



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

ICC 109-8

14 septiembre 2012
Original: inglés

C

Consejo Internacional del Café
109^o período de sesiones
24 – 28 septiembre 2012
Londres, Reino Unido

**Tendencias en el consumo de café en
determinados países importadores**

Antecedentes

1. De conformidad con lo dispuesto en el Acuerdo Internacional del Café de 2007, la Organización Internacional del Café facilitará “la expansión y transparencia del comercio internacional en todos los tipos y formas de café” y “promoverá la realización de estudios, encuestas, informes técnicos y otros documentos relativos a aspectos pertinentes del sector cafetero”.
2. Teniendo en cuenta esas disposiciones, el programa de actividades de la Organización para el año cafetero 2011/12 (documento ICC-107-19) incluye la preparación de un estudio de tendencias en el consumo de café. En este documento figura un análisis de las tendencias en el consumo de café en determinados países importadores.

Medidas que se solicitan

Se pide al Consejo que tome nota de este documento.

TENDENCIAS EN EL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

INTRODUCCIÓN

1. Este documento complementa dos estudios anteriores sobre tendencias en el consumo de café en determinados países importadores (documentos ICC-107-11 e ICC-108-1), que han sido también actualizados para que incluyan datos relativos a 2011 y ampliados de modo que incluyan información adicional sobre puntos de compra (tanto en el consumo en la casa como en el de fuera de la casa) y ventas de café en cápsulas. En el estudio se abarcan los siguientes puntos:

- I. Importaciones y consumo de café
- II. Formas de consumo de café (tostado o soluble; en cápsulas o de otra forma)
- III. Localización de la compra y el consumo de café (fuera de la casa o en la casa; por lugar: tiendas, cadenas, etc.)

2. Para el análisis se usó una base de datos de investigación de mercado de Euromonitor International¹. El estudio abarca el período de 1997 a 2011, si bien para algunas categorías solo hay datos relativos a períodos más cortos. Se seleccionaron para el análisis los 21 países importadores siguientes: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, los EE UU, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Japón, Noruega, los Países Bajos, Polonia, Portugal, el Reino Unido, Rusia, Suecia, Suiza, Turquía y Ucrania.

3. La metodología que se usa en este estudio consiste en tomar el porcentaje de las diversas formas de consumo de café en relación con el consumo total como se indica en la investigación de mercado efectuada por Euromonitor International. Esos porcentajes se aplican después al volumen total de consumo de cada país registrado por la OIC. Los datos sobre consumo se convierten en grano verde equivalente (GBE) usando los coeficientes de conversión de la OIC². Los datos de Euromonitor sobre las diferentes formas de consumo se convierten también en grano verde equivalente para obtener los respectivos porcentajes, que se aplican después a los datos de la OIC. Cabe señalar también que, si bien el concepto de la OIC de consumo se refiere a todas las formas de café, para los fines de este estudio, y debido a limitaciones en los datos de que se dispone, los datos de consumo registrados por la OIC se interpretarán como consumo de café procesado.

¹ La información sobre estructuras del mercado fue obtenida de la base de datos de Euromonitor International, una empresa privada especializada en estudios de investigación de mercado.

² Para encontrar el equivalente del café tostado en café verde, multiplíquese el peso neto del café tostado por 1,19. Para encontrar el equivalente de café soluble en café verde, multiplíquese el peso neto del café soluble por 2,6 (véase el Anexo del documento ED-2123/11).

I. IMPORTACIONES Y CONSUMO DE CAFÉ

I.1 Consumo e importaciones

4. El consumo medio anual de los países importadores seleccionados entre 1997 y 2011 fue de 69,1 millones de sacos, lo que representó el 58,1% del consumo total mundial y el 79,5% del consumo de todos los países importadores (Anexo I). Cabe señalar, sin embargo, que, a medida que el consumo aumentó en los mercados emergentes y en los países productores de café, el porcentaje correspondiente a los 21 países seleccionados en el consumo total mundial descendió del 63,2% en 1997 al 53,4% en 2011. Los mayores países consumidores del grupo fueron los EE UU, Alemania, Japón, Italia y Francia. El consumo medio de los EE UU fue de 20,3 millones de sacos, lo que representó el 17% del consumo total mundial y el 23,3% del consumo de todos los países importadores. Alemania consumió por término medio 9,3 millones de sacos, lo que representó el 7,8% y el 10,7% respectivamente. El consumo medio del Japón fue de 6,8 millones de sacos, lo que representó el 5,8% del consumo total mundial y el 7,9% del consumo de todos los países importadores. Italia y Francia consumieron por término medio 5,4 millones de sacos cada una, lo que representó, respectivamente, el 4,5% y el 4,6% del consumo mundial y el 6,2% cada una del consumo de todos los países importadores.

5. En la mayor parte de esos países el consumo medio por habitante (Anexo II) fue relativamente elevado, en especial en Finlandia (11,7 kg/año), Noruega (9,4 kg), Dinamarca (8,9 kg), Suecia (8,1 kg), Suiza (7,4 kg), Alemania (6,8 kg), Austria (6,8 kg), Bélgica (6,4 kg) y los Países Bajos (6,3 kg). El consumo por habitante en Italia y Francia fue de 5,6 kg y 5,4 kg respectivamente. Países importadores con un consumo medio por habitante relativamente bajo fueron el Reino Unido (2,6 kg), Rusia (1,2 kg), Ucrania (1 kg) y Turquía (0,4 kg).

6. Las importaciones efectuadas por término medio por los países importadores seleccionados en el período estudiado fueron de 92,1 millones de sacos, lo que representó el 77,9% del total de las importaciones mundiales (Anexo III). Los mayores países importadores fueron los EE UU (23,1 millones de sacos por término medio), Alemania (17 millones), Italia (7,1 millones), Japón (7 millones) y Francia (6,5 millones). Bélgica y España importaron por término medio 4,3 millones cada una, seguidas del Reino Unido (3,5 millones de sacos) y Rusia (3,1 millones de sacos). Aparte de los Países Bajos y Polonia, que importaron por término medio 2,9 y 2,7 millones de sacos respectivamente, los demás países importaron por término medio menos de 2 millones de sacos.

I.2 Origen de las importaciones de determinados países importadores

7. El Anexo IV muestra los cinco orígenes principales del café que se consumió en los países importadores seleccionados. Los porcentajes que se muestran en el análisis que sigue reflejan el porcentaje de esos orígenes en el total de importaciones del país importador.

8. Los cinco orígenes principales de las importaciones efectuadas por **Austria**, que representaron el 66,9% del total de importaciones, fueron reexportaciones de Alemania (26,6% del total de importaciones) y de Italia (5,1%), e importaciones procedentes del Brasil (18,8%), Viet Nam (10,2%) y Colombia (6,2%).

9. **Bélgica** importó por término medio 4,3 millones de sacos al año procedentes de cinco orígenes principales, que fueron Brasil (19,7%), Viet Nam (10,1%), Alemania (8,7%), Francia (7,5%) y Colombia (7,2%). Las importaciones procedentes de los tres países exportadores representaron el 37% del total, frente al 16,2% procedente de reexportaciones de dos países importadores (Alemania y Francia).

10. Las importaciones efectuadas por término medio al año por **Dinamarca** fueron de un poco más de un millón de sacos, de los cuales los cinco principales países representaron el 66,9%. El 43,5% del total de importaciones procedió de tres países exportadores, y el 23,5% procedió de reexportaciones. Los principales orígenes de las importaciones de Dinamarca fueron Brasil (30,1%), Suecia (12,3%), Alemania (11,2%), Colombia (9,4%) y Viet Nam (3,9%).

11. Las importaciones de **Finlandia** fueron por término medio de 1,2 millones de sacos al año, y los principales abastecedores fueron Brasil (37% del total de importaciones), Colombia (16%), Guatemala (7,2%), Kenya (4,6%) y Honduras (4,3%). Los cinco principales abastecedores de Finlandia fueron países exportadores, que representaron el 69,1% del total de importaciones de ese país.

12. En **Francia** hubo una amplia gama de orígenes de las importaciones, dado que los cinco principales orígenes representaron tan solo el 52,7% del total de importaciones, incluyendo países exportadores (31,8%) y reexportaciones de países importadores (20,9%). Los tres principales países exportadores, Brasil, Viet Nam y Colombia, representaron el 16,1%, el 10,2% y el 5,5% respectivamente, mientras que los otros principales orígenes de las importaciones de Francia fueron Alemania (10,7%) y Bélgica (10,3%).

13. Los cinco principales orígenes de las importaciones efectuadas por **Alemania** representaron el 60% del total de importaciones y fueron Brasil (26,5%), Viet Nam (13,8%), Colombia (8,4%), Indonesia (6%) y Perú (5,3%). Los cinco principales abastecedores de Alemania fueron países exportadores.

14. Las importaciones de **Grecia** fueron por término medio de 930.000 sacos, y los cinco principales abastecedores, que fueron Brasil (32,6%), Côte d'Ivoire (21,9%), España (10,1%), Alemania (8,6%) e Italia (6,1%), representaron el 79,2% del total de importaciones.

