

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Miami	1.2. Fecha	06/05/2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Marta Sesmero	
	Cargo	Especialista	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Café Instantáneo		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	09012100		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Coffee, roasted, not decaffeinated		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration) - Notificación previa de alimentos importados – FDA - Certificado de Origen - Factura Comercial <p>Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, no hay aranceles ni para las importaciones de café verde ni para las de café procesado (soluble, tostado), por lo que tanto Perú como el resto de los países de origen se benefician de esta exención arancelaria.</p> <p>Adicionalmente, Estados Unidos no impone restricciones o cuotas en la importación de cafés, ya sean embotellados, preparados o empacados, por lo que no hay un límite en el volumen que puede ser importado en el país.</p> <p>La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de producto arribe en el puerto de entrada.</p> <p>Para ingresar al mercado de Estados Unidos, los productos alimentarios deben cumplir con una serie de condiciones, entre las cuales se destacan las normas sanitarias y fitosanitarias. Otra condición son las normas de salud pública en la que Food and Drug Administration (FDA) toma muestras de los productos con el fin de detectar la posible presencia de residuos u otros elementos. También es importante considerar la Ley de Bioterrorismo y nuevos requisitos bajo FSMA. Esta ley concluye que todas las empresas y establecimientos que produzcan y exporten alimentos para ser consumidos en los Estados Unidos (con la excepción de aquellos productos regulados por el FSIS) deben cumplir con las normas de esta ley, más información aquí: Food Safety Modernization Act (FSMA) FDA. Por último, toda la información relativa a la regulación de FDA para importación de alimentos se encuentra en Importing Food Products into the United States FDA.</p> <p>Para el café, el US Code of Federal Regulations (CFR) cuenta con una regulación especial para la autorización de la presencia del aditivo <i>Metileno Clorídico</i> en el producto: en el café, como residuo de su uso como solvente en la extracción de cafeína de los granos de café verde, a un nivel que no exceda las 10 partes por millón (0,001 por ciento) en el café tostado descafeinado y en el extracto de café soluble descafeinado (café instantáneo). Además, su presencia, si la hubiese, debe estar indicada en la etiqueta. Información completa sobre los estándares se encuentra aquí: https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=173.255</p> <p>Por su parte, FDA dispone de un reglamento para el etiquetado de alimentos. Es estrictamente necesario que los productos contengan exactamente lo que aparece en la</p>		

	<p>etiqueta. Además, toda la información debe aparecer en inglés o en ambos idiomas (idioma del lugar de procedencia, en este caso castellano, e Inglés). La información que la etiqueta debe contener es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identidad del alimento - Listado de Ingredientes - Nombre y dirección de la empresa o negocio - Información nutricional - Contenido Neto - Información de Alérgenos - Información Relevante <p>El reglamento se puede revisar aquí: Food Labeling Guide - FDA</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>El café es la segunda mercancía más comercializada del mundo por detrás del petróleo. El consumo anual per cápita de café en Estados Unidos se encuentra en 4.1kg, debido a que la demanda supera la oferta de café en el país, el producto también se importa de otros países, posicionándose como el país que importa la segunda mayor cantidad de granos de café y se pronostica un aumento de 700.000 sacos a 25,0 millones. Los principales proveedores incluyen Brasil (30 por ciento), Colombia (21 por ciento), Vietnam (11 por ciento) y Nicaragua (5 por ciento). Se prevé que las existencias finales se deslicen de 200.000 bolsas a 5,8 millones, y se proyecta que el mercado de café de Estados Unidos crezca a una CAGR de 4,8% de 2020 a 2025.</p> <p>Los factores que más impulsan el crecimiento del mercado son el estilo de vida cada vez más ajetreado y las largas horas de trabajo. Esto ha llevado a que las cadenas de café en Estados Unidos se vuelvan más populares entre los clientes, quienes disfrutan de su café para llevar. Además, los consumidores en los Estados Unidos exigen productos premium que enfatizan la calidad y, por lo tanto, acuden en masa a cafeterías de primer nivel donde la calidad del café es la razón principal de las visitas repetidas.</p> <p>Según la encuesta realizada por la Asociación Nacional del Café en los Estados Unidos, más del 70% de los consumidores prefieren la preparación del café en casa, y el 59% del café que se consume diariamente es café gourmet. Por lo tanto, se ha observado un cambio gradual de bebidas gaseosas a bebidas de café entre los consumidores de la región en los últimos años.</p> <p>Debido al rápido crecimiento de la cultura de las cafeterías, las cápsulas de café orgánico recién molido registrarán un crecimiento sustancial tanto en términos de volumen como de valor durante el período de pronóstico (2020-2025). Sin embargo, la sostenibilidad sigue siendo importante para los compradores y minoristas, y la certificación de naturaleza orgánica ya no es una opción, sino un requisito. Además, los consumidores, así como la industria, exigen trazabilidad y transparencia en la cadena de valor. Los principales estándares de producción en el mercado de café de Estados Unidos son Fairtrade USDA, Organic, Rainforest Alliance / UTZ Certified, Bird Friendly, Carbon Neutral, Organic y Direct Trade. Además, las mezclas exclusivas son una tendencia creciente en las cápsulas de café, que son elaboradas con producto cuidadosamente seleccionado de varios orígenes, de forma que satisfacen los gustos específicos de los consumidores y comunican equilibrio y calidad.</p> <p>Un número cada vez mayor de consumidores en Estados Unidos está dispuesto a comprar máquinas de café para recrear la experiencia de la cafetería en casa, por lo que la industria está introduciendo cápsulas de café que son compatibles con máquinas populares, como Keurig y Nespresso, para aprovechar esta tendencia. Según Intelligent Blends, uno de los actores en el mercado de bebidas individuales, hay más de 25 millones de cafeteras Keurig y K-Cup instaladas en hogares y oficinas en todo Estados Unidos, y millones más se venden cada año. En el país, las cafeteras de una sola taza se encuentran en el 41% de los hogares y en el 28% de las oficinas, según la encuesta National Coffee Drinking Trends. El 26% de</p>

	<p>los consumidores reportaron haber utilizado cafeteras de una sola taza para hacer café, frente al 19% que lo hacía en 2012.</p> <p>El mercado del café de Estados Unidos es de naturaleza competitiva y tiene una gran cantidad de actores nacionales y multinacionales que compiten por la participación en el mercado. Se enfatiza la fusión, expansión, adquisición y asociación de las empresas junto con el desarrollo de nuevos productos como enfoques estratégicos adoptados por las empresas líderes para impulsar la presencia de su marca entre los consumidores. Con el aumento de la demanda de cápsulas de café recién molido que brindan a los clientes una experiencia de café premium, se espera que el mercado sea testigo de un gran alcance para la entrada de empresas de marca privada. Algunos de los principales actores del mercado son Eight O'Clock Coffee, J. M. Smucker, Jacobs Douwe Egberts, Keurig Green Mountain y Starbucks Corporation.</p>																																																								
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Estados Unidos es exportador de grano procesado, pero también comenzó a ser productor de café no hace mucho.</p> <p>La producción de café verde en Estados Unidos es limitada, siendo ésta menos del 1% del café consumido. En Estados Unidos se produce café en Puerto Rico y Hawái, siendo estas las únicas regiones con climas suficientemente cálidos. Sin embargo, los territorios relativamente pequeños de estas regiones limitan la producción de café en el futuro. Puerto Rico produce dos veces más café que Hawái, aunque este último es capaz de vender café a uno de los precios más altos del mundo. El suelo de Hawái es rico en minerales volcánicos permitiendo la producción de cerezas excepcionalmente grandes con un aroma distintivo dulce. La temporada de producción en Hawaii tiene lugar durante todo el año, aunque alcanza su pico entre agosto y diciembre. En el caso de Puerto Rico, tiene lugar entre los meses de agosto a marzo. Desde 2017, Estados Unidos también cuenta con algunos campos en California.</p>																																																								
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<table border="1" data-bbox="592 1144 1378 1906"> <thead> <tr> <th>Ciudad de ingreso</th> <th>Total Valor FOB (US\$) 2021</th> <th>Principal País de Origen</th> <th>Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>New York, NY</td> <td>423,485,393</td> <td>Suiza</td> <td>73%</td> </tr> <tr> <td>Miami, FL</td> <td>291,241,657</td> <td>Suiza</td> <td>96%</td> </tr> <tr> <td>Los Angeles, CA</td> <td>165,732,547</td> <td>Suiza</td> <td>86%</td> </tr> <tr> <td>Detroit, MI</td> <td>158,297,687</td> <td>Canadá</td> <td>99%</td> </tr> <tr> <td>Buffalo, NY</td> <td>151,329,062</td> <td>Canadá</td> <td>98%</td> </tr> <tr> <td>Ogdensburg, NY</td> <td>92,440,825</td> <td>Canadá</td> <td>99%</td> </tr> <tr> <td>Chicago, IL</td> <td>41,692,231</td> <td>Colombia</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>San Juan, PR</td> <td>40,863,099</td> <td>México</td> <td>89%</td> </tr> <tr> <td>Houston-Galveston, TX</td> <td>24,979,723</td> <td>Suiza</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Baltimore, MD</td> <td>13,696,425</td> <td>Bélgica</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>Subtotal:</td> <td>1,403,758,650</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resto:</td> <td>56,278,233</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>1,460,036,883</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><i>Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia</i></p>	Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2021	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen	New York, NY	423,485,393	Suiza	73%	Miami, FL	291,241,657	Suiza	96%	Los Angeles, CA	165,732,547	Suiza	86%	Detroit, MI	158,297,687	Canadá	99%	Buffalo, NY	151,329,062	Canadá	98%	Ogdensburg, NY	92,440,825	Canadá	99%	Chicago, IL	41,692,231	Colombia	70%	San Juan, PR	40,863,099	México	89%	Houston-Galveston, TX	24,979,723	Suiza	44%	Baltimore, MD	13,696,425	Bélgica	90%	Subtotal:	1,403,758,650			Resto:	56,278,233			Total:	1,460,036,883		
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2021	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen																																																						
New York, NY	423,485,393	Suiza	73%																																																						
Miami, FL	291,241,657	Suiza	96%																																																						
Los Angeles, CA	165,732,547	Suiza	86%																																																						
Detroit, MI	158,297,687	Canadá	99%																																																						
Buffalo, NY	151,329,062	Canadá	98%																																																						
Ogdensburg, NY	92,440,825	Canadá	99%																																																						
Chicago, IL	41,692,231	Colombia	70%																																																						
San Juan, PR	40,863,099	México	89%																																																						
Houston-Galveston, TX	24,979,723	Suiza	44%																																																						
Baltimore, MD	13,696,425	Bélgica	90%																																																						
Subtotal:	1,403,758,650																																																								
Resto:	56,278,233																																																								
Total:	1,460,036,883																																																								
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización</p>	<p>El sistema de distribución de los alimentos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista.</p>																																																								

<p>del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>La primera figura dentro del canal de distribución de productos alimenticios que ingresan al mercado estadounidense es el importador, que en la mayoría de los casos también es el distribuidor mayorista. Estas compañías compran la mercancía directamente al proveedor extranjero, y pueden realizar tareas de procesado, envase y embalaje, almacenaje y transporte a las tiendas minoristas, operadores de foodservice, otros mayoristas, el gobierno, u otros tipos de negocios.</p> <p>En Estados Unidos hay alrededor de 40.000 tiendas de alimentación, teniendo que el 70% lo componen supermercados, almacenes, supercenters, club stores y tiendas naturales o gourmet, teniendo que las oficinas militares ocupan el 30% restante.</p> <p>El 40% de los estadounidenses hacen una visita semanal al supermercado, mientras que el 6% van a tiendas de alimentación a diario. En la actualidad, es cada vez mayor la tendencia de hacer la compra de comestibles a través de plataformas online con servicio de recogida o entrega a domicilio. Así, el canal de venta e-commerce está ganando cada vez mayor importancia para alimentos, suponiendo la categoría de alimentos la que mayor crecimiento proyectado de ventas tiene para el canal online.</p> <p>Las cadenas de supermercados son establecimientos de venta minorista con una amplia oferta de productos alimenticios y otros productos para el hogar. En el año 2018, en Estados Unidos se calcularon un total de 38.307 tiendas supermercado, según el informe "Number of supermarket stores in the United States from 2011 to 2018, by format" (Statista). Se definen como tiendas de alimentación de autoservicio con línea completa de productos (cuentan con alrededor de 15.000 referencias de producto). Sus ventas giran en al menos US\$2 millones anuales. Los grandes supermercados son los participantes líderes para el producto importado en EE.UU., y destacan The Kroger Co., Albertsons y Ahold USA/Royal Ahold, entre otros.</p> <p>En esta categoría de establecimientos también se encuentran los Supercenters, que son hipermercados o grandes tiendas por departamento de descuento que además cuentan con una línea completa de productos de alimentación, así como la oferta de otros servicios (peluquería, fotografía, cambio de aceite, etc).</p> <p>Otro formato que está ganando popularidad entre los consumidores, y se aprecia un aumento en la apertura de locales, son los supermercados especializados en productos naturales o gourmet. Las cadenas más importantes en Estados Unidos son Whole Foods Market (www.wholefoods.com), Trader Joe's (www.traderjoe.com) y The Fresh Market (www.thefreshmarket.com).</p> <p>Por su parte, la industria "food service" agrega a aquellas empresas que distribuyen alimentos preparados para su consumo fuera del hogar. Sus clientes incluyen restaurantes, hoteles, escuelas, hospitales, parques de entretenimiento, agentes de catering y centros penitenciarios, entre otros.</p> <p>Los volúmenes de ventas suelen ser altos, y el producto puede venir preparado en porciones individuales, o empacado en tamaño industrial. En Estados Unidos, este mercado está valorado en US\$230 mil millones, y los dos principales operadores cuentan con el 60-70% de cuota: Sysco (www.sysco.com) y US Foods (www.usfoods.com)</p> <p>De otro lado, las pequeñas tiendas minoristas han tenido mucha competencia con los Supercenters, farmacias y tiendas online con servicios de entrega a domicilio. A consecuencia, las tiendas minoristas se han mantenido competitivas creando una experiencia de compras adaptada a los consumidores con énfasis en los alimentos frescos y orgánicos.</p> <p>En el caso del café, los proveedores suelen importar café verde, que es tostado localmente para el consumo. El mercado de café de especialidad incluye grandes cadenas, tales como</p>
--	---

	<p>Starbucks y Peet's y un gran número de independientes más que compiten en los mercados regionales o a través de e-commerce. Starbucks es el mayor proveedor de café de especialidad, operando más de 7 300 tiendas de café y vendiendo granos tostados en hipermercados y supermercados en todo el país. Peet's es el siguiente proveedor de especialidad más grande, con 200 locales que se encuentran sobre todo en California (menos de 60 locales se encuentran en otros estados).</p> <p>De los proveedores independientes y artesanales de café, Stumptown, Intelligencia y Counter Culture tradicionalmente se consideran los "tres grandes". Stumptown tiene ventas anuales por cerca de USD 50 millones, mientras que Intelligencia y Counter Culture se acercan a los USD 15 millones anuales. Los tostadores de café como Dillanos y Gimme! Coffee son proveedores de segundo nivel, con ventas anuales sobre USD 10 millones. El resto de los proveedores de café son considerados de tercer nivel, con ventas por debajo de USD 5 millones anualmente.</p> <p>Estos tostadores artesanales se encuentran normalmente en grandes ciudades de Estados Unidos. como Nueva York, San Francisco, Portland y Seattle, lugares en donde las poblaciones y los ingresos son lo suficientemente altos como para sostener la demanda de café de alta calidad y precio alto. El alcance más allá de sus áreas metropolitanas normalmente se canaliza a través de canales al por menor en Internet, con clientes que realizan tanto compras puntuales de café como planes de suscripción, donde se entrega una bolsa de 12 onzas de café al consumidor cada una a cuatro semanas.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>La mayoría de los productos perecederos ya tienen canales de comercialización establecidos y el importador se basa en criterios de la demanda del mercado, así como en la calidad del producto. Los importadores planifican su compra teniendo en cuenta las promociones y temporadas, además del cumplimiento de los grados y estándares determinados por USDA para su comercialización.</p> <p>Los grandes supermercados en EE.UU., principales actores en el mercado de productos alimenticios, dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos, consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al mercado. Está ganando relevancia el certificado orgánico para muchos establecimientos.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Las importaciones de café verde representan casi la totalidad del consumo de Estados Unidos. Brasil y Colombia son los mayores proveedores de café verde a este país, siendo Guatemala, Indonesia, Vietnam y México importantes proveedores de café verde. Perú es el principal exportador de café orgánico verde a Estados Unidos, lo que lo posiciona ventajosamente para abordar el mercado de especialidad.</p> <p>El café que es importado en los Estados Unidos se clasifica en Arábica y Robusta siendo Brasil y Vietnam los países que más importan respectivamente. Perú se encuentra actualmente entre los principales importadores de café Arábica.</p> <p>El Perú ofrece condiciones favorables para la producción de café especial debido a los beneficios de su clima. El crecimiento del café orgánico en Estados Unidos también beneficiaría al producto peruano, siendo gran parte de las exportaciones peruanas consideradas orgánicas. Si se consigue tener una buena relación con SCAA que permita calificar al café peruano permitirá que los compradores puedan trabajar directamente con agricultores y exportadores peruanos.</p>

Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)
2021	Perú	187.264
2020	Perú	71.627
2019	Perú	104.925
2018	Perú	124.56
2017	Perú	102.301

Fuente: U.S. International Trade Commission

Puertos de entrada del producto peruano HTS 09012100:

Distrito	Total Valor FOB 2021 (US\$)
New York, NY	80.398
Minneapolis, MN	67.464
Detroit, MI	19.776
Seattle, WA	7.835
Miami, FL	6.871
Chicago, IL	4.92
Total:	187.264

Fuente: U.S. International Trade Commission

2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto

El panorama presentado por el Covid-19 forzó desde su inicio a la cancelación de ferias comerciales desde 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofreció viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas por el momento.



Por ello, las estrategias de promoción se enfocaron más en las herramientas digitales, abriendo espacio para talleres virtuales, ruedas de negocio en plataformas digitales, y coordinación de agendas en las Oficinas Comerciales a través de citas vía Skype y plataformas similares como Zoom o Google Meet, entre otras. No obstante, esto ha llevado a una saturación de eventos online desde la llegada de la pandemia, generando un escaso retorno en los resultados de este tipo de actividades durante los últimos meses. Poco a poco, van regresando las ferias presenciales que permitirán un acercamiento más directo al comprador, y el empresario estadounidense está demandando este tipo de actividades presenciales.

Las principales ferias del sector de alimentos naturales, gourmet y de café en Estados Unidos donde se podría posicionar el producto peruano incluyen:

- Hawaii Coffee Association 27th Annual Conference, Trade Show & 13th Statewide Cupping Competition. (May 19 & 21). <https://hawaiicoffeeassoc.org/page-1771716>
- Pacific Coast Coffee Association: Annual Convention (Olympic Valley, CA) <https://www.paccoffee.com/pcca-convention-seascape>
- RE:CO, the special coffee symposium. The Industry Stage for Leadership & Ideas. In person and online (Boston, April 6,7) <https://recosymposium.org/>



	<ul style="list-style-type: none">- Specialty Coffee Expo (Boston, April 8-10)- Sensory Summit 2022 (UC Davis, CA. May 20-22) https://sca.coffee/events/- Specialty Coffee Expo – (Portland, OR. 2023. April 20-23) https://sca.coffee/events/
--	--


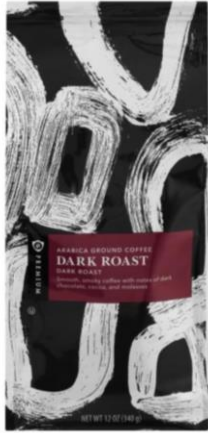
ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO



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
Trader Joe's	Bote	US\$9,99	Tostado en California	6 abril 2022	Marca Hills Bros. Original Blend. Café tostado molido envase de plástico de 24 oz, True Source Certified.	
Trader Joe's	Bolsa	US\$8,49	México, El Salvador, Honduras, Perú	6 abril 2022	Marca Trader Joe's Wake Up Blend de café molido de tostado medio. Variedad 100% Arábica. Sellos orgánico, comercio justo y Kosher.	

<p>Trader Joe's</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$6,49</p>	<p>Colombia, Honduras, Indonesia</p>	<p>6 abril 2022</p>	<p>Marca Joe de Trader Joe's. Café molido tostado de granos de variedad 100% arábica. Sello orgánico y certificado Fair Trade y Kosher. Tostado Medio. Cafeinado. Saco de 14 oz.</p>	
<p>Target</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$7,39</p>	<p>South America, Central America, Africa</p>	<p>5 abril 2022</p>	<p>Marca de Target, Good & Gather Signature. Three Region Blend. Tostado Medio de granos de variedad Arábica. Saco de 12 oz. Cafeinado. Sello orgánico y certificado Fair Trade.</p>	



<p>Target</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$12,99</p>	<p>Perú, Guatemala, Kenia, El Salvador, Etiopía. Tostado en Bellingham, Washington</p>	<p>5 abril 2022</p>	<p>Marca Tony's Coffee. Tostado medio UPLAND de granos 100% arábica orgánicos de 12 oz. Cafeinado. Sello Fair Trade.</p>	
<p>Target</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$8,89</p>	<p>Colombia. Tostado en New Orleans</p>	<p>5 abril 2022</p>	<p>Marca Folgers de café molido tostado Seda Rubia Bote de 22.6oz. Granos 100% Arábica. Cafeinado.</p>	

<p>Target</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$11,59</p>	<p>Indonesia & South America</p>	<p>5 abril 2022</p>	<p>Marca Kicking Horse Coffee Kick. Café de variedad arábica, molido y de tostado oscuro. Saco de 10 oz. Sello orgánico y certificado Fair Trade.</p>	
<p>Whole Foods Market</p>	<p>Bote</p>	<p>n/d</p>	<p>Made in Italy. (Mezcla de 9 orígenes de Arábica 100%)</p>	<p>5 abril 2022</p>	<p>Marca Illy. Tostado clásico de granos molidos Árabica 100%. 8.8 oz pot. Sellos BPA free, Kosher.</p>	

<p>Publix</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$11,39</p>	<p>Gavle (Suecia)</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca sueca Gëvalia, conocida por su calidad y artesanía. Granos de planta Arábica 100% tostados lentamente para mantener el sabor y aroma. Saco de 12 oz</p>	
<p>Publix</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$11,39</p>	<p>Tostado y empaquetado en Canadá</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca Publix Premium Coffee. Café negro y amargo con notas de chocolate amargo, cacao y melaza. .Café Arábica 100%. Garantía de satisfacción de Publix. Saco de 12 oz</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$12,98</p>	<p>Tostado en EE.UU. (Maryland)</p>	<p>23 marzo 2022</p>	<p>Marca Eight O'Clock Tostado Francés. Notas de vino y un aroma rico y elegante con un acabado de cuerpo entero.saco 24oz. Certificado Kosher.</p>	
<p>Sam's Club</p>	<p>Bolsa</p>	<p>US\$10,32</p>	<p>Jamaica & EEUU</p>	<p>6 abril 2022</p>	<p>Marca Cameron's specialty Coffee. Jamaica Blue Mountain Blend. Tostado medio-oscuro de variedad 100% arábica. Saco de 32 oz.</p>	

<p>Sam's Club</p>	<p>Bote</p>	<p>US\$11.98</p>	<p>Colombia</p>	<p>6 abril 2022</p>	<p>Marca Member's Mark, café molido de tostado medio, variedad 100% arábica. bote de 48 oz. Certificado OU</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Caja</p>	<p>US\$32,99</p>	<p>Central & South America</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca Caribou Coffee, 40 cápsulas K-cup para máquinas Keurig, sabores variados, cápsulas reciclables. Certificados Orthodox Union Kosher y Rain Forest Alliance.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Caja</p>	<p>US\$49,99</p>	<p>Brasil & Colombia</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca Black Rifle Coffee, 49 cápsulas variadas para máquinas Keurig. Compañía creada y operada por veteranos de guerra.</p>	

<p>Amazon.com</p>	<p>Caja</p>	<p>US\$18,00</p>	<p>Hecho en EE.UU.</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca Thompson's Healthy Bean, 12 cápsulas reciclables de café orgánico de baja acidez, libre de micotoxinas y moho, semitostado. Certificado orgánico. Infusionado con superfoods (matcha, chía, rooibos), alto en antioxidantes.</p>	
<p>Amazon.com</p>	<p>Combo</p>	<p>US\$38,99</p>	<p>Hecho en España</p>	<p>5 mayo 2022</p>	<p>Marca Bestpresso, 120 cápsulas (6 cajas con 20 cápsulas cada una) de diferentes variedades, compatibles con máquinas Nespresso. Certificación Kosher</p>	

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