

# OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA LOS CAFÉS ESPECIALES PERUANOS EN LOS PAÍSES NÓRDICOS



**SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y  
PROSPECTIVA COMERCIAL**



Rodrigo Salgado Diaz  
Especialista de Inteligencia Comercial  
[rsalgado@promperu.gob.pe](mailto:rsalgado@promperu.gob.pe)

# Índice.

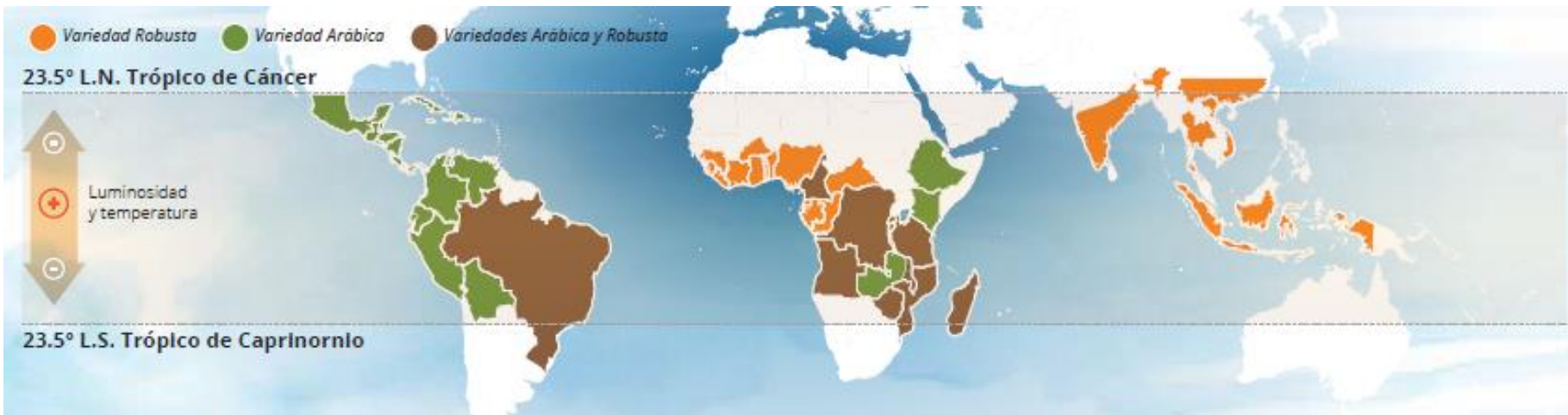
1. Alcance de estudio.
2. Análisis de oferta
3. Análisis del sector.
4. Análisis de la demanda.
5. Requisitos de acceso al mercado.
6. Actividades de promoción
7. Contactos de interés
8. Conclusiones y recomendaciones.

## 1. Alcance del estudio

- Los países nórdicos se configuran como una de las mayores zonas de oportunidades para el sector cafetero mundial.
- Consumo per cápita anual:
  - Finlandia 12kg (primer consumidor mundial)
  - Noruega 9.9kg (2º)
  - Dinamarca 8.7kg (4º)
  - Suecia 8.2kg (6º).

## 2. Análisis de oferta: PRODUCCIÓN

### Países productores de café.



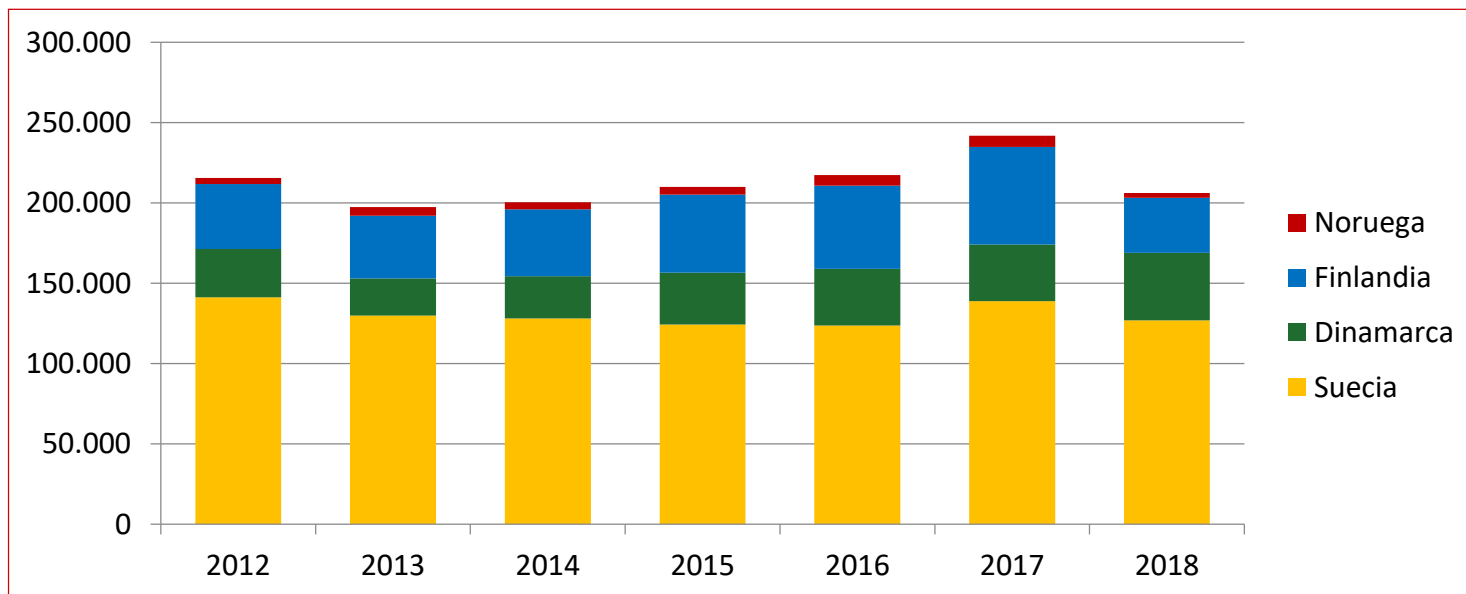
- No hay producción nórdica de café
- **INDUSTRIA DE TOSTADO:**
  - **Comercial:** Grandes empresas.
    - Suecia y Finlandia.
  - **Especial:** Mediano y pequeño tamaño.
    - Atomizado.

↑ Producción + Stock  
↓ Precios

## 2. Análisis de oferta: EXPORTACIONES

| Dinamarca  | Noruega  | Finlandia  | Suecia  |
|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Larga tradición como intermediario logístico.</li> <li>• Exportaciones principalmente de café tostado.</li> <li>• Mercado exportador al alza (+40%).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• País netamente exportador (petróleo).</li> <li>• Insignificantes exportaciones de café.</li> <li>• No intermediación: Consumo interno.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cierta importancia en la intermediación comercial.</li> <li>• Relevancia en el comercio exterior del café verde.</li> <li>• Relaciones con Países Bálticos y Rusia.</li> <li>• Pauling Coffee.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor comercializador nórdico de café.</li> <li>• 60% del total de las exportaciones totales de café nórdicas.</li> <li>• Potente industria nacional: Venta de tostado.</li> </ul> |

Exportaciones de café de los países nórdico 2012-2018 (miles de €).

