

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Perfil Producto Mercado:

Café en Suiza

prom
perú

I. PRODUCTO

Cuadro N° 1
Suiza: Partidas Arancelarias del Café

Partida Canadá	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado a Perú	Otros países	Otros impuestos*
0901.11.00	<i>not decaffeinated</i>	Libre	Libre	Libre	Value Added Tax - VAT (2.5%)
0901.12.00	<i>decaffeinated</i>	Libre	Libre	Libre	Value Added Tax - VAT (2.5%)

Fuente: TARES (www.tares.ch)

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

II. REQUISITOS DE INGRESO

1. REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

Los productos destinados al consumo humano directo deben cumplir con lo establecido en la ley nacional de alimentos suiza, que es regulada por la Oficina Federal de Salud Pública (Federal Office of Public Health – FOPH)1.


De otro lado, debe indicarse que desde 2008 Suiza y la Unión Europea han llevado a cabo un proceso de consolidación de legislación, a través de la cual Suiza ha adoptado gran parte de la normativa de la UE.





Cuadro N° 2

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Oficina Federal de Salud Pública - FOPH	Ley general de Alimentos (Disponible en Alemán, Francés e Italiano).	Octubre 1992	http://www.lexfind.ch/dta/18853/FR/
Comisión Europea	Control de los contaminantes alimenticios en alimentos y Niveles máximos (EEC N° 315/93, y EC N° 1881/2006)	Febrero 1993 Diciembre 2006	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1881&from=EN
Comisión Europea	Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal (EC N° 852/2004)	Abril 2004	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0852&from=EN
Comisión Europea	Etiquetado de productos alimenticios (EC N° 13/2000)	Marzo 2000	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0013&from=EN
Comisión Europea	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos (EC N° 178/2002)	Enero 2002	http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002R0178&from=EN

2. ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

Cuadro N° 3

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Norma ISO 22000- Food Safety	Los compradores requieren que sus proveedores cuenten con un sistema de control de la calidad de sus productos, que asegure que es apto para el consumo humano. Otras certificaciones similares, se utilizan son: IFS (International Food Standard), SQF (Safe Quality Food Program), entre otros.	http://www.iso.org/iso/iso22000

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Biosuisse	En Suiza, el estándar orgánico más reconocido es "BioSuisse", aunque algunas cadenas de supermercados también poseen su propia certificación (Coop o Migros).	http://www.bio-suisse.ch/
	Comercio Justo	Estos sellos indican que el productor está recibiendo un precio mínimo justo por el producto. De estas certificaciones la más reconocida dentro del mercado en estudio es la FLO.	http://www.maxhavelaar.ch/de/homepage/
	Aha!	Esté sello, garantiza que ciertos productos han sido adaptados para el consumo de personas que tienen problemas de alergia o intolerancia. El organismo suizo que brinda esta certificación es el Servicio Suizo contra Alergias (SAS por sus siglas en francés). Cabe indicar, que este sello no es exclusivo para alimentos, sino también para cosméticos, productos de limpieza y otros con los que el ser humano pueda llegar a tener contacto	http://www.service-allergie-suisse.ch/
	UTZ	Certificación de buenas prácticas agrícolas principalmente asociadas al cultivo de café.	https://www.utzcertified.org/

III. ESTADÍSTICAS Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO

Cuadro N° 4
Suiza – Importaciones Mundiales de Café (Partida Nro. 0901.11.00 y 0901.12.00)