15. Los cinco principales abastecedores de **Italia**, que por término medio representaron el 65% del total de las importaciones de ese país, fueron todos países exportadores: Brasil (30,9%), Viet Nam (14,1%), la India (10,3%), Indonesia (5,1%) y Camerún (4,6%).

16. Los cinco principales abastecedores del **Japón** fueron Brasil (28% del total de importaciones), Colombia (19%), Indonesia (14,8%), Viet Nam (8,3%) y Guatemala (6,9%). Esos cinco países exportadores representaron por término medio el 76,9% del total de importaciones de Japón.

17. Las importaciones de los **Países Bajos** fueron por término medio de 2,9 millones al año en el período estudiado. Los cinco principales abastecedores fueron Alemania (16,3% del total de importaciones), Brasil (15,3%), Bélgica (14,6%), Viet Nam (7,3%) y Colombia (6,6%).

18. Los cinco principales orígenes de las importaciones de **Noruega** representaron el 72,2% del total, y el 68,6% de ese total procedió de cuatro países exportadores. Los cinco principales abastecedores fueron Brasil (36,9%), Colombia (19,4%), Guatemala (8,7%), Suiza (3,6%) y México (3,6%).

19. **Polonia** importó 2,7 millones de sacos al año por término medio. Los cinco principales orígenes fueron Alemania (22,8% del total de importaciones), Viet Nam (20,4%), Indonesia (8,3%), Uganda (5,5%) y Brasil (5,3%).

20. En el período del análisis, las importaciones anuales de **Portugal** fueron por término medio de 855.000 sacos y procedieron de cinco principales orígenes: España (14,8% del total de importaciones), Brasil (12,6%), Viet Nam (9,6%), Uganda (8,5%) y Côte d'Ivoire (7,4%).

21. Los cinco principales orígenes de las importaciones de **Rusia** fueron la India (23,3% del total de importaciones), Brasil (16,8%), Alemania (13,6%), Viet Nam (6,9%) e Indonesia (3,1%). El total de importaciones efectuadas por término medio en el período estudiado fue de 3,1 millones de sacos.

22. De los 4,3 millones de sacos que importó al año por término medio **España** en el período estudiado, el 67,9% procedió de cinco principales abastecedores, que fueron Viet Nam (27,2%), Brasil (18,3%), Uganda (9,3%), Alemania (6,9%) y Colombia (6,3%).

23. **Suecia** importó por término medio 1,6 millones de sacos al año, de los cuales Brasil representó el 43,2%, seguido de Colombia (17,6%), Perú (7,3%), Kenya (6,4%) y Guatemala (4,3%). Los cinco principales orígenes representaron el 78,8% del total de importaciones del país.

24. **Suiza** importó 1,6 millones de sacos al año por término medio entre 1997 y 2011. Los cinco principales abastecedores fueron países productores de café: Brasil (22,7% del total de importaciones), Colombia (11,1%), la India (6,4%), Viet Nam (5,4%) y Guatemala (5,3%).

25. **Turquía** importó solo 425.000 sacos al año, el 79,5% de los cuales provino de cinco principales abastecedores: Brasil (50,9%), España (13,8%), Suiza (6,5%), Alemania (4,6%) y Tailandia (3,8%).

26. Las importaciones de **Ucrania**, que fueron por término medio de 818.000 sacos al año, procedieron principalmente de Brasil (22%), Alemania (20,8%), la India (8,9%), Polonia (7%) y Rusia (6%).

27. Los cinco principales orígenes de las importaciones del **Reino Unido** fueron Viet Nam (14% del total de importaciones), Alemania (13,9), Brasil (11,7%), Colombia (9,6%) y los Países Bajos (7,4%). El promedio anual de las importaciones efectuadas en el período estudiado fue de 3,5 millones de sacos.

28. Los cinco principales abastecedores de los **EE UU**, el mayor país importador de café, fueron Brasil (21,2% del total de importaciones), Colombia (16%), Viet Nam (10,9%), México (9,9%) y Guatemala (7,8%). Los cinco abastecedores principales fueron países exportadores y representaron el 65,7% del total de importaciones de ese país.

II. FORMAS DE CONSUMO DE CAFÉ

29. Cuando se convirtieron los datos de Euromonitor en grano verde equivalente, aparecieron algunas discrepancias con los datos de la OIC sobre consumo (Anexo V). En el cuadro, una diferencia positiva significa que la cifra de la OIC es más alta que la de Euromonitor y viceversa. Los resultados del presente estudio, por lo tanto, deberán ser interpretados con cautela y vistos solamente como indicación de tendencias en formas particulares de consumo de café. No obstante, la diferencia entre los dos conjuntos de datos es relativamente reducida en la mayor parte de los países abarcados.

30. El Anexo VI muestra la estructura del consumo como lo indican los porcentajes relativos de café tostado y café soluble en los países importadores seleccionados. Además, los cuadros del Anexo VI muestran el uso de cápsulas³ y la forma corriente de café tostado para la preparación de bebidas de café.

31. El consumo anual de café tostado en **Austria** en el período estudiado fue por término medio de 783.000 sacos, y el consumo de café soluble fue por término medio de 143.000 sacos. El porcentaje de café tostado en el consumo total fue del 84,5%, en comparación con tan solo el 15,5% de café soluble. El porcentaje de café soluble en el consumo total de Austria aumentó ligeramente a partir de 1997, si bien hubo algunos descensos sin importancia a partir de 2009. El uso de cápsulas tuvo un aumento rápido y representó el 6,2% del consumo total de café en 2011.

32. **Bélgica**, aunque importó más de cuatro millones de sacos al año, tuvo un consumo neto anual por término medio de 1,1 millones de sacos, de los cuales 995.000 fueron de café tostado (89,4% del total) y solo 118.000 de café soluble (10,6%). El porcentaje de café soluble en el consumo total aumentó ligeramente en los últimos años y pasó del 8,9% en 1997 al 11,8% en 2011. Quedó bien establecido el uso de cápsulas en la preparación del café que se consumió en la casa y el porcentaje de mercado aumentó de forma sustancial y pasó del 4,1% en 2004 al 15% en 2011.

33. El café tostado representó el 94,3% del consumo total de café en **Dinamarca**, frente a tan solo el 5,7% de café soluble. Entre 1997 y 2011 el volumen medio de consumo fue de 753.000 sacos de café tostado, frente a 45.000 de café soluble. Cabe señalar, sin embargo, que el consumo de café soluble aumentó considerablemente y representó el 9,1% del total en 2011, frente al 2,8% en 1997. Las cápsulas de café constituyen aún un porcentaje muy pequeño del mercado total (1% en 2011).

34. El consumo anual de **Finlandia** por término medio fue de un poco más de un millón de sacos, que comprendieron 984.000 sacos (96,1%) de café tostado y solo 40.000 sacos (3,9%) de café soluble. El porcentaje de café soluble en el consumo total fue relativamente estable y, tras haber descendido a menos del 4% de 2004 a 2010, se recuperó ligeramente en 2011. Según los datos de que se dispone, todo el café preparado en la casa fue en forma de café tostado y no se registró ningún uso de cápsulas de café.

³ *Euromonitor define las cápsulas de café como porciones de café fresco molido encapsuladas en un envase (metal, plástico o papel), que se usan en máquinas especiales de baja presión y solo sirven para una vez. Las cápsulas de café solo pueden usarse habitualmente en un tipo de máquina. Cada cápsula de café produce una, o a veces dos, porciones de café, y después la cápsula se desecha. Para los fines de este estudio, se supone que todas las cápsulas se consumen en la casa.*

35. En **Francia** el café se consumió principalmente en forma de café tostado, que representó alrededor de 4,6 millones de sacos (85,9%) de entre un consumo total de 5,4 millones de sacos. El consumo medio de café soluble fue tan solo de 760.000 sacos en el período estudiado, lo que representó el 14,1% del mercado. No obstante, el porcentaje de café soluble aumentó en los últimos años y pasó del 12,2% en 1997 al 14,5% en 2011. El uso de cápsulas de café se generalizó y tuvo un aumento rápido, ya que representó el 15,9% del consumo total en 2011 frente al 4,1% en 2004.

36. El consumo por término medio de café tostado en **Alemania** fue de 7,3 millones de sacos, frente a 1,9 millones de sacos de café soluble. El consumo de café estuvo, por tanto, dominado por el uso de café tostado, que representó el 79% del total. No obstante, el porcentaje de café soluble en el consumo total aumentó del 13% en 1997 al 25,7% en 2011⁴. El uso de cápsulas de café en el consumo en la casa aumentó a un ritmo rápido (37% al año) y el porcentaje de este segmento en el mercado total pasó del 0,7% en 2004 al 6,9% en 2011.