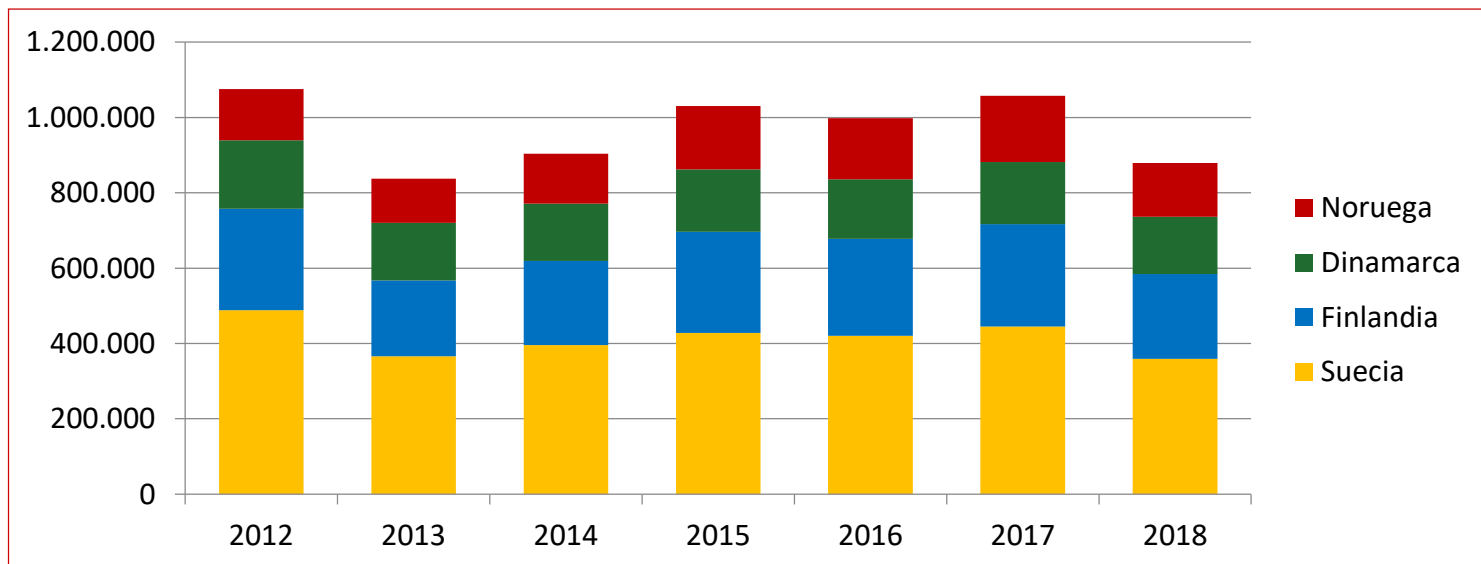


Fuente: Eurostat/Datacomex/ Statistics Norway

## 2. Análisis de oferta: IMPORTACIONES

| Dinamarca  | Noruega   | Finlandia   | Suecia  |
|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Importa mayor proporción café tostado.</li> <li>• Deficiencias de la industria nacional para atender demanda (Suecia y Alemania)</li> <li>• Orígenes: <b>Brasil</b>, Vietnam, <b>Colombia (Perú 7º)</b>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor proporción de café verde (Tostado: <b>Suecia</b> y Suiza).</li> <li>• 35,5% del café verde es de <b>origen brasileño</b>.</li> <li>• Otros: <b>Colombia</b>, Guatemala, Kenia , Costa Rica y <b>Perú</b>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca importación de café Tostado (<b>Suecia</b>, Holanda o <b>Alemania</b>).</li> <li>• Origen verde: <b>Brasil</b>, <b>Colombia</b>, Honduras y Kenia (<b>Perú 17º</b>).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mayor comercializador junto con Alemania (zona logística)</b>.</li> <li>• Compra amplia proporción de verde y vende tostado.</li> <li>• Potente industria comercial.</li> <li>• Origen: <b>Brasil y Perú (14,2%)</b>. <b>Mezcla</b>.</li> </ul> |

Importaciones de café de los países nórdico 2012-2018 (miles de €).



Fuente: Eurostat/Datacomex/ Statistics Norway

### 3. Análisis del sector: VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACION

- **+80% café comercial.**
  - Especial (80p SCAA)
- **Saco 1,5 Quintales (69 kg).**
- **Variedad arábica.**
  - Caturra y sus variedades, Catimor, Catuai, Bourbon, las SL28 y SL34 keniatas, Heirloom o la Geisha Panameña (Dinamarca).
- **Mayor parte del mercado importador: Café verde sin tostar ni descafeinar.**
- **Tendencia al alza de robusta de calidad y descafeinado pese a contar con cifras muy bajas aún.**

Sacos de café verde importados



Fuente: Entrevistas en destino

### 3. Análisis del sector: VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACION

- **Cafés especiales tostados en granos**
- **Fecha:** tostado y consumo preferente (3 meses).
- **250g (150-160g menos casos concretos).**
- **Empaque:** sencillo, opaco, hermético y auto-sellable:
  - **Grano:** Leve apertura que favorece su conservación → marketing.
- **IMPORTANTE: “La Historia Detrás Del Café”.**
  - Precios pagados al agricultor.
  - Conocer al productor y su familia.
  - Programas de desarrollo.

Presentaciones producto final



Fuente: Entrevistas en destino



### 3. Análisis del sector: CANALES DE DISTRIBUCION

Mapa de los puertos de referencia



Fuente: GoogleMaps

- **Rutas de Acceso**
  - **Dinamarca: Aarhus (poco relevante).**
  - **Alemania: Bremen y Hamburgo (principal centro logístico de sector).**
  - **Otros: Rotterdam (Países Bajos), Amberes (Bélgica)**

### 3. Análisis del sector: CANALES DE DISTRIBUCION

- **Costos Logísticos Aproximados**

Coste medio flete Puerto Callao – Principales puertos del norte de Europa.

| Puertos destino | Costo promedio (USD) |
|-----------------|----------------------|
| Aarhus          | 2.500                |
| Amberes         | 2.500                |
| Bremen          | 2.300                |
| Hamburgo        | 2.100                |
| Rotterdam       | 2.300                |

*Fuente: SeaRates; Icontainers; World Freight Rates; ShipLilly; Cma-Cgm.*

- Coste medio del flete desde el Puerto Callao de un contenedor 20' en modalidad FCL.
- Incluye coste de descarga que presenta un margen habitual de entre 300 y 400 USD.
- Duración promedio de 25 días.
- Mayor frecuencia líneas navieras con puertos alemanes.

### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Elaboración Propia.

### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **Café especial:**

- Tamaño mediano o pequeño de la mayoría de los tostadores
- Amplio rango de productos (7-8 orígenes).






- **Importación directa**: Solo empresas de cierta relevancia en cafés de mayor rotación.
  - Grandes empresas tostadoras: Café comercial.
- **Importadores**: La mayoría de las compras por esta vía → Poca presencia producto peruano.
  - Nordic Approach
  - Interamerican
  - Nuevas plataformas de trading → Oportunidad para el aumento de visibilidad



## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- Extensa información sobre orígenes, variedades y zonas del cultivo.

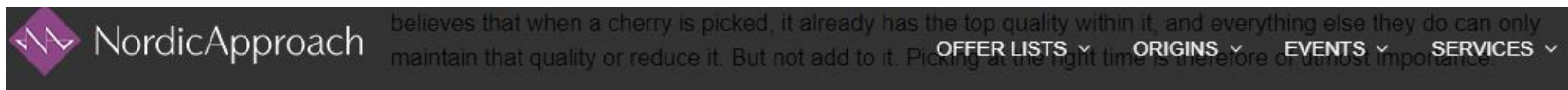
NordicApproach
OFFER LISTS ▾ ORIGINS ▾ EVENTS ▾ SERVICES ▾ ABOUT ▾ BLOG SEARCH

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center; font-weight: bold;">Colombia (1st harvest)</p>  <p><b>Harvest:</b> October - December</p> <p><b>Arrival:</b> December - February</p> <p>This is the main season for parts of Huila and Antioquia. We buy a lot of complex and fruit driven micro lots from Huila and coffees of different cultivars and experimental processing from Antioquia. And as always there will be some larger lots at slightly lower pricing from both Huila and Narino. If you</p> | <p style="text-align: center; font-weight: bold;">Ethiopia</p>  <p><b>Harvest:</b> October - January</p> <p><b>Arrival:</b> March - May</p> <p>We always have a very wide range of super complex and characteristic coffees from many different regions. Both washed and naturals. We buy from cooperatives, private washing stations and single farmers. Normally the harvest is peaking in November/December. We are starting to cup</p> | <p style="text-align: center; font-weight: bold;">Kenya</p>  <p><b>Harvest:</b> October - January</p> <p><b>Arrival:</b> April - June</p> <p>We are very active in Kenya for one reason, and that is to find and select some of the best coffees in the world. Still, we are working with many of the cooperatives on a permanent basis. But it is about selecting the lots that we find most flavorful. The most interesting stuff seems to generally be</p> |
|--|--|--|

*Fuente: Web corporativa*

### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- Personalización de la figura del agricultor-cafetero.



NordicApproach believes that when a cherry is picked, it already has the top quality within it, and everything else they do can only maintain that quality or reduce it. But not add to it. Picking at the right time is therefore of utmost importance.

OFFER LISTS ▾ ORIGINS ▾ EVENTS ▾ SERVICES ▾

They're also unique in that they offer work outside of the main harvest season. They don't use herbicides, and instead have workers remove weeds by hand. This means they can provide more work, as it can be really difficult for seasonal pickers to find work outside of harvest season.

We have known the Caballeros since 2005 and have been buying coffee from them since 2012. We just received this season's coffee earlier this week, and we're thrilled to see it perform so well.



*Fuente: Web corporativa*

### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **KAFFA AS** (<https://www.kaffa.no/>)
  - Una de las tostadoras principales de noruega (tras Solberg&Hansen).
  - Importa a través de Collaborative Coffee Source (Mismo socio).
  - Proveedor de café de Rema1000
  - Orígenes: Brasil, Colombia, Kenia y Etiopía; Trabaja con café peruano desde el año pasado.



Kenya / Filter / Kaffe

#### Koimbi AA

Muranga, Kenya

En frisk og leskende kaffe med smaker av markjordbær, vanilje og rips



Brasil / Espresso / Kaffe

#### Capim Seco Espresso

Carmo De Minas, Brasil

Søt og fyldig espresso med smaker av brente mandler, druer og melkesjokolade.



**KAFFA**



### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **Kaffa AS**

- Learn more about the [coffee market in Brazil](#);
- Meet our [partners at origin](#);
- Read our [blog posts on Brazil](#);
- Download [hi-res photos](#);
- See our [Brazil offers list](#);
- Download [coffee information sheets](#).






*Fuente: Web corporativa*

## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- KAFFA AS**

### OFFER LIST

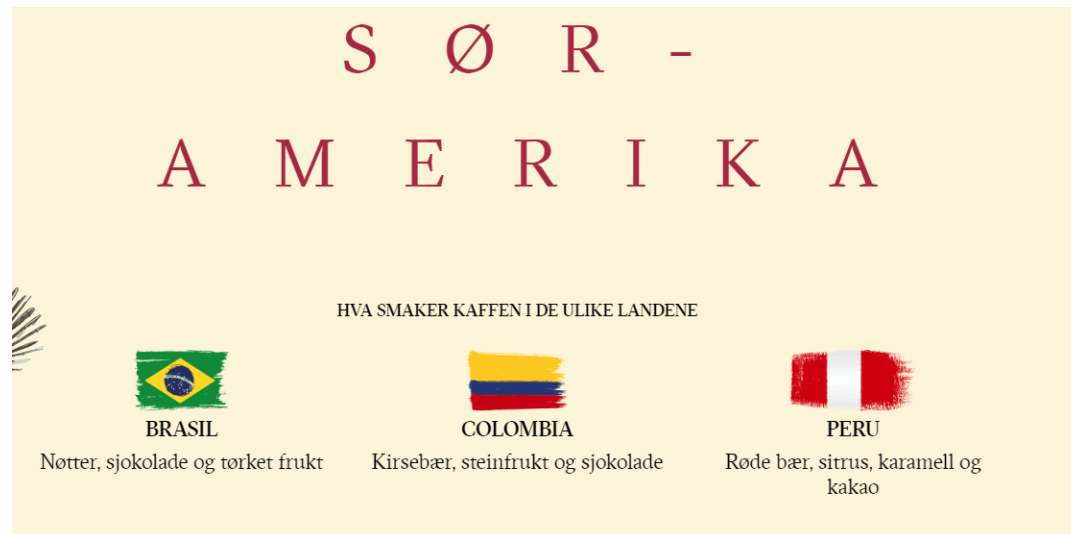
[Visit us](#)

| Name  | Region         | Available Am... | Availability | Processing M... | Varieties   | Descriptors            | Price             |
|---|----------------|-----------------|--------------|-----------------|-------------|------------------------|-------------------|
|  <b>Brazil</b>     |                |                 |              |                 |             |                        |                   |
| Santuario Sul   | Carmo de Minas | 16 x 30kg box   | Spot         | Other           | Sudan Rume  | Tropical Fruit, Sto... | \$ 14.47 USD / kg |
|  <b>Burundi</b>    |                |                 |              |                 |             |                        |                   |
| Gishubi 109 Washed  |                | 6 x 60kg bag    | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Plum, Red Grape,...    | \$ 13.00 USD / kg |
| Gaharo 67 Washed  |                | 9 x 60kg bag    | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Lime, Honey, Sto...    | \$ 13.00 USD / kg |
| Mikuba 71 Washed  |                | 10 x 60kg bag   | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Green Grape, Fre...    | \$ 13.00 USD / kg |
| Gaharo 60 Washed  |                | 3 x 60kg bag    | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Plum, Berry, Sweet     | \$ 13.00 USD / kg |
| Gitwe 74 Washed   |                | 3 x 60kg bag    | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Green Grape, Fre...    | \$ 13.00 USD / kg |
| Mutana 66 Washed  |                | 9 x 60kg bag    | Spot         | Fully Washed    | Red Bourbon | Citrus, Golden Ra...   | \$ 13.00 USD / kg |
| Mutana 76 Honey   |                | 10 x 60kg bag   | Spot         | Honey           | Red Bourbon | Berry, Caramelized     | \$ 14.00 USD / kg |
| Nkongé 115 Honey  |                | 13 x 60kg bag   | Spot         | Honey           | Red Bourbon | Citrus, Lime, Cho...   | \$ 14.00 USD / kg |
|  <b>Colombia</b> |                |                 |              |                 |             |                        |                   |
| Isaias Guerrero   |                | 3 x 70kg bag    | Spot         | Fully Washed    |             | Stone Fruit, Swee...   | \$ 10.54 USD / kg |

Fuente: Web corporativa

### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **SOLBERG & HANSEN** (<https://sh.no/>).
  - Principal tostador Noruego.
  - **PERÚ:** En Perú, el paisaje se crea para el café, con crestas empinadas, selva tropical profunda y aire fresco del mar. El café se cultiva en Perú desde el siglo XVIII, pero **el clima variable y la falta de infraestructura han creado desafíos para la producción y dificultan la búsqueda de café de calidad.** Los productores de café en Perú tienen granjas muy pequeñas y estaciones de lavado más pequeñas. **Los granos de café se recolectan a mano, y muchos de los agricultores llevan el café a pie o en mulas.** El café orgánico ha hecho del país un jugador importante en la producción de café orgánico.



## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **CAFETORIA CAFÉ & SHOP** (<https://cafetoria.fi/>)
  - Pequeña tostadora de café especial (Helsinki)
  - Fundada por el peruano Iván Ore (Cajamarca).
  - Distribuye marca propia y a retail (supermercados Kesko).
  - La empresa se encuentra continuamente buscando nuevos productores.



[We](#)
[Shop](#)
[Coffee courses](#)
[Coffee bars](#)
[Wholesale](#)
[Equipment](#)
[Blog](#)
[Contact](#)
f
@



Fuente: Web corporativa

## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- CAFETORIA CAFÉ & SHOP



### Finca Las Cortaderas

The 30th Best Peruvian coffee is here in Finland!

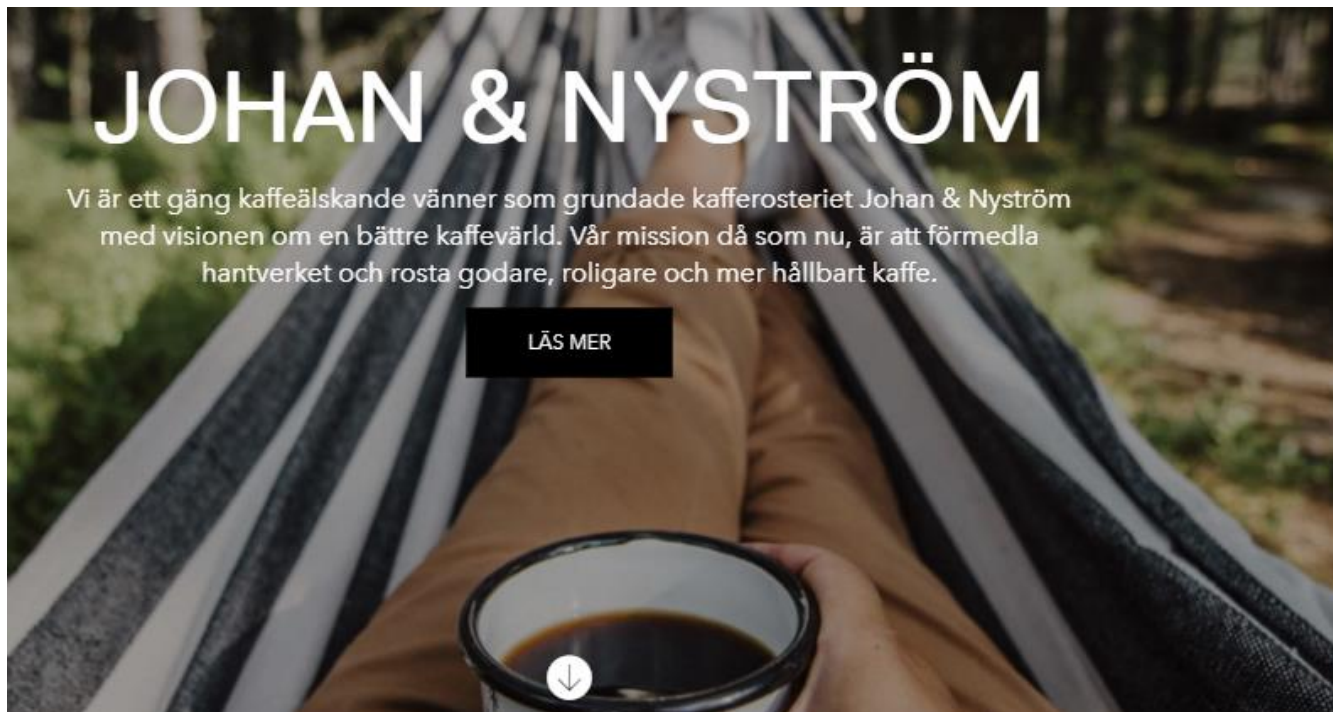
The Lot #30 of the Cup of Excellence is with us. As the major promoter of Peruvian coffees in Finland, we proudly introduce this beautiful coffee, one excellent example of the level of complexity that a great Peruvian coffee can achieve!

[BUY NOW!](#)

*Fuente: Web corporativa*

## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **JOHAN & NYSTRÖM** (<https://johanochnystrom.se/>)
  - Importante tostadora (Finlandia/Suecia).
  - Grupo JAB Holding Company (Espresso House, Peets Coffee, Pret a Manger, etc.).
  - Orígenes: Brasil, Etiopía y Burundi; Ha introducido recientemente café peruano con certificación orgánica.



### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **JOHAN & NYSTRÖM**

- Cooperativa Incahuasi.
- Matices: Mazapán, ciruelas, toffee y moras.
- 250g.
- Nombre agricultoras: Claudio y Jennie



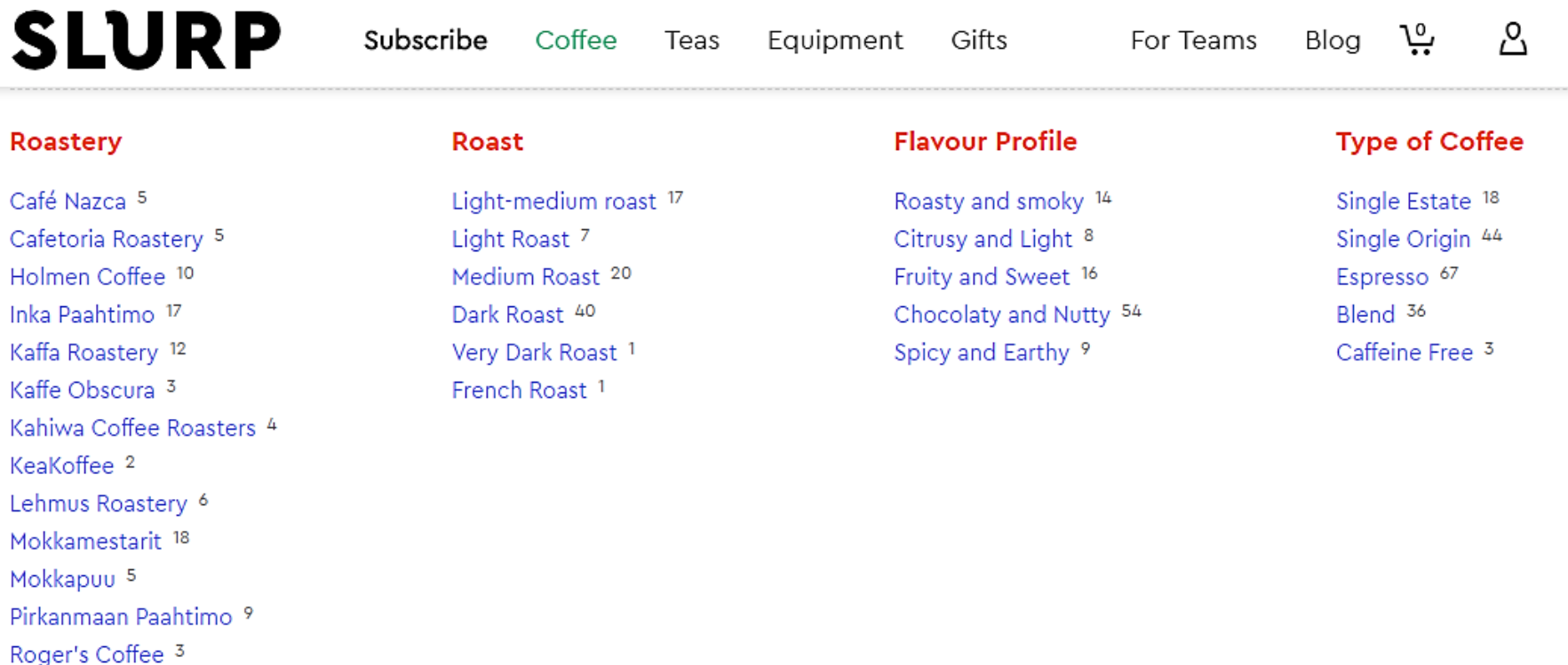
Peru Incahuasi

150 kr

Fuente: Web corporativa

## 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **SLURP COFFEE** (<https://www.slurp.coffee> )
  - Marketplace para el café de especialidad (conexión virtual entre tostadores y consumidores).



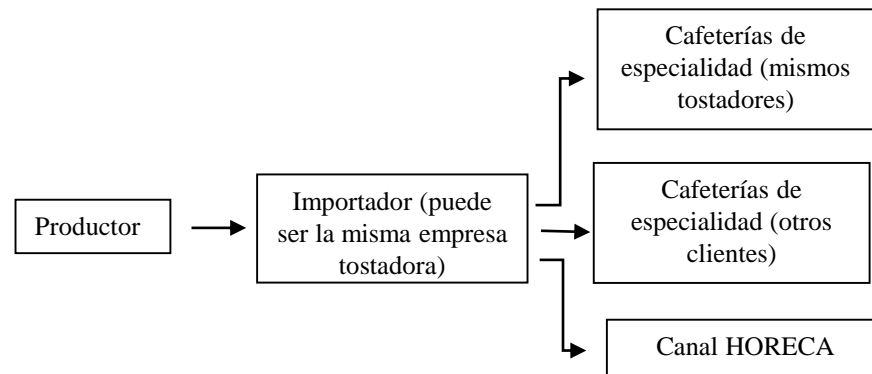
| Roastery                            | Roast                            | Flavour Profile                   | Type of Coffee              |
|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Café Nazca <sup>5</sup>             | Light-medium roast <sup>17</sup> | Roasty and smoky <sup>14</sup>    | Single Estate <sup>18</sup> |
| Cafetoria Roastery <sup>5</sup>     | Light Roast <sup>7</sup>         | Citrusy and Light <sup>8</sup>    | Single Origin <sup>44</sup> |
| Holmen Coffee <sup>10</sup>         | Medium Roast <sup>20</sup>       | Fruity and Sweet <sup>16</sup>    | Espresso <sup>67</sup>      |
| Inka Paahtimo <sup>17</sup>         | Dark Roast <sup>40</sup>         | Chocolaty and Nutty <sup>54</sup> | Blend <sup>36</sup>         |
| Kaffa Roastery <sup>12</sup>        | Very Dark Roast <sup>1</sup>     | Spicy and Earthy <sup>9</sup>     | Caffeine Free <sup>3</sup>  |
| Kaffe Obscura <sup>3</sup>          | French Roast <sup>1</sup>        |                                   |                             |
| Kahiwa Coffee Roasters <sup>4</sup> |                                  |                                   |                             |
| KeaKoffee <sup>2</sup>              |                                  |                                   |                             |
| Lehmus Roastery <sup>6</sup>        |                                  |                                   |                             |
| Mokkamestarit <sup>18</sup>         |                                  |                                   |                             |
| Mokkapuu <sup>5</sup>               |                                  |                                   |                             |
| Pirkanmaan Paahtimo <sup>9</sup>    |                                  |                                   |                             |
| Roger's Coffee <sup>3</sup>         |                                  |                                   |                             |

Fuente: Web corporativa

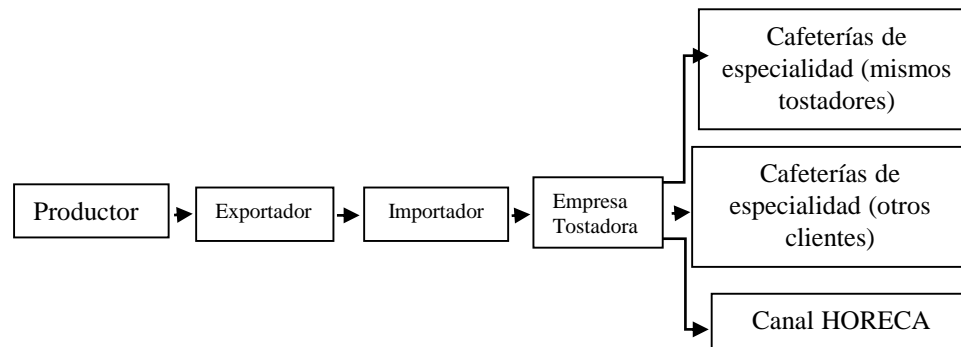


### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

#### Importación Directa



#### Importación a través de Intermediarios



### 3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

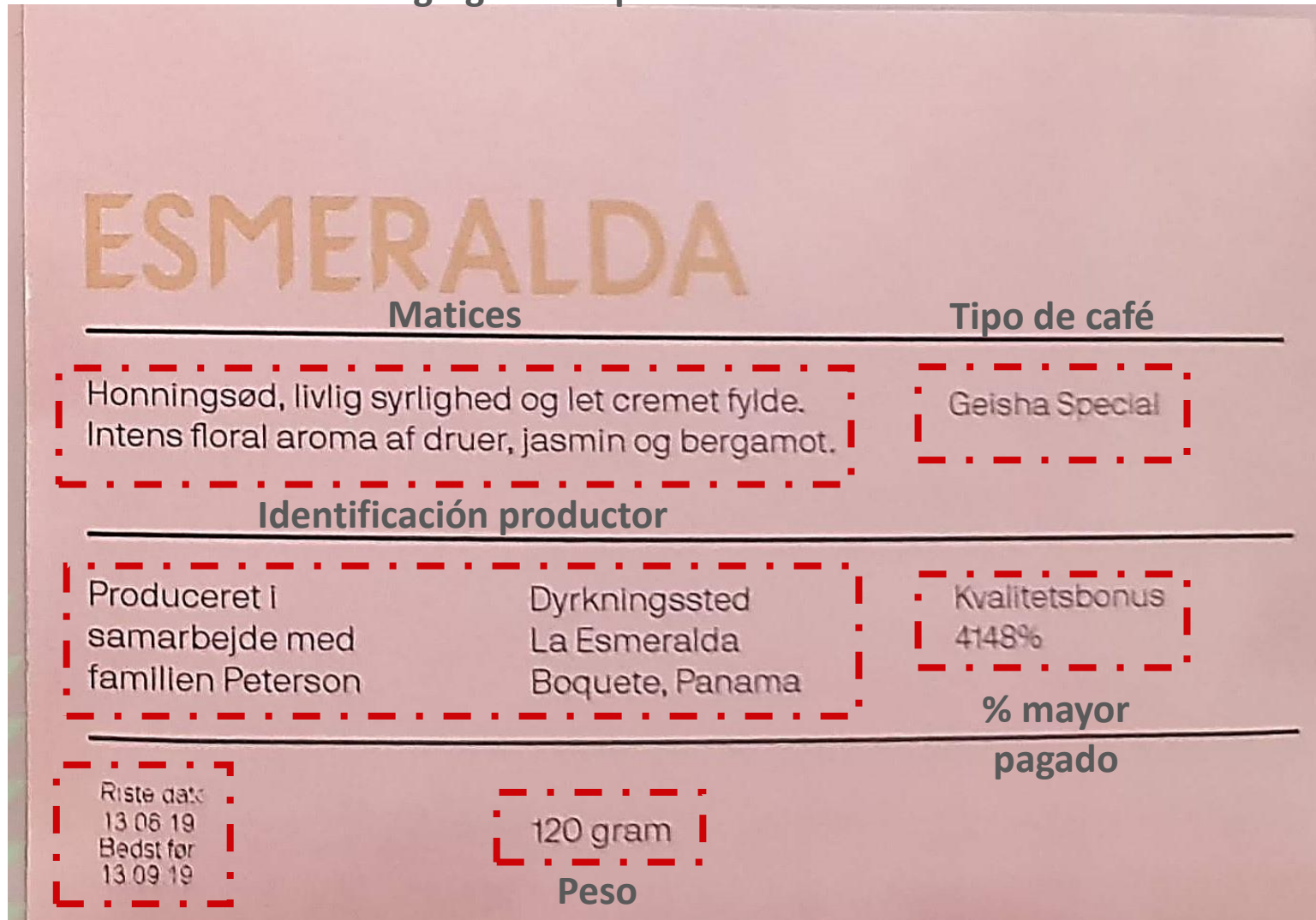
- **Producto gourmet**
  - Poca presencia en los principales retails (cafés de origen y certificación ecológica).
  - Tiendas especializadas y cafeterías.

### 3. Análisis del sector: PRECIO

- **Tendencia a la baja en el último periodo (café convencional).**
  - **Nivel de precios actual no es sostenible → tendencia al alza en c/p.**
  - **Cafés especiales: Mayor precio**
    - Pagos al agricultor de entre un 100-200% más.
    - La concepción de pago justo y protección del medio de vida en origen cobra más relevancia que el propio precio del bien.
    - Precio final de café especial tostado en destino entre 40 y 200 USD el kg.
      - Formatos pequeños.
      - Consumo esporádico.

### 3. Análisis del sector: PRECIO

#### Packaging Café Especial Coffee Collective



Tostado y consumo

### 3. Análisis del sector: PRECIO

#### Packaging Café Especial Coffee Collective

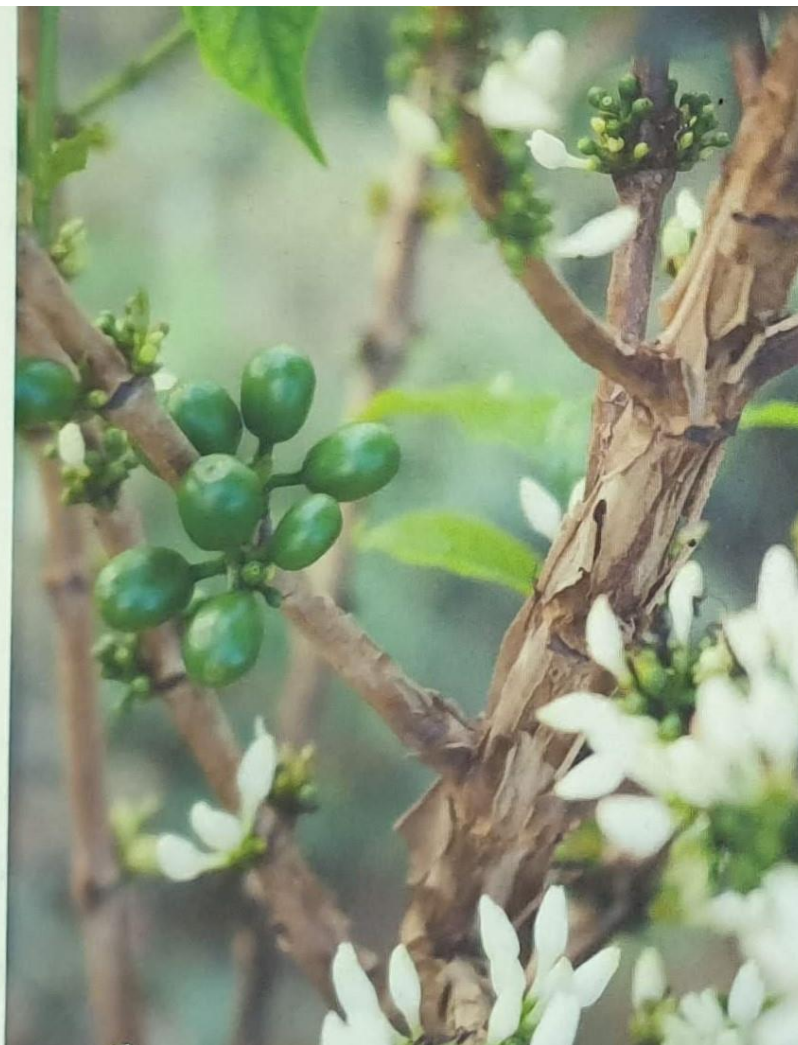
NY HØST

HACIENDA LA ESMERALDA

*Boquete, Panama*

Intens floral aroma af jasmin  
og bergamot. Honningsød,  
livlig syrlighed og cremet fylde

**199,- 26€ - 30\$**



## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **Factores comunes:**
  - El elevado poder adquisitivo medio → **Se valora calidad sobre precio.**
  - Los **sellos de calidad y certificación orgánica y ecológica** son altamente considerados por el ciudadano medio (sellos nacionales).
  - Altas cuotas de consumo de café → **Gran desarrollo de café comercial de alta calidad.**
  - El **origen** predominante del café comercial es el **brasileño.**
  - **Tendencia al alza en el consumo de café especial** → Producto gourmet de **consumo ocasional.**
  - Los consumidores se decantan por granos de **tostado suave y matices dulces, con toques ácidos y balanceados** → Favorable al café del Perú.
  - La variedad predominante en todos los países es la **arábica.**

## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **Factores comunes:**
  - según las puntuaciones basadas en los criterios de la Specialty Coffee Association (SCA) → Sellos orgánicos.
  - **La “historia detrás el café”** → La personalización del café en el productor cafetero ayuda a empatizar y justificar precio.
  - Amplio número de empresas que viajan de forma asidua a los países de origen cara conocer de primera mano la producción de sus cafés y **“visitar al productor y a sus familias”**.
  - **Comercialización en grano.**

## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **DINAMARCA:**

- Pese a la **cultura cafetera y el enorme consumo per cápita** el sector es el **menos desarrollado de la zona**, especialmente en el café especial.
- La **baja infraestructura tostadora nacional en comparación con los países del entorno** hace que se importe café tostado de los países cercanos.
- Dinamarca parece seguir las **tendencias de Noruega** en el sector, siendo este el país de mayor **desarrollo en cafés especiales**.
- Incremento de la **cultura gastronómica y consumo gourmet**.
- **Los cafés de especialidad que se encuentran tienen un puntaje muy elevado**, superior a la media de los encontrados en otros países, y cuenta con **cafés muy selectos no encontrados en otros orígenes** como el de Panamá.



## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **FINLANDIA:**
  - **País de mayor consumo mundial** → Mayor desarrollo del café comercial.
  - **El café especial presenta crecimientos positivos, aunque aún lentos en el país**  
→ Difícil cambio de las pautas de consumo.
  - El **origen** del café más extendido es el **brasileño** → café comercial de calidad y buena base para mezclas.
  - **El café de origen “single origin” va incrementando en importancia** aunque es más fácil encontrar actualmente café especial en mezclas o blends de diferentes orígenes.

## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **NORUEGA:**
  - **Gran cultura del consumo ecológico y orgánico.**
  - **Boom de la cocina nacional** → Referente de calidad.
  - El consumo noruego es de los más exigentes → **Mayor desarrollo de los cafés especiales.**
  - Por lo general se observa un aumento del consumo del café especial de forma paulatina, donde cada vez un mayor número de consumidores optan por acercarse a esta opción en las cafeterías de especialidad o en casa.

## 4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

- **SUECIA:**
  - Pese a ser la zona de menor consumo per cápita, es el **país de mayor volumen de negocio total.**
  - **Perú 2º origen por volumen total tras Brasil** → La identificación de este origen entre los consumidores finales no está interiorizada.
  - El consumo centrado en café comercial → Se busca una calidad estable y un sabor uniforme a través del uso de diferentes tipologías y orígenes de granos (**mezclas**).
  - La concentración de **la industria relativa al café especial es muy dispersa**, a diferencia de los otros tres países en los que el desarrollo de este sector estaba eminentemente en la capital.

## 4. Análisis de la demanda: ANALISIS DE TENDENCIAS

- Existen una serie de tendencias dentro de los mercados cafeteros que pese a contar con una participación relativamente baja en el mercado actual, presentan **pautas de consumo al alza**.
  - Café descafeinado.
  - Café de grano robusta de calidad.
  - **Cafés especiales.**
  - **Orgánicos → Vida Saludable**

## 4. Análisis de la demanda: ANALISIS DE TENDENCIAS

- El precio del café especial y sus particularidades hacen que se identifique con un **consumo ocasional**.
- Desarrollo de **tostadoras de mediano y pequeño tamaño, así como micro tostadoras** → Calidad y artesanía (Es usual encontrar cafeterías con pequeñas máquinas de tostado en ellas y de manera visible al consumidor).
- **Grandes cafeterías** → **Desarrollo canales de origen y certificados**.
- **La zona andina goza de un prestigio elevado** → Café colombiano.

## 4. Análisis de la demanda: PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

- Por lo general se detecta cierto desconocimiento del café peruano en la mayoría de los países.
  - A la fecha, existe una baja presencia de granos peruanos entre los principales proveedores → **“si el café peruano estuviera presente entre los principales importadores lo incluiría en su oferta”**

## 4. Análisis de la demanda: PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

- Pese a falta de promoción específica, existen factores positivos:
  - **Perú fue el invitado especial en el pasado Helsinki Coffee Festival.**
  - **Cierto conocimiento de zonas como Cajamarca, Cusco, Chiclayo o Junín.**
  - **Se considera que la “Marca Perú” está haciendo una gran labor de promoción internacional (gastronomías-agroalimentario).**
  - **Tendencias de consumo favorables a las especificidades del café peruano.**
  - **Imagen positiva de la región andina.**
  - **Éxito campaña navideña de una de la mayores cafeterías en Oslo, Noruega (Stockfleths).**

## 4. Análisis de la demanda: PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

- **PRÍNCIPALES PROBLEMÁTICAS DETECTADAS:**
  - **Calidad media-alta.**
    - **Factor de mayor relevancia a la hora de seleccionar proveedor.**
    - **Inconsistencia en su calidad:**
      - **Necesidades de mayor trazabilidad.**
      - **Control de calidad.**
      - **Mejora de infraestructura de secado.**



## 4. Análisis de la demanda: PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

- **PRÍNCIPALES PROBLEMÁTICAS DETECTADAS:**
  - **Las empresas declaran no conocer a los productores peruanos**, mostrando interés en la forma de acceder y contactar con ellos.
    - No está presente en los lineales de los principales importadores.
    - Incapacidad local para acceder a contactos válidos.

## 5. Requisitos de acceso al mercado: MEDIDAS ARANCELARIAS

- Suecia, Finlandia y Dinamarca: Unión Europea.
  - Noruega: Asociación Europea de Libre Cambio.
- } Acuerdos comerciales con Perú

| Arancel                   | General | Perú |
|---------------------------|---------|------|
| Café Verde                | 0,00%   | 0%   |
| Café Verde Descafeinado   | 8,30%   | 0%   |
| Café Tostado              | 7,50%   | 0%   |
| Café Tostado Descafeinado | 9,00%   | 0%   |

*Fuente: Comisión Europea/Tolltariffen.*

## 5. Requisitos de acceso al mercado: MEDIDAS ARANCELARIAS

- **Impuestos al consumo (similar al IGV)**

| Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) | Dinamarca | Finlandia | Suecia | Noruega |
|---------------------------------------|-----------|-----------|--------|---------|
|                                       | 25%       | 14%       | 12%    | 15%     |

*Fuente: Comisión Europea/Tolltariffen.*

- **Impuestos especiales**

| Dinamarca                 |               |
|---------------------------|---------------|
| Café Verde                | DKK 6,39 / kg |
| Café Verde Descafeinado   | DKK 6,39 / kg |
| Café Tostado              | DKK 7,67 / kg |
| Café Tostado Descafeinado | DKK 7,67 / kg |

*Fuente: Comisión Europea.*

## 5. Requisitos de acceso al mercado: REGULACIONES

- **UE:** Una de las zonas de legislación sanitaria más restrictiva.
- **Noruega:** Las leyes vigentes en Noruega sobre la legislación alimentaria son homólogas a las vigentes en la Unión Europea.
- Por lo general es necesario:
  - **Que el importador esté registrado pertinentemente bajo la autoridad sanitaria del país destino.**
  - Control de contaminantes en alimentos: **Contenido máximo de microtoxinas (tostado).**
  - Control sanitario de alimentos de origen no animal: **Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano emitido por DIGESA.**

## 5. Requisitos de acceso al mercado: OTRAS REGULACIONES

- **Control sanitario de alimentos genéticamente modificados y nuevos alimentos:**  
Solicitud de autorización de OMG para alimentos y piensos.
- **Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos:** La correcta trazabilidad de los productos es un elemento indispensable para la autorización de la venta destinada al consumo humano (problemática productos peruanos).
- **Etiquetado de alimentos:** Mayor relevancia para café tostado (idioma local).
- **Etiqueta orgánica:** Voluntario.

## 5. Requisitos de acceso al mercado: CERTIFICACIONES

- Los países nórdicos configuran **una de las zonas de mayor propensión a los consumos de productos ecológicos y orgánicos.**
- **Demandando por el consumidor** (poco valorados por especialista/importador-tostador).

- **Relevancia del sello nacional:**



- Dinamarca: Ø-Mark



- Finlandia: Luomu Sun Sign



- Noruega: Ø-Label



- Suecia: Krav

## 6. Actividades de promoción

### ○ FERIAS:

- Más importante: **NORDIC ROASTER FORUM (04-05 octubre de 2019; Oslo, Noruega).**

### ○ Otras:

- FORMLAND
- BITE
- GASTROSUMMIT –  
GASTRONORD
- FASTFOOD & CAFÉ
- RETAIL EXPERIENCE LIVE
- STOCKHOLM FOOD&WINE
- NORDIC ORGANIC FOOD
- FAIR
- SMAK
- GASTRO
- FOODEXPO
- MADVÆRKSTEDET
- FASTFOOD & CAFÉ &  
RAVINTOLA
- HELSINKI COFFEE FESTIVAL

## 6. Actividades de promoción

- **Concursos de baristas y eventos especializados:**
  - **Specialty Coffee Association (SCA).**
  - **International Coffee Organization (ICO).**
  
- **Publicaciones:**
  - **Destaca: NORSK KAFFEINFORMASJON (<https://kaffe.no/>)**



## 7. Contactos de interes.

- **Comerciales:**

**Destacan:**

- INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (ICO): <http://www.ico.org/>
- SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION (SCA): <https://sca.coffee/>
- NORSK KAFFEINFORMASJON: <https://kaffe.no/>

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Perfiles de los consumidores:

- **Importancia del consumo de productos orgánicos o ecológicos.**
  - La certificación ecológica carece de un valor real para los especialistas.
  - El desconocimiento generalizado del usuario de a pie sobre las puntuaciones del café especial hacen que estos sellos terminen revirtiendo una importancia significativa en el marketing final.
  - Certificación nacional.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Perfiles de los consumidores:

- **Predominio del café comercial vs crecimiento café especial.**
  - Las grandes tasas de consumo per cápita de café hacen que más del 80% del mercado se decante por el café de tipo comercial.
  - Importancia del café brasileño y colombiano.
  - Tendencial al alza (Especial, descafeinado, robusta).

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Perfiles de los consumidores:

- **Consumo esporádico en crecimiento.**
  - A la fecha, no existe mercado suficiente como para que las empresas nacionales puedan dedicarse en exclusiva a este sector.
- **Tendencias favorables a los matices del café peruano.**

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Perfiles de los consumidores:

- **Importancia de la “Historia detrás del Café”.**
  - El precio del producto final pasa a ser un factor secundario frente a la ayuda a la conservación y desarrollo de las zonas productoras cafeteras.
  - Las empresas se interesan por visitar las zonas de cultivo, e incluso financian cosechas en casos de necesidad.
  - Precios pactados entre 1 y 3 años.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### **Estructura y características de la cadena de comercialización y distribución:**

- El mercado de los cafés especializados se destina principalmente en estos mercados a pequeños-medianos comercios.
  - Poca presencia en grandes retails (origen o certificados).

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Estructura y características de la cadena de comercialización y distribución:

- **Importancia de los Importadores.**
  - Tostadoras de mediano o pequeño tamaño.
  - Amplio rango de productos.
  - Importación directa de los orígenes de mayor consumo.
  - Origen de importadores habituales: Alemania, Bélgica, Holanda, Suiza, Italia o Reino Unido.
  - Mayor importador: Nordic Approach
  - Baja presencia actual de origen Perú.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### **Estructura y características de la cadena de comercialización y distribución:**

- **Importancia de las nuevas tecnologías:**
  - Contacto directo entre productores, tostadores y consumidores, de forma que la visualización del producto peruano puede verse afectado positivamente a corto plazo.



## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Competidores:

- **Brasil:**
  - Principal origen cafetero.
  - Origen de calidad media-alta a escala comercial.
  - Base de mezclas.
- **Colombia:**
  - Considerado de calidad.
  - Identificación de la zona andina.
  - Similitudes con el café peruano (no expertos).
  - Importante infraestructura y 2 cosechas al año.
- **Otros: Kenia, Vietnam, Honduras, Guatemala e Indonésia.**

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Requisitos de acceso a mercados:

- Los acuerdos entre Perú y la Unión Europea (Dinamarca, Finlandia y Suecia), así como con la Asociación Europea de Libre Cambio (Noruega) hacen que el arancel a la importación de cafés de origen peruano en estos destinos sea nulo.
- Poca relevancia de medidas sanitarias a café verde (sí para tostados).
- Sellos de calidad orgánicos y ecológicos:
  - Voluntarios.
  - Marketing.
  - Tipo Nacional.
  - Historia detrás del café.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Oportunidades de exportación:

- **Podemos distinguir 2 tipologías de países dentro del entramado nórdico:**
  - Países de mayor desarrollo de sector cafetero (café comercial) actual.
    - Suecia y Finlandia.
    - Mayores oportunidades por volumen de adquisiciones y consumo bruto
    - Mayor arraigo del café comercial en las pautas de consumo locales.
    - Exige una mayor labor comercial para acceder a los agentes de mayor relevancia en el mercado.
    - Estos mercados son sumamente recomendables para los cafés de origen con certificación ecológica, si bien presentan dificultades manifiestas para la inclusión de los cafés especiales .

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Oportunidades de exportación:

- Países de mayor consumo especial o gourmet.
  - Noruega y Dinamarca.
  - Tendencias nacionales al consumo más proclives a la introducción del café especial.
  - Requiere de una labor de promoción específica muy enfocada a las especificidades de este tipo de cafés.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### Oportunidades de exportación:

- **IMPORTANTE:**
  - Las labores comerciales y de promoción deben estar enfocadas a los importadores y agentes principales en cada destino.
  - Las tostadoras de cierto tamaño son los prescriptores principales y en muchos casos realizan importaciones directas de los orígenes de mayor demanda.

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### **Cafés especiales con mayor potencial exportador:**

- **El gusto de los consumidores nórdicos ha evolucionado hacia variedades que encajan a la perfección con las modalidades comercializadas por Perú.**
  - Tostado suave, dulces y ácidos.
  - La mayoría de las empresas contactadas mostraron un elevado interés en conocer más sobre el café de origen peruano.
- **Variedades actuales peruanas: Typica, Caturra, Catimor, Pache o Bourbon.**
  - Caturra y Catimor: Son mas conocidas y consumidas actualmente.
  - Typica: Desconocida para el publico en general (oportunidad de mercado).

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### **Necesidades para incrementar la oferta exportable peruana:**

- Problemas asociados a la falta de desarrollo en los sistemas de control de calidad internos.
  - **Inconsistencia en la calidad del producto.**
  - **Falta de infraestructura (secado).**
  - **Debilidades en trazabilidad.**

## 8. Conclusiones y recomendaciones.

### **Necesidades para incrementar la oferta exportable:**

- **Falta de promoción, contactos y presencia en los lineales de los importadores.**
  - Desconocimiento de Perú como origen cafetero de especialidad.
  - Las empresas tostadoras no cuentan con un acceso real al producto.
  - Acciones dirigidas a importadores: *«Si el café peruano estuviera presente entre los principales importadores lo incluiría».*
  - Storytelling: Acercamiento a los comercializadores y prescriptores al café peruano de forma presencial.



# Muchas Gracias

**Rodrigo Salgado Diaz**  
**Especialista de Inteligencia Comercial**  
**[rsalgado@promperu.gob.pe](mailto:rsalgado@promperu.gob.pe)**