



## País Mercado: España INFORME Preliminar de MERCADO Sector CAFE



Enero 2003 – Rev. 01

1)	INFORMACIÓN GENERAL.....	2
1.1)	Código y clasificación arancelaria .....	2
1.1.1)	Régimen legal de importación .....	2
1.1.2)	Derechos arancelarios .....	2
1.1.3)	Preferencias arancelarias para otros países competidores en el sector .....	2
1.2)	Resumen sobre la situación actual del mercado internacional del Café:.....	3
1.3)	Importaciones, exportaciones totales y por destino (Venezuela).....	4
2)	CARACTERÍSTICAS DEL PAÍS-MERCADO ESPAÑA .....	5
2.1)	Generalidades: .....	5
2.2)	Oferta y demanda:.....	5
2.3)	Importaciones totales y principales países proveedores .....	6
2.4)	Exportaciones Españolas .....	8
2.5)	Producción interna.....	9
3)	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.....	9
3.1)	Sectores del mercado .....	9
3.2)	Distribución regional del consumo .....	9
3.3)	Estructura del consumo de café en España .....	9
3.4)	Características y preferencias del consumidor .....	10
3.5)	Tendencias.....	12
4)	CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y FORMAS OPERATIVAS DE IMPORTACIÓN .....	12
4.1)	Las franquicias en España relacionadas con el café .....	14
5)	POTENCIALES CLIENTES .....	16
5.1)	Importadores .....	16
5.2)	Tostadores y distribuidores (parcial).....	18
5.3)	Grandes superficies.....	19
5.4)	Cliente final .....	19
6)	PRECIOS Y CONTROLES .....	20
7)	INVERSIONES EN EL SECTOR .....	20
8)	MEDIOS DE PROMOCIÓN COMERCIAL .....	21
9)	MARCO LEGAL PARA LA ELABORACIÓN, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ EN ESPAÑA.....	22
9.1)	Para el Café Tostado.....	22
9)	EL SECTOR CAFETERO VENEZOLANO .....	22
10)	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: .....	23
11)	INFORMACIÓN GENERAL .....	23
11.1)	REVISTAS Y PUBLICACIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR .....	23
11.2)	PÁGINAS WEB DE INTERÉS .....	24
11.3)	FERIAS ESPECIALIZADAS .....	25
11.4)	ASOCIACIONES CÁMARAS Y ORGANISMOS RELACIONADOS CON EL SECTOR .....	25
11.5)	CENTROS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS CON EL SECTOR .....	26



## **1) Información General**

### **1.1) Código y clasificación arancelaria**

En el Taric encontramos las siguientes partidas para productos provenientes del café

09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café. Sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
09.01.11.00	Café sin Tostar sin descafeinar
09.01.12.00	Café sin Tostar descafeinado
09.01.21.00	Café Tostado sin descafeinar
09.01.22.00	Café tostado descafeinado
09.01.90	Los demás
10.00	Cáscaras y cascarillas de Café
90.00	Sucedáneos de café que contengan café

#### **1.1.1) Régimen legal de importación**

El régimen de comercialización del producto en España es Libre.

#### **1.1.2) Derechos arancelarios**

Venezuela tiene la Ventaja de tener estar en el Sistema Generalizado de Preferencias (SPG-DG) por lo que el arancel asignado para todos los códigos en referencia es del 0%, solamente hay que pagar el IVA que para el caso español es del 7%

#### **1.1.3) Preferencias arancelarias para otros países competidores en el sector**

En el gran rubro de Café verde sin descafeinar todos los países cuentan con un arancel del 0% por lo que no hay ventajas. Sin embargo para el café sin tostar descafeinado los terceros países además del IVA deben cancelar un 8,3% de arancel, los países EFTA/EEE & Acuerdos preferenciales el mismo arancel, menos Sudáfrica que pagaría el 1,5%, mientras que Islandia, Noruega, México, Polonia, Lituania, Eslovenia, Rumania, Checoslovaquia, Letonia, Bulgaria y Estonia están exentos. Solo México es un exportador con potencial en el rubro. Respecto a los países del LOME tienen 0% de arancel mientras que los mediterráneos se tratan igual que los terceros países con la excepción de Turquía, Albania, Croacia, Bosnia Herzegovina, Macedonia y Yugoslavia que tienen el 0% . Respecto a los países del SPG-DG y SPG-MD el arancel es 0% y para los SPG es del 4,8% con la excepción de Brasil que está excluido y de Moldavia que tiene 0%

Para el Café tostado sin descafeinar la situación es prácticamente la misma que para el café sin tostar descafeinado, pero con un arancel del 7,5% en lugar del 8,5% y el cambio para Sudáfrica que tiene en éste caso está exento. Los SPG-DG y SPG-MD están exentos y para los SPG es del 2,6% con la excepción de Brasil que está excluido y de Moldavia que tiene 0%

Para el café tostado descafeinado el arancel es similar que para el descafeinado pero con un arancel base del 9%. Respecto a los países del



SPG-DG y SPG-MD el arancel es 0% y para los SPG es del 3,1% con la excepción de Brasil que está excluido y de Moldavia que tiene 0%

Las cáscaras y cascarillas del café están libres de arancel y los sucedáneos tienen un arancel del 11,5% con la excepción de Islandia, Noruega, México Para los países del SPG-DG y SPG-MD el arancel es 0% y para los SPG es del 8% con la excepción de Brasil que está excluido y de Moldavia que tiene el 3%. Los de la LOME tienen 0% de arancel y al igual que algunos mediterráneos.

### 1.2) Resumen sobre la situación actual del mercado internacional del Café:

Hemos tomado como referencia para éste punto la presentación de ASERCA (Junio 2002) sobre el mercado internacional del Café.

El líder mundial es Brasil quien debe aportar para el ciclo 2002/03 el 34,8% de la producción mundial seguido de Colombia (8,9%), Vietnam (8,6%), Indonesia (4,7%), Etiopía (3,1%) y Guatemala (3,1%) (fuente: acerca con datos de horticultural and tropical products división, FAS/USDA). Cabe destacar que en el ejercicio anterior donde la exportación cayó ligeramente de 43287 millones de sacos a 42.884 millones de sacos Brasil logró una espectacular subida del 26,44% en sus exportaciones.

Actualmente los precios se mantienen en los niveles más bajos de la historia (en la misma banda de precios de hace 30 años.). Esta situación está afectando la producción por el cambio de cultivos o abandono de los mismos, lo que no incidirá en los precios ya que los niveles de inventario actualmente son muy altos tanto en los países exportadores (16,2 millones de sacos) como en los consumidores (18,8 millones de sacos). El plan de retención, el cual contemplaba la retención del 20% de las exportaciones totales no ha tenido el resultado esperado y siguen las cotizaciones negativas.

La consultoría alemana *F.O. Licht* informa que las variedades arábicas mostraron un decremento del 8,3% respecto al ciclo anterior (64,58 millones de sacos), mientras las variedades robustas solamente un 0,3% (45,25 millones de sacos) lo que explica la sobre oferta generada por Brasil y Vietnam. En el ciclo anterior ocurrió una disminución del 6,95% en el arábigo y un aumento del 2,94% en el robusta lo que deja en el ambiente la expectativa de que en el futuro cercano exista un significativo déficit de cafés de alta calidad.

De los principales exportadores podemos indicar lo siguiente:

Brasil: Se estima una producción de 45, millones de sacos

Vietnam: producirán unos 12,6 millones de sacos, 2,3 menos que en el ciclo anterior. La disminución se debe a que los productores se han visto forzados a disminuir la compra de fertilizantes. Sin embargo no se puede esperar una drástica disminución su oferta ya que, los costos de la mano de obra son sumamente bajos, lo que les permite seguir produciendo sin problemas a los precios actuales. Llama la atención que en el período enero-mayo 2002 sus exportaciones (5,43) son un 31,6% inferior a las del año pasado, pero estiman que en el segundo período exportaran 15,83 millones de sacos para un incremento del 29,4% respecto al año anterior y así lograr las proyecciones originales. Las diferencias entre producción y exportación son subsanadas por el manejo de los inventarios.

Colombia: Se espera un incremento de casi trescientos millones de sacos respecto a año anterior para ubicarse en los 11,5 millones de Sacos. La Federación Nacional de



Productores de Café ha reportado que su producción para el ciclo 2001/2002 se ubicará en los 11.1 millones de sacos, 600 mil por encima de la estimación inicial y las exportaciones llegarán a los 10 millones de sacos 555 mil por encima de lo pronosticado originalmente

México: La firma *F.O. Licht* reporta 5,5 millones de sacos, un millón de sacos por encima del ciclo anterior, pero para el ciclo anterior tenían pronosticado 5.0 millones y solo lograron 4,5.

