



El café en Polonia

El mercado del café en Polonia presenta perspectivas de crecimiento y tiene una gran participación de cafés instantáneos. La cultura del café ha empezado a difundirse a través de cafeterías especializadas, en las que el cliente puede optar entre diferentes orígenes y hasta dos tipos de tostado

Según la Organización Internacional del Café (ICO), el consumo global de café este año será de alrededor de 117 millones de sacos, frente a 115 millones del 2005. Del total de este año, 30 millones de sacos corresponden al consumo interno de los países productores y 85 millones al consumo en los países importadores. La media de crecimiento estimado por el ICO desde 1965 es de 1,6% por año, lo que situaría la demanda mundial en el año 2010 en 126 millones de sacos.

Para alcanzar estas cifras, los expertos confían en un incremento de consumo en los países productores, la recuperación de algunos mercados claves europeos, y sobretodo, también, en la buena marcha de la demanda en países emergentes, como los de la antigua Europa del este.

Los nuevos miembros de la Unión Europea como, Chipre, República Checa, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Eslovaquia y Eslovenia son, de hecho, las naciones europeas que, presentan hoy una mayor tasa de crecimiento en el consumo interno. Destaca, por ejemplo, el caso polaco, un mercado con muy buenas perspectivas de crecimiento, donde el café instantáneo está alcanzando un protagonismo destacado y donde en los últimos años se aprecia, también, un aumento de la popularidad de los buenos cafés con denominaciones de procedencia. Prueba de ello, es, por ejemplo, el éxito que está teniendo la cadena de cafeterías "Pozegnaniez África" en ciudades como Varsovia, Cracovia o Poznan. En estos locales se sirve café de hasta 15 procedencias distintas y se ofrece a los clientes la posibilidad de elegir entre dos grados de tueste. En tiendas anexas a estas cafeterías se venden a peso todos los cafés disponibles en la carta, así como accesorios relacionados con



la preparación del café. Otras cadenas importantes de coffee shops son Tchibo Cappuccino y Gala, con presencia en las principales ciudades del país.

Polonia es un país frío donde el consumo de bebidas calientes está sumamente arraigado. En invierno, sobre todo en febrero, el mes más frío, la temperatura suele rondar entre los 0 y -10 grados más o menos, aunque las olas de frío, bastante frecuentes, pueden hacer bajar la temperatura hasta los -20°C, y en algunas zonas del país, incluso hasta los -35° C. Para combatir tan estrictas condiciones meteorológicas, es costumbre tomar té a todas horas y en los pubs pedir cerveza o vino calientes. El consumo de té en Polonia ha crecido en la última década a un ritmo de un 5-10% anual.

El té, concretamente el negro, seguido del verde, es el máximo competidor del café en Polonia, en cuanto a infusiones se refiere y ello a pesar de la precariedad a la que ha estado sometido este producto durante años, cuando la monopolización del gobierno impedía la llegada al país de calidades, cuanto menos, aceptables. Esta situación llevó consigo un mercado negro paralelo, con



te procedente de contrabando. Con el café, esta situación prácticamente no existía, pues el precio mucho más alto del producto limitaba las posibilidades de negocio.

Las marcas de té más populares son Lipton, Tetley, Posti, and Dilmah y las variedades favoritas Earl Grey, Yunnan, Ceylon y Assam. De hecho, esta capacidad de los polacos por haber aprendido en poco tiempo a diferenciar los diferentes tipos de té y desarrollar una cultura entorno a este producto,

es una de las características que mejor valoran los industriales del café, tanto nacionales como extranjeros, que ven en este país centro-europeo, un mercado para explotar.

La apuesta por el café en Polonia no llega sólo por parte de empresas locales, sino que las buenas expectativas de mercado atraen también a empresas de otros países. En el mes de diciembre próximo, sin ir más lejos, la cadena inglesa de cafeterías "Costa" inaugurará varios establecimientos en Polonia. Estas aperturas se enmarcan en un ambicioso plan de crecimiento internacional ideado por los propietarios de esta enseña, la más importante de Inglaterra, que prevé inaugurar 200 cafeterías en Polonia, Rumania y Bulgaria durante los próximos cinco años.

El mercado del café polaco

El consumo actual de café en Polonia se sitúa entorno a las 80.000 toneladas. El café tostado representa el sector más importante, tanto en cantidad como en valor. Su participación en el volumen de ventas alcanza el 79% y el 57% en valor. El resto del mercado se lo dividen en partes, prácticamente iguales, el



café instantáneo y el café instantáneo especial. El primero constituye el 10% del volumen y representa el 33,5% del valor del mercado, mientras que el segundo, cafés instantáneos con sabores diferentes –capuchino, vainilla, con chocolate,...- equivale al 10,5% del volumen total, un porcentaje, que desde el año 2003 decrece lentamente (en 2002 alcanzó un 12%).

Las marcas líderes en café tostado son: Tchibo, Prima, Jacobs y Elite, por este orden. En general (incluyendo todos los tipos de café), Kraft es el líder del mercado con el 28,5% del mercado, seguido de Tchibo con el 16,4%, Nestlé con el 16,2%, Elite con el 6,9% y Prima con un 6,8%. En los últimos dos años, acuciados por las dificultades económicas, los consumidores han desviado su atención hacia las marcas blancas, unos cafés muy baratos de ajustada calidad.



El café en Polonia se vende básicamente en los supermercados e hipermercados, llegando al 38% del total. Este tipo de tiendas son especialmente importantes para el café instantáneo tradicional (56% del volumen), pero menos para el café tostado (36%) y también es menor para el café instantáneo especial (38%).

El futuro del café en Polonia

En opinión de los expertos, después de un periodo de crecimiento dinámico, desde el año 2004 el mercado de café en Polonia es muy estable con una ligera tendencia al crecimiento. Esta tendencia se ha visto potenciada por la caída de precios de café a granel.

Según estas mismas consideraciones, el mercado de café en Polonia se irá desarrollando, aunque la perspectiva de alcanzar un consumo tan alto como en Escandinavia es poco probable. Actualmente, un polaco consume 3,46 Kg. de café al año (en 1997 tan sólo era 1,7 Kg.).

Los líderes del mercado intentan educar a los consumidores introduciendo muestras de café de calidad en las cafeterías con lo que las preparaciones sin leche son cada vez más populares, al contrario de lo que ocurría durante la década de los 90, donde el cappuccino jugó un papel protagonista importante.

En cuestión de sabor, los polacos prefieren cafés fuertes de sabor intenso. Su compra y/o consumo viene, en la mayoría de casos, determinada por el precio y la marca, en este orden de prioridades.

Importación y re-exportación de café en Polonia

	Importaciones (en sacos de 60 Kg.)	Re-exportaciones (en sacos de 60 Kg.)
Septiembre 05	248.369	64.435
Octubre 05	246.605	67.438
Noviembre 05	276.609	76.371
Diciembre 05	255.284	76.189
Enero 06	228.162	62.060
Febrero 06	223.835	75.866
Marzo 06	263.556	89.150
Abril 06	184.853	64.736
Mayo 06	250.719	70.739
Junio 06	250.365	79.948

Fuente: ICO

Como sucede en Turquía, una de las formas más populares de preparar el café en Polonia es calentando el grano molido muy fino en agua hirviendo bebiéndolo sin colar, dejando, previamente, que el café se asiente en el fondo de la taza.

Procedencia del café polaco

Vietnam y Alemania son los dos máximos proveedores de café para Polonia. El primer país representa un 27% del total del valor importado y el segundo un 21%. A pesar que ambos países tienen cuotas parecidas en valor, las cantidades exportadas a Polonia desde el país asiático son cuatro veces mayor, debido a que en este caso es café a granel. De Alemania se importa confeccionado y listo para la venta al consumidor.

Los siguientes puestos del ranking de exportadores de café para Polonia, los ocupan, a bastante distancia y con cuotas menores del 10%, Italia y Brasil. Además de importador, Polonia exporta café a países cercanos, sobretodo a Rusia.

Las ventas de café desde España hacia Polonia se activaron en el año 2004 -en el 2003 no constan importaciones de relevancia-. Estas importaciones son básicamente de café instantáneo y derivados y se cuantifican en una media de algo más de 9.000 kilos al año. La primera región exportadora es Valencia, con un 60% del total.

Fuentes: "Café en Polonia". Instituto Valenciano de la Exportación; Polish Agenci for Foreign Investment; ICO