37. **Grecia** tuvo un consumo anual de café por término medio de 841.000 sacos, que comprendieron 359.000 sacos de café tostado (42,6% del total) y 483.000 sacos (57,4%) de café soluble. Si bien el café soluble fue la forma dominante de consumo en el período estudiado, el porcentaje de mercado de esa forma descendió considerablemente, ya que pasó del 64,9% en 1997 al 49% en 2011, y ese descenso podría estar vinculado al constante aumento del consumo en la casa en ese país. El uso de cápsulas de café fue insignificante y representó justo el 0,2% del consumo total.

38. El café tostado fue a mucha distancia la forma preferida de consumo de café en **Italia**, de 5,1 millones de sacos al año por término medio en el período estudiado, lo que representó un 94,1% frente al 5,9% de café soluble. No obstante, el porcentaje de café soluble en el consumo total aumentó del 4,3% en 1997 al 7,9% en 2011. El uso de cápsulas para preparar café en la casa, aunque aumentó a ritmo rápido, fue todavía limitado y representó tan solo el 2,7% del consumo en 2011.

39. El consumo anual de café por término medio en **Japón** fue de alrededor de 6,8 millones de sacos, que comprendieron 4,4 millones de sacos de café tostado y 2,4 millones de café soluble. El café tostado fue la forma de consumo más extendida y representó el 64,4% del consumo del país en comparación con el 35,6% de café soluble. El porcentaje de café soluble descendió del 38,4% en 1997 al 32,6% en 2011. El uso de cápsulas fue todavía muy limitado y el porcentaje fue de tan solo el 0,3% en 2011.

⁴ El porcentaje del café soluble en el mercado alemán que indica Euromonitor es considerablemente más elevado que el que indican otras fuentes. La OIC está efectuando consultas con Euromonitor acerca de la metodología usada para la recopilación de datos en Alemania.

40. El consumo medio de café al año de los **Países Bajos** fue de 1,7 millones de sacos, de los cuales el 85,1% fue café tostado y el 14,9% café soluble. El porcentaje de café soluble aumentó entre 1997 y 2003, cuando representó el 17% del consumo total, pero después descendió al 12,4% en 2011. El porcentaje del uso de cápsulas en el consumo de café aumentó considerablemente, ya que pasó del 12,9% en 2004 al 21,9% en 2011.

41. El café tostado fue la forma dominante de consumo de café en **Noruega** y representó el 93,5% del consumo nacional, frente a tan solo el 6,5% del café soluble. No obstante, el porcentaje de café tostado descendió del 96,1% en 1997 al 90,9% en 2011, mientras que aumentó el uso del soluble. El uso de cápsulas de café fue aún limitado y representó tan solo el 1% del consumo total en 2011.

42. El consumo medio anual de café en **Polonia** se situó ligeramente por encima de dos millones de sacos. El café tostado representó el 61,2% del consumo nacional frente al 38,8% de café soluble. El consumo de café soluble aumentó de forma constante, sin embargo, y llegó a ser el 42% del total en 2011 frente al 32% en 1997. El uso de cápsulas de café representó tan solo el 0,4% del consumo total en 2011.

43. **Portugal** tuvo un consumo anual de justo por debajo de 700.000 sacos de café. El consumo de café tostado representó el 85,3% del total del consumo nacional frente al 14,7% de café soluble. No obstante, el porcentaje de café tostado en el consumo total descendió del 89,3% en 1997 al 82,6% en 2011. En cambio, el uso de cápsulas de café aumentó con rapidez y pasó del 0,2% en 2004 al 11,7% en 2011.

44. **Rusia** fue el país consumidor de café más importante de entre los mercados emergentes. El consumo medio fue de alrededor de tres millones de sacos en el período estudiado. La forma dominante de consumo siguió siendo la de café soluble, que representó el 86,1% del consumo, es decir, 2,6 millones de sacos frente a 414.000 sacos (13,9%) de café tostado. No obstante, el porcentaje de café tostado aumentó considerablemente, ya que pasó del 5,9% en 1997 al 19,4% en 2011. El uso de cápsulas de café todavía representó una proporción insignificante del consumo total.

45. El consumo de café en **España** fue por término medio de 3,1 millones de sacos entre 1997 y 2011. El café tostado representó 2,5 millones de sacos (82,4%) del consumo nacional, frente a 537.000 sacos (17,6%) de café soluble. El porcentaje de esas dos formas de café en el consumo total no cambió en general en todo el período estudiado. El uso de cápsulas de café fue todavía relativamente bajo, pero aumentó del 0,5% en 2004 al 2,6% en 2011.

46. El café tostado fue la forma dominante de consumo en **Suecia** y representó por término medio el 94,5% del total, frente al 5,5% del soluble. El consumo medio al año fue de 1,22 millones de sacos, que comprendieron 1,15 millones de café tostado y solo 67.000 de café soluble. El consumo de café soluble aumentó ligeramente y pasó del 4,9% del consumo nacional en 1997 al 6% en 2011. El uso de cápsulas representó solo el 0,5% del consumo total de café en 2011.

47. **Suiza** tuvo un consumo medio de café al año de 907.000 sacos, que comprendieron 793.000 sacos de café tostado y 114.000 sacos de café soluble. El café tostado fue la forma dominante del café que se consumió, con un porcentaje del 87,4% frente al 12,6% del café soluble. La proporción de café soluble descendió con lentitud en todo el período, ya que pasó del 13,7% en 1997 al 11,4% en 2011. El uso de cápsulas de café aumentó considerablemente, ya que pasó del 2% en 2004 al 8,7% en 2011.

48. **Turquía** tiene una gran población que se calcula es de 72,6 millones de habitantes, pero un bajo volumen de consumo de café, de justo 415.000 sacos al año por término medio. El café soluble representó el 83,9% del consumo nacional frente al 16,1% del café tostado. La proporción de café tostado en el consumo nacional descendió marcadamente, ya que pasó del 32,5% en 1997 al 8,2% en 2011. En los datos de que se dispone no se había registrado ningún uso de cápsulas de café.

49. El consumo de café en **Ucrania** fue por término medio de justo por encima de 789.000 sacos, que comprendieron 113.000 sacos de café tostado y 675.000 sacos de café soluble. El café soluble fue la forma dominante de consumo y representó el 85,6% del consumo nacional frente al 14,4% del café tostado. El porcentaje de café soluble aumentó y pasó del 83% en 1997 al 88,2% en 2011. No se registró ningún uso de cápsulas en la preparación de café.

50. El **Reino Unido** tuvo un consumo medio de 2,6 millones de sacos, la mayor parte en forma de café soluble (79,4% del total), mientras que el otro 20,6% se consumió en forma de café tostado. No obstante, se registró un crecimiento positivo en el consumo de café tostado en el período estudiado, dado que el porcentaje que le correspondió en el consumo nacional aumentó del 15,8% en 1997 al 25,3% en 2011. El uso de cápsulas aumentó, pero representó tan solo el 1% del consumo total en 2011.

51. Los **EE UU** fueron, a mucha distancia, el mayor país consumidor de café del mundo de entre los países importadores, con un consumo medio al año de 20,3 millones de sacos. El café tostado fue la forma dominante del café que se consumió y representó 18,5 millones de sacos (91,5% del total) frente a tan solo 1,7 millones de sacos (8,5%) de café soluble.

La proporción de café soluble en el consumo total descendió del 12,8% en 1997 al 5,5% en 2011, quizá como resultado del crecimiento de mercados especializados en los que predomina el café tostado. El uso de cápsulas de café fue aún limitado pero creció a un ritmo rápido y representó el 1,6% del consumo total en 2011.

III. LOCALIZACIÓN DE LA COMPRA Y EL CONSUMO DE CAFÉ

52. Usando la metodología que se ha descrito pudo determinarse el volumen de café que se consumió en la casa y fuera de la casa. El **consumo fuera de la casa** comprende el café que se consumió en lugares comerciales tales como restaurantes, cafés bares, kioscos de café, máquinas expendedoras y demás. Los datos de Euromonitor dividen además el consumo fuera de la casa por cadenas y otros lugares. Las **cadenas de café** se definen como puntos de venta centrados principalmente en servir café y en los que el café es el artículo principal y se ofrece una gran variedad de distintos tipos de café y de productos relacionados con el café. Esas bebidas se venden por sí solas o con pasteles, tartas y sandwiches para consumo en el establecimiento o fuera de él. Esos puntos de venta están en la actualidad añadiendo una gama más amplia de artículos alimenticios tales como ensaladas y otros refrigerios. Ofrecen habitualmente platos para llevar y tienen un ambiente moderno y decorado de diseñador. Las operaciones de servicio alimenticio en cadena tienen como mínimo 10 puntos de venta de marca. Los **otros lugares** se refieren a cualquier otra localización que no sean las cadenas y en el que también se consume café. En esta sección también se ofrece un análisis del punto de compra de café para **consumo en la casa**, dividido en **venta en tiendas**, que comprende tiendas que venden con descuento, supermercados, hipermercados, tiendas de la esquina que venden de todo, pequeñas tiendas de comestibles independientes, tiendas de garaje y otras tiendas de comestibles y **minoristas no de comestibles**, que comprenden operaciones de venta, compras desde la casa, ventas por Internet y ventas directas. En el Anexo VII figuran cuadros relativos a lugares de consumo y puntos de compra en todos los países importadores seleccionados entre 1997 y 2011.

