

Oportunidades para cafés especiales en Alemania

JUNIO 2016



PROCOLOMBIA
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

Contenido

- **Definición de cafés especiales**
- **Tamaño del mercado alemán**
- **Tendencias de consumo**
- **Canales de distribución**

Definición

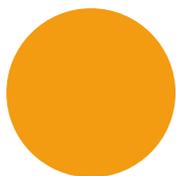
Definición



Tamaño del mercado alemán

Tamaño del mercado alemán

**2° mercado en
ventas** de
café del mundo
US\$5.323, millones



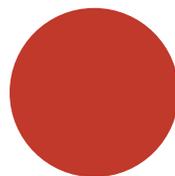
Consumo estable
Bebida más consumida
162 litros de café por persona al
año 2015



2° importador del mundo
US\$3.403,6 millones 2015
1,1 millones de toneladas

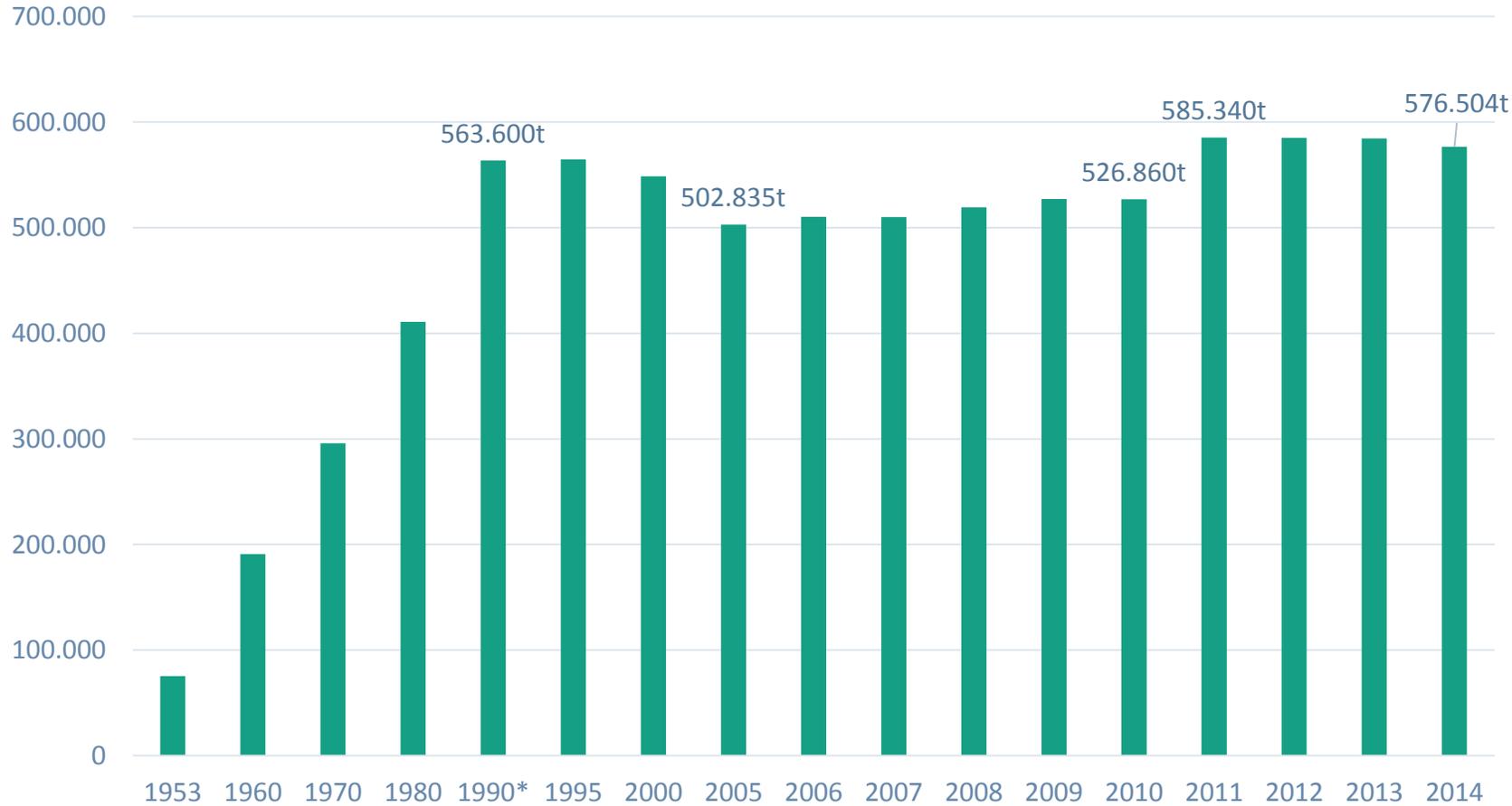


Interés en cafés especiales
ventas de café Fair Trade aumentaron en 81%
2010-2014
segundo país importador de café orgánico
211.351 sacos de 60 kilos 2013



Tamaño del mercado alemán

Consumo total de café verde en Alemania, 1953 – 2014
Miles de toneladas

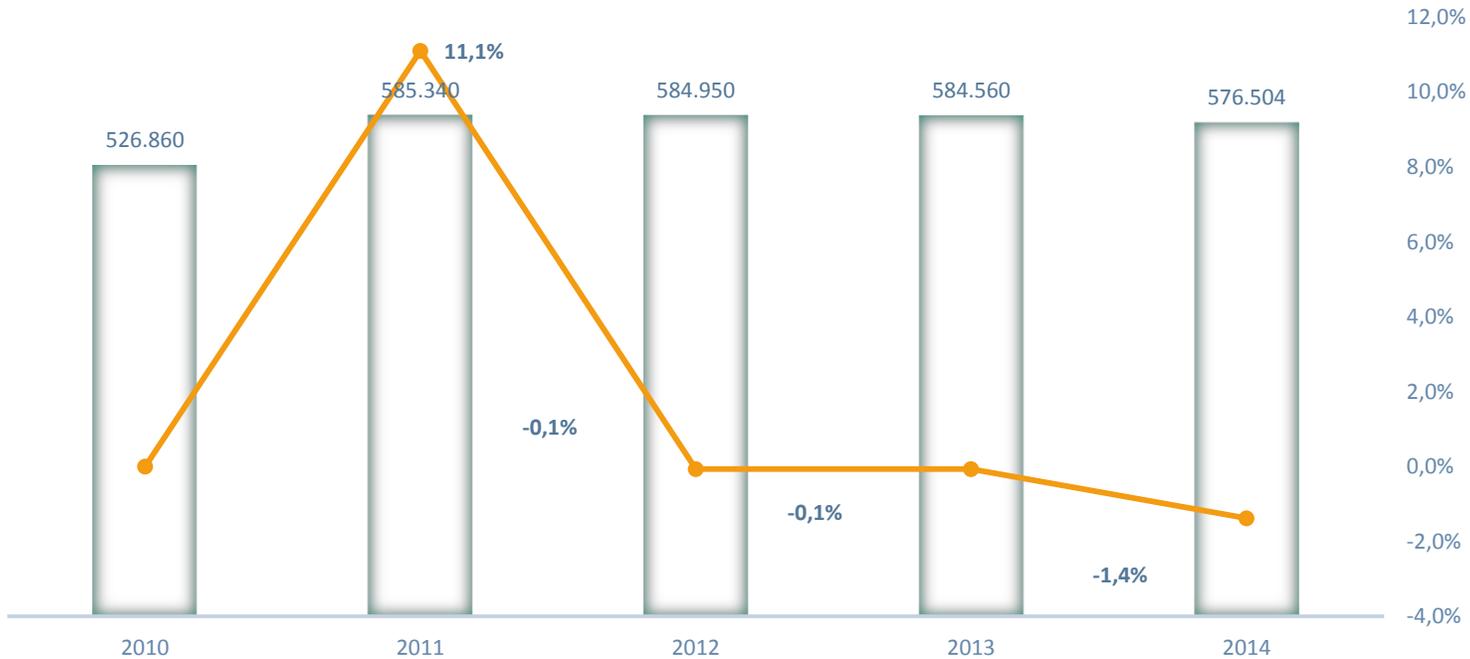


El mercado se ha recuperado tras una caída entre 2000 y 2010.

Tamaño del mercado alemán

Consumo total de café verde en Alemania, 2010 – 2014

Miles de toneladas



Bebidas más consumidas en Alemana

Litros per cápita al año



El café es la bebida más consumida con 162 litros al año por persona, seguido por el agua y la cerveza.

