, utilizados en segmentos premium y de especialidad; su crecimiento desde 55,66 millones USD y 11 847 toneladas en 2021 a 126,68 millones USD y 16 198 toneladas en 2025 confirma su consolidación como origen clave de calidad. Papua Nueva Guinea, por su cercanía geográfica y larga tradición de suministro a Australia, ofrece perfiles de taza particulares que encajan bien con el paladar local y con cafeterías de especialidad, incrementando su presencia tanto en valor como en volumen. Viet Nam aporta robusta competitiva, esencial para espresso de alto cuerpo e industria de café instantáneo, con un fuerte aumento en valor, aunque el volumen se mantiene relativamente estable, lo que apunta a mejores precios o calidades. Honduras, finalmente, se posiciona como origen latinoamericano competitivo en precio, con cafés arábica de creciente reconocimiento, que sostienen su volumen y aumentan su valor, integrándose en blends comerciales y de especialidad.

A nivel de variedades, la configuración de orígenes sugiere un predominio del café arábica para los segmentos de calidad y un papel relevante del robusta para usos industriales y ciertos estilos

de espresso. Brasil, Colombia, Papua Nueva Guinea, Honduras, Etiopía, Guatemala, Nicaragua y otros orígenes africanos y latinoamericanos aportan principalmente arábica, utilizado en cafés de especialidad, filtrados y blends premium. Viet Nam, parte de Brasil e Indonesia proveen robusta, usado para dar cuerpo, crema y cafeína a mezclas orientadas a espresso, cápsulas y café instantáneo. La presencia marcada de Etiopía (58,20 millones USD y 8771 toneladas en 2025) refuerza el interés del mercado australiano por cafés de origen distintivo, con perfiles florales y frutales apreciados por consumidores exigentes

Dentro de esta estructura, Perú aparece como un proveedor relevante de segundo nivel, con una participación estable y una evolución interesante desde el punto de vista del valor. En 2021, las importaciones de café verde peruano alcanzan 12,19 millones USD y 2910 toneladas; para 2025, el valor sube a 18,31 millones USD mientras el volumen se sitúa en 2415 toneladas. Esto implica un aumento aproximado del 50 % en el valor importado y una disminución cercana al 17 % en el volumen, lo que se traduce en un incremento claro del precio promedio por tonelada. Desde la lógica de mercado, esta tendencia sugiere que Australia compra menos volumen de café peruano, pero de mayor calidad o con características especiales (orígenes específicos, microlotes, certificaciones orgánicas y de comercio justo, entre otras), posicionándolo en nichos de mayor valor dentro del segmento de especialidad.

Las razones que explican este comportamiento de las importaciones peruanas pueden organizarse en torno a reputación, posicionamiento y competencia. Por un lado, el café peruano arábica de altura ha ganado reconocimiento en mercados internacionales, incluyendo Australia, destacando por perfiles suaves y complejos, con acidez equilibrada y notas dulces, que encajan con la demanda de cafés filtrados y especiales. Por otro lado, el país se ha posicionado en nichos de comercio justo y orgánico, atributos altamente valorados por consumidores australianos sensibles a la sostenibilidad, la trazabilidad y las prácticas responsables. Sin embargo, la competencia de otros orígenes latinoamericanos con mayor presencia histórica y capacidad de oferta (Colombia, Guatemala, Honduras, México, Costa Rica) limita el crecimiento del volumen peruano, aunque no impide la mejora en el ingreso por unidad, al orientarse a segmentos de valor agregado.

Para comprender de manera integral el comportamiento de las importaciones de café verde en Australia, es útil considerar factores estructurales del mercado internacional y del propio entorno australiano. En primer lugar, el período 2021–2025 está marcado por episodios de aumento de precios internacionales del café, vinculados a choques de oferta (clima, plagas, costos logísticos), lo que repercute directamente en el valor de las importaciones, incluso cuando el volumen crece de forma moderada. En segundo lugar, la sofisticación de la cultura cafetera australiana –con una alta densidad de cafeterías independientes, tostadores boutique y consumidores informados– impulsa la demanda de cafés de origen único, lotes especiales y perfiles de alta calidad, elevando el precio promedio del grano importado. En tercer lugar, la diversificación de orígenes es una estrategia deliberada para reducir riesgos y construir blends complejos: aunque Brasil y Colombia lideran, la lista de proveedores incluye África oriental, Centroamérica, Sudeste Asiático y orígenes vecinos como Papua Nueva Guinea y Timor-Leste.

Finalmente, el incremento simultáneo del valor y el volumen, la concentración en un grupo de proveedores principales y la presencia de orígenes de nicho configuran a Australia como un mercado muy atractivo para exportadores de café verde. Para países como Perú, la oportunidad reside en consolidar su oferta de arábica de calidad, reforzar atributos de sostenibilidad y trazabilidad, y diferenciarse mediante perfiles sensoriales y certificaciones, más que competir por volumen masivo. En cambio, para grandes productores como Brasil y Viet Nam, el enfoque se

orienta a garantizar suministro estable y competitivo, atendiendo tanto a segmentos de especialidad como a la base de consumo masivo. Todo ello enmarca a las importaciones australianas de café sin tostar como un componente central del informe de mercado, donde se cruzan factores de precio internacional, estrategia de origen, calidad del producto y evolución de la demanda interna.