RK	País Socio	US\$ (miles)					Volumen (TN)					Precio Ref. 2014 (US\$)
		2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
1	Estados Unidos de América	4,173,488	7,081,860	6,006,560	4,800,882	5,347,098	1,280,298	1,376,621	1,371,338	1,423,815	1,456,889	3.67
2	Alemania	3,146,321	4,918,537	4,172,130	3,199,570	3,551,034	1,098,444	1,107,706	1,141,146	1,116,374	1,129,434	3.14
3	Italia	1,154,985	1,762,571	1,717,735	1,453,108	1,475,036	469,817	473,332	497,254	505,659	534,509	2.76
4	Japón	1,328,956	1,961,579	1,591,618	1,484,683	1,342,618	410,531	416,805	379,981	457,086	409,372	3.28
141	Perú	208	132	2,179	183	60	77	33	1,014	47	12	5.00
	Subtotal	8,354,780	12,677,565	11,614,711	9,402,178	9,725,179	3,032,752	3,107,166	3,242,163	3,236,743	3,188,730	
	Mundo	18,158,738	28,402,244	25,104,933	20,340,604	21,441,025	6,291,919	6,481,663	6,632,896	6,739,724	6,718,946	

Fuente: Trademap

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

Se debe precisar que las cifras mostrados en el cuadro Nro. 4 corresponde a las 2 partidas arancelarias principales del producto en cuestión. En 2014, Estados Unidos es el principal proveedor de estos productos, le sigue importancia mercados europeos como Alemania e Italia con 17% y 7% de participación respectivamente. A nivel de Sudamérica, los principales proveedores fueron Argentina, Venezuela, Colombia, Chile, Uruguay y Perú, con una participación en conjunto de apenas 1%.

Una gran cantidad de suizos comen generalmente fuera. Es absolutamente común que los consumidores compren su desayuno en una panadería. En la mayoría de restaurantes tipo fast food, el desayuno se sirve hasta 11.00 a.m. y en los restaurantes el almuerzo está disponible hasta 14.00hrs, la cena se come generalmente de 18.00hrs hacia adelante.

El café y el té son la bebida caliente preferida en este país. El café en filtro está ganando renombre otra vez, los cafés mezclados con leche, tales como macchiato del latte, están ganando cuota de mercado. El consumo de té está creciendo en Suiza, ya que los consumidores se están familiarizando más con los sobres de hojas de té y están prestando más atención a la calidad de estos productos.

El consumo per cápita de café en este mercado fue de 4kg en el 2014, que está por el promedio de consumo de Europa occidental que llega a 3kgs. Sin embargo, es importante mencionar que existe una gran tendencia en la sustitución del café por el té.

El café registra crecimiento al por menor en volumen de menos de 1% en 2014, mientras que el crecimiento real es de 4%. La empresa Suisse Nestlé S.A. sigue siendo el líder del mercado de café en Suiza con una participación de 37% en 2014, le siguen en importancia Migros Genossenschaftsbund eG, Mondelez Schweiz y d'Oro SA de Café Chicco.

Debido a la sequía que existió en Brasil (fuente principal del café verde) y a las lluvias que azotaron en épocas de cosecha, los consumidores tuvieron que hacerle frente al incremento en 3% del precio medio del café.

IV. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

1. MEDIOS DE TRANSPORTE

Cuadro N° 5
Tiempo de Transporte hacia Suiza)

Vía	Días de transporte	Puerto de llegada
Marítima	31 días	Rotterdam
Marítima	37 días	Le Havre

Fuente: Hapag - Lloyd

Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

(*) Para ingresar al mercado suizo, los productos deben ingresar por algún otro puerto marítimo europeo. El cálculo se hizo tomando como destino la ciudad de Ginebra.

2. FLETES

Los costos promedio asignados al transporte desde el terminal del Callao hacia el de Le Havre y luego via terrestre hacia Ginebra, al 20 de julio 2015, son los siguientes:

Cuadro N° 7
Costo del Flete Promedio hacia Suiza

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
Hapag lloyd	Marítimo + terrestre	Contenedor de 20'	US\$ 900 + US\$ 300
Hapag lloyd	Marítimo + terrestre	Contenedor de 40'	US\$ 1 000 + US\$ 300

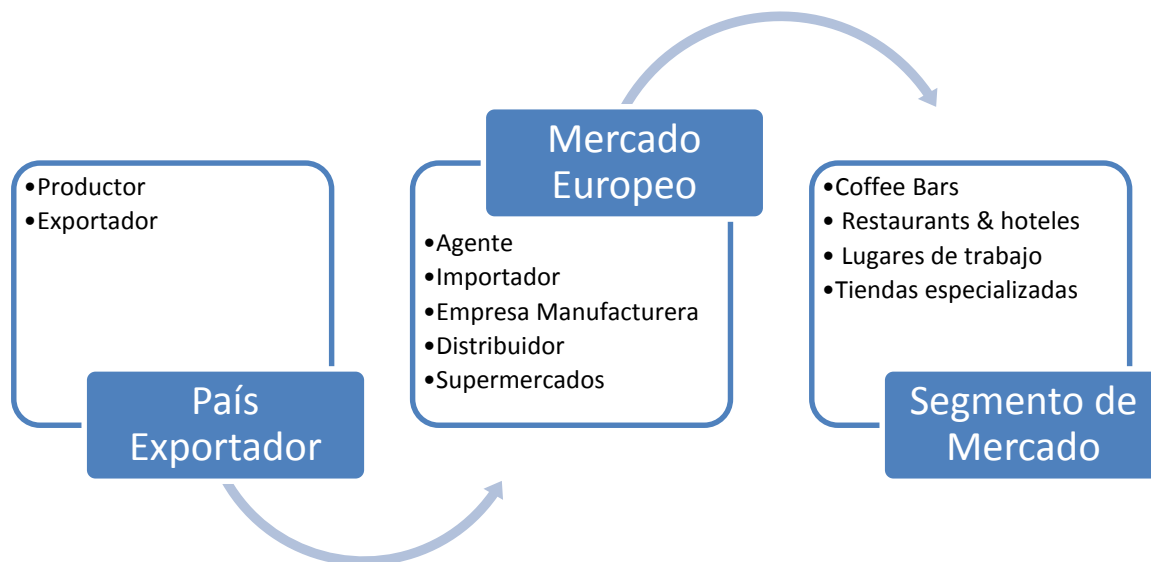
Fuente: Hapag - lloyd

Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU

V. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Dado que gran parte de la kiwicha que llega al mercado canadiense posee certificación orgánica y también va dirigida al segmento de celíacos, la distribución y comercialización de este producto dentro de dicho mercado es la siguiente:

Gráfico N° 1
Suiza: Canales de Distribución y Comercialización para el Café



Fuente: CBI


Elaboración: Inteligencia de Mercados- PROMPERU.

Suiza cuenta con una cultura cafetera sofisticada de larga data, lo cual se ve reflejado en un mercado interno maduro el cual es liderado por los supermercados y tiendas de descuento. Sin embargo, el mayor interés por la calidad, trazabilidad y origen del café por parte de los consumidores suizos ha propiciado que nuevos formatos como los minoristas especializados en fair trade incrementen su cuota de mercado en los últimos años.

Los supermercados e hipermercados representan alrededor del 78% del mercado de café en Suiza. Le siguen en orden, las tiendas de descuento (8% de participación), tiendas independientes (6%) y tiendas de conveniencia (3%).

En 2014, los principales minoristas y tiendas de descuento, como las alemanas Aldi, Lidl y Coop Genossenschaft, han centrado su estrategia de ventas en la comercialización de una amplia variedad de café molido en cápsulas por sobre otras presentaciones.


VI. PRESENTACIONES CON VALOR AGREGADO DE CAFÉ EN SUIZA

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Chicco d'Oro Caffè Crème Coffee 10 Capsules 80g
	Presentación del producto	Cápsulas
	Marca	Chicco d'Oro
	Precio	US\$ 5.8
	País de fabricación	--
	País de distribución	Suiza
	Fecha de lanzamiento	--


Fuente: <http://www.coopathome.ch/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Fairtrade Chicco d'Oro Coffee Beans
	Presentación del producto	Bolsas de 500 grs
	Marca	Chicco D'Óro
	Precio	US\$ 12.5
	País de fabricación	Suiza
	País de distribución	Suiza
	Fecha de lanzamiento	--

Fuente: <http://www.coopathome.ch/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Incarom Instant Coffee with Chicory
	Presentación del producto	Bolsas de 275 grs
	Marca	Incarom
	Precio	US\$ 12.9
	País de fabricación	Suiza
	País de distribución	Suiza
	Fecha de lanzamiento	--

Fuente: <http://www.coopathome.ch/>

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	AM Caprimo Café Avellana Cappuccino Polvo
	Presentación del producto	Bolsas de 1 kg
	Marca	AM Foods
	Precio	US\$ 6.4
	País de fabricación	Bélgica
	País de distribución	Suiza
	Fecha de lanzamiento	---

Fuente: <https://coffeerista.com/>

VII. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

1. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Cuadro N° 9
Perú: Exportaciones de Café

Año	Exportación - Mundo				Exportación - Suiza			
	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas	Valor FOB (Millones US\$)	%Δ	Peso Neto (TN)	# Empresas
2010	889		230,052	139	3		718	11
2011	1,593	79.3	295,724	146	28	836.9	4,968	13
2012	1,024	-35.8	266,393	162	4	-85.7	1,014	8
2013	699	-31.7	238,690	153	2	-51.4	641	7
2014	746	6.7	184,728	173	5	168.4	1,083	4

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

Tal como puede apreciarse en el cuadro Nro. 9, las exportaciones de café se han incrementado en 6.7% hasta alcanzar los US\$ 746 millones en el 2014, sin embargo en términos de cantidades estas se han reducido en 22.7%. Entre los nuevos mercados a donde se están dirigiendo las ventas de café se encuentran Bahamas, Hungría, Lituania y Luxemburgo por envíos que en conjunto llegan a US\$ 115 mil.

En cuanto al mercado Suizo, al año 2014 las exportaciones de café llegaron a US\$ 5 millones incrementándose en 168.4% con respecto al 2013. Asimismo, es importante mencionar que solo una empresa realiza envíos continuos desde el 2010 al mercado Suizo, la empresa ProNatur EIRL. Sin embargo, es importante mencionar que a mayo de este año no se han registrado ventas de café a este mercado. A nivel de regiones, son 3 las que realizaron envíos a este mercado: Piura (US\$ 5 millones), Cajamarca (US\$ 207 mil) y Pasco (US\$ 100 mil).

VIII. INFORMACIÓN DE INTERÉS

1. FERIAS

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
FBK	http://www.fbk-messe.ch/	3 días	10 503	26 766
Finished Products Expo	http://www.finishedproductseurope.com/	3 días	820	15 627
Slow Food Market	http://www.slowfoodmarket.ch/	3 días	212	12 375

Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERU

Fuente: Auma

2. OFICINAS COMERCIALES EN SUIZA

Oficina Comercial de Perú en Suiza

Nombre consejero: Adolfo Jesús Samaniego Arroyo

Dirección: Oficina de la Misión Diplomática en Ginebra, 71 Avenue Louis Casai, 1216 Cointrin, Ginebra.

Teléfono: + (41) 22 791 7730

E-Mail: asamaniego@mincetur.gob.pe

3. LINKS DE INTERÉS

- Europa Export Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/>
- CBI Europa: http://www.cbi.eu/system/files/marketintel/2012_swiss_novel_food.pdf
- Oficina de Aduana de Suiza: <https://www.ch.ch/fr/douane-suisse/>
- Oficina Federal de Salud Pública de Suiza: <http://www.bag.admin.ch/index.html?lang=en>
- Swiss customs: <https://www.ch.ch/en/swiss-customs/>
- European Coffee Federation: <http://www.ecf-coffee.org/publications>