53. En **Austria**, el consumo en la casa representó 837.000 sacos (90,3%) del consumo total entre 1997 y 2011, frente a 89.000 sacos (9,7%) de consumo fuera de la casa. El consumo fuera de la casa aumentó a un ritmo constante en todo el período, sin embargo, y pasó del 8% en 1997 al 12,1% en 2011. Solo el 0,5% del consumo total se hizo en establecimientos en cadena, frente al 9,2% en otros lugares fuera de la casa. El café que se consumió en la casa fue comprado en su mayor parte en tiendas (90,2% del consumo total), aunque el porcentaje de comercio de minoristas no de comestibles, que no existía al comienzo del período, aumentó al 0,4% en 2011.

54. Alrededor del 79,1% del consumo de café en **Bélgica** fue consumo en la casa, mientras que el consumo fuera de la casa representó el 20,9%, es decir, una media de 880.000 sacos de café se consumieron en la casa frente a 233.000 sacos fuera de la casa. El aumento en el consumo fuera de la casa que se registró en los primeros años del período estudiado se invirtió en los últimos años. La proporción del consumo fuera de la casa aumentó del 19,8% en 1997 al 22,8% en 2002 y descendió al 18% en 2011. En 2011 las cadenas representaron el 0,3% del consumo total, mientras que la proporción de otros lugares fuera de la casa fue del 17,8%. Por término medio el 74,2% de todo el café que se consumió fue comprado en tiendas, mientras que una proporción excepcionalmente elevada, del 4,9%, fue comprada en puntos de venta de artículos no comestibles.

55. En **Dinamarca**, el consumo en la casa y fuera de la casa fue por término medio del 79,8% y del 20,2% respectivamente. El volumen del consumo en la casa fue por término medio de 638.000 sacos, frente a un consumo fuera de la casa de 161.000 sacos. El consumo en la casa descendió del 83,5% en 1997 al 78,3% en 2011 en favor del consumo fuera de la casa. En 2011 los establecimientos en cadenas de café tenían un porcentaje minúsculo del mercado y representaban el 0,1% del consumo total frente al 21,6% de otros lugares fuera de la casa. El café comprado en tiendas representó el 75,7% del consumo total, frente al porcentaje significativo del 4,1% vendido en comercio de artículos no comestibles.

56. El consumo en la casa representó el 88,1% del consumo nacional en **Finlandia** frente al 11,9% del consumo fuera de la casa. Dicho de otro modo, de un volumen anual de consumo por término medio de un poco más de un millón de sacos, 902.000 sacos se consumieron en la casa y 122.000 sacos fuera de la casa. La proporción del consumo fuera de la casa descendió ligeramente, del 89,4% en 1997 al 87,9% en 2011. Casi todo el café que se consumió en la casa fue comprado en tiendas (lo que representó el 88% del consumo total). Las cadenas de café no tuvieron una presencia general en el mercado de Finlandia, y solo les correspondió el 0,1% del consumo fuera de la casa frente al 11,8% de otros lugares.

57. En **Francia** se consumieron en la casa por término medio 4,3 millones de sacos en el período estudiado, lo que representó el 79,3% del consumo total frente al 1,1 millones del consumo fuera de la casa (20,7%). El consumo fuera de la casa mantuvo una proporción constante del mercado, de alrededor del 21%, entre 1997 y 2007, pero descendió en los años siguientes, quizá como resultado de la crisis económica, y fue del 19,2% en 2011. Las cadenas representaron el 0,5% del consumo total, mientras que el 20,2% se consumió fuera de la casa en otros puntos de venta. El café comprado en tiendas representó el 79,5% del consumo total y el porcentaje de compras en comercio de artículos no comestibles fue pequeño pero aumentó (1,3% del total en 2011).

58. Por término medio el consumo en la casa en **Alemania** fue de 7,8 millones de sacos, lo que representó el 84,3% del consumo total frente a 1,5 millones de sacos (15,7%) de consumo fuera de la casa. Los porcentajes relativos del consumo en la casa y fuera de la casa permanecieron estables en casi todo el período del análisis, si bien las cifras de 2010 y 2011 mostraron un ligero aumento en el consumo fuera de la casa. El porcentaje de mercado de las cadenas de café fue aun pequeño (0,5% del consumo total), mientras que otros lugares fuera de la casa representaron el 15,2%. Por término medio las tiendas fueron el punto de venta predominante del consumo fuera de la casa, pero la proporción de compras en comercio de artículos no comestibles aumentó del 0,4% al 2,6% entre 1997 y 2011.

59. En **Grecia** el consumo en la casa aumentó de forma constante y pasó del 57,6% en 1997 al 68,5% en 2011, en perjuicio del consumo fuera de la casa, que descendió del 42,4% al 31,5% en el mismo período. El volumen del consumo en la casa fue por término medio de 526.000 sacos, frente al consumo fuera de la casa de 315.000 sacos. En el período hubo un cambio gradual hacia el consumo en la casa; por lo tanto este fenómeno no parece ser directamente atribuible a la turbulencia económica más reciente, pero sí parece haber exacerbado la tendencia, dado que el consumo fuera de la casa descendió marcadamente en 2010 y 2011. No obstante, el consumo fuera de la casa todavía representó un porcentaje importante del total en comparación con muchos otros países importadores, y las cadenas de café representaron el 2,7% del consumo fuera de la casa en 2011. Todo el café del consumo en la casa fue comprado en tiendas.

60. En **Italia** el consumo de café en la casa fue por término medio de alrededor de 4 millones de sacos, lo que representó el 73,1% del consumo total en el período estudiado. El volumen medio del consumo fuera de la casa fue de casi 1,5 millones de sacos (26,9%). El consumo fuera de la casa descendió y pasó del 30,3% en 1997 al 23,4% en 2011, mientras que las cadenas representaron solo el 0,6% del consumo total. Casi todo el café consumido en la casa fue comprado en tiendas.

61. **Japón** estuvo entre los países con altos niveles relativos de consumo de café fuera de la casa, que fue por término medio de 2,4 millones de sacos, lo que representó el 35,2% del total. Es más, el consumo fuera de la casa aumentó del 34,7% en 1997 al 37,1% en 2011. El consumo en cadenas de café fue de los más elevados de los países seleccionados y representó el 7,2% del consumo total. El consumo en la casa fue de 4,4 millones de sacos (64,8%) en el mismo período, la mayor parte comprado en tiendas, aunque el comercio de artículos no comestibles mantuvo un porcentaje constante de entre el 3,2% y el 4% durante todo el período.

62. En los **Países Bajos** el consumo en la casa fue por término medio de 1,3 millones de sacos al año entre 1997 y 2011; esto representó el 74,1% del total nacional, frente a un consumo fuera de la casa de 442.000 sacos que representó el 25,9%. El consumo fuera de la casa en los Países Bajos se mantuvo firme de 1997 a 2003, pero descendió considerablemente desde entonces y representó solo el 21,4% del total en 2011. El porcentaje de cadenas de café en el consumo total aumentó marcadamente de 1997 a 2008, pero en los últimos años no cambió y se mantuvo en el 1,1%. Las compras en tiendas representaron el 73,5% del consumo, y el porcentaje de ventas en comercio de artículos no comestibles aumentó durante el período y llegó al 5,2% en 2011.

63. En **Noruega** el consumo de café en la casa fue de 560.000 sacos (77,6% del total), frente a un consumo fuera de la casa de 161.000 sacos (22,4%). El porcentaje del consumo fuera de la casa aumentó del 20,9% en 1997 al 24,4% en 2011; no obstante, las cadenas todavía tuvieron un porcentaje muy pequeño del mercado (0,2% en 2011). Todo el café consumido en la casa fue comprado en tiendas.

64. En **Polonia** el porcentaje del consumo de café en la casa fue por término medio de 1,9 millones de sacos (94,4% del total), frente a un consumo fuera de la casa de solo 113.000 sacos (5,6%). El porcentaje del consumo fuera de la casa aumentó, sin embargo, del 4,2% en 1997 al 7,1% en 2011. El consumo en cadenas de café representó solo el 0,1% del consumo total y los puntos de venta independientes representaron el 7% restante en 2011. Casi el 90% del café consumido fue comprado en tiendas, aunque el porcentaje de ventas en comercio de artículos no comestibles aumentó y llegó al 3%.

65. En **Portugal** el consumo de café fuera de la casa fue la forma dominante y representó 420.000 sacos (60,3%) del consumo nacional frente a un consumo en la casa de 276.000 sacos (39,7%). Portugal fue por tanto uno de los pocos países importadores de café en que el café se consumió en general fuera de la casa. No obstante, el predominio del consumo fuera de la casa descendió en el período estudiado y pasó del 64,7% en 1997 al 53,1% en 2011. La mayor parte del consumo fuera de la casa se hizo en tiendas independientes (57,7% del total), aunque el porcentaje de las cadenas aumentó del 0,8% en 1997 al 3,7% en 2011. Casi todo el café consumido en la casa fue comprado en tiendas, aunque el porcentaje del comercio de artículos no comestibles aumentó.