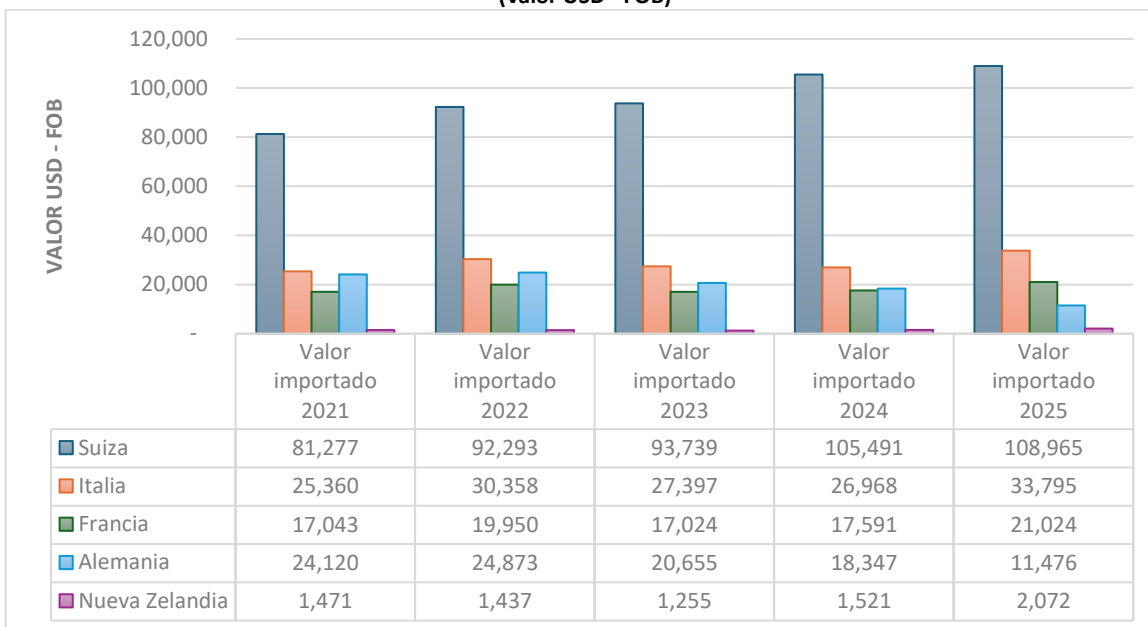
Tabla 02: Precios promedio 0901.11 – USD/ton

País	2021	2022	2023	2024	2025
Brasil	2950	4812	4283	4294	6981
Colombia	4700	6332	5570	5666	7821
Papua Nueva Guinea	3665	5172	4296	4583	7080
Viet Nam	1703	2219	2481	3775	5615
Honduras	3732	5204	4834	4683	7372
Perú	4194	5762	5454	5422	7582

Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

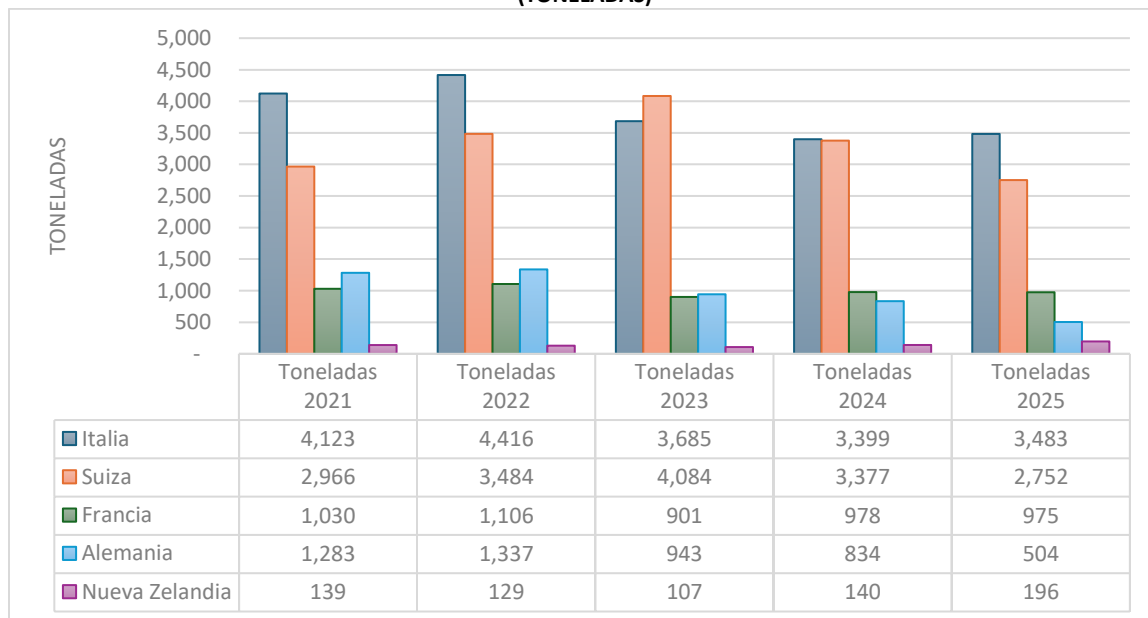
La tabla de precios promedio evidencia que el café peruano se sitúa sistemáticamente en la franja alta de valor por tonelada, muy cercano a Colombia y por encima de Brasil en todos los años analizados. Mientras Brasil, como proveedor de gran volumen, parte de niveles de precio inferiores y solo en 2025 se aproxima al rango de Perú y Colombia, estos dos orígenes mantienen desde 2021 precios claramente superiores, lo que refleja su posicionamiento como cafés arábica de mayor calidad y perfil diferencial. En términos estratégicos, esto significa que Perú ya está siendo percibido por el mercado australiano como un origen de valor agregado, capaz de capturar precios similares a los de Colombia y claramente superiores a los de Brasil, lo que refuerza la conveniencia de estrategias centradas en especialidad, certificaciones (orgánico, comercio justo) y microlotes, más que en competencia por volumen o por precios bajos. Para los exportadores peruanos, la prioridad debería ser consolidar y comunicar ese posicionamiento de calidad, profundizando la relación con tostadores y compradores australianos que buscan cafés diferenciados y están dispuestos a pagar un premio por origen y atributos específicos.

**FIGURA 07: IMPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor USD - FOB)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 08: IMPORTACIONES P.A 0901.21 CAFÉ TOSTADO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(TONELADAS)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Las importaciones de café tostado sin descafeinar (partida 090121) por parte de Australia presentan entre 2021 y 2025 un cambio relevante en su estructura, caracterizado por un aumento moderado en el valor importado y una disminución significativa en el volumen físico. En 2021, el total importado desde el mundo asciende a 162,36 millones USD y 10 969 toneladas, mientras que en 2025 el valor se incrementa hasta 189,70 millones USD y el volumen desciende a 8868 toneladas. Este comportamiento indica que Australia compra menos cantidad de café tostado del exterior, pero paga más por cada tonelada, lo que refleja una mayor orientación hacia productos de alto valor agregado y una menor dependencia del café tostado importado para el abastecimiento cotidiano del mercado interno.

Desde la perspectiva de la dinámica temporal, la evolución puede sintetizarse mediante la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) para el periodo 2021–2025. Al aplicar la fórmula el CAGR de valor total, el resultado se sitúa alrededor de 4,0 % anual, evidenciando un incremento moderado pero sostenido en términos monetarios. En cambio, calculando el CAGR para el volumen, la tasa aproximada es de -5,3 % anual, es decir, una reducción continua de las toneladas importadas. La combinación de ambas tendencias –crecimiento en valor y caída en volumen– sugiere que el café tostado que entra en Australia se posiciona cada vez más como producto de nicho, asociado a marcas internacionales y referencias premium, mientras la industria local de tostado gana peso como proveedora del grueso del consumo interno.

En relación con la estructura de proveedores, las importaciones australianas de café tostado están fuertemente dominadas por orígenes europeos, con un claro liderazgo de Suiza, Italia, Francia y Alemania, complementados por Nueva Zelandia como socio regional relevante. En 2025, Suiza se sitúa como principal origen con 108,96 millones USD y 2752 toneladas; Italia le sigue con 33,79 millones USD y 3483 toneladas; Francia aporta 21,02 millones USD y 975 toneladas; Alemania, aunque en retroceso, registra 11,47 millones USD y 504 toneladas; y Nueva Zelandia completa el grupo con 2,07 millones USD y 196 toneladas. Estos cinco países concentran la mayor parte del valor importado, lo que revela una preferencia marcada por marcas europeas de café tostado –incluyendo cápsulas, blends premium y productos de conveniencia– y por un flujo regional complementario desde Nueva Zelandia.

El análisis de cada uno de estos orígenes permite entender mejor las razones de su peso en el mercado australiano. Suiza actúa como proveedor clave debido a que alberga la sede de grandes multinacionales del café, especialmente en segmentos de cápsulas, solubles y productos premium, lo que explica el aumento de su valor exportado hacia Australia desde 81,27 millones USD en 2021 a 108,96 millones USD en 2025, pese a una ligera reducción en volumen de 2966 a 2752 toneladas. Italia, por su tradición ligada al espresso y por la fuerza de sus marcas icónicas, incrementa sus ventas a Australia desde 25,36 millones USD y 4123 toneladas en 2021 hasta 33,79 millones USD y 3483 toneladas en 2025, manteniendo un volumen relativamente estable con mejora en precio promedio. Francia sostiene una trayectoria de crecimiento en valor (de 17,04 a 21,02 millones USD) con volúmenes que se mantienen alrededor de las 900–975 toneladas, reflejando un posicionamiento en segmentos medios y altos.

Por su parte, Alemania muestra un patrón de retroceso, pasando de 24,12 millones USD y 1283 toneladas en 2021 a 11,47 millones USD y 504 toneladas en 2025, lo que sugiere que parte de los productos alemanes han sido sustituidos por tostadores locales o por otras marcas europeas. Nueva Zelandia, en cambio, refuerza su rol regional, incrementando el valor de sus exportaciones hacia Australia de 1,47 millones USD y 139 toneladas en 2021 a 2,07 millones USD y 196 toneladas en 2025. En conjunto, esta estructura confirma que el café tostado importado se concentra en

marcas reconocidas, con alto posicionamiento, mientras el mercado australiano recurre a proveedores regionales para complementar ciertas líneas de producto. En términos de variedades, aunque la base de datos no separa explícitamente arábica y robusta, la naturaleza de las marcas suizas e italianas sugiere predominio de mezclas basadas en arábica, con proporciones de robusta para espresso y cápsulas.

Dentro de esta configuración, la presencia de Perú como origen de café tostado importado es marginal, con tendencia a cero. Esto sugiere operaciones puntuales o partidas muy pequeñas, posiblemente vinculadas a productos específicos o pruebas de mercado, sin un flujo estable ni relevante en la estructura importadora de café tostado. El contraste con el papel más significativo de Perú como proveedor de café verde ayuda a entender que la estrategia habitual hacia Australia se orienta a exportar grano sin tostar, que luego es procesado por tostadores locales, más que café tostado terminado.

Las razones detrás de este comportamiento pueden explicarse por la fortaleza de la industria local de tostado en Australia, la preferencia por marcas internacionales consolidadas y el posicionamiento del café peruano en otros segmentos. Por un lado, Australia dispone de una red amplia de tostadores independientes y cadenas locales que prefieren importar café verde – incluyendo origen peruano– para adaptarlo a las preferencias de sabor del mercado interno, limitando la necesidad de café tostado importado desde Perú. Por otro lado, cuando el mercado australiano demanda café tostado listo para consumo, suele recurrir a marcas europeas (especialmente suizas e italianas) y a multinacionales con fuerte presencia en cápsulas y productos de conveniencia, lo que deja poco espacio a proveedores de café tostado con menor presencia de marca internacional. Además, para Perú resulta estratégicamente más rentable y coherente con su perfil exportador priorizar la venta de café verde de especialidad, que tiene alta demanda en Australia, en lugar de competir en el segmento de café tostado frente a actores globales ya posicionados.

En síntesis, las importaciones australianas de café tostado entre 2021 y 2025 configuran un mercado de nicho en el que el valor aumenta mientras el volumen disminuye, se concentra en pocos proveedores europeos y se apoya en marcas de alta diferenciación. Este patrón refuerza la idea de que el café tostado importado ocupa un rol complementario dentro de la oferta total de café en Australia, orientado a segmentos premium, cápsulas y conveniencia, mientras que el abastecimiento principal para el consumo diario proviene del tostado local de café verde importado.

3. Análisis de la demanda

La demanda de café en Australia es alta, sofisticada y está fuertemente orientada a cafés de calidad y preparaciones tipo espresso, tanto en el hogar como en cafeterías.

Perfil del consumidor de café en Australia

El consumidor australiano de café pertenece mayoritariamente a segmentos urbanos de ingreso medio y medio-alto, con fuerte presencia en ciudades como Melbourne, Sídney, Brisbane y Perth. Valora la calidad del producto, el origen del grano y la experiencia en la cafetería, más allá del simple “shot” de cafeína; el café se concibe como un ritual social, ligado a reuniones, trabajo y ocio.

La influencia de la inmigración italiana y griega consolidó un perfil muy exigente: el estándar cotidiano es el café de especialidad (third wave), con baristas formados y altos niveles de control en la extracción. Los consumidores conocen orígenes, perfiles de sabor y procesos, y están dispuestos a pagar más por cafés diferenciados, microlotes y experiencias especiales (menús de café de reserva, granos congelados, etc.).

Demanda aparente y consumo per cápita

Con base en las estadísticas de consumo doméstico, la demanda aparente de café en Australia se sitúa en torno a 2,15 millones de sacos de 60 kg en el año fiscal 2024, tras una recuperación desde el mínimo de 1,96 millones de sacos en 2020. Considerando este volumen, la demanda aparente equivale a aproximadamente 129 000 toneladas de café en un año (2,15 millones x 60 kg).

A nivel individual, el consumo doméstico promedio se estima en unos 2,9 kg por persona al año. Si se traduce este consumo en tazas, y se asume que cada taza utiliza alrededor de 7–8 gramos de café, esto implica aproximadamente entre 360 y 415 tazas de café por persona al año (un poco más de una taza diaria).

Hábitos, formas y lugares de consumo

El café en Australia se consume tanto fuera como dentro del hogar, con patrones diferenciados:

- Consumo en cafeterías: Australia cuenta con más de 55 000 cafés y restaurantes, y una proporción muy alta de locales independientes, lo que refleja una cultura de cafetería intensa. El consumo se concentra en bebidas basadas en espresso, como flat white, latte, cappuccino y long black, más que en café filtrado tradicional.
- Consumo en el hogar: El aumento de precios en cafeterías ha impulsado la compra de máquinas de espresso, cápsulas y métodos de filtrado para uso doméstico. Los consumidores replican en casa estándares de café de especialidad, usando granos de tostadores locales y experimentando con diferentes orígenes.

En cuanto a momentos de consumo, el café se asocia al desayuno, al “brunch” y a pausas laborales, pero también a reuniones sociales y citas; las cafeterías funcionan como espacios de encuentro, trabajo remoto y networking. Es habitual que el café se acompañe de comida (brunch, snacks, platos ligeros), integrando la experiencia en un concepto de estilo de vida saludable y social.

Tendencias en el consumo de café

- Estándar de especialidad: El café de especialidad dejó de ser nicho para convertirse en estándar industrial; muchos negocios y consumidores asumen que “todo es especialidad”, y diferencian más por experiencia, innovación y storytelling que por la etiqueta de “third wave”.
- Enfoque en origen y trazabilidad: Los menús de cafeterías destacan cada vez más el origen, proceso y perfil de sabor del café, y menos el tipo de bebida (flat white vs latte). Los consumidores eligen blends y orígenes en función del estilo de café que les gusta (frutal, achocolatado, cítrico), y valoran información sobre finca, variedad y métodos.
- Innovación en servicio: Crecen los menús de cafés “de reserva”, granos congelados, ediciones limitadas y cartas que se parecen a un menú de vinos, con datos de cosecha, procesamiento y notas de cata. La automatización en máquinas permite a baristas dedicar más tiempo a educación del consumidor y a experiencias de degustación.
- Shift hacia consumo en casa: En los últimos años se observa una preferencia creciente por tomar café en casa, motivada por el valor del tiempo y el aumento de precios en cafeterías; las marcas deben adaptar productos (grano, cápsulas, RTD) a este perfil híbrido que consume tanto fuera como dentro del hogar.
- Sensibilidad a precio y calidad: El precio promedio de la taza ha aumentado y hay gran variación según tipo de experiencia, pero los consumidores más informados aceptan pagar más por cafés de gama alta y experiencias diferenciadas. Esto abre espacio para cafés de origen premium, pero también exige coherencia entre precio, calidad y narrativa de marca.

4. Presentaciones y precios

Presentaciones comerciales en Australia

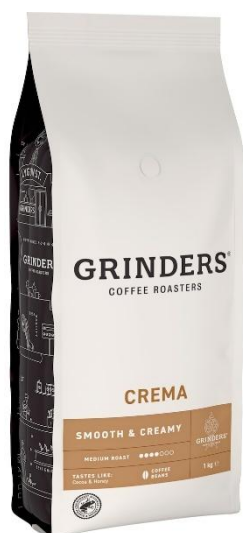
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café grano tostado
	Presentación	Caja
	Marca	Vittoria
	Precio	AUD 34 (USD 23,61)
	Peso Neto	1 kg
	País de Producción	Centroamérica y Sudamérica
	País de Distribución	Australia

	Fecha de Lanzamiento	2026
--	-----------------------------	------

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café tostado liofilizado
	Presentación	Botella
	Marca	Moccona
	Precio	AUD 26 (USD 18,05)
	Peso Neto	400 g
	País de Producción	Varios orígenes
	País de Distribución	Australia
	Fecha de Lanzamiento	2026

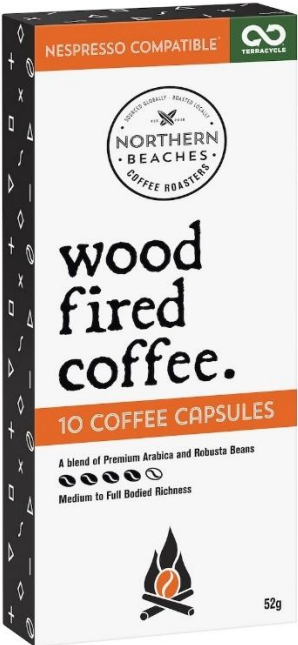


FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café tostado
	Presentación	Bolsa laminada
	Marca	GRINDERS
	Precio	AUD 46 (USD 31,94)
	Peso Neto	1 kg
	País de Producción	Varios orígenes
	País de Distribución	Australia



	Fecha de Lanzamiento	2026
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café tostado
	Presentación	Tostado
	Marca	The Killer coffee
	Precio	AUD 24 (USD 16,66)
	Peso Neto	700 g
	País de Producción	Varios orígenes
	País de Distribución	Australia
	Fecha de Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café granulado
	Presentación	En bolsitas
	Marca	ROBERT TIMM'S
	Precio	AUD 6.50 (USD 4,51)
	Peso Neto	45 g
	País de Producción	Italia
	País de Distribución	Australia
	Fecha de Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Café en cápsulas
	Presentación	Cápsulas
	Marca	Northern Beaches
	Precio	AUD 4.90 (USD 3.40)
	Peso Neto	52 g
	País de Producción	Varios orígenes
	País de Distribución	Australia
	Fecha de Lanzamiento	2026

5. Requisitos de acceso al mercado

La entidad clave que regula la importación de café sin tostar en Australia es el Departamento de Agricultura, Pesca y Silvicultura (Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, DAFF), a través de su sistema BICON de requisitos de bioseguridad para productos agrícolas. DAFF define las condiciones de acceso, permisos de importación, inspecciones y posibles tratamientos cuando se trata de granos de café verde, al considerarlos un material vegetal que puede portar plagas.

En paralelo, la Australian Border Force (ABF) es responsable de la parte aduanera: aranceles, documentos de importación, clasificación arancelaria y control en frontera, asegurando que las mercancías cumplan con la legislación aduanera y tributaria. Para un exportador peruano, esto implica interactuar tanto con la autoridad fitosanitaria (a través del importador y de BICON) como con la autoridad aduanera.

Requisitos arancelarios

En términos arancelarios, el café verde (0901.11) suele ingresar a Australia con arancel ad valorem 0 % sobre el valor CIF, gracias al Acuerdo de Libre Comercio Perú–Australia. Esto significa que, para los envíos de café sin tostar desde Perú, el importador australiano no paga derecho de aduana, aunque sí deben considerarse otros costos asociados como flete, seguro, tasas portuarias y servicios de inspección.

Requisitos no arancelarios

- Permiso de importación BICON solicitado por el importador australiano antes del envío, donde se especifica el tipo de café, forma de presentación (grano verde), país de origen y condiciones de tratamiento.

- Cumplimiento de condiciones de bioseguridad: los granos deben llegar libres de pulpa de fruta, hojas y otros residuos vegetales; el café debe estar limpio, sin presencia visible de plagas o contaminantes.
- Uso de empaques adecuados: sacos nuevos o en buen estado (por ejemplo, de yute o material similar), etiquetados correctamente con país de origen y otros datos, y sin material orgánico adicional que pueda transportar plagas.
- Posible inspección física en frontera por parte de DAFF; si se detectan insectos vivos u otros riesgos, la autoridad puede ordenar tratamiento (fumigación) o incluso rechazo del lote.

Requisitos específicos para café sin tostar - BICON

Para café verde, BICON establece requisitos más estrictos que para café tostado o soluble, precisamente por el riesgo fitosanitario. En general, se exige:

- Permiso de importación BICON para café verde (café en grano sin tostar) antes de la llegada de la carga.
- Que el café se presente en forma de granos secos, libres de pulpa; no se aceptan cerezas frescas ni café con restos de fruta.
- Declaración de que el producto ha sido procesado (lavado, secado) en origen bajo condiciones que minimizan la presencia de plagas; en algunos casos, se puede requerir que el café provenga de establecimientos registrados o certificados.
- El café tostado y el café soluble, en cambio, presentan requisitos más simples (muchas veces no requieren permiso específico) porque el proceso de tostado reduce el riesgo de plagas, pero el café verde sí necesita un control más riguroso.

Documentos y certificaciones

Para exportar café verde desde Perú a Australia, los documentos y certificaciones más habituales son:

Obligatorios:

- Certificado fitosanitario emitido por la autoridad sanitaria peruana (SENASA), que respalde que el café cumple con los requisitos de bioseguridad y está libre de plagas cuarentenarias.
- Factura comercial, lista de empaque y conocimiento de embarque (BL) o guía aérea, con la información completa del producto, cantidades, origen y destino.
- Etiquetado en sacos que indique claramente país de origen (Perú), tipo de café, lote, productor o exportador; este etiquetado es importante tanto para trazabilidad como para inspección.
- Permiso de importación BICON obtenido por el importador australiano, que debe estar vigente al momento de la llegada.

Recomendados:

- Certificaciones de calidad y sostenibilidad, como orgánico, comercio justo (Fairtrade), Rainforest Alliance u otras, que son muy valoradas por compradores australianos.
- Certificados de origen (cuando proceda, según acuerdos comerciales) que permitan acceder a preferencias arancelarias, si las hubiera.

- Documentación técnica adicional (fichas de producto, análisis de residuos de pesticidas, cupping scores, información de finca y proceso) que facilite la evaluación por tostadores y compradores de especialidad.

En resumen, para un proyecto peruano de exportación de café verde a Australia, el pilar regulatorio pasa por cumplir con DAFF vía BICON y con ABF en aduanas, asegurando granos limpios, bien empacados y respaldados por certificado fitosanitario y permisos de importación, mientras que las certificaciones de calidad y sostenibilidad son claves para diferenciarse en un mercado sofisticado y exigente.

6. Canales de distribución

La estructura de canales de comercialización de café en Australia combina importadores, tostadores, distribuidores y una red muy densa de cafeterías y retail moderno, con fuerte peso de actores independientes y algunas grandes marcas globales.

Estructura de canales de comercialización

La cadena típica para el café (especialmente el café verde que luego se tuesta en Australia) se desarrolla en varios eslabones:

- Importadores y traders especializados: Empresas que se encargan de comprar café verde en origen, gestionar logística internacional y entregar el producto a tostadores y grandes compradores locales.
- Tostadores y fabricantes: Tostadores independientes, tostadores industriales y empresas que producen café tostado, cápsulas, instantáneo y mezclas; aquí se define el perfil de sabor y la propuesta de valor para el consumidor final.
- Distribuidores mayoristas (wholesalers, food importers, food manufacturers): Encargados de llevar el producto a los distintos canales de venta –supermercados, cafeterías, tiendas de conveniencia y especializadas–.
- Retail y foodservice: Hipermercados/supermercados (Coles, Woolworths, Aldi, Harris Farm), tiendas de conveniencia, health stores y boutiques especializadas, además de cafeterías independientes y cadenas de café.

Los supermercados concentran cerca del 50 % de la venta de café para consumo en el hogar, mientras que la gran cantidad de coffee shops distribuidas en todo el país maneja una parte muy importante del consumo fuera del hogar. Esto genera una estructura dual: retail moderno para el café en casa y cafeterías/tostadores para el café consumido en establecimientos.

Principales importadores y comercializadores de café

En el nivel de empresas, el mercado australiano del café es competitivo y combina multinacionales con actores locales fuertes:

Grandes grupos y multinacionales: Nestlé SA (incluyendo Nescafé, cápsulas), JAB Holding Company (dueña de marcas globales y cadenas), Luigi Lavazza S.p.A. y Conga Foods Pty Ltd.

Marcas locales de café: Vittoria Coffee Pty Ltd, FreshFood Services Pty Ltd, Toby's Estate Coffee Roasters, ONA Coffee, Proud Mary Coffee, entre otros tostadores reconocidos.

Estos actores operan como importadores, tostadores y comercializadores, abasteciendo tanto retail como foodservice. Además, existen numerosos importadores y distribuidores medianos y

pequeños que manejan café de especialidad, incluyendo café latinoamericano y peruano, muchas veces en alianza directa con cooperativas y productores.

Marcas y puntos de venta de café

Los principales puntos de venta de café para consumo en el hogar son:

- Supermercados e hipermercados: Coles, Woolworths, Aldi, Harris Farm, que ofrecen marcas globales (Nestlé, Lavazza, Vittoria) y marcas propias, así como cafés de especialidad en presentaciones de grano y molido.
- Tiendas especializadas y health stores: Boutiques de productos naturales y gourmet, donde se comercializan cafés orgánicos, comercio justo y orígenes especiales, incluyendo oferta latinoamericana.
- Comercio electrónico: Plataformas propias de tostadores (por ejemplo, ONA Coffee, Toby's Estate, Proud Mary) y marketplaces donde se venden cafés de reserva, microlotes y suscripciones.

Para consumo fuera del hogar, los puntos de venta clave son:

- Cafeterías independientes de especialidad: Muy numerosas en ciudades como Melbourne y Sídney, y consideradas entre las mejores del mundo.
- Cadenas de café: Gloria Jean's Coffees, algunas marcas asociadas a JAB Holding Company y grupos locales, aunque las cadenas globales como Starbucks tienen menor presencia comparativa que en otros mercados.
- Restaurantes, hoteles y espacios de ocio: Donde el café forma parte de la oferta de bebidas, muchas veces abastecidos por tostadores locales o por marcas premium.

Distribución geográfica del consumo

El consumo de café en Australia se concentra en las principales áreas metropolitanas, con especial intensidad en:

- Melbourne: Reconocida como “capital del café”, con una escena de cafeterías de especialidad muy consolidada y un consumo elevado tanto en establecimientos como en el hogar.
- Sídney: Gran densidad de cafeterías y alto consumo, con un perfil algo más orientado al café “para llevar” en jornadas laborales intensas.
- Brisbane y Perth (Fremantle): Centros urbanos con crecimiento de cafeterías y consumo per cápita cada vez mayor, alimentados por la expansión de la cultura de café de especialidad.
- Los principales puertos y aeropuertos de entrada del café (Melbourne, Sídney, Brisbane, Fremantle/Perth) coinciden con estas regiones de alto consumo, lo que facilita la distribución logística. La demanda fuera de las grandes ciudades también es significativa, pero el peso de los centros metropolitanos en el total nacional es dominante, dado el número de establecimientos y la concentración de población.

En términos de estrategia, esta estructura de canales y concentración geográfica implica que un exportador peruano debe pensar en: trabajar con importadores/tostadores instalados en estas ciudades, apuntar tanto a supermercados como a cafeterías de especialidad, y utilizar ferias como Melbourne International Coffee Expo para entrar en contacto con los principales actores de la cadena.

7. Contactos de interés

Informes y estadísticas de mercado de café en Australia

- Mordor Intelligence – Mercado de café en Australia
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/australia-coffee-marketmordorintelligence>
- Spherical Insights – Australia Coffee Market
<https://www.sphericalinsights.com/es/reports/australia-coffee-marketsphericalinsights>
- Statista – Coffee market in Australia (estadísticas y datos)
<https://www.statista.com/topics/4615/coffee-market-in-australia/translate.google>
- Statista – Domestic consumption of coffee in Australia
<https://www.statista.com/statistics/866543/australia-domestic-consumption-of-coffee/statista>
- OEC – Café en el comercio de Australia
<https://oec.world/es/profile/bilateral-product/coffee/reporter/ausoec>

Cultura cafetera, perfil del consumidor y tendencias

- Perfect Daily Grind – La evolución de la cultura del café de especialidad en Australia
<https://perfectdailygrind.com/es/2021/07/05/la-evolucion-de-la-cultura-del-cafe-de-especialidad-en-australia/perfectdailygrind>
- Perfect Daily Grind – ¿Por qué los australianos prefieren tomar café en casa?
<https://perfectdailygrind.com/es/2025/07/28/por-que-australianos-prefieren-tomar-cafe-casa/perfectdailygrind>
- Biz Latin Hub – La cultura del café en Australia y oportunidades para exportadores Latam
<https://www.bizlatinhub.com/es/cultura-cafetera-en-australia-para-exportadores-latam/bizlatinhub>
- Latinos en Aus – Cultura del café en Melbourne
<https://latinosenaus.com.au/es/cultura-del-cafe-en-melbourne/latinosenaus.com>
- CaféCafeteras – Datos sobre la cultura del café en Australia
<https://www.cafecafeteras.com/cultura-cafe-australia/cafecafeteras>

- Laura Font – Australia ama el café (crónica de consumo y hábitos)
<https://laurafont.medium.com/australia-ama-el-caf%C3%A9-e221f76c2711laurafont.medium>

Regulaciones de acceso, bioseguridad y aranceles

- DAFF (Department of Agriculture, Fisheries and Forestry) – Bringing or mailing goods to Australia (biosecurity)
<https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/travelling/bringing-mailing-goodsagriculture.gov>
- Australian Border Force – Requirements to import goods
<https://www.abf.gov.au/importing-exporting-and-manufacturing/importing/how-to-import/requirementsabf.gov>
- PROMPERÚ – Ficha mercado Australia: café tostado o descafeinado (incluye requisitos BICON y bioseguridad aplicables también a café verde)
<https://recursos.expertemos.pe/osyd-ficha-mercado-australia-producto-cafe-tostado-o-descafeinado-2022.pdf.pdfrecursos.expertemos>
- Guía BICON para café verde (ejemplo aplicado a Indonesia, útil como referencia de requisitos para Australia)
<https://www.indonesia-coffee.com/es/articles/indonesian-coffee-export-to-australia-2025-bicon-guide-vJkBKOindonesia-coffee>
- Documento sobre “Bringing Goods Into Australia” (alcance de requisitos para café verde vs tostado)
<https://www.scribd.com/document/861055971/Bringing-Goods-into-Australia-en-viscribd>
- Estudio de aprovechamiento del TLC Perú–Australia (incluye arancel 0% para café verde)
https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Australia/Documentos/E_A_PeruAustralia_3periodo.pdfacuerdoscomerciales.gob

Canales de comercialización y empresas de café

- Coles – supermercado nacional (oferta de café en distintas presentaciones)
<https://www.coles.com.aucoles>
<https://www.coles.com.au/browsecoles>
- Woolworths – categoría café online
<https://www.woolworths.com.au/shop/browse/drinks/coffeewoolworths>

- Ejemplo de producto café molido en Woolworths (Harris Coffee)
<https://www.woolworths.com.au/shop/productdetails/92218/harris-coffee-ground-smoothwoolworths>
- ALDI Australia – gama de café Lazzio (grano, molido, blends, orgánico)
<https://www.aldi.com.au/brands/lazzioaldi>
- Zest Specialty Coffee Roasters – tienda online de café de especialidad
<https://www.zestcoffee.com.au/zestcoffee>
- The Coffee Warehouse – tienda online de granos y café molido
<https://www.coffeewarehouse.com.au/coffeewarehouse>
- Excelencias Gourmet – Australia lidera cafeterías del mundo (ejemplos de marcas como Toby's Estate, Proud Mary)
<https://excelenciasgourmet.com/es/australia-lidera-cafeterias-del-mundoexcelenciasgourmet>

