



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

FICHA MERCADO PRODUCTO CAFÉ EN CROACIA

1. Nomenclatura arancelaria

Partida Arancelaria: 090111 - Café sin tostar ni descafeinar

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Café: Kava

Café sin tostar ni descafeinar: neprženu ili bezkofeinsku kavu

Café tostado: Pržena kava

Café descafeinado: kava bez kofeina

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

a) Impuestos

Arancel: 0%

Impuesto al Valor Agregado, IVA: 25%

Otros impuestos:

- Café sin tostar: 5 kuna o USD 0,78 por kilo
- Café tostado: 6 kuna o USD 0,94 por kilo
- Preparaciones a base de café: 6 kuna o USD 0,94 por kilo
- Extractos de café y concentrados: 20 kuna o USD 3,13 por kilo
- Productos que contienen extractos o concentrados de café: 20 kuna o USD 3,13 por kilo

Para mas información:

https://www.porezna-uprava.hr/HR_porezni_sustav/Stranice/posebni_porez_kava.aspx

Nota: Los impuestos específicos en Croacia que se aplican al café, han sido establecidos según la Ley del Impuesto Especial sobre el Café y Refrescos (Gaceta oficial 72/13, 121/19 y 22/20)

b) Requisitos

El café debe cumplir con la normativa europea de seguridad y control de alimentos (Regulación EC 178/2002). De la misma forma, el producto debe poder ser trazable en toda la cadena de producción para poder identificar la plantación y el productor, en caso sea necesario, por medidas de seguridad.

La Unión Europea ha establecido límites máximos permisibles para contaminantes. Entre estos se encuentran:

- Límites máximos de residuos de pesticidas: para un mayor detalle sobre los niveles máximos y la nomenclatura de los pesticidas consultar:

<https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticidesdatabase/public/?event=pesticide.residue.selection&language=EN>

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

- Límites máximos permisibles de contaminantes de la UE como la presencia de Micotoxinas, particular atención se da a las Ochratoxin A (OTA). Sin embargo, no hay límites específicos para los granos de café verde, ya que el producto se tuesta o pasa por otros tipos de procesamiento antes de llegar a los consumidores.

https://webgate.ec.europa.eu/regs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_heafocn_annex_r1881_2006.pdf/

- Salmonela: Se produce ocasionalmente debido a técnicas incorrectas de cosecha y secado. Los granos de café se consideran productos de bajo riesgo en lo que respecta a la contaminación por salmonela y no se han establecido criterios microbiológicos específicos para el café en la legislación actual de la UE. Sin embargo, las autoridades de inocuidad de los alimentos pueden retirar del mercado los productos alimenticios importados o impedir que entren en Europa cuando se detecte la presencia de Salmonella.

Para más información sobre los límites de los diferentes contaminantes, consultar la página web de EUR-Lex de la Unión Europea:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:l21290>

- Respecto a las normas de etiquetado se deben cumplir los requisitos generales de etiquetado de la Unión Europea. La etiqueta debe incluir la siguiente información para asegurar la trazabilidad de los distintos lotes:
 - Nombre del producto,
 - Código de identificación de la Organización Internacional del Café (OIC) el cual indica diversa información: país, productor, cosecha, etc.,
 - País de origen,
 - Peso neto en kilogramos,
 - Para el café certificado: nombre y código del organismo de inspección y número de certificación,
 - Grado, en caso sean cafés especiales, lo cuales tiene un grado Q superior a 80 con un máximo de 100.
- Para el caso de cafés especiales, se debe tomar en consideración la graduación internacional estándar establecida por la Specialty Coffee Association (SCA). En el siguiente link se pueden encontrar mayores detalles sobre las graduaciones y el proceso de muestras:
<https://sca.coffee/research/coffee-standards>

4. Tendencias del mercado

Importación y Exportación:

Croacia a pesar de no aparecer entre los 40 primeros importadores de café en el mundo, es un país que en el 2019, según Comtrade, importó más de USD 31,3 millones equivalentes a 15 mil toneladas de café verde (partida arancelaria 090111 café sin tostar y sin descafeinar), un valor bastante importante; sin embargo, este

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

representa alrededor de solo el 38% del monto total que Croacia importa en café verde y tostado (aproximadamente USD 80 millones).

<https://comtrade.un.org/data/>

Croacia se encuentra en el puesto 20 del ranking de los más importantes consumidores de café en el mundo, con un consumo, según investigaciones hechas en el 2019, de en promedio 6kg per cápita anuales.

<https://www.worldatlas.com/articles/top-10-coffee-consuming-nations.html>

La mayor parte de importaciones provienen de países dentro de Europa como son Eslovenia, Italia y Alemania. Las dos únicas excepciones que figuran entre los 5 primeros exportadores son Brasil (3,2%) e India (1%) considerados como importaciones directas de los productores. No obstante, el valor de sus importaciones son mínimas comparadas a aquellas de Eslovenia que tiene el 75% de las importaciones croatas totales en este producto. Croacia no figura con importaciones peruanas de café verde durante el periodo del 2019. Las más recientes importaciones peruanas fueron en el 2018 con USD 94 mil que representó el 0,3% de las importaciones totales de café verde durante ese año.

La tendencia de importaciones, como muestra Trademap, es una tendencia negativa donde hay una disminución anual de entre el 5% y el 10% desde el 2016 hasta la última fecha registrada (2019) en la importación de café verde.

El café verde es luego tostado por la industria de tostado croata donde dos empresas (Frank y Vivascaffe) tienen más del 70% del mercado según el periódico Nacional. En el 2019 Croacia reexportó una cantidad mínima de café verde (USD 547 miles) a otros países europeos sin embargo exportó una cantidad considerable de US 17.17 millones de café tostado a países del este como Eslovenia (35.4%), Serbia (17.5%), Bulgaria (10.86%), Macedonia (6.38%) y Bosnia y Herzegovina (6.25%)

Para mayor información visitar www.trademap.com

Sin embargo, Croacia viene teniendo una tendencia positiva en la importación de café tostado. Durante el 2019 importó el 30% más de café tostado que de café verde, un aproximado de USD 40 millones. Esta tendencia viene dándose año a año en porcentajes de incremento anual de entre el 7 y el 15%.

Asimismo, como en otros lugares europeos, Croacia tiene una influencia bastante marcada por la cultura italiana. La manera de tomar café es prácticamente igual a aquella de Italia, siendo el “expresso” una de las formas de café mas consumidas en el país, pero también adoptando el capuccino, latte y café frio. Croacia adoptó también los famosos “bares” de la cultura italiana (cafeterías que venden todo tipo de bebidas). Vale agregar, que Croacia tiene también una influencia turca en el consumo de café.

En este contexto, los cafés especiales son una marcada tendencia en Croacia y está comenzando a existir una amplia difusión de estos. Con el primer local de café especial abierto en el 2009, cada vez son más los que ofrecen este tipo de café por



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

la calidad y el sabor que estos tienen. Actualmente la mayoría de bares o tostaderías que ofrecen café de especialidad se encuentran ubicadas en Zagreb. Como muchos baristas croatas dicen, este es el comienzo de una tercera ola en respuesta al pésimo café que se tiene hoy en día. En los últimos años se han empezado a instalar muchas tostaderías pequeñas y de hecho, muchas de las que ya existían están empezando a abrir sus propios cafés como lo es Vivascaffe (la segunda mayor importadora y tostadora croata) con la introducción de Vivasbar. Esto se debe al desarrollo e inversión activo del país, el crecimiento del turismo y el mayor poder adquisitivo de las familias.

Características de consumo

El café es definitivamente una parte importante en la cultura croata, tanto en el sentido del consumo, como en el sentido de la experiencia de tomar café. Los lugares donde se consumen café aparte del consumo en casa, son los bares, que según los últimos datos solo en Zagreb son mas de 4000.

<http://kavopija.com/2015/11/zasto-su-hrvati-mazohisti-kad-je-u-pitanju-kava/>

Croacia se divide en dos principales grupos de bebedores de café. Los que toman café turco y aquellos que toman café “italiano”. Lo curioso es que generalmente nunca se cruzan. Es importante resaltar que muchas veces el café turco es tomado en casa mientras en bares se elige el café italiano.

Para más del 50% de los croatas, los bares son los lugares de consumo más importantes mientras que en segundo lugar se encuentra el consumo de café en las universidades, centros de estudio o lugares de trabajo. Es importante observar que la mayoría de croatas (casi el 90% de los consumidores) toma café temprano por la mañana, para las 9am ya habrán tomado al menos una taza de café. La siguiente hora mas común es entre la 1pm y 5pm (el 70% de los consumidores) cuando desean tomar un descanso en el o del trabajo. Sin embargo, también es bastante normal tomarlo entre las 11am y las 13pm como snack. Es bastante difícil encontrar consumidores de café croatas por las noches. La variable del precio es de las que menos importa, para los croatas lo importante es el sabor (29%).

El precio del café en Croacia (cuando es tomado en bares) es uno de los más elevados en el este europeo, siendo así en promedio el costo de un expreso de 30ml de 1.5 euros. La mayoría de gente, no obstante, frecuenta mucho a este tipo de bares e incluso reservan un presupuesto para el consumo de café.

En el 2012, una investigación conducida por la agencia GFK mostró que al menos el 80% de gente mayor a 15 años consume café a diario y más del 60% consume más de una taza diaria de café. Es además importante mencionar que es posible encontrar a gente que va a los bares a tomar café de 2-3 veces al día (siendo esta no la regularidad diaria) pero cabe recalcar que se encuentran diferencias entre la cantidad de café que se consume de acuerdo a la situación económica y demográfica. Se encontró que las personas mayores y empleadas tienden a consumir café con mas frecuencia durante su día comparándolas con personas jóvenes y desempleadas.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Según una encuesta realizada por la agencia Hendal and Franck, entre los cafés, el 70% consume café molido turco o expresso, mientras que el 42% consumer instanteno, el 39% capuccino y el 35% café de máquina. El 80% elige café molido con algún añadido, el 20% sin embargo toma el café completamente puro (sin azúcar y sin leche). El café es tomado en compañía, generalmente si es en familia se toma en casa y si es con amigos en un bar.

Un dato interesante es que se está volviendo bastante común consumir el café instantáneo como es Nescafé que con la línea “dolce gusto” tiene cafés de procedencia peruana, de Guatemala y demás.

Estudios demuestran que la mayoría de los que toman café lo hacen por dos razones: Energía y placer. El café es aquello que los hace recargar energías por las mañanas, pero al mismo tiempo es la mejor excusa para salir con amigos, familia y compañeros de trabajo. De hecho, el promedio anual de horas dedicadas por lo croatas a tomar café es de 182 horas. En la misma encuesta realizada por Hendal and Franck, se encontró que el 41% bebe café por costumbre, el 36% para socializar y el 37% para despertar. De hecho, el promedio anual de horas dedicadas por lo croatas a tomar café es de 182 horas.

El café, en la cultura croata, representa un habito fuerte del día a día. Influenciados por la cultura otomana e italiana este se ha convertido en un papel fundamental de la vida de los croatas. Tomar café en casa significa compartir un momento de familia mientras que tomarlo en un bar significa socializar con amigos. Como bien dice el dicho croata, no tener tiempo para una taza de café realmente es no tener tiempo. El posicionamiento del café se da en dos niveles, el emocional como momento de socialización y relajación y el necesario como indispensable para recargar energías.

<https://www.vecernji.hr/lifestyle/nije-iznenadenje-vise-od-polovice-hrvata-svakodnevno-pije-mljevenu-kavu-1367764>

La mayoría de personas compra café en los supermercados y tiendas. Pero cuando no encuentran el tipo que les gusta, la mentalidad cambia radicalmente entre grupos diferentes de personas en sus 20s y personas en sus 50s. En los jóvenes, el 60% de ellos comprará otra marca, sin embargo, entre los mayores, el 60% no comprará ningún café y preferirá quedarse sin el producto. Lo mismo ocurre en los bares, los jóvenes cambiaran su pedido de no encontrar su café favorito (solo el 3% cambiaria de bar), mientras que el 20% de los mayores cambiará el bar.

De la tradición a lo nuevo

Con un incremento en los ingresos, los consumidores están prestando más atención a las tendencias internacionales, que incluyen los cafés especiales y aquellos que tienen un origen geográfico específico como son el Arábica y los que son provenientes de Guatemala, Etiopia, etc. En otras palabras, los cafés monorigen están marcando una tendencia bastante fuerte. Al mismo tiempo, los cafés que cuentan con un certificado de *fair trade* y los que son considerados “*ethical coffees*” están ganando mayor importancia en los consumidores.

<https://www.euromonitor.com/coffee-in-croatia/report>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

En general en Croacia, el tipo de café que predomina es el Arábica, pero es casi siempre mezclado con el robusta. Es bastante común que en Croacia los mismos baristas que preparan el café no conozcan cual es el origen de este por lo que no toman importancia al lugar de proveniencia de la materia prima.

Specialty

Croacia es de los países europeos que mas gastan en comida y bebidas (incluyendo café). Las tendencias internacionales están teniendo un impacto bastante fuerte en la cultura cafetera croata. Además, con el crecimiento del turismo, cada vez son mas cafeterías y bares que están empezando a ofrecer la venta de cafés especiales. Especialmente se ve la adopción de esta nueva tendencia entre los mas jóvenes que son mas abiertos a las nuevas experiencias. Las ciudades en la cuales se están incrementando los bares que venden estos productos son sobretodo las más importantes económicamente Zagreb, Dubrovnik, Split y Zadar.

A pesar del arraigamiento de los croatas a la cultura del café tradicional, en los últimos años se ha visto una fuerte tendencia hacia los cafés especiales. Si bien son pequeñas tostadoras o bares los que ofrecen café especial, cada vez el número incrementa y son más los que piden el desarrollo de una tostadora grande de café especial.

Esta propuesta esta creando aperturas hacia importantes cambios en el comportamiento de consumo de café. En la cultura tradicional se toma café como parte de la rutina y en continuidad incluso se puede decir que realmente la gente no es consciente de lo que está tomando. El café especial por otro lado, es un café en el que debes ser consciente de lo que estas ingiriendo para así poder valorarlo y disfrutarlo. La tendencia en el mercado croata muestra un espacio de crecimiento para este tipo de café.

BIO

El mercado croata de productos orgánicos alimenticios está estimado en USD 117 millones. Actualmente, los productos orgánicos son vendidos en tiendas de conveniencia como DM, Muller, supermercados como Spar, Konzum y Billa y franquicias orgánicas. Según la investigación de Euromonitor International en estilo de vida de los croatas en 2017, los consumidores croatas están mostrando un mayor interés en los alimentos orgánicos (producidos y empaquetados). Esto queda demostrado en el valor de ventas de alimentos orgánicos empaquetados entre el 2011 y 2016 cuyo porcentaje de incremento en ventas fue del 33%. El rango de productos orgánicos continúa creciendo año a año. Es importante añadir que al igual que en otros países de la Unión Europea, en Croacia los “millennials” también demuestran un interés mayor en los productos que son orgánicos, “verdes” y eco-friendly. De acuerdo a SINAB, Croacia es el segundo país en toda la Unión Europea que mas ha experimentado el boom orgánico con un incremento de 193,4% en la producción orgánica en el periodo 2012-2016.

https://www.euractiv.com/section/all/short_news/zagreb-e400-million-organic-farming-debt/

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

Solo en el periodo del 2015-2019 la tabla proporcionada por Organic Seeds Croacia muestra que la producción orgánica pasó de ser 102 694 toneladas a 201 705 toneladas experimentando así un 100% de incremento. Esto demuestra la tendencia a un mayor consumo de productos orgánicos. Cabe recalcar que aun así en la actualidad alrededor del 60% de productos alimenticios orgánicos son productos importados.

Tanto en los supermercados como en las tiendas especializadas en productos Bio, el café orgánico que más se vende es el café de procedencia alemana e italiana además de las líneas orgánicas que las empresas tostadoras más grandes en Croacia tienen como Franck y Vivascaffe. Marcas como Dennree, Kimbo, Lavazza y Must venden café orgánico en supermercados y demás retailers.

Fair Trade

En lo que es Fair Trade, Croacia es un país considerado en desarrollo, esto haciendo referencia al poco conocimiento o en todo caso poco valor que se le tiene a esta clase de productos. Aunque ya hace varios años que productos fair trade han entrado al mercado (mayormente alemanes e italianos en lo que respecta al café) todavía no se ha logrado desarrollar un mercado que tenga tanto interés.

Importadores de café verde

Frank: Frank es la más grande productora, tostadora y distribuidora de café en Croacia. Cuenta con una sección de café Premium y monorigen de Colombia y Guatemala

<https://www.franck.eu/en/products/coffees/>

Vivascaffe: Vivascaffe es la segunda más grande importadora y tostadora croata de café.

<https://www.vivascaffe.hr>

Caffe Monte: Caffemonte es una tostadora y distribuidora de café croata bastante reconocida ubicada en la ciudad de Robinj pero que también está presente en mercados internacionales.

<https://www.caffemonte.hr/en/contact/>

Anamaria: Anamaria es una de las principales tostadoras de café croata. Vende sus productos de forma directa y a través de *retailers*. Además, cuenta con productos 100% arábica.

<https://anamarija.hr/hr/>

Importadores. Procesadores de cafés especiales

Cogito: Es la importadora, tostadora y distribuidora mas conocida en Croacia de cafés especiales. De hecho, fue la primera en el país. Cuenta con productos de Etiopia, Kenya, Brazil y Honduras.

<https://www.cogitocoffee.com/wholesale>

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

Lively Roasters: Lively Roasters es un importadora, tostadora y distribuidora de cafés especiales ubicada en Zagreb, Lively Roasters se dedica al tostado de cafés 100% arábica. Actualmente vende productos de Perú, Kenya, Etiopía y Guatemala.
<https://www.livelyroasters.co>

Quahwa: Quahwa es una tostadora de cafés especiales que actualmente cuenta con productos de Brazil, Colombia, Costa Rica y Etiopía
<https://www.quahwa.net/pro/rijetke-kave-iznimne-kave/#page-content>

Eliscaffe: Eliscaffe es la primera tostadora de cafés que abrió en Croacia. Actualmente solo ofrecen productos monorigen y de estacionalidad.
<https://www.eliscaffe.com>

5. Estacionalidad de la producción local

En Croacia no se produce café y, aunque una encuesta reciente indica que los periodos de mayor consumo son primavera y otoño, no existe una estacionalidad marcada para el consumo de este tipo de productos. Durante los meses de abril a setiembre las ventas de café aumentan debido al turismo durante esta época. El café es un producto profundamente arraigado en la dieta cotidiana de los croatas y es una parte constituyente de su cultura gastronómica.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

Croacia posee 1.400km de costa en la cual existen seis principales puertos, de los cuales tres son los más importantes para el comercio de mercaderías incluyendo el café siendo el más importante el puerto de Rijeka (norte del país), seguido por Ploce (sur) y finalmente Split (centro).

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

Como hemos indicado anteriormente, la mayoría de importaciones de café de Croacia proceden de otros países europeos y no de países productores. Debemos destacar que la industria cafetera croata esta bastante fragmentada entre tostaderías locales y tostaderías europeas. Asimismo, debemos reconocer que Croacia no goza de muchos tratos directos y más bien se alimentan de países que si tienen trato directo. El 75% de las importaciones de café en Croacia provienen de Slovenia, seguido por Italia, Alemania, Brasil e India