66. En **Rusia** estuvo muy generalizado el consumo de café en la casa, y el volumen de ese consumo por término medio fue de 2,7 millones de sacos (89,7% del total) frente a un consumo fuera de la casa de 305.000 sacos (10,3%). No obstante, el consumo fuera de la casa aumentó del 5,9% en 1997 al 11,6% en 2011 (del cual solo el 0,2% se hizo en cadenas de café). Las compras en tiendas representaron el 87,3% del consumo total, mientras que el porcentaje de compras en comercio de artículos no comestibles aumentó, pero fue todavía relativamente bajo (1,1% en 2011).

67. En **España** el consumo de café en la casa fue relativamente bajo en comparación con otros países importadores. El volumen del consumo en la casa fue por término medio de 1,7 millones de sacos (55,6% del total), frente a 1,4 millones de sacos (44,4%) de consumo fuera de la casa. En 2011 el 2,7% del consumo total se hizo en cadenas y el 40,6% en otros lugares de consumo fuera de la casa. No obstante, el consumo fuera de la casa, tras haber llegado al 46,4% en 2008, descendió a partir de ahí hasta ser del 43,4% en 2011. Casi todo el café que se consumió en la casa fue comprado en tiendas.

68. En **Suecia** el consumo de café en la casa fue de un millón de sacos, lo que representó el 81,9% del total, frente a un consumo fuera de la casa de 221.000 sacos (18,1%). El porcentaje del consumo fuera de la casa aumentó, sin embargo, y representó el 20% en 2011 frente al 15,3% en 1997. Las cadenas de café aumentaron en importancia pero representaron solo el 0,2% del consumo total en el período. Casi todo el café consumido fue comprado en tiendas.

69. En **Suiza** el consumo de café en la casa representó el 82,1% del total, frente al 17,9% del consumo fuera de la casa. El consumo medio al año en la casa entre 1997 y 2011 fue de 744.000 sacos y el de fuera de la casa de 163.000 sacos. El porcentaje del consumo en la casa tuvo solo pequeñas fluctuaciones y fue de entre el 80% y el 83% del total en el período estudiado, y casi todo el café consumido fue comprado en tiendas. Se registró un fuerte aumento de las cadenas en el consumo fuera de la casa, que representó el 2,5% del consumo total en 2011.

70. En **Turquía** el consumo de café se hizo predominantemente en la casa y representó el 67,2% (278.000 sacos) del total nacional por término medio en el período estudiado. No pudo establecerse con precisión ninguna tendencia en la evolución de los porcentajes relativos del consumo en la casa y fuera de la casa. No obstante, todo el café consumido en la casa fue comprado en tiendas y casi todo el consumo de café fuera de la casa tuvo lugar en establecimientos independientes y no en cadenas de café.

71. En **Ucrania** el consumo de café en la casa representó el 97,7% del consumo total del país, que fue de 789.000 sacos, mientras que el consumo fuera de la casa representó el 2,3% (18.000 sacos) del total. El porcentaje del consumo en la casa fue el más elevado de todos los países importadores estudiados. El consumo fuera de la casa fue, por tanto, insignificante entre 1997 y 2011. Todo el café que se consumió en la casa fue comprado en tiendas. El consumo fuera de la casa estuvo dominado por tiendas pequeñas independientes y el porcentaje de café consumido en cadenas de café fue insignificante.

72. En el **Reino Unido** el consumo en la casa fue por término medio de 1,8 millones de sacos entre 1997 y 2011, lo que representó el 69,3% del total, mientras que el consumo fuera de la casa representó el 30,7% (813.000 sacos). El porcentaje de consumo fuera de la casa

alcanzó el punto máximo en 2004 (31,9%) y descendió al 28,6% en 2011. El Reino Unido tuvo el nivel más elevado de consumo fuera de la casa en cadenas de café, que representó el 14,4% del consumo mundial entre 1997 y 2011. En el período hubo una notable concentración en las ventas fuera de la casa: el porcentaje del consumo total vendido en cadenas aumentó del 6,6% en 1997 al 17,3% en 2011, mientras que las ventas en otros lugares descendieron del 23,4% al 11,3%. Las compras en tiendas representaron un porcentaje relativamente estable del mercado y fueron de entre el 64,5% y el 68,2% del consumo total.

73. En los **EE UU** el consumo de café en la casa fue por término medio de 16,7 millones de sacos (82,4% del total), frente a un consumo fuera de la casa de 3,6 millones (17,6%). No obstante, el consumo fuera de la casa aumentó del 16,2% en 1997 al 19,8% en 2008 antes de descender al 18,4% en 2011. Las tiendas fueron el principal lugar de compra de café para consumo en la casa (81,6% del consumo total). Los establecimientos no en cadena siguieron siendo los principales lugares para el consumo de café fuera de la casa y representaron el 14,4% del total, pero el porcentaje de las cadenas de café aumentó del 2,6% en 1997 al 3,6% in 2011.

CONCLUSIONES

74. El Cuadro 1 muestra datos consolidados sobre los porcentajes de distintas formas de café de los 21 países seleccionados. El café tostado siguió siendo la forma dominante de café que se consumió en la mayor parte de los países importadores y representó el 77,4% del consumo total, si bien hubo importantes diferencias entre los países. Los países en que el café tostado representó más del 90% del consumo total fueron Finlandia (96,1%), Suecia (94,5%), Dinamarca (94,3%), Italia (94,1%), Noruega (93,5%) y los EE UU (91,5%) (Anexo VIII-A).

Cuadro 1: Estructura del consumo de café en determinados países importadores

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	63 536			50 268	13 268			79.1%	20.9%
1998	64 881			51 577	13 305			79.5%	20.5%
1999	64 914			51 744	13 170			79.7%	20.3%
2000	64 017			50 380	13 637			78.7%	21.3%
2001	66 239			51 571	14 667			77.9%	22.1%
2002	66 787			51 253	15 534			76.7%	23.3%
2003	69 207			52 996	16 211			76.6%	23.4%
2004	71 081	54 094	663	54 757	16 324	76.1%	0.9%	77.0%	23.0%
2005	70 077	52 743	866	53 609	16 468	75.3%	1.2%	76.5%	23.5%
2006	71 398	53 455	1 257	54 712	16 686	74.9%	1.8%	76.6%	23.4%
2007	72 391	53 933	1 615	55 547	16 843	74.5%	2.2%	76.7%	23.3%
2008	72 914	53 939	1 661	55 600	17 315	74.0%	2.3%	76.3%	23.7%
2009	71 583	53 048	1 917	54 965	16 618	74.1%	2.7%	76.8%	23.2%
2010	73 811	54 015	2 467	56 482	17 329	73.2%	3.3%	76.5%	23.5%
2011	73 696	53 791	2 903	56 694	17 003	73.0%	3.9%	76.9%	23.1%
Average	69 102	53 627*	1 669*	53 477	15 625	--	--	77.4%	22.6%

* Promedio de 2004 a 2011

En miles de sacos

75. El consumo de café soluble fue por término medio de 15,6 millones de sacos, lo que representó el 22,6% del consumo total de los países seleccionados. El porcentaje de café soluble en el consumo total aumentó del 20,9% en 1997 al 23,3% en 2002 y desde entonces se mantuvo relativamente estable. Los países importadores con un importante porcentaje de consumo de café soluble fueron Rusia (86,1% del consumo total), Ucrania (85,6%), el Reino Unido (79,4%), Turquía (83,9%) y Grecia (57,4%) (Anexo VIII-B). El porcentaje de consumo de café soluble fue también relativamente importante en Polonia y Japón, donde representó, respectivamente, el 38,8% y el 35,6% del total. En general, el porcentaje del café soluble en el consumo total descendió en los EE UU, Grecia, Japón, los Países Bajos, el Reino Unido, Rusia y Suiza. Aumentó, en cambio, en Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Italia, Noruega, Polonia, Portugal, Suecia, Turquía y Ucrania. El porcentaje de consumo de café soluble mostró también una tendencia al ascenso en Austria, aunque en los tres últimos años mostró un descenso.

76. En unos cuantos países se observó en los últimos años el desarrollo de un segmento de mercado importante de cápsulas de café. En 2011 las cápsulas representaron 2,9 millones de sacos de consumo en los 21 países seleccionados, y una tasa de crecimiento anual compuesta del 23,5% desde 2004. Los datos registrados entre 2004 y 2011 muestran un volumen medio de 525.000 sacos de cápsulas de café en Francia, 352.000 sacos en Alemania y 292.000 sacos en los Países Bajos. El consumo de cápsulas de café en los EE UU y Bélgica fue por término medio de 128.000 y 103.000 sacos respectivamente (Anexo VIII-C). Entre 2004 y 2011 los países que experimentaron un aumento significativo del porcentaje de mercado de las cápsulas de café fueron Alemania (0,7% al 6,9%), Austria (del 0,4% al 6,2%), Bélgica (4,1% al 15%), Francia (4,1% al 15,9%), los Países Bajos (12,9% al 21,9%), Portugal (0,2% al 11,7%) y Suiza (2% al 8,7%). En 2011 los países con menor porcentaje de consumo de cápsulas de café fueron Rusia (menos del 0,1%), Grecia (0,2%), Japón (0,3%), Polonia (0,4%) y Suecia (0,5%). Según los datos de que se dispone no hubo consumo de cápsulas de café en Finlandia, Turquía y Ucrania. Las conclusiones relativas al uso de cápsulas deberán ser tratadas con cautela, dado que los datos de que se dispone parecen ser en algunos casos deficientes, lo que es probablemente natural tratándose de un segmento de mercado tan nuevo, y podría subestimarse el tamaño total de ese mercado.

77. El Cuadro 2 muestra cifras consolidadas del porcentaje de distintos lugares de compra y consumo en los 21 países seleccionados. En general, el porcentaje del consumo en la casa frente al de fuera de la casa se mantuvo estable y osciló entre el 77,4% y el 78,8% en el período estudiado. El consumo en la casa fue el modo de consumo dominante en todos los países seleccionados excepto en Portugal, donde el consumo fuera de la casa representó el 60,3% del total. No obstante, se observaron niveles relativos elevados de consumo fuera de la casa en España (44,4%), Grecia (37,4%), Japón (35,2%), Turquía (32,8%) y el Reino Unido (30,7%). En el período estudiado se registraron tasas de crecimiento

elevadas en el porcentaje del consumo fuera de la casa en Rusia (5%), Polonia (3,9%), Austria (3%), Dinamarca y Suecia (2% cada una). En cambio se observaron tendencias al descenso significativas en Ucrania (-4,2%), los Países Bajos (-2,2%) y Grecia (-2,1%). Además, se observaron tendencias al descenso en los cuatro últimos años en una serie de países, en particular Bélgica, Dinamarca, Francia, Grecia, Italia, Portugal, Ucrania y el Reino Unido. Este descenso en el consumo fuera de la casa coincide con el período de la crisis económica que comenzó en 2008.

Cuadro 2: Localización del consumo de café en determinados países importadores

ALL SELECTED COUNTRIES	Total	Percentage shares					
		At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	63 536	76.9%	1.1%	78.0%	1.6%	20.4%	22.0%
1998	64 881	77.3%	1.1%	78.4%	1.7%	19.9%	21.6%
1999	64 914	77.5%	1.0%	78.5%	1.8%	19.7%	21.5%
2000	64 017	77.1%	1.1%	78.2%	1.9%	19.9%	21.8%
2001	66 239	77.7%	1.1%	78.8%	2.0%	19.2%	21.2%
2002	66 787	77.3%	1.1%	78.4%	2.2%	19.4%	21.6%
2003	69 207	77.2%	1.2%	78.3%	2.3%	19.4%	21.7%
2004	71 081	77.5%	1.2%	78.7%	2.4%	18.9%	21.3%
2005	70 077	77.0%	1.2%	78.2%	2.7%	19.1%	21.8%
2006	71 398	76.3%	1.3%	77.7%	2.9%	19.5%	22.3%
2007	72 391	76.0%	1.4%	77.4%	3.0%	19.6%	22.6%
2008	72 914	76.3%	1.4%	77.7%	3.1%	19.2%	22.3%
2009	71 583	76.4%	1.5%	77.9%	3.2%	18.9%	22.1%
2010	73 811	76.6%	1.6%	78.2%	3.2%	18.6%	21.8%
2011	73 696	76.9%	1.7%	78.6%	3.1%	18.3%	21.4%
Average	69 102	76.9%	1.3%	78.2%	2.5%	19.3%	21.8%

En miles de sacos

78. Las tiendas siguen siendo los lugares más importantes de compra de café para el consumo en la casa en casi todos los países importadores estudiados, y en los 21 países en conjunto el porcentaje osciló entre el 76% y el 77,7%. No obstante, el porcentaje de puntos de venta de artículos no comestibles, si bien relativamente pequeño aún, mostró crecimiento en varios países. Ejemplo de ello fueron Alemania (0,4% y 2,6%), Bélgica (3,2% en 1997 y 6,7% en 2011), Dinamarca (2,1% y 5,3%), Francia (0,2% y 1,3%), los Países Bajos (3% y 5,2%), Polonia (0% y 3%), el Reino Unido (2,1% y 3,1%) y Suiza (0,6% y 1,6%) y. En 2011 no se registraron compras de café en puntos de venta que no fuesen tiendas en Grecia, Noruega, Turquía y Ucrania, y se registraron porcentajes relativamente pequeños de esas ventas en España (0,1%), Finlandia (0,2%) y Austria (0,4%).

79. En el consumo fuera de la casa, las tiendas que no eran cadenas tuvieron un porcentaje mucho más grande del mercado que las cadenas. No obstante, las cadenas ganaron mercado a expensas de otros lugares, ya que el porcentaje aumentó del 1.6% del total en 1997 al 3,1% in 2011, mientras que el consumo fuera de la casa en otros lugares

descendió en el mismo período del 20,4% al 18,3%. En 2011 se observaron altos niveles relativos de las ventas en cadenas en el Reino Unido (17,3% del consumo total), Japón (8,5%) y los Estados Unidos de América (3,6%). Aparte de Ucrania, donde no se registraron compras en cadenas, los países en que las cadenas de café representaron un porcentaje muy pequeño del consumo (menos que el 0,5%) en 2011 fueron Polonia, Dinamarca, Finlandia, Rusia, Noruega y Bélgica.

LISTA DE ANEXOS

ANEXO I:	CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO II:	CONSUMO POR HABITANTE EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO III:	IMPORTACIONES DE DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO IV:	PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO V:	DIFERENCIA ENTRE LOS DATOS SOBRE EL CONSUMO DE LA OIC Y EUROMONITOR
ANEXO VI:	ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO VII:	LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO VIII-A:	CONSUMO DE CAFÉ TOSTADO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO VIII-B:	CONSUMO DE CAFÉ SOLUBLE EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
ANEXO VIII-C:	CONSUMO DE CÁPSULAS DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in all importing countries
Austria	1 087	1 105	1 123	875	1 013	926	720	996	772	612	847	908	886	903	1 117	926	0.8	1.1
Belgium	886	1 309	834	1 133	884	1 484	1 579	1 396	1 158	1 537	1 103	650	934	871	934	1 113	0.9	1.3
Denmark	808	854	869	791	868	805	724	849	795	822	794	688	679	847	790	799	0.7	0.9
Finland	939	1 001	979	967	947	970	966	1 034	1 102	1 047	1 057	1 115	1 058	1 080	1 093	1 024	0.9	1.2
France	5 487	5 351	5 578	5 402	5 253	5 526	5 394	4 929	4 787	5 278	5 628	5 152	5 677	5 713	5 960	5 408	4.5	6.2
Germany	9 670	9 976	9 748	8 770	9 059	8 498	9 499	10 445	8 665	9 151	8 627	9 535	8 897	9 292	9 460	9 286	7.8	10.7
Greece	739	668	641	687	548	827	929	871	870	857	1 015	978	974	994	1 023	841	0.7	1.0
Italy	4 913	4 936	4 919	5 149	5 243	5 182	5 507	5 469	5 552	5 593	5 821	5 892	5 806	5 781	5 689	5 430	4.6	6.2
Japan	5 968	6 052	6 273	6 626	6 936	6 875	6 770	7 117	7 128	7 268	7 282	7 065	7 130	7 192	7 015	6 846	5.8	7.9
Netherlands	2 367	1 961	1 471	1 860	1 677	1 574	1 743	1 978	1 927	2 129	2 292	1 324	898	1 347	1 024	1 705	1.4	2.0
Norway	675	702	785	657	710	692	683	709	743	721	771	715	715	746	785	721	0.6	0.8
Poland	1 966	1 965	1 985	2 046	2 222	2 201	2 242	2 281	2 267	1 993	1 554	1 681	2 001	2 156	2 042	2 040	1.7	2.3
Portugal	603	696	737	646	745	720	657	685	656	671	684	654	709	750	834	697	0.6	0.8
Russia	1 857	1 647	1 352	1 863	2 983	3 446	3 582	3 086	3 212	3 263	4 055	3 716	3 131	3 661	3 695	2 970	2.5	3.4
Spain	2 977	2 996	3 324	2 991	2 795	2 833	2 740	2 705	3 007	3 017	3 198	3 485	3 352	3 232	3 149	3 054	2.6	3.5
Sweden	1 241	1 248	1 279	1 173	1 251	1 224	1 178	1 234	1 170	1 315	1 244	1 272	1 133	1 221	1 125	1 221	1.0	1.4
Switzerland	712	811	863	827	816	821	852	722	1 099	932	989	1 149	966	1 012	1 035	907	0.8	1.0
Turkey	236	286	265	287	290	359	367	403	464	497	516	484	521	610	633	415	0.3	0.5
Ukraine	167	126	253	179	228	440	647	739	1 025	968	1 057	1 733	1 460	1 485	1 324	789	0.7	0.9
United Kingdom	2 441	2 588	2 276	2 342	2 215	2 261	2 236	2 458	2 680	3 059	2 824	3 067	3 220	3 134	2 926	2 648	2.2	3.0
USA	17 795	18 604	19 359	18 746	19 554	19 125	20 193	20 973	20 998	20 667	21 033	21 652	21 436	21 783	22 043	20 264	17.0	23.3
Selected countries	63 536	64 881	64 914	64 017	66 239	66 787	69 207	71 081	70 077	71 398	72 391	72 914	71 583	73 811	73 696	69 102	58.1	79.5
All importing countries	76 380	78 037	80 313	79 113	82 002	82 929	84 533	89 106	88 179	90 367	93 161	95 013	92 666	96 114	95 484	86 893	73.0	100.0
World total	100 539	103 018	105 853	105 496	109 801	111 378	113 919	120 005	120 796	124 740	129 337	132 956	132 464	137 154	137 900	119 024	100.0	
% share of selected countries	63.2	63.0	61.3	60.7	60.3	60.0	60.8	59.2	58.0	57.2	56.0	54.8	54.0	53.8	53.4	58.1		

En miles de sacos

ANEXO II

CONSUMO POR HABITANTE EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	8.2	8.3	8.4	6.6	7.6	6.9	5.3	7.3	5.6	4.4	6.1	6.5	6.4	6.5	8.0	6.8
Belgium	5.2	7.7	4.9	6.7	5.2	8.7	9.2	8.1	6.7	8.8	6.3	3.7	5.3	4.9	5.2	6.4
Denmark	9.2	9.7	9.8	8.9	9.7	9.0	8.1	9.4	8.8	9.1	8.7	7.6	7.4	9.3	8.7	8.9
Finland	11.0	11.7	11.4	11.2	11.0	11.2	11.1	11.9	12.6	11.9	12.0	12.6	11.9	12.1	12.3	11.7
France	5.6	5.5	5.7	5.5	5.3	5.5	5.4	4.9	4.7	5.2	5.5	5.0	5.5	5.5	5.7	5.4
Germany	7.1	7.3	7.1	6.4	6.6	6.2	6.9	7.6	6.3	6.7	6.3	7.0	6.5	6.8	6.9	6.8
Greece	4.1	3.7	3.5	3.8	3.0	4.5	5.1	4.7	4.7	4.6	5.5	5.3	5.2	5.3	5.5	4.6
Italy	5.2	5.2	5.2	5.4	5.5	5.4	5.7	5.6	5.7	5.7	5.9	5.9	5.8	5.8	5.7	5.6
Japan	2.8	2.9	3.0	3.1	3.3	3.2	3.2	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3	3.4	3.4	3.3	3.2
Netherlands	9.1	7.5	5.6	7.0	6.3	5.9	6.5	7.3	7.1	7.8	8.4	4.8	3.2	4.9	3.7	6.3
Norway	9.2	9.5	10.6	8.8	9.4	9.1	9.0	9.2	9.6	9.2	9.8	9.0	8.9	9.2	9.7	9.4
Poland	3.1	3.1	3.1	3.2	3.5	3.4	3.5	3.6	3.6	3.1	2.4	2.6	3.2	3.4	3.2	3.2
Portugal	3.6	4.1	4.3	3.8	4.3	4.2	3.8	3.9	3.7	3.8	3.9	3.7	4.0	4.2	4.7	4.0
Russia	0.8	0.7	0.6	0.8	1.2	1.4	1.5	1.3	1.3	1.4	1.7	1.6	1.3	1.6	1.6	1.2
Spain	4.5	4.5	5.0	4.5	4.1	4.1	3.9	3.8	4.2	4.2	4.4	4.7	4.5	4.3	4.2	4.3
Sweden	8.4	8.5	8.7	7.9	8.4	8.2	7.9	8.2	7.7	8.7	8.2	8.3	7.3	7.9	7.3	8.1
Switzerland	6.0	6.8	7.2	6.9	6.8	6.8	7.0	5.9	8.9	7.5	7.9	9.1	7.7	8.0	8.2	7.4
Turkey	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4
Ukraine	0.2	0.2	0.3	0.2	0.3	0.6	0.8	0.9	1.3	1.2	1.4	2.3	1.9	2.0	1.7	1.0
United Kingdom	2.5	2.7	2.3	2.4	2.2	2.3	2.2	2.5	2.7	3.0	2.8	3.0	3.1	3.0	2.8	2.6
USA	3.8	4.0	4.1	3.9	4.0	3.9	4.1	4.2	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1	4.1	4.2	4.1

En kilogramos

IMPORTACIONES DE DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% share in world total	% share in selected countries
Austria	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	1.3	1.6
Belgium	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	3.6	4.7
Denmark	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	0.9	1.1
Finland	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	1.0	1.3
France	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	6 513	5.5	7.1
Germany	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	16 990	14.4	18.5
Greece	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	930	0.8	1.0
Italy	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	7 107	6.0	7.7
Japan	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	5.9	7.6
Netherlands	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	2.4	3.1
Norway	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	0.6	0.8
Poland	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	2.3	2.9
Portugal	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	0.7	0.9
Russia	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	2.7	3.4
Spain	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	3.7	4.7
Sweden	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	1.3	1.7
Switzerland	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	1.3	1.7
Turkey	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	0.4	0.5
Ukraine	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	0.7	0.9
United Kingdom	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	2.9	3.8
USA	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	23 078	19.5	25.1
Selected countries	77 724	79 220	81 738	83 714	84 568	87 115	89 192	91 469	92 194	97 302	100 249	102 942	100 754	105 177	107 785	92 076	77.9	100.0
World total	94 459	96 162	100 791	104 062	107 067	110 899	112 911	117 814	120 174	125 177	130 608	134 598	133 046	140 319	145 764	118 257	100.0	

En miles de sacos

ANEXO IV

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
(En miles de sacos)

Country of origin	Austria															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	144	113	273	316	254	283	286	425	479	489	566	551	541	633	573	395	26.6
Brazil	231	261	403	284	438	420	306	341	257	288	329	250	140	140	102	279	18.8
Vietnam	36	33	71	78	117	131	123	164	257	269	334	359	91	121	98	152	10.2
Colombia	158	215	80	92	126	135	159	102	66	54	70	69	25	16	7	92	6.2
Italy	17	15	20	20	27	29	29	31	38	92	174	113	202	155	162	75	5.1
Selected total	585	637	847	791	962	998	903	1 063	1 097	1 192	1 473	1 343	1 000	1 066	941	993	66.9
Total imports	1 294	1 293	1 500	1 257	1 432	1 447	1 336	1 538	1 577	1 601	1 968	1 901	1 309	1 369	1 452	1 485	100.0

Country of origin	Belgium															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	381	424	478	489	537	706	687	666	716	780	754	1 634	1 536	1 533	1 363	846	19.7
Vietnam	69	194	142	185	240	353	304	317	268	531	369	1 081	762	839	854	434	10.1
Germany	429	346	240	262	337	317	303	410	410	492	418	394	384	425	454	375	8.7
France	309	372	249	268	222	572	693	609	452	564	167	92	76	87	94	322	7.5
Colombia	181	441	317	375	315	291	300	324	270	322	339	507	305	200	192	312	7.2
Selected total	1 369	1 777	1 426	1 579	1 653	2 240	2 286	2 325	2 116	2 688	2 047	3 708	3 064	3 084	2 957	2 288	53.2
Total imports	2 544	3 580	3 003	3 491	3 209	3 792	3 818	3 968	4 063	4 605	4 014	6 792	5 916	5 924	5 828	4 303	100.0

Country of origin	Denmark															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	377	357	465	386	423	448	401	417	277	253	228	238	104	96	93	304	30.1
Sweden	0	0	5	8	12	13	17	44	230	242	275	262	237	256	258	124	12.3
Germany	51	27	27	39	80	56	76	89	83	90	94	98	327	405	155	113	11.2
Colombia	166	197	160	112	112	117	114	123	79	75	60	44	23	26	22	95	9.4
Vietnam	6	8	22	30	41	44	52	83	53	50	45	37	34	40	45	39	3.9
Selected total	601	589	679	576	668	678	659	755	722	711	701	679	725	822	573	676	66.9
Total imports	949	1 014	1 094	1 022	1 103	1 076	1 002	1 119	993	1 004	995	900	870	1 057	945	1 010	100.0

Country of origin	Finland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	286	344	386	346	426	451	444	476	473	461	466	501	469	496	520	436	37.0
Colombia	215	240	212	116	148	189	191	206	198	238	262	239	113	117	144	188	16.0
Guatemala	119	124	132	142	105	38	62	46	51	76	87	79	79	73	54	84	7.2
Kenya	70	32	49	43	39	42	68	49	51	57	63	59	91	71	37	55	4.6
Honduras	48	44	48	43	36	60	44	64	36	42	34	67	99	51	38	50	4.3
Selected total	738	784	827	689	754	780	810	840	810	873	912	945	851	806	793	814	69.1
Total imports	1 186	1 168	1 209	1 063	1 084	1 075	1 105	1 152	1 156	1 168	1 207	1 285	1 243	1 274	1 287	1 177	100.0

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Country of origin	France															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	955	895	1 074	1 002	1 120	1 327	1 262	1 077	1 019	1 065	1 049	918	1 001	932	994	1 046	16.1
Germany	319	371	409	473	494	549	627	687	643	752	879	1 002	985	1 072	1 210	698	10.7
Belgium	0	0	741	718	696	722	773	796	982	807	546	579	955	856	898	671	10.3
Vietnam	494	502	677	700	953	907	930	661	529	592	819	545	669	498	487	664	10.2
Colombia	596	716	547	393	403	337	327	270	226	273	306	321	282	187	150	356	5.5
Selected total	2 364	2 484	3 449	3 285	3 666	3 842	3 919	3 491	3 400	3 490	3 600	3 365	3 891	3 546	3 739	3 435	52.7
Total imports	6 704	6 576	6 676	6 520	6 753	6 925	6 652	5 940	5 714	6 191	6 420	6 252	6 670	6 717	6 990	6 513	100.0

Country of origin	Germany															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 555	2 451	3 610	2 789	3 610	4 673	4 606	4 536	4 423	4 923	5 010	5 360	6 090	6 465	6 375	4 498	26.5
Vietnam	967	1 125	1 105	1 357	1 933	1 795	1 933	2 969	2 549	3 103	3 907	2 863	2 962	3 386	3 301	2 350	13.8
Colombia	2 086	2 323	1 821	1 458	1 659	1 567	1 644	1 436	1 495	1 574	1 522	1 437	631	378	468	1 433	8.4
Indonesia	866	900	752	764	914	945	1 000	1 038	1 405	1 034	791	1 539	1 395	1 095	793	1 015	6.0
Peru	370	439	754	664	753	830	756	916	742	1 247	1 036	1 132	1 219	1 336	1 372	904	5.3
Selected total	6 843	7 237	8 042	7 032	8 869	9 810	9 939	10 895	10 614	11 882	12 266	12 331	12 296	12 660	12 309	10 202	60.0
Total imports	13 905	13 740	14 320	13 895	14 753	15 516	15 727	17 356	16 716	18 543	19 564	19 876	19 416	20 603	20 926	16 990	100.0

Country of origin	Greece															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	312	216	230	297	355	351	312	339	328	295	328	301	314	288	282	303	32.6
Côte d'Ivoire	237	281	289	250	275	266	170	122	104	190	244	226	183	120	93	203	21.9
Spain	8	11	15	22	16	19	145	149	173	122	129	131	125	173	175	94	10.1
Germany	46	49	62	61	59	73	80	85	109	76	84	83	84	124	125	80	8.6
Italy	24	18	21	23	23	32	48	48	54	59	78	94	105	116	105	57	6.1
Selected total	627	576	617	654	729	741	755	743	768	743	863	835	809	820	780	737	79.2
Total imports	789	704	733	798	868	897	998	942	931	897	1 081	1 056	1 046	1 061	1 155	930	100.0

Country of origin	Italy															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 435	1 454	1 531	1 626	1 778	2 071	2 444	2 356	2 434	2 571	2 642	2 653	2 654	2 670	2 619	2 196	30.9
Vietnam	329	505	704	810	863	907	832	901	981	1 118	1 362	1 323	1 366	1 516	1 552	1 005	14.1
India	418	505	515	574	567	633	698	842	747	896	962	783	738	1 002	1 074	730	10.3
Indonesia	292	258	326	221	246	254	377	369	485	467	326	400	520	453	455	363	5.1
Cameroon	432	335	408	562	635	397	276	336	297	250	250	202	164	185	153	325	4.6
Selected total	2 905	3 056	3 484	3 792	4 088	4 263	4 625	4 804	4 944	5 302	5 542	5 362	5 440	5 826	5 853	4 619	65.0
Total imports	5 743	5 889	5 943	6 315	6 542	6 523	6 929	7 032	7 269	7 548	8 028	8 172	8 078	8 236	8 362	7 107	100.0

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Country of origin	Japan															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	1 507	1 529	1 765	1 744	1 849	1 852	1 954	1 876	2 097	2 216	2 214	1 889	2 119	2 314	2 465	1 959	28.0
Colombia	1 139	1 104	1 134	1 245	1 191	1 507	1 291	1 597	1 638	1 516	1 293	1 483	1 345	1 361	1 118	1 331	19.0
Indonesia	1 130	1 040	1 182	1 186	1 140	982	983	1 032	959	1 069	870	912	922	1 029	1 074	1 034	14.8
Vietnam	267	317	391	422	496	509	375	431	472	524	742	918	975	926	905	578	8.3
Guatemala	282	318	435	469	522	563	455	460	556	463	417	584	558	574	633	486	6.9
Selected total	4 326	4 309	4 907	5 066	5 197	5 414	5 058	5 396	5 722	5 789	5 537	5 786	5 919	6 205	6 195	5 388	76.9
Total imports	5 921	6 027	6 547	6 908	6 996	7 307	6 923	7 254	7 408	7 632	7 086	7 060	7 090	7 407	7 544	7 007	100.0

Country of origin	Netherlands															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	363	403	382	414	431	354	513	462	455	579	555	545	594	528		470	16.3
Brazil	352	289	150	309	542	539	555	568	531	572	712	301	345	416		441	15.3
Belgium	657	546	490	396	162	196	228	211	198	230	337	639	766	809		419	14.6
Vietnam	88	93	116	150	216	176	216	260	278	470	448	130	134	180		211	7.3
Colombia	343	442	250	197	189	158	200	183	165	174	224	89	31	15		190	6.6
Selected total	1 802	1 773	1 388	1 466	1 541	1 424	1 711	1 684	1 628	2 025	2 277	1 704	1 870	1 948		1 731	60.1
Total imports	2 924	2 862	2 566	2 966	2 794	2 760	3 176	3 159	2 988	3 293	3 531	2 304	2 502	2 583	2 775	2 879	100.0

Country of origin	Norway															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	247	208	298	228	256	287	244	232	269	286	307	272	279	284	336	269	36.9
Colombia	130	168	146	94	141	148	162	179	141	143	175	150	116	109	116	141	19.4
Guatemala	73	79	70	60	70	42	56	51	60	65	70	69	59	73	57	64	8.7
Switzerland	20	20	29	31	28	24	27	23	25	23	28	25	30	31	34	27	3.6
Mexico	54	54	38	33	48	2	5	9	12	11	13	21	37	40	11	26	3.6
Selected total	524	529	582	445	542	503	494	494	507	529	592	538	522	538	554	526	72.2
Total imports	684	707	790	662	716	698	691	716	753	731	780	722	724	759	795	729	100.0

Country of origin	Poland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Germany	114	128	114	187	254	390	457	539	539	561	677	640	1 167	1 172	2 219	611	22.8
Vietnam	203	292	272	448	661	793	742	781	818	629	386	579	722	709	181	548	20.4
Indonesia	442	384	573	543	398	289	204	133	149	90	68	24	14	14	2	222	8.3
Uganda	240	229	240	141	134	145	191	181	232	101	93	63	82	91	41	147	5.5
Brazil	69	50	46	47	77	93	125	149	201	366	182	126	260	290	55	142	5.3
Selected total	1 069	1 083	1 245	1 366	1 524	1 709	1 719	1 783	1 939	1 747	1 406	1 432	2 245	2 276	2 498	1 669	62.2
Total imports	2 253	2 293	2 404	2 576	2 719	2 643	2 664	2 687	2 792	2 654	2 264	2 460	3 162	3 279	3 397	2 683	100.0

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)
(En miles de sacos)

Country of origin	Portugal															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Spain	104	146	148	157	215	142	133	110	102	103	89	93	70	133	155	127	14.8
Brazil	110	95	104	98	100	109	123	123	107	115	122	95	98	116	104	108	12.6
Vietnam	33	42	49	57	65	62	60	67	95	85	108	102	120	143	146	82	9.6
Uganda	81	62	77	74	55	71	70	64	59	58	67	81	90	77	107	73	8.5
Côte d'Ivoire	102	107	83	81	60	85	62	64	63	64	63	38	27	36	9	63	7.4
Selected total	431	452	462	467	493	469	448	429	426	425	450	409	405	505	521	453	53.0
Total imports	727	762	817	811	843	838	834	838	831	862	911	885	887	945	1 030	855	100.0

Country of origin	Russia															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
India	626	732	771	1 001	1 003	919	757	753	680	634	708	570	496	643	715	734	23.3
Brazil	323	230	63	74	393	516	417	521	562	578	929	824	768	871	855	528	16.8
Germany	240	224	166	218	542	955	863	497	503	519	625	426	150	232	255	428	13.6
Vietnam	1