En general podemos decir que los bajos precios han afectado a todos los productores de café, tanto los más eficientes (Brasil) como los que tienen mano de obra más barata (Vietnam). La mayoría de los países productores son en buena medida dependientes del cultivo, tanto por el suministro de divisas (Colombia y Vietnam) como en el caso de México donde su impacto es social ya que afecta a más de tres millones de personas en zonas económicamente deprimidas. La fundación Interpón Oxfarm le ha dedicado en su revista trimestral #452 (tercer trimestre del 2002) un amplio reportaje a la crisis del café, siendo su propuesta impedir la exportación de café de baja calidad, para que de ésta forma se regulen las cantidades en el mercado y se recuperen los precios.

### **El efecto en España:**

El mercado español del café avanza gracias al exceso de producción y su consecuente caída de precios, generado principalmente por las nuevas plantaciones de Brasil y Vietnam. Este último país ha pasado a colocarse a la cabeza de los suministradores de café verde a España. Los actuales precios han animado las importaciones, que crecieron un 6,5% en 2001, fundamentalmente de café verde, cuando un año antes habían descendido un 3,37%.

La abundancia de materia prima ha modificado también la composición de las compras por variedades, de modo que las especialidades robustas copan ahora el 54% de las importaciones, poniendo fin a los importantes crecimientos experimentados por las arábicas en los últimos años de la década de los noventa (Alimarket Nov-2002).

La caída del precio de la materia prima no ha sido trasladada al mercado interior, don de los precios han caído de forma moderada. Según los datos de la consultora IRI, que se limita al estudio de la distribución moderna, el precio medio del café es de 4,58 EUR/Kg. en 2002, mientras que un año antes era de 4,71 EUR/Kg. Por su parte, AC Nielsen ha registrado un precio medio del café de 4,68 EUR/Kg. en 2002, frente al 4,84 EUR/Kg, presentado en 2001.

Los datos de la Asociación Española de Tostadores de Café (AETC), referentes a la producción nacional, indican una ligera subida del 1,85%, hasta un total de 140.800 tm. en 2001, incluyendo café tostado y soluble. El punto discordante lo aporta el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cuyo panel de consumo refleja una subida del 4,45%, hasta las 153.390 tm. vendidas en 2001.

### **1.3) Importaciones, exportaciones totales y por destino (Venezuela).**

Ver anexo 1



## **2) Características del país-mercado España**

### **2.1) Generalidades:**

El sector cafetero español crea un empleo industrial directo de 3000 personas.

En 1985 se crea la Federación Española del Café, la cual está constituida por tres asociaciones:

1. - La Asociación Española de Tostadores de Café, que cuenta con 150 miembros y que representa, coordina y defiende los intereses colectivos y específicos de los industriales tostadores del café
2. - La Asociación Española de Fabricantes de Solubles, que está compuesta por 5 miembros y cuyo objetivo principal es el de promover y cooperar en el desarrollo del café soluble y en la coordinación y fomento de tales intereses.
3. - La Agrupación Nacional del Café, ANCAFE, con 11 importadores, que se encarga de fomentar las Relaciones institucionales con Administración Española, otras Asociaciones españolas / europeas y Organizaciones Empresariales. También se encarga de la regulación de la actividad mercantil mediante la creación y actualización del contrato marco para compraventa de café, la Cámara Arbitral con panel de expertos y el Registro de Morosos. Adicionalmente vigila la regulación técnico sanitaria en la importación de café, lleva las estadísticas y organiza convenciones & congresos relacionados con el café.

En España la importación de café esta bastante equilibrado entre robustas y arábicas, con una participación de las robustas del 51% y un 49% para las arábicas.

Las compañías españolas están presentes con inversión directa en: Portugal, Francia, Italia, Guatemala, Nicaragua, Honduras, Brasil, Colombia, Uganda, Congo, Camerún y Vietnam. Esta presencia se manifiesta en varios campos tanto en la producción y exportación como en la ayuda al desarrollo local en la medida de sus posibilidades mediante programas de apoyo a las poblaciones locales.

España está presente en los diversos foros de decisión internacional, tanto individualmente como colegiadamente a través de ANCAFE, la cual se ha ido transformando en el punto de encuentro y plataforma de varias iniciativas en el sector.

España mueve más de 5.000.000 sacos por año.

El Puerto de Barcelona está considerado como la Puerta al Café Verde España ya que por él entra más del 80% del café que importa. Por este puerto hubo un tráfico de café verde durante el 2000 de 376.500 toneladas y en agosto del 2001, había un stock de casi 800.000 sacos de café en sus almacenes.

### **2.2) Oferta y demanda:**

España es un importador neto de café, las importaciones en los últimos 5 años, para todos los códigos arancelarios relacionados directamente con el café, se han movido entre las 214.600 y las 233.500 toneladas. Para el ciclo 2002/2003 se espera que España importe el 4,7% de la producción mundial, ocupando el sexto lugar por detrás de USA (31,4%), Alemania (15,7%), Japón (11,1%), Italia (8,5%), Francia (8,5%) y por delante del Reino Unido (3,7%) (fuente: acerca con datos de horticultural and tropical products división, FAS/USDA).

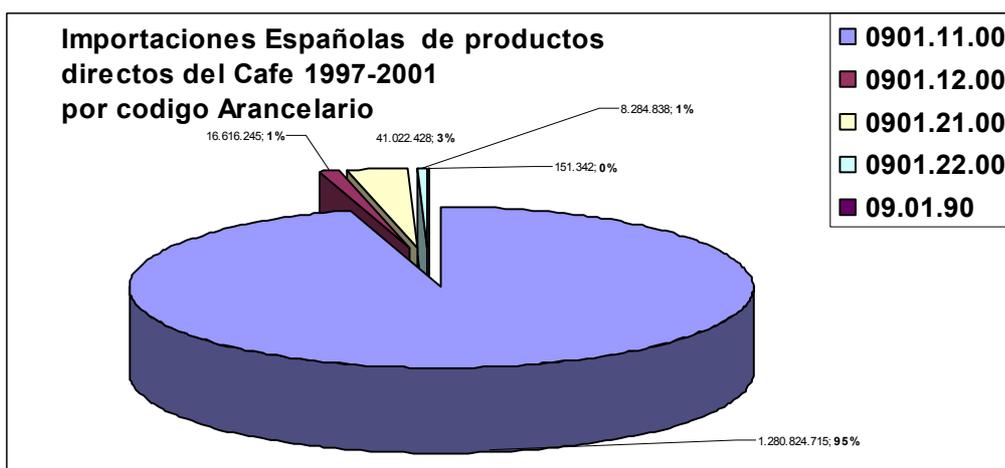
Como hemos visto en el punto 1.3 la oferta mundial y los inventarios existentes han generado una situación de sobre oferta la cual es muy conveniente para el mercado español, el cual es un mercado de precio y no de calidad del grano como lo pueden ser los países nórdicos, USA e Italia.



### 2.3) Importaciones totales y principales países proveedores

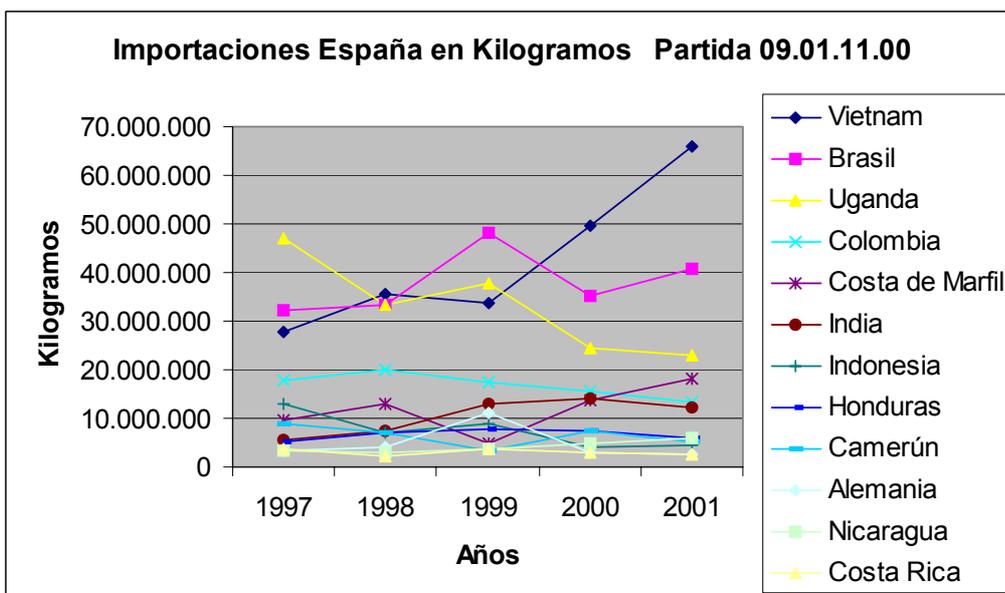
En España la partida más importante es la 09.01.11.00 del café sin tostar sin descafeinar que se refiere básicamente al café verde, la cual acapara alrededor del 95% de las importaciones en volumen.

Le sigue en importancia el café tostado sin descafeinar con alrededor del 3% del Volumen (unas 9.295 toneladas en el 2001) y luego los no descafeinados prácticamente completan el total con alrededor del 1,2 % el no tostado y el 0,6% el tostado.



Fuente Taric – Trade – envío 8-2002 // elaborado por BANCOEX Oficina Comercial España

Se nota una tendencia a la subida en los cafés descafeinados pero siguen siendo cantidades relativamente pequeñas respecto al café verde, pero no desdeñables para ingresar al mercado. En el *anexo #1* encontraran los datos para el período 1997-2001 y en el *anexo 2* los datos mes a mes para el período enero 2001 a mayo 2002.



Fuente: Taric-Trade /envío 8-2002 elaborado por BANCOEX Oficina Comercial España



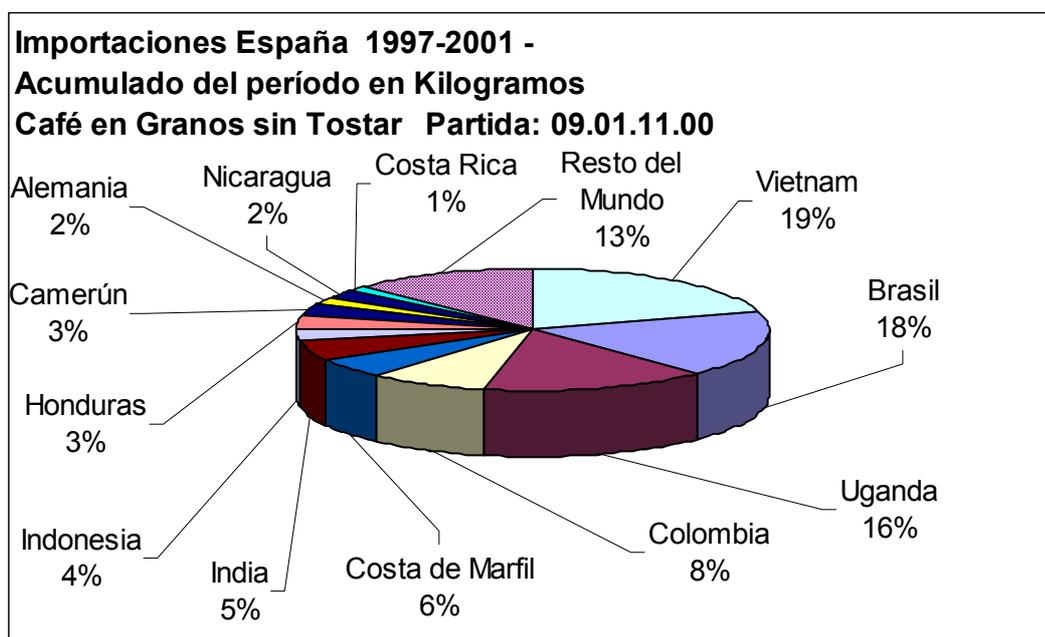
En éste informe preliminar nos concentraremos en el código arancelario 09.01.11.00.

Las importaciones españolas de café en granos sin tostar (kg) en los últimos 5 años provienen básicamente de cuatro países Vietnam, Brasil, Uganda y Colombia las cuales aportan el 61,4% de la importaciones totales. En precios la historia se mantiene pero con cambio de posiciones debido a las grandes diferencias de precio que existen entre el producto de los diferentes países. Venezuela ha decaído en su participación pasando del lugar #25 en 1997 al lugar 52 en el 2001, aportando solo el 0,2% de las importaciones Españolas en el período en referencia.

Vietnam, Brasil, India y Costa de Marfil son los que presentan una tendencia positiva en su participación en el mercado Español, mientras que Uganda, Colombia e Indonesia han entrado en un ciclo progresivo de pérdida del mercado español.

Los datos en euros son solo referenciales gracias a la gran distorsión de los precios y a la pronunciada pérdida de valor del producto, el cual ha pasado de un average de 2,12 euros/Kg en 1997 a solo 1,01 en el 2002.

Llama mucho la atención la presencia de Alemania entre los 10 principales exportadores de café a España, lo que sin duda representa la explotación del potencial logístico alemán y la certificación de los almacenes de café de Hamburgo homologados por la bolsa de Nueva York y de Londres, los que fungen como pulmón y centro de despacho a Europa de café tanto arábigo como robusto.



Fuente Taric – Trade – envío 8-2002 // elaborado por BANCOEX Oficina Comercial España

La Oficina comercial de Venezuela en España cuenta con las estadísticas de Impo/Expo de España por código arancelario y por país. En general tenemos información mensual con dos o tres meses de desfase la cual se pueden suministrar a petición particular.

**Oficina Comercial de Venezuela en España**



## Exportaciones Venezolanas de Café por código arancelario a las provincias españolas 1997-2001

Productos	0901.11.00		0901.12.00		0901.21.00	
	Importaciones		Importaciones		Importaciones	
Periodos/Zonas	Euros	Kg.	Euros	Kg.	Euros	Kg.
<b>1997</b>	<b>3.951.483</b>	<b>1.278.480</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>29</b>	<b>9</b>
España	1.975.742	639.240	0	0	14	5
Cataluña	1.066.355	361.290	0	0	0	0
Andalucía	648.909	190.200	0	0	0	0
Madrid	260.478	87.750	0	0	0	0
Canarias	0	0	0	0	14	5
<b>1998</b>	<b>4.978.703</b>	<b>1.787.388</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
España	2.489.352	893.694	0	0	0	0
Madrid	1.193.176	406.019	0	0	0	0
Andalucía	661.035	236.325	0	0	0	0
Cataluña	521.955	199.600	0	0	0	0
País Vasco	113.185	51.750	0	0	0	0
<b>1999</b>	<b>1.488.229</b>	<b>683.122</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
España	744.115	341.561	0	0	0	0
Cataluña	463.815	212.195	0	0	0	0
Madrid	153.037	72.441	0	0	0	0
Andalucía	127.262	56.925	0	0	0	0
<b>2000</b>	<b>178.281</b>	<b>75.576</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
España	89.140	37.788	0	0	0	0
Madrid	89.140	37.788	0	0	0	0
<b>2001</b>	<b>36.170</b>	<b>33.828</b>	<b>51.962</b>	<b>48.024</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
España	18.085	16.914	25.981	24.012	0	0
Cataluña	18.085	16.914	25.981	24.012	0	0
	<b>21.265.733</b>	<b>7.716.788</b>	<b>103.924</b>	<b>96.048</b>	<b>58</b>	<b>18</b>

Fuente Taric – Trade – envío 8-2002 // elaborado por Oficina Comercial de Venezuela en España

## 2.4) Exportaciones Españolas

Las exportaciones españolas son marginales respecto a las importaciones, pero no dejan de ser interesantes.

En lo que se refiere a las exportaciones, que han aumentado en más de un 47%, es importante destacar el empujón que han recibido sobre todo por parte de la partida del café soluble, que con más de 18.000 tm en el 2002. han duplicado sus ventas en el exterior.

La partida que más exportan es la café sin tostar descafeinado tiene como su principal cliente el Reino Unido, seguido por Canadá. Otros países relevantes (más de 500 Tn / año) como destino de éstas exportaciones son Suiza, Corea, Australia, Japón, Alemania, Portugal y Sudáfrica algunos de los cuales supera las mil quinientas toneladas anuales.

Le sigue el café tostado sin descafeinar, del cual en los últimos 5 años ha pasado de 10.700 Tn/año en 1997 a 6.500 Tn/año en el 2001. Los grandes compradores son Alemania, Francia y Portugal quienes acaparan entre el 83% y el 89% de las exportaciones anuales españolas en los últimos 5 años.



El último código arancelario relevante es el 09.01.11.00 que se corresponde al café verde sin descafeinar, donde España exportó 6.700 Tons en el 2001 siendo sus principales mercados Portugal con más de un 70% del total seguido por Argelia con alrededor de un 10 % (13% en el 2001).

Para más detalle de las estadísticas de las exportaciones Españolas para todos los códigos arancelarios en estudio y los países destino ver el anexo #5.

### 2.5) Producción interna

España no produce café.

## 3) Características del mercado

### 3.1) Sectores del mercado

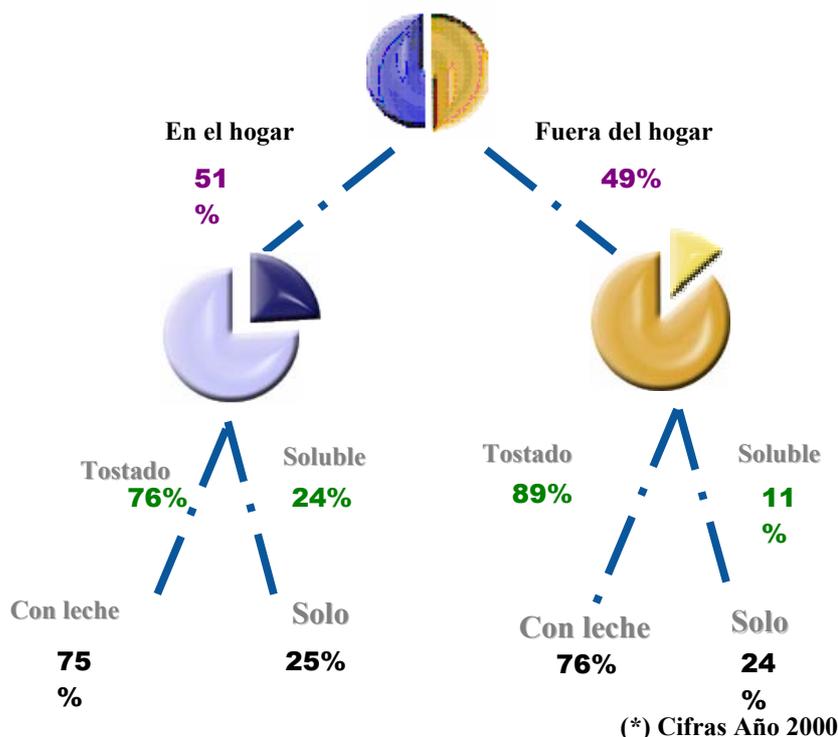
Por definir en entrevistas con empresarios del sector

### 3.2) Distribución regional del consumo

La cultura del café se puede calificar como homogénea en toda España, con incrementos en las grandes ciudades. A nivel de las importaciones Cataluña se presenta como la comunidad receptora de la mayor cantidad de exportaciones, seguida por Madrid y de lejos les sigue Andalucía, pero estas comunidades autónomas distribuyen para toda España

### 3.3) Estructura del consumo de café en España

<b>Café Tostado en Alimentación 1999-2001 en Tm.</b>			
Fuente: Alimarket (Nov-2002) – Fuente original: Asociación Española de Tostadores de Café			
	1999	2000	2001
<b>Café Molido</b>	<b>55.992</b>	<b>55.861</b>	<b>56.897</b>
▪ Natural	180.012	18148	18.996
▪ Torrefacto	28	21	22
▪ Descafeinado	6.888	7482	8.190
▪ Mezcla	31.064	30.210	29.689
<b>Café en Granos</b>	<b>5.508</b>	<b>5.660</b>	<b>5.625</b>
▪ Natural	2.461	2.519	2374
▪ Torrefacto	2.053	2.145	2.233
▪ Descafeinado	123	124	146
▪ Mezcla	871	872	872
<b>Total</b>	<b>61.500</b>	<b>61.521</b>	<b>62.522</b>



Fuente: Federación Española del Café – Sintercafé – Nov 2001

### 3.4) Características y preferencias del consumidor

El consumo *per capita* de café por parte de los españoles está en el mismo rango que el de Estados Unidos e Italia con 4,5 Kg *per capita* pero muy por debajo de los países Nórdicos como Finlandia (12,2), Suecia (11,4), Dinamarca y (10,7), Noruega (10,7). Alemania y Francia serían los consumidores intermedios con 8,2 y 5,8 Kg per capita. La lista la completarían Portugal con 4,0 y el Reino Unido con solo 2,5 donde reina el Te.

El consumo es equilibrado entre robustas y arábicas, el grado de tostado es medio/fuerte y con costumbre al consumo de café torrefacto. Es un país con de cultura de consume del café expreso.

España es el único país europeo que tiene un consumo importante del torrefacto.

El español toma tanto café en casa como fuera de ella, lo que se puede observar en las estadísticas de consumo con una participación fuera del hogar del 49% y en el hogar del 51%.

El café tostado está mucho más demandado fuera del hogar (89%) que en el hogar (76%), mientras que el soluble se prefiere más en el hogar con un 24% frente al 11% de fuera del hogar. Respecto al consumo del café con leche (75%) y solo es muy similar tanto fuera del hogar y en el hogar.

El café soluble en España está representado fundamentalmente por las empresas Seda Solubles , Productos Solubles y por Nestle. Estas compañías son las



responsables del aumento en un 102% de las exportaciones en este universo, en el periodo 2000/01 (además de la entrada de los "traders" en este segmento, que comenzaron en 2000/01 a mover café soluble entre países).

Consumo de Café Tostado en el Hogar (datos año 2000 – fuente Federación Española del Café ):

- ✓ Mercado de café molido: 91%.
- ✓ Fuerte importancia de las mezclas: Natural + Torrefacto 54%.
- ✓ Natural: 33% Descafeinado: 13%.
- ✓ Evolución al alza del mercado.
- ✓ Incremento de las ventas Premium.
- ✓ 3 Empresas son las que componen el 61% del mercado, las marcas distribuidor el 22% y el resto, un 17% que lo forman una gran variedad de marcas.
- ✓ Fuerte competitividad de precios. Mercado muy sensible a los precios.

Consumo de Café Tostado en Hostelería (datos año 2000 – fuente Federación Española del Café ):

- ✓ Mercado estable y muy atomizado: más de 300 marcas
- ✓ Aumento inversiones por parte del torrefactor en maquinaria y equipamiento de los establecimientos.
- ✓ Aumento inversiones por parte del torrefactor en maquinaria y equipamiento de los establecimientos.
- ✓ Crecimiento del segmento tostado descafeinado .
- ✓ Fuerte desarrollo del *Vending machines*: 90.000 máquinas de grano
- ✓ Una sola marca por establecimiento.
- ✓ Ausencia de una empresa con liderazgo nacional.

Consumo de Café Soluble en el Hogar (datos año 2000 – fuente Federación Española del)::

- ✓ Mercado basado en el producto soluble aglomerado
- ✓ Consumo con leche y centrado en el desayuno
- ✓ Importante la relevancia del descafeinado en éste sector
- ✓ Mercado basado en el desarrollo de las especialidades y estable

Consumo de Café Soluble en Hostelería (datos año 2000 – fuente Federación Española del Café ):

- ✓ Mercado basado en el producto soluble aglomerado
- ✓ Mercado estable o decreciente
- ✓ Consumo centrado en bares y cafeterías principalmente
- ✓ Mercado de descafeinado en bares y cafeterías
- ✓ Principal producto, diferenciador: sobre descafeinado de 2g.

La cultura del Torrefacto en España:

España es uno de los pocos países europeos donde se consume el torrefacto y el concepto está tan adentrado que la sociedad de tostadores de café se llama realmente "asociación de torrefactores" y tiene apenas 17 años de fundada. Según Tea & Coffee el torrefacto representaba el 70% del consumo en 1970 se ubico en el 20% en el 2000, aunque el consumidor sigue optando por la compra de mezclas que contienen torrefacto. Empresas como la italiana *Sagafredo Zanetti* están trabajando en función de cambiar los hábitos de los Españoles pero encuentran fuerte resistencia de la AECT quienes no les



permiten entrar en la asociación alegando que no tienen plantas en España. La oficina comercial de BANCOEX en España trato de generar una reunión con la compañía en cuestión y no nos la concedieron alegando que sus productos provienen según lo planificado por Italia y se negaron a darnos los datos de la persona responsable en Italia.

### 3.5) Tendencias

- ✓ Sigue siendo un elemento importante en actos sociales y de negocios, es parte de la cultura española y no hay sustituto a la vista
- ✓ Incremento del gusto por los cafés de calidad
- ✓ Los cafés de origen se han extendido y el gusto por sus características propias cada más conocidas por los españoles. Por lo tanto la marca país tiene una importancia vital si se quiere aprovechar esta tendencia, con mayor importancia para los exportadores noveles en España como lo puede ser Venezuela
- ✓ El aroma, cuerpo y acidez del café son valores cada vez más conocidos por los españoles, por lo que también debemos ser hábiles para suministrar producto que se ajuste al paladar español
- ✓ En los últimos años el fenómeno de los cafés gourmet ha llegado a 370 establecimientos de 23 marcas distintas, con un ritmo anual del 20% de crecimiento.
- ✓ Se existe y se espera que continúe el descenso del consumo del café torrefacto.
- ✓ Aumento del consumo fuera del hogar, el cual tiende a ser de las gamas de Arábicas.
- ✓ Mayor conocimiento de la cultura del café y por lo tanto mayor exigencia de calidad.
- ✓ Cada vez hay más profesionalidad por parte de los hosteleros en el tratamiento del café.
- ✓ No hay experiencia en el consumo de café con sabores, puede ser un nicho para el café gourmet, pero exigiría una gran inversión para entrada del producto en el mercado

### 4) **Canales de distribución y formas operativas de importación**

Para desarrollar este punto adecuadamente tenemos que realizar una serie de reuniones con diferentes medios de la cadena para poder entender el proceso.

En la tabla siguiente se puede apreciar el mercado Total manejado por la Asociación de Torrefactores quienes manejan al rededor del 85% del mercado del café que se consume en España

	1999			2000		
	TN	TN verde	%	TN	TN verde	%
<b>Alimentación</b>		<b>94.245</b>			<b>95.248</b>	
Café tostado	61.500	73.185	77,7%	61.521	73.210	76,9%
Café soluble	8.100	21.060	22,3%	8.476	22.038	23,1%
<b>Hostelería</b>		<b>93.510</b>			<b>92.182</b>	
Café tostado	74.210	88.310	94,4%	72.552	86.337	93,7%
Café soluble	2.000	5.200	5,6%	2.248	5.845	6,3%
<b>Mercado Total</b>		<b>187.755</b>			<b>187.430</b>	
Alimentación		94.245	50,2%		95.248	50,8%
Hostelería		93.510	49,8%		92.182	49,2%
<b>Mercado Total</b>		<b>187.755</b>			<b>187.430</b>	
Café tostado	135.710	161.495	86,0%	134.073	159.547	85,1%
Café soluble	10.100	26.260	14,0%	10.724	27.883	14,9%



Según Alimarket las principales comerciales importadoras de café verde en el 2001 fueron:

Principales importadoras de café 2000-2001			En Tm.	En Tm.
#	Empresa	Localidad	Prod-2000	Prod-2001
1	Consortio del Café	Madrid	60.000	75.000
2	Iniciativas comerciales Navarras	Madrid	33.247	58.265
3	Coffe Agency, S.A.	Madrid	22.500	25.000
4	Fomento del Comercio del Café	Madrid	20.000	23.000
5	Comercial de Materias Primas	Madrid	20.000	22.000
6	Compañía Mercantil del Café	Madrid	18.500	22.000
7	Coprocafe, S.A.	Madrid	10.000	10.000
8	Guzmán Cauchos, S.A.	Valencia	8.500	9.500
9	Orocafé, S.L.	Barcelona	10.500	9.000
10	Tostadores Reunidos, S.A.	Madrid	7.591	7.550
11	Unión Ind. Torrefactoras España	Barcelona	6.200	6.500

**Fuente: Alimarket 11/2002**

Consortio del café estima llegar a las 80.000 T.m. en el 2002, Iniciativas comerciales Navarras a las 65.000 y fomento del comercio del café las 25.000 al igual que la compañía Mercantil del Café

“Las compañías cafeteras están absorbiendo tostadores regionales y reorganizando sus sociedades y sus marcas para integrarse en un mercado, cada vez más competitivo, sobre todo en lo que se refiere al ámbito de la hostelería. Esta situación se debe a que el canal alimentación sigue copado en un 61% por las fabricantes SARA LEE, NESTLE y KRAFT FOODS. En este sentido destaca la subida de cuota de mercado de la marca "Bonka", perteneciente a la compañía NESTLE ESPAÑA, en casi todas las categorías de producto, como son las de molido, descafeinado, natural y en grano. En este último reparto de mercado nos encontramos la marca portuguesa "Camelo", con una cuota del 16% en volumen, y del 19,6% en valor. Esta enseña, junto a "Cubano", pertenecientes al GRUPO NABEIRO, que cuenta con dos sociedades en España (NOVADELTA COM. CAFE ESPAÑA y SOCIEDAD IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE CAFES), también resultan significativas dentro del mercado de café torrefacto, donde "Camelo" dispone de una cuota del 52,3% en volumen y del 60,1% en valor y "Cubano", del 4,7% en volumen y del 5,4% en valor; según los últimos datos de 2002”. (Alimarket – Nov`2002)

A continuación las ventas en Euros de las principales empresas comercializadoras de café en España:



## Principales Empresas cafeteras en España



Fuente: [www.elpais.es/suplementos/negocios/20010902/8cafegraf.html](http://www.elpais.es/suplementos/negocios/20010902/8cafegraf.html)

	Empresas	Ventas
1	Sara Lee Southern Europe, S.L.	17.586.942
2	Productos de Café, S.A.	13.025.309
3	Iniciativas Comerciales Navarras, S.A.	8.301.666
4	Comercial de Materias primas, S.A.	5.686.873
5	SEDA Solubles, S.L.	5.173.438
6	Compañía mercantil del café, S.A.	4.571.523
7	Coffe Agency, S.A.	3.834.824
8	Segafredo Zanetti España, S.A.	3.236.115
9	Tirma, S.A.	3.007.911

Fuente original: Asociación Española de Tostadores de Café

En los anexos 1 y 2 se presentan los principales productores de café 2001 y el reparto del mercado de Café 2001-2002

#### 4.1) Las franquicias en España relacionadas con el café

Sin duda alguna las franquicias pueden ser un interesante canal para presentar al café Venezolano en el mercado Español. Ya varias franquicias Venezolanas relacionadas con el café están instaladas o están tanteando la posibilidad de entrar en España. Una de sus ventajas es que pueden vender el nombre del país y/o de la marca de una forma directa y garantizando calidad a nivel del establecimiento y del servicio que prestan.

En España existen alrededor de 650 establecimientos relacionados con el café, tipo coffee-shop, entre ellas se encuentran las franquicias y las agrupaciones de cafeterías.

Resaltan la creación de grupos de cafeterías organizados por distribuidores de Café como son los casos de Sagafredo Zanetti y Café Valiente; o cafeterías que son diseñadas por distribuidores de café como "el templo del café".



El 90% de las enseñas que operan en España son de origen español y las dos extranjeras son de origen Portugués (*Delta, Storia del Café*) Las franquicias españolas del sector ya se han comenzado a internacionalizar, siendo *Il Caffé di Roma* la #1 con 12 tiendas en Portugal y Suiza, le sigue *Jamaica coffee shop* con 9 en Andorra y Portugal, *Plantaciones de Origen* una tienda en Alemania, otra en Francia y la tercera en Portugal, mientras *L'aroma* abrió su primera tienda en Andorra. (datos marzo 2002).

<b>Enseñas presentes en España</b>		# de franquicias	Propias	Franq.
Clasificado por # de establecimientos				
Nombre	Actividad			
Jamaica Coffee Shop	Cafés especiales, degustación y Venta	129	12	117
Il Café de Roma	Cafetería (Panarom)	61	0	61
Café&te/ Compañía del trópico/ Niccola / Kilimanjaro	Cafeterías (Comp. Trópico Café & Te)	58	56	2
Plantaciones de Origen	Cafetería conceptual (Café Rovi)	51	0	51
Café Caracas	Cafeterías Boutiques (Unión Ind. del Café)	50	50	0
Kroxan	Cafés, bocadillos, croasantería	27	24	3
Café de Indias	Coffee shop (cooffee world franchasing)	20	7	13
Ital Caffé coffee company	Distribuidor de café a hostelería	24	5	19
Cafés Pozo	Boutique	20	14	6
Cafes Valiente	Grupo de cafeterías asociadas	19	5	14
Valor Chocolaterías	Chocolatería / Bombonería	17	5	12
Natural Blend	Cafetería	17	12	5
Cafés la Brasileña	Boutique	16	8	8
La Mejicana	Boutique (Rodríguez y Matheus)	16	4	12
Club Café Novell	Cafetería / Boutique	16	0	16
New Orleans / Estrella /154	Cafetería (Productos del Café)	16	0	16
Bracafé	Cafetería (German de Erasquin)	15	2	13
Aromas de Dakar	Cafetería especializada	14	2	12
Sagrafede Zanetti Espresso	Grupo de cafeterías asociadas	11	-	11
Art's Café / La tienda del Café Pont	Cafetería (Cafes Pont)	11	3	8
L'aroma	Venta y degustación café, te, chocolate	10	3	7
LA flor de America / Davico	Cafetería y Boutique	8	5	3
Starbucks	Cafeterías (3 Estrellas unidas)	6	6	0
El Templo del Café	Café shop / restaurante (F4U)	5	4	1
Capuchino Grand Café	Cafetería	4	3	1
El café del poble	Cafetería Especializada	4	2	2
Hojaldres Alonso	Salón de te, heladería confitería	4	4	0
Café Costa Fria	Cafetería	4	4	0
LA guagua Café	Cafetería (Guacafe)	3	3	0
Fortaleza	Degustación de café	3	1	2
La Tazza meeting point	Cafetería / hostelería	3	1	2
Delta	Comercio especializado tiendas de café	3	3	-
Muerte por chocolate	Cafetería, punto caliente	2	2	0
Past & Pan	Salón de te, heladería confitería	2	2	0
Storia del Cafe	Explotación del Coffee shop	-	-	-
		<b>669</b>	<b>252</b>	<b>417</b>
<p>Fuente: Franquicias Hoy – Especial - #71 – Marzo 2002                      Actualizado y aumentado con información de Alimarket de Noviembre 2002                      Elaborado por Oficina Comercial de Venezuela en España</p>				



En lo que se refiere a la parte empresarial, durante 2001/02 destacó el desembarco de la cadena "Starbucks" en Madrid y Barcelona, a través de la sociedad Tres Estrellas Unidas (joint-venture entre VIPS y STARBUCKS Coffee International) quienes preveen alcanzar 25 locales "Starbucks" en 2004 (dispone de 5.000 cafeterías a nivel mundial). Por otra parte, la compañía madrileña "El Templo del Café". (F4U) prevé abrir 15 nuevas cafeterías-restaurantes siendo Unión Tostadora su única suplidora.

Pero los grandes movimientos empresariales se produjeron en las enseñas "Jamaica Coffee Shop" y en "Café & Té". Recientemente Compañía Del Tropicó Cafe&Te, cabecera de las cadenas de cafeterías "Café&Té" y "Café Niccola", firmó un acuerdo de fusión con la sociedad INACAP, empresa participada por la sociedad de inversión Catalana D'iniciatives, que explota la red de 24 establecimientos "Café de Kilimanjaro", aunque sólo 15 participarán en la operación, siendo el tostador TORRELSA, quien le suministrará café. La operación le ha salido a la sociedad de capital riesgo por unos 4,2 M.EUR.

Por otra parte, la barcelonesa Jamaica's Franchising, franquiciadora de las cafeterías "Jamaica Coffee Shop", ha dado entrada en su accionariado al grupo multifranquiciador catalán Daiko Inversiones, que pasa a controlar el 33% del capital, en una operación valorada en unos 4 M.EUR

Las franquicias del café desde un comienzo han asegurado que su oferta, ambientación y atención debía ser diferente a los negocios tradicionales donde se sirve café, los bares y cafeterías tradicionales.

La oficina comercial en España cuenta con los datos de contacto de la mayor parte de éstas franquicias, si la requieren por favor solicítennoslo.

## **5) Potenciales Clientes**

La oficina Comercial de Venezuela en España posee una base de datos completa de los principales jugadores en el mercado Español del café y tiene ya los contactos listos para poder facilitar una gira de negocios con las diferentes empresas interesadas en el café Venezolano.

Por lo tanto a continuación brindamos una lista parcial de corte informativo netamente, con el fin de que los interesados puedan visitar sus páginas web y así poder conocer la imagen de marca de cada uno de ellos e información referencial.

### **5.1) Importadores**

#### **CONSORCIO CAFE S.A.**

CM Viejo de Madrid 13 - 28230  
Telf. 916.409.970

Las Rozas de Madrid  
Fax: 916.376.946



**COOFFEE AGENCY S.A.**

<http://www.louisdreyfus.com/content.cfm?page=coffee.cfm&gbus=3&sgrp=9&rightmenu=default>

Es una empresa de la Multinacional *Louis Dreyfus* que conduce el negocio de café para España y están ubicados en Madrid. Sus funciones se limitan a la importación y Comercio del café verde en granos, en el 2001 fueron la compañía #7 en Ventas (Euros) aunque ellos estiman que fueron los número tres en Volumen (sacos) y a nivel mundial están entre los tres primeros. Son los que le suministran a Nestle buena parte del café que consumen en España.

En la entrevista nos indicaron que tienen experiencia con el café tipo Táchira, hace varios años, el cual lo trabajaron como un café arábigo de 2da línea. Están interesados en buscar suplidores en Venezuela, por lo que requieren del exportador calidad constante y sobretodo precio. Para comenzar requerirían compromisos alrededor de las 100 Tn/año con productores individuales y les gusta trabajar con asociaciones. Su método de pago es contra embarque y el precio se fija con base en la bolsa de NY y un + o un – dependiendo de la calidad y la facilidad de colocación del producto.

**Coffee Agency S.A.**

Edificio Eurocentro - C/Capitán Haya UM 1-Planta 3 - 28020 Madrid - Spain  
T 34-91.514.12.00 F 34-91.514.12.41



**Grupo OROCAFE**

<http://www.intergrano-orocafe.com/>

**Orocafe Barcelona (España)**

G. Vía de les Corts Catalanes, 670  
5ª Planta - Despacho 508  
08010 Barcelona (SPAIN)  
Telf.: 34 93 317 44 25 Fax : 34 93 412 43 62

**Intergrano Valencia (España)**

C/ Profesor Beltrán Báguena, 4  
Edificio Trade Center 301  
46009 Valencia (SPAIN)  
Telf.: 34 96 348 55 35 Fax : 34 96 348 56 46

Tienen oficinas en Luisiana (USA), Guatemala, Honduras, Nicaragua, Brasil y México. Trabajan el café por "Marca País" y tienen una amplia variedad de países, siendo las marcas fuertes Guatemala, Etiopos, Costa Rica, India y Brasil. Entre las marcas Varias presentan un café Venezolano (Venezuela Fine Washed Tachira). Como cafés tope de línea ofrecen el de Jamaica, el de Hawai y el de Pto. Rico.

**Compañía Mercantil del Café S.A.**

<http://www.bsca.com.br/contatbr.html>

No hemos hecho contacto con ellos pero sus datos aparecen como empresa representante de *Associação Brasileira de Cafés Especiais* para Portugal y España.

Telf. : (3491) 636-2980 Fax: (3491) 636-2981  
[e-mail: mercantil-cafe@mercantil-cafe.com](mailto:mercantil-cafe@mercantil-cafe.com)

**COMERCIAL DE MATERIAS PRIMAS**

C/ Alberto Alcocer 5 - 28036 Madrid  
Telf: 913.597.049 Fax:913.452.361

**PRODUCTOS DEL CAFE SA**

CTRA REUS-TARRAGONA KM 2 (TARRAGONA ). SPAIN - 43204 REUS  
Telf: 34-977300200 Fax: 34-977300261

**SEDA Solubles, S.A.**

[www.sedasolubles.com](http://www.sedasolubles.com)  
Paseo Padre Faustino Calvo, s/n 34005 PALENCIA (ESPAÑA)  
34 979 716 107 34 979 716 110  
[marketing@sedasolubles.com](mailto:marketing@sedasolubles.com)



**SEGAFREDO ZANETTI ESPAÑA, S.A.**

C/ Pedro Teixeira, 8 - 6ª - 28020 MADRID  
Telf: 91 - 598.24.10 Fax: 91 - 555.37.16  
[segafredo@segafredo.es](mailto:segafredo@segafredo.es)

**TIRMA S.A.**

Avenida de Escaleritas, 104. – 35011  
Las Palmas de Gran Canaria - España  
Telf: 928 254 940 Fax: 928 254 944  
[www.tirma.com](http://www.tirma.com)



Web: [www.marcilla.es](http://www.marcilla.es)

**Marcilla Coffee Systems SL**

Se concentran en la venta a la hostelería. Son los #1 en Ventas en España.  
Pol Ind Zona Franca - Sector C, Calle F, nº2 - 08040 Barcelona – España  
Tel: + 34 93 236 99 00 - Fax: + 34 93 263 99 98  
E-mail: [sac@marcillacs.es](mailto:sac@marcillacs.es)

**FOMENTO DEL COMERCIO DEL CAFE S.A.**

C/ Rodríguez Marín 88 - 28016 Madrid  
Telf: 915.638.000 Fax: 915.635.052

## 5.2) Tostadores y distribuidores (parcial)



<http://www.torrelsa.com/index.htm>

Es una empresa tostadora que cubre ciclo productivo completo del café: desde la selección en origen, la importación directa desde los países productores, el tueste, el desarrollo de nuevos productos, hasta la distribución comercial en buena parte de la geografía española. También exportan a diferentes países y la colaboración con cadenas especialistas como *Café & Te* y los establecimientos *Niccola*. Trabajan el sector Hostelería y el sector alimentación.

El grupo empresarial portugués *JMV* ha adquirido la mayoría accionaria de *Torrelsa* lo que conforma un interesante grupo en el mercado ibérico.

Las marcas que comercializa son las siguientes: Café Cinco Estrellas, café La Seo, café El Castillo, café El Castillo Colombia, café Gran Gourmet.

También comercializan por marca país.

**Torrelsa S.A.**

Ctra. Vall d'Aran, N-230 Km. 4,8 - LLEIDA  
Tf: 973 23 67 75 - Fax: 973 23 93 47  
e-mail: [torrelsa@torrelsa.com](mailto:torrelsa@torrelsa.com)



**CAFÉ ALMIRANTE OQUENDO**

[www.cafesoquendo.com](http://www.cafesoquendo.com)

Con ésta compañía nos entrevistamos en la Feria de Muestras de Asturias. Se ve una compañía mediana, en el momento tenían un stand muy bien montado, con muchos detalles y gran calidad de servicio. Si están interesados en ver ofertas de café Venezolano, pero para contactarlos hay que tener ofertas firmes. Trabajan con marca país y desarrollan mezclas, siendo su mercado tanto el sector hostelería como el sector alimenticio. Reconocen al café Venezolano de buena calidad pero hace mucho tiempo que no lo utilizan.

Polígono de Silvota - C/ Peña Salón, p.46 - 33192 Llanera Asturias

985.260.046 667556452 985.263.122 [info@cafesoquendo.com](mailto:info@cafesoquendo.com)

**COPROCAFE S.A**

C/ Rafael Calvo 18 - 28010 Madrid

Telf: 913.104.847 Fax: 913.196.984

**EXPORT AFRICA S.A**

Ps de los Melancolicos 5 - 28005 Madrid

913.669.166 Fax: 913.691.507

**INSEIN GRUPO S.A.**

cl Torpedero Tucuman 0012 - 28016 Madrid

Telf: 913.593.126 Fax: 913.593.126

**SEMATIC S.A.**

Av. Constitución 0210 - 28850 Torrejon de Ardoz - Madrid

Telf. 916.787.300 Fax: 916.754.164



**TAMAKSE S.L.**

av. Monforte Lemos s/n - 28029 Madrid

917.303.385

### 5.3) Grandes superficies

Se dedican a la venta al detal, en general venden la mayor parte de las marcas reconocidas y tienen café bajo su marca (Marca Blanca). Al momento no nos hemos entrevistado con ellos pero son una alternativa para café en granos tostados como molido. Al igual podrían ser una alternativa para los cafés con sabores. La marca blanca puede ser una alternativa de entrada con fuerza (cantidad) pero con grandes sacrificios en precio y condiciones de pago 90-120 días.

### 5.4) Cliente final

No se ha realizado ningún estudio sobre el consumidor final, ya que para el industrial venezolano no es un mercado a atacar en ésta primera etapa



## 6) Precios y controles

La comercialización del café de forma abierta es reciente ya que hasta 1980 fue controlada, como muchas otras materias primas, por el estado español. El ministerio gestionaba las compras y el sindicato oficial las distribuía, siendo el reparto del café por un sistema de cuotas o cupos, con inconvenientes para los tostadores en lo referente a las cantidades o a las calidades de café recibidos. Durante dicha época se comercializaban tres calidades Superior (arábigo lavado), Corriente (arábigo no lavados) y Popular (robustas) con poca importancia de la procedencia y sin reconocimiento a las bondades de uno u otro café. Evidentemente el precio era fijado por el gobierno en toda la cadena.

Por otra parte no fue hasta 1983 que se levanto la prohibición en España de la importación de café molido.

Actualmente es un producto de libre comercialización y los precios son fijados a través de las bolsas del café de New York y de Londres más o menos un % en función de la calidad y la aceptación del café. Las grandes comercializadoras transnacionales controlan buena parte del mercado

Según *Coffee Agency S.A.* su sistema de precios de compra es FOB precio de la bolsa de NY + o – un factor que depende de la calidad del producto y su aceptación en el mercado. Los pagos los realizan contra documentos de embarque.

A medida de que se hagan las entrevistas se ampliará éste punto.

## 7) Inversiones en el sector

Según Alimarker (nov-2002), en el bienio 2001/02 destaca la proliferación de inversiones, principalmente destinadas a procesos productivos y maquinaria.

El tostadero asturiano *Fast Distribuciones* está invirtiendo 4,2 M.€ en la modernización y ampliación de su nave. La empresa destinó en el 2001 otros 1,27 M. a la adquisición de las marcas "Cafés Costablanca" y "Cafés Costacálida" y el fondo de comercio de CAFES COSTABLANCA, de Alicante. Un año antes, había incluido también en su catálogo las marcas "Cafés El Escudo" y "Cafés Caycho". Entre otras novedades la compañía lanzó al mercado café en monodosis, fabricado por terceros, con la marca "Almirante Oquendo".

La compañía madrileña *Cafés Canguro*, invertirá 3,7 M.€ en la construcción de una planta de 3.500 m<sup>2</sup> Alcalá de Henares. La empresa trasladará su actividad a la nueva fábrica en junio de 2003. LA capacidad pasará de las 1.000 tm./año actuales a las 3.000 tm/año en el largo plazo. Adicionalmente reforzará su línea de producción de café en formato monodosis, para lo que invirtió en el último trienio 1,2 M€. *Canguro* elabora además marca blanca para *El Corte Ingles* e *Hipercor* y continúa con el envasado y distribución de "Cafés Doce".

La central de compras catalana *Grup De Dtribucio Costa Brava*, prevé invertir 2,4 M.€ entre los años 2002 y 2004, para triplicar la capacidad productiva de la tostadora de café *Suministros Y Servicios De Café*, adquirida en diciembre de 2000. A la vez, ha iniciado la construcción de una plataforma logística en Epila (Zaragoza), lo que le supondrá un desembolso de 1,8 M.€. La fábrica torrefactora, en Lliça de Vall (Barcelona), pasará de procesar 5.000 tm./año a unas 15.000 tm. y sus marcas "Café Crem" e "Ideal Coffe" han sido relanzadas con una nueva imagen y packaging.

El grupo canario liderado por *Jose Sanchez Peñate* (JSP) prevé destinar 20,4 M.€ durante el 2002 a potenciar sus actividades de distribución comercial y de fabricación de lácteos,



café y masas congeladas. En lo que concierne a café, parte de este presupuesto se destinará a ampliar las instalaciones en Getafe (Madrid), en 5.000 m<sup>2</sup>, en las que centraliza la elaboración de productos para vending en el mercado peninsular y a construir 4.000 m<sup>2</sup> adicionales de planta en su central de Güimar, a la que se dotará de nueva maquinaria. En estas instalaciones JSP elabora café, preparados para vending y preparados lácteos.

### 8) Medios de promoción comercial

- ✓ La Federación Española del Café participa en la promoción a tres niveles, uno dirigido a los profesionales a través de la organización y /o asistencia a eventos internacionales, luego a los consumidores a través de campañas institucionales a través de la televisión y en tercer lugar a los medios de comunicación nutriéndoles de noticias del mercado o de las novedades del negocio para mantener una presencia efectiva en los diarios y otros medios.
- ✓

<b>Inversión Publicitaria del Mercado de Café</b>		
<b>A Precio de Tarifa</b>		
Fuente: Alimarket: Nov-2002 – Fuente original: Infoadex		
	<b>2000</b>	<b>2001</b>
<b>Cafes en Grano o Molidos</b>	<b>4.81</b>	<b>5.11</b>
Grupo Nestlé	1.73	2.38
Sara Lee Southern Europe	2.67	2.45
Otros	0.41	0.28
<b>Cafés solubles descafeinados</b>	<b>3.90</b>	<b>3.44</b>
Grupo Nestlé	3.90	3.35
Otros	0.00	0.09
<b>Cafés solubles preparados</b>	<b>4.91</b>	<b>6.25</b>
Grupo Nestlé	4.91	6.25
Nescafe Mix	2.57	3.78
OtrosNescafe Capuchino	2.33	2.47
<b>Cafés solubles puros</b>	<b>4.87</b>	<b>8.09</b>
Grupo Nestlé	3.95	6.74
Sara Lee Southern Europe	0.00	1.25
Otros	0.92	0.10
<b>Línea de Café</b>	<b>7.96</b>	<b>8.65</b>
Grupo Nestlé	2.47	2.29
Kraft Foods España	4.11	3.61
Otros	1.38	2.75
<b>Sucedáneos del café</b>	<b>1.97</b>	<b>2.24</b>
Grupo Nestlé	1.74	2.12
Otros	0.23	0.12
<b>TOTAL</b>	<b>28.49</b>	<b>33.85</b>



- ✓ Por parte de las empresas: Una de las formas es a través del patrocinio de eventos deportivos como por ejemplo la vuelta ciclista a España, etc. Café de Colombia es uno de los líderes en éste proceso.
- ✓ Su otra forma de publicidad es a través servicios y dotaciones al renglón de hostelería, por ejemplo dotándoles de material publicitario, avisos llamativos para colocar en los ambientes, dotación de tazas, dotación de azúcar, etc. Otro de los puntos relevantes son las campañas publicitarias en TV y Radio o Vallas en los espacios exteriores.
- ✓ Actualmente están haciendo un esfuerzo para promocionar el consumo de café entre los jóvenes, un publico que según la Federación Española del café tiene poca cultura cafetera y es a la que se le puede inculcar nuevas costumbres que faciliten la salida del torrefacto. Para esto están patrocinando conciertos y haciendo publicidad en el metro o en las pistas de esquí en el invierno
- ✓ Dirigida a los dealers: La mejor campaña publicitaria para llegar a ellos es el precio, para ellos si quieren entrar necesitan pagar el precio ya que el mercado está sumamente competido.

## 9) **Marco legal para la elaboración, almacenamiento, transporte y comercialización del café en España**

### 9.1) Para el Café Tostado

Reglamento técnico sanitaria española (r.d. 943/2001)

- Café Torrefacto: Máximo 15 kg. De adición de sacarosa o glucosa por 100kg. De café verde.
- Cafeína: Mínimo 0.7% en café natural y 0,6 % en el café torrefacto.
- Descafeinado: Máximo 0.12% de cafeína.
- Humedad: Máximo 12% en café verde y 5% en café tostado.
- Metales Pesados: Máximo 5 ppb en Cu y Pb y 10 ppb en Zn.
- Ocratoxina A: Máximo 3 ppb (en estudio su implantación)
- Formatos: (gramos) 125, 200, 500, 1000, 2000, 3000. 4000, 5000, 10.000.
- Prohibiciones:
  - \* Tostar cafés con más de 0.5 % de impurezas (granos, semillas, etc.) Extraños al café verde.
  - \* Adición de agentes conservadores, colorantes, aceites, resinas, melazas, etc.
  - \* Ventas a granel, salvo en grano cumpliendo ciertos requisitos (no autoservicio, recipientes cerrados)

## 9) **El sector cafetero Venezolano**

Una de las limitaciones de éste estudio es la falta de información sobre el sector cafetero Venezolano. A través de la Gerencia de Atención al Exportador de Bancoex y de Internet hemos podido establecer unos listados de potenciales exportadores. De los datos suministrados por los certificados de origen se ha obtenido la lista de los exportadores de café Venezolano hacia Europa.



## **10) Conclusiones y Recomendaciones:**

- El Mercado español de café es un Mercado maduro y estructurado, por lo cual hay que seguir las reglas del juego para poder entrar en él.
- Es un mercado básicamente de granos sin tostar, por lo que la forma más fácil de entrar es a través de dicho producto
- Hay un grupo que maneja el mercado de importación del café verde compuesto por unas 14 empresas, para poder entrar hay que necesariamente hacer negocio con una o varias de ellas; luego viene el grupo de unos 300 torrefactores con los cuales se puede hacer negocios pequeños, ya que ellos tienen contratos con los grandes importadores
- El café Venezolano es apreciado por el mercado, pero tiene fama de poco confiable, en precio, cantidad y cumplimiento. Un buen grupo nos ha indicado que si entrarían en contacto con potenciales exportadores pero siempre mostrando recelo; por lo que es conveniente que las empresas que quieran entrar en el mercado estén bien preparadas y listas para presentarse como proveedores seguros. Uno de los argumentos que nos han dado es que la mayoría trabaja con mezclas y requieren proveedores confiables y que crezcan con ellos, lo que les permita mantener la homogeneidad de su producto.
- Las cantidades a comprar pueden ser muy interesantes
- La oficina comercial esta preparada para ensamblar en corto tiempo una agenda de reuniones a la medida del potencial exportador. Además de la agenda y de éste estudio se le proporcionara información sobre cada uno de las empresas con las cuales se entrevistará, información sobre como hacer negocios en España, datos sobre las ciudades a visitar y otra información de interés.
- Para el mercado del café molido hay que trabajar bastante y estar dispuesto a invertir en la promoción del mismo. Se puede aprovechar el “café 100% Venezolano” y competir en el segmento de los gourmet. Es conveniente que si hay varios interesados trabajen juntos con el fin de compartir costos de promoción y entrada.
- Desde el punto de vista de políticas se sugiere que el sector se organice para la exportación del producto a Europa y el apoyo a nivel gubernamental de la promoción.

## **11). Información General**

### **11.1) Revistas y publicaciones relacionadas con el sector**

**ARAL:** Es la publicación decana de la prensa económico/profesional de gran consumo (industria alimentaria, no alimentaria y distribución) con más de 34 años de presencia interrumpida en el mercado. La difusión de ARAL comprende la totalidad de la tirada de 8.000 ejemplares mensuales. Coincidiendo con Ferias, Especiales o Anuarios la tirada es mayor. Se edita en papel y tiene una edición electrónica. Tecnipublicaciones España S.L [www.tecnipublicaciones.com](http://www.tecnipublicaciones.com)  
Paseo de la Castellana 232 - 28046 Madrid  
91.732.10.10 e-mail: [adriano@tecnipublicaciones.com](mailto:adriano@tecnipublicaciones.com)



**ALIMARKET** [www.alimarket.es](http://www.alimarket.es)

Bancoex esta en proceso de afiliarse a la suscripción de ésta revista. Publicaciones Alimarket es una empresa periodística, especializada en información económica y de mercado sobre los sectores y las empresas en España: alimentación y bebidas, construcción e inmobiliarias, hostelería y turismo, productos de gran consumo no alimentario (droguería, perfumería, bricolaje, textil, juguetes, ...), electrodomésticos y electrónica de consumo, envase y embalaje, e Internet.

Publica revista mensual, boletines y anuarios, tanto de consumo como de distribución. Tiene una muy buena edición electrónica donde se pueden adquirir números, reportajes y realizar suscripciones.

Publicaciones Alimarket S.A. - C/Albasanz, 14 3ª planta 28037 MADRID  
Teléfono: 91.327.43.40 Fax: 91.327.45.22 E-mail: [informa@alimarket.es](mailto:informa@alimarket.es)

**Empresa Nacional MERCASA** [www.mercasa.es/es/publicaciones](http://www.mercasa.es/es/publicaciones)

Realiza informes sobre el sector de la alimentación y la distribución.

Paseo de la Habana, 180. 28036 Madrid

Tel: 91 3500609 Fax: 91 3504790 e-mail [prensa@mercasa.es](mailto:prensa@mercasa.es)

## 11.2) Páginas Web de Interés



**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS**

Web: [www.fiab.es](http://www.fiab.es)



<http://www.teaandcoffee.net>



<http://www.msc.es/>

Sanidad Exterior y Veterinaria: <http://www.msc.es/salud/externior/home.htm>

**Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación de España**

<http://www.mapya.es/notas.asp>

**Organización Internacional del café** <http://www.sagarpa.gob.mx/Dgai/oic.htm>

**Calidadalimentaria.com** <http://www.calidadalimentaria.com>



<http://www.infoagro.com/>



<http://www.agroactualidad.com/>



<http://www.cafedecolombia.com/>



ASERCA Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria – Mexico  
<http://www.infoaserca.gob.mx>



<http://www.valor.es/mainmenu2.htm>

### 11.3) Ferias Especializadas

No se han identificado ferias especializadas exclusivamente en el sector café en España. En general todas las ferias de alimentación concentran en mayor o menor medida a los representantes del sector. Hostelco tiene un pabellón dedicado a el sector café del cual brindamos algunas imágenes al final en el Anexo 3.

Otras ferias donde puede entrar el producto:

- **ALIMENTARIA 2002**

Es la feria más importante a nivel Español del sector agroalimentario. Tiene carácter bianual y en el año 2002 celebro la decimocuarta edición.

- **Dirección:** Fira de Barcelona - Reina María Cristina, s/n (Plaza España) · 08004 Barcelona  
[www.alimentaria.com](http://www.alimentaria.com)

- **SEMANA DE LA ALIMENTACIÓN**

Se celebra en el parque ferial de Madrid, (IFEMA) con carácter bianual. La celebración de la próxima edición será del 15 al 18 de Octubre de 2003.

La pasada Edición acudieron 1.122 empresas que ocuparon 73.900 m2 de superficie de exposición. Todas las regiones españolas estuvieron presentes . En número de visitantes fue de 33.000.

**Contacto e inscripciones**

Parque Ferial Juan Carlos I - 28042 Madrid - Apdo. de Correos 67067  
+34 91.722.53.59/ 91 722 51 76/ 91 722 50 00 Fax: (0034) 91.722.58.04  
e-mail: [alimentacion-madrid@ifema.es](mailto:alimentacion-madrid@ifema.es)

### 11.4) Asociaciones cámaras y organismos relacionados con el sector





### 11.5) Centros de Investigación relacionados con el sector

No han sido identificados centros en España que se dediquen a la investigación en el sector café

#### Anexos:

- Anexo 1** Exportaciones Venezolanas de Café 1998-2001 por destino
- Anexo 2** Principales productores de café 2001 – Fuente Alimarket (Nov-2001)
- Anexo 3** Reparto del mercado de Café 2001-2002 – Fuente Alimarket (Nov-2001)
- Anexo 4** Fotografías de stand en Hostelco (Oct'02) – Oficina Comercial de Vzla. En España



La Oficina Comercial de Venezuela en España tiene como función apoyar a las compañías Venezolanas a introducir sus productos y a aumentar su participación en el mercado Español. La oficina comercial en Madrid cuenta con profesionales con experiencia en el área de comercio internacional que activamente apoyarán sus gestiones comerciales en España.

Entre los servicios que ustedes pueden contar con ésta oficina se encuentran la generación de agendas de reuniones con potenciales compradores, facilitar reuniones con contactos claves tanto del gobierno como de compañías privadas, informes y estudios de mercado.

Contacte cualquiera de las Oficinas de BANCOEX y/o del M.R.E. si requiere información adicional sobre los servicios que ofrecen las oficinas comerciales.

Para información adicional sobre la oficina en España, o sobre algunos de los informes emitidos por ésta oficina contacten con:

- Carlos Lli Torradabella, Consejero, Jefe oficina Comercial
- C/ Capitán Haya 1,13 - 28020 Madrid, España
- Telf.: +34-91-417.59.42 Fax: +34-91-417.60.47
- E-mail: [ocespio@bancoex.com](mailto:ocespio@bancoex.com)
- Web-Page: [www.bancoex.com](http://www.bancoex.com)