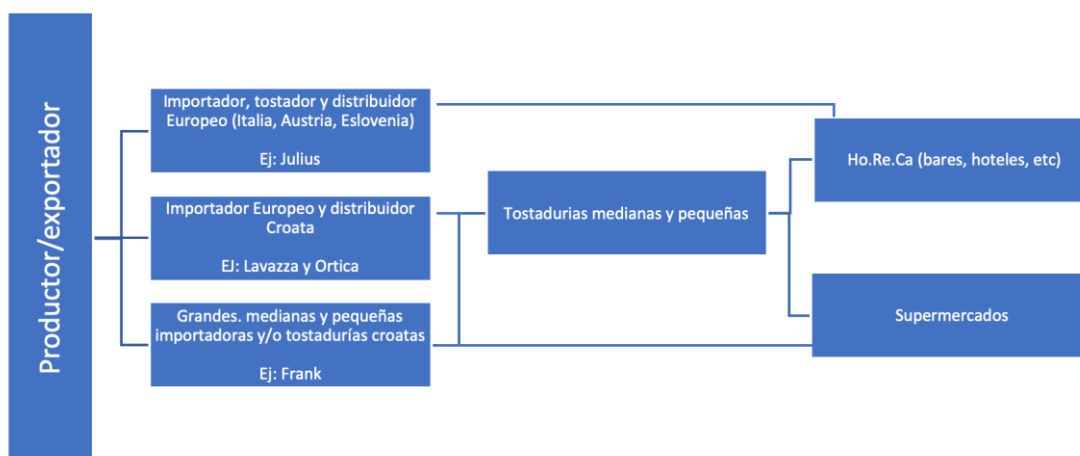
Como se puede observar Croacia no está caracterizado (a diferencia de Italia), de preverse directamente de países productores (salvo Brasil, e India principalmente), apoyándose a grandes importadores europeos y regionales quienes atienden a una red importante de medianos importadores, distribuidores y retailers croatas.

A continuación se detalla las características de la cadena de distribución y comercialización del café

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

- Los principales importadores se dividen en importadores de café verde e importadores de café tostado. No son muchos principales en ninguno de los dos casos.
- Los importadores de café verde por lo general son a la vez tostadoras y proveedores de la red HO.RE.CA y de los supermercados al igual que aquellos importadores de café tostado
- Existen también las tostadoras de otros países europeos que solo usan a distribuidores en Croacia.
- Finalmente están las micro tostadoras, las cuales también en algunas ocasiones resultan siendo importadores directos o son tostadoras que se proveen de importaciones de café verde croatas o europeas, especialmente en el caso de cafés especiales y orgánicos.

Por tanto, la cadena de distribución se resume en el siguiente gráfico:



Es necesario recalcar que los cafés especiales son muchas veces importados, tostados y distribuidos por las mismas empresas croatas.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)
 - Calidad
El principal criterio de selección del café peruano es la calidad del producto, de hecho, del origen peruano el comprador siempre espera un café de alta calidad, en el que los defectos físicos y organolépticos se minimicen al máximo. Además, para establecer una relación de confianza y de largo plazo, es importante que sea una calidad que tenga continuidad en el tiempo.

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

- Facilidad y seguridad de importar por ellos que trabajen muchas veces como importadores indirectos, apoyándose de grandes operadores que importan directamente, principalmente Italia, Francia y Alemania
- Precio

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

El café es un producto que se consume todo el año en Croacia y no tiene una estacionalidad en particular. Entre los cafés especiales que más demanda experimentan se encuentran los etíopes, aquellos procedentes de Guatemala, Brasil y de Kenya. Perú sin embargo no figura (o de hecho figura muy poco) entre los mejores cafés de acuerdo a los croatas. Esto se debe a que el café peruano es todavía muy poco conocido como un café especial. La preferencia de los croatas es hacia el café arábica. Entre los importadores, tostadoras y retailers se encuentran productos 100% arábica que se considera de mejor calidad debido a su sabor.

Asimismo, debemos mencionar que entre los profesionales, baristas y tostadores hay una falta de conocimiento del café de origen peruano y requiere todavía pasar por el proceso de educación. Sin embargo, con la nueva tendencia de los cafés especiales no sería sorprendente que en unos años el café especial peruano se convierta en el protagonista de muchas cafeterías.

En general, el café peruano no se encuentra fácilmente en Croacia. Es mucho más común encontrar café de origen Colombiano, Brasileño, Guatemalteco, Etíope e incluso Costarricense, que son vendidos y distribuidos por las mas grandes tostadoras croatas como Franck. El café peruano sin embargo se puede encontrar en tiendas de café especiales o en supermercados que venden productos de tostadoras italianas.

En el siguiente cuadro, se presentan algunas de las principales empresas que utilizar el café peruano divididas en dos grupos; las que venden cafés especiales y las que venden café monorigen o bio.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Cafés especiales

Empresa	Características del café destacadas por la empresa
 Kavantura Zagreb, Croacia Perteneciente al grupo Imperija Kave, Kavantura es una cafetería y al mismo tiempo retailer de cafés de especialidad https://kavantura.com	Tunki Kavantura es una tienda y cafetería que vende café Premium y cafés especiales. Ubicada en Zagreb, es una de las más conocidas y con mejor reputación para el consumo de cafés especiales. Entre su oferta se encuentra el café Tunki café de peruano de specialty.
 Lively Roasters Zagreb, Croacia Es una tostadora y distribuidora de cafés especiales establecida en el 2015. https://www.livelyroasters.co	Ubicada en Zagreb, Lively Roasters es una tostadora y proveedora de café verde especial que se dedica al tostado de cafés 100% arábica. Hoy en día vende productos de Perú, Kenya, Etiopía y Guatemala. El café peruano es importado de la granja Juan Marco el Palto y las variedades que venden son Caturra, Typica y Catimor.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Cafés monorigen y mezclas

Empresa	Características del café destacadas por la empresa
 Kimbo Caffè spa Ciudad: Nápoles Empresa nacida en Nápoles a finales de los 50 con el nombre de Cafè do Brasil. Renombrada Kimbo (marca de uno de sus productos) en 2013, hoy tiene un volumen de negocios que supera los 180 millones de euros https://www.kimbo.it/L	“Kimbo Bio Organic Fairtrade” Kimbo está presente en Croacia a través de cafeterías y retailers. A pesar de no ser una tostadora croata, es una de las marcas mas distribuidas en el país por lo que consideramos importante agregar en la lista. Además, Kimbo cuenta con “Kimbo Bio Organic Fairtrade”, una mezcla de café de alta calidad de los mejores cultivos orgánicos y de comercio justo del mundo como es Nicaragua, Perú, India y Tanzania.

Se debe recalcar que durante el último año Croacia figura sin importaciones de café verde peruano como dicho ya en la sección de importaciones y exportaciones. Es importante considerar sin embargo la situación en la que nos encontramos para tomar el valor de importaciones del 2020.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Zagreb coffee break: Es un festival internacional de café que generalmente ocurre en noviembre. Este festival es una oportunidad para los productores y distribuidores domésticos e internacionales.

Zagreb coffee and chocofest: Este festival tiene como objetivo presentar las diferentes variedades de café y chocolate tanto a nivel doméstico como nivel internacional. Con más de 120 workshops, 500,000 visitantes, principales importadores, tostadores y distribuidores, es uno de los festivales más populares de Croacia. Generalmente ocurre en febrero.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Sajam gast: La feria internacional Sajam Gast, programada para febrero 2021, reúne a dueños de restaurantes, hoteles y establecimientos de catering. Ocurre en Split y se exhiben productos alimenticios de todo tipo, desde carnes hasta café y vinos.

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN ITALIA
Milán, enero de 2021

**PERÚ****Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo****Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ****Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán***“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”**“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
E-commerce lively roasters https://www.livelyroasters.co/webshop/en/coffee/Peru	250g	10,60	Peru	11/11/20	Café de especialidad peruano.	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

E-commerce lively roasters https://www.livelyroasters.co/webshop/en/coffee/Dota	250g	11,53	Costa rica	11/11/20	Café de especialidad Costaricense	
E-commerce Kavantura https://kavantura.com	150g	6,08	Peru	11/11/20	Café monorigen peruano 100% arábica con sabor chocolatoso	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

E-commerce Franck https://shop.franck.eu/en/coffee/ground-coffee/premium-coffee/columbia/	250g	6,23	Colombia	11/11/20	Café monorigen 100% arábica	
--	------	------	----------	----------	-----------------------------------	---

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.