Tamaño del mercado alemán

Ventas al por menor de café de Alemania
US\$ millones



Una posible explicación para la leve reducción vista tanto en el consumo como en las importaciones es el reemplazo del café por el té, pues muchos consumidores consideran este último como una opción más saludable.

Tamaño del mercado alemán

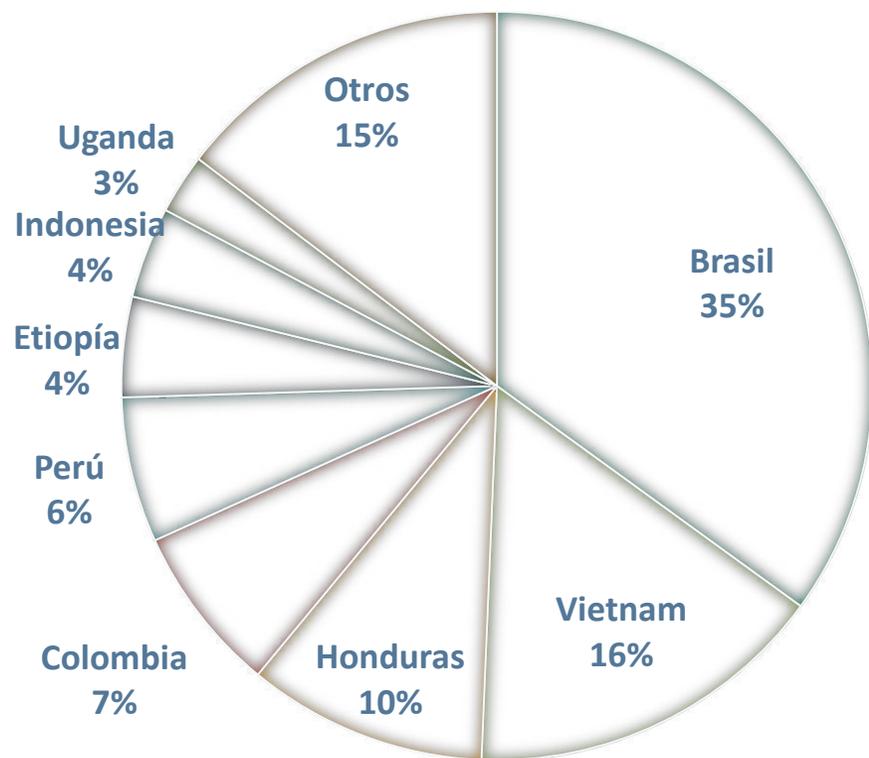
Cifras de comercio internacional de café de Alemania US\$ millones

Balanza comercial	2011	2012	2013	2014	2015
Exportaciones	2.861	2.589	2.375	2.488	2.234
Importaciones	5.269	4.627	3.630	4.018	3.404
Balanza comercial	-2.408	-2.039	-1.255	-1.530	-1.169

Alemania tiene importantes empresas como Tchibo o Dallmayr, las cuales exporta a otros países. Además, en este país también están localizados grandes traders que reexportan el grano.

Tamaño del mercado alemán

Orígenes de las importaciones de café sin tostar y descafeinar en Alemania 2015

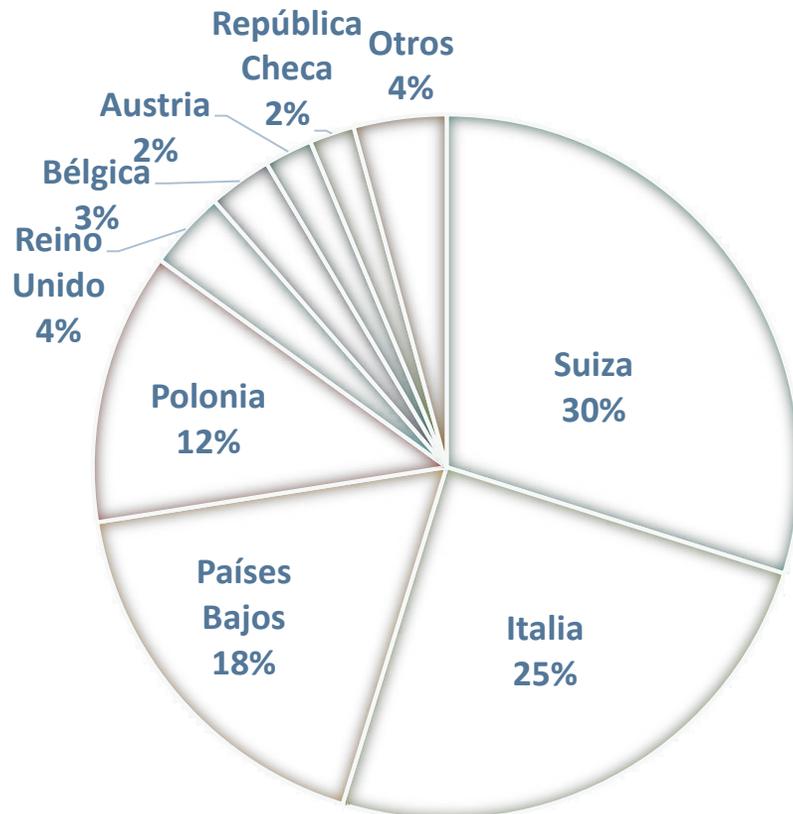


Las importaciones de Alemania de café proveniente de Colombia mostraron una TCAC de 11,3% entre 2011 y 2015, mientras que la de Brasil y Vietnam fue de -13,2% y -1,7% respectivamente.

En 2015 las importaciones de Brasil y Vietnam mostraron una contracción del 19%.

Tamaño del mercado alemán

Orígenes de las importaciones de café tostado sin descafeinar en Alemania 2015



La empresa polaca Mokate produce marcas privadas para cadenas de supermercados como Lidle, Real, Kaufland y Metro. Además, la empresa de café alemana Tchibo tiene una planta de producción de Polonia.

El país no europeo que más vendió café tostado a Alemania en 2015 fue Estados Unidos en el puesto 13, con US\$1,2 millones, seguido por Brasil en el puesto 16 con US\$474.000

Colombia fue el proveedor no. 33 de café tostado sin descafeinar a Alemania en 2015 tras países como Kenya, Nicaragua, Costa Rica, Etiopía y Guatemala.

Tamaño del mercado alemán

Exportaciones de café de Colombia a Alemania por sub partida arancelaria US\$

Sub partida	Descripción	2014	2015	Part.% 2015	Var.% 14/15
0901119000	Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar.	51.929.126	59.179.666	99,9%	14,0%
0901120000	Café sin tostar, descafeinado.	-	40.988	0,1%	-
0901211000	Café tostado, sin descafeinar, en grano.	8.258	2.591	0,0%	-68,6%
0901212000	Café tostado, sin descafeinar, molido.	494	463	0,0%	-6,3%
0901220000	Café tostado, descafeinado.	10	10	0,0%	0,0%
Total		51.937.888	59.223.718	100,0%	14,0%

Las exportaciones de café de Colombia hacia Alemania están enfocadas en el café verde.

Tamaño del mercado alemán

Evolución del volumen y el valor de las ventas de café en Alemania, 2010 - 2014

Categoría	Volumen			Valor		
	Var.% 2014/15	TCAC 2010/15	Var.% total 2010/15	Var.% 2014/15	TCAC 2010/15	Var.% total 2010/15
Café tostado en grano	3,4	7,1	40,8	8,5	8,8	52,1
Cápsulas de café	7,8	8	46,8	7,3	8,9	52,8
Café tostado y molido	-3,8	-4,1	-18,7	-5	0,1	0,7
Café instantáneo	0	-1,9	-9	-3,5	-1,4	-6,7
Total	-0.7	-1.1	-5.3	-0.2	2.7	14.5

El café tostado en grano y las cápsulas de café crecen tanto en volumen de ventas como en valor, mientras que el decrecimiento general está en el café molido e instantáneo.

En términos de valor, el café en grano es el que más aumenta, gracias al interés del consumidor en una mejor calidad.

Tamaño del mercado alemán



La participación en el mercado de café con certificaciones en 2015 fue de 10%, 2% más que en 2014.

Se estima que la categoría de cafés orgánicos tuvo una TCAC estimada de 6% entre 2010/2015.

23% de los consumidores en 2014 dijeron haber comprado café cultivado de manera sostenible.

Alemania fue tras Estados Unidos, el segundo país importador de café orgánico con 211.351 sacos de 60 kilos, 137.592 más que en 2005 (+187%).

En 2013 69% del café Fair Trade en Alemania era orgánico, equivalente a 7.604 toneladas

Tamaño del mercado alemán

Vetas de café con certificación de Comercio Justo (Fair Trade)
Toneladas



Entre 2010 y 2014 las ventas de este tipo de producto aumentaron en 81% pasando de 7.200 toneladas en 2010 a 13.020 toneladas en 2014 por un valor de EUR332,6 millones.

Tamaño del mercado alemán

Vetas de café con certificación de Comercio Justo (Fair Trade)
Millones de euros



En 2014 fueron 2,3% del consumo de café total.

Tendencias de consumo

Tendencias de consumo



Ampliación de líneas	Para ganar clientes en un mercado maduro, las marcas han optado por ampliar su rango de productos y así poder llegar a más clientes.
Ediciones especiales	Ediciones limitadas con cafés especiales.
Cafés de origen	Cafés de países específicos y en algunos casos, regiones más definidas.
Certificaciones	Aumenta la importancia de las certificaciones orgánicas, Fair Trade, UTZ y Rainforest Alliance.
Marcas privadas	Cada vez más, las marcas privadas de los supermercados son preferidas por los consumidores.

Tendencias de consumo

Empresas con mayor participación en las ventas al por menor de café en Alemania

Posición	Empresa	Participación %				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Mondelez Deutschland GmbH	19,3	19,2	18,8	18,6	18,7
2	Tchibo GmbH	13,7	13,4	13,4	13,1	12,2
3	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	12,7	12	11,8	11,4	10,1
4	Nestlé Deutschland AG	8,1	9	9,3	9,5	9,8
5	Melitta Kaffee GmbH	9	8,9	8,8	8,5	8
6	Alois Dallmayr OHG	8,3	8,1	8,1	7,9	7,4
7	Douwe Egberts Coffee & Tea Consumer Products GmbH	1,8	1,9	2,1	3,1	3,6
8	Lidl & Schwarz Stiftung & Co KG	3,8	3,7	3,7	3,6	3,4
9	Lavazza Deutschland GmbH	2,1	2,2	2,3	2,5	2,6
10	JJ Darboven Holding AG & Co	1,6	1,6	1,5	1,3	1,1
11	Krüger GmbH & Co KG	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1
12	Rewe Markt GmbH	0,5	0,5	0,6	0,6	0,7
13	Alnatura Produktions- & Handels GmbH	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
14	Nero Commerce UG	-	-	0,2	0,2	0,2
15	Ethical Coffee Co SA	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
16	Otras marcas privadas	6,5	6,4	6,3	6	5,8
17	Otros	11,1	11,4	11,4	12	14,6
	Total	100	100	100	100	100

Las 6 primeras empresas concentran el 66% del mercado.

Ganan participación las empresas de cápsulas.

Dentro de las primeras diez se encuentran cadenas de supermercados de descuento.

Tendencias de consumo

Hay un grupo de consumidores que busca aumentar la calidad del café que consume y pasó de comprar café molido a granos de café para espresso o caffè crema.

La categoría de cafés orgánicos creció un 6% entre 2010/2015 estimada de 6%.

El crecimiento del consumo de café en grano está asociado al mayor conocimiento de los consumidores sobre los métodos de elaboración del café.

Para este tipo de consumidor, lo más importante es la calidad.



Café en grano de la marca Lavazza.

1000 gr
EUR14,99



Cápsulas de la marca privada de la cadena de supermercados ja! Esta es la gama más económica

1000 gr
EUR13,99



Café en grano para espresso marca Segafredo

1000 gr
EUR15,39



Café GRAND GOURMET RESERVE de la cadena de almacenes de especialidades Eilles.

1000 gr
EUR24,90

Tendencias de consumo

La categoría de cafés orgánicos es una de las categorías con mayor crecimiento. Marcas con gran presencia en el mercado han lanzado su versión de cápsulas en diferentes rangos de precio.



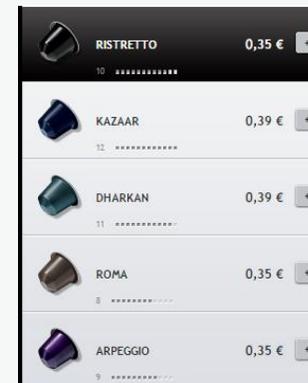
Cápsulas de café de la marca Dallmayr. Esta marca es una de las líderes del mercado de café en general y tienen una de las gamas de cápsulas más caras en el mercado

10 cápsulas
EUR2,99



Cápsulas de la marca privada de la cadena de supermercados ja! Esta es la gama más económica

10 cápsulas
EUR1,74



Cápsulas de Nespresso, el líder del mercado de cápsulas de café.

50 cápsulas
EUR19,5



Café molido para espresso de la marca privada "Feine Welt" del supermercado REWE. Café originario de Chanchamayo, Perú. Certificación orgánica y Fair Trade.

10 cápsulas
EUR1,99

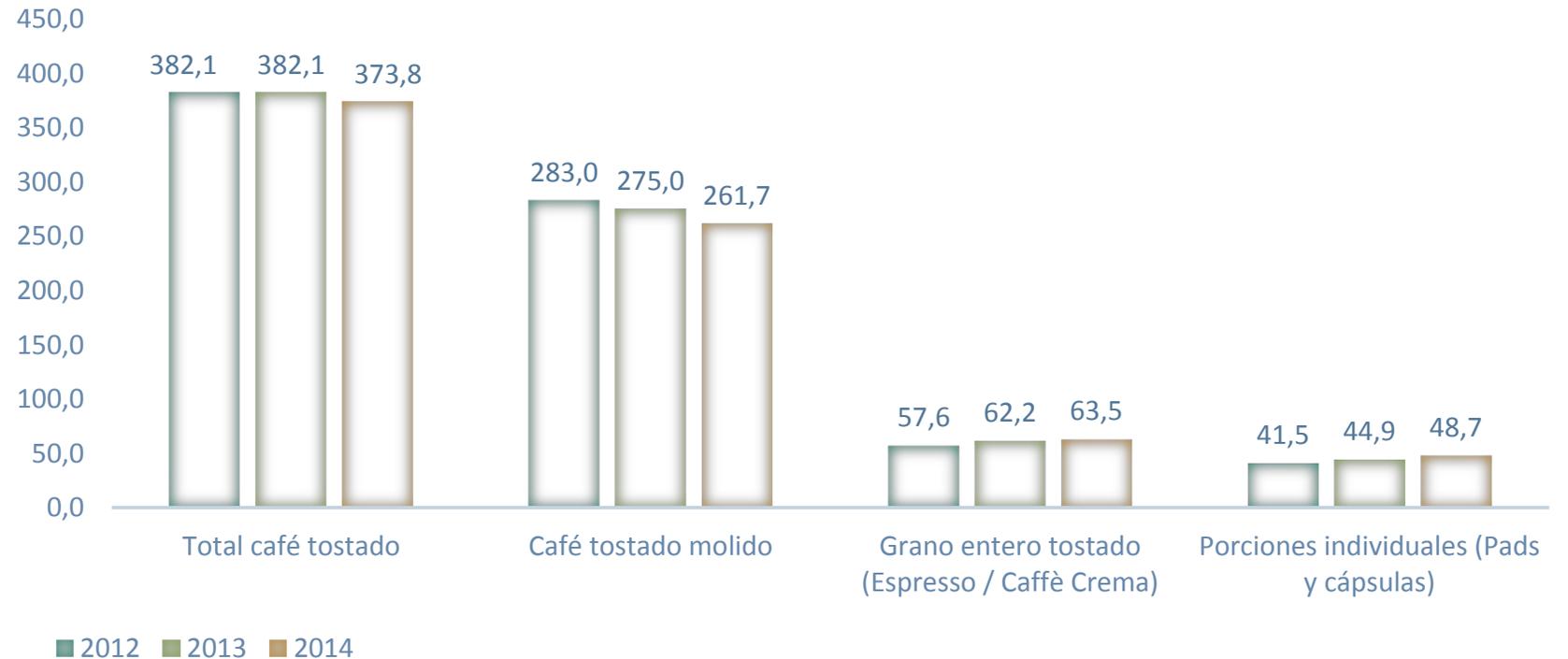
Tendencias de consumo

Ventas de grano entero tostado crecen en 10%.
+10% en 2015

Ventas cápsulas aumentan en 17%
+16% 2015

Café molido decrece en 8%

Vetas de café tostado según proceso Miles de toneladas



Fuente: Statista

Tendencias de consumo

55% de los consumidores con pregrado o un nivel educativo superior y el 57% de los consumidores con salarios mensuales superiores a EUR2.500 compran productos de comercio justo.



Pads de café de la marca J.J. Darboven. Certificación orgánica y Fair Trade

252 gr/
EUR4,79



Café molido de la marca GEPA, reconocida por sus políticas de comercio justo que van más allá de la certificación. También tiene certificación orgánica.

250 gr/
EUR5,29



Café en grano de la marca privada de la cadena de supermercados EDEKA. Certificación orgánica y Fair Trade.

1000 gr/
EUR9,99



Café molido para espresso de la marca privada "Feine Welt" del supermercado REWE. Café originario de Chanchamayo, Perú. Certificación orgánica y Fair Trade.

250 gr/
EUR3,99

Tendencias de consumo

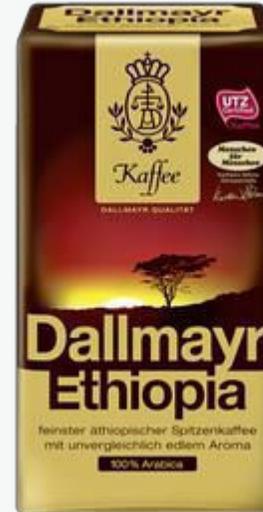
Los cafés de origen son una de las gamas que han sacado las marcas dentro de su estrategia de diversificación.

Se hace mayoritariamente por país. Sin embargo, algunas marcas enfocadas en calidad y especialidades tienen orígenes más específicos.



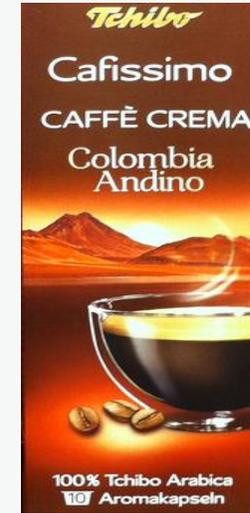
Café en grano de la marca del segmento medio de la cadena de supermercados REWE. Certificado UTZ.

500 gr
EUR4,99



Café en grano de Etiopía de la marca líder Dallmayr. Certificado UTZ.

500 gr
EUR6,99



Café en grano de Colombia de la marca Tchibo, una de las más innovadoras del mercado.

10 cápsulas
EUR2,99



Café silvestre de la zona Limu, ubicada en el oeste de Etiopía. Este café es producido por el torrefactor independiente Coffee Circle en Berlin. Esta empresa tiene un enfoque en calidad y sostenibilidad.

1000 gr
EUR24,90

Canales de distribución

Canales de distribución

Calidad del cacao

- Es el principal canal de venta al cliente final.
- En este canal se llevan a cabo la mayor parte de las ventas.
- Actualmente no hay marcas que no sean europeas.
- Se encuentran presentes las marcas con mayor importancia y las marcas privadas.

Supermercados

Torrefactores independientes

- Se especializan en cafés **de alta calidad**.
- Están dispuestos a pagar un mayor valor por el producto.
 - En muchos casos importan directamente el café verde.
- Su participación en el mercado es muy baja.

- Es el canal de ventas que más crece, aunque la participación sigue siendo baja.
- Hay marcas de todo el mundo.
- Exige publicidad para aumentar las ventas.
- Amazon Pantry es la plataforma principal.
- Se requiere de presencia local.

Ventas en línea

Agentes

- Sirven como intermediarios para algunos torrefactores que no importan directamente.
- Pueden ubicar ciertas cosechas en ediciones especiales de algunas marcas
 - Generan el menor valor para el productor.

Canales de distribución



La consistencia en la producción es vital en las relaciones a largo plazo: Las marcas debene poder asegurar una proveeduría constante para poder tener un producto homogéneo. Esta garantía es indispensable para una relación comercial duradera.



Cumplimiento: Los procesos de producción actualmente son muy ajustados, y la llegada de los insumos antes o después de la fecha acordada puede generar problemas logísticos y de producción para el comprador.



Trazabilidad: Se debe garantizar la trazabilidad del producto, sobre todo en el caso de café certificado y de especiales.

Centro de Comercio Internacional INTRACEN <http://www.laguiadelcafe.org/>



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

¡Muchas gracias por su
atención!

 MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO

 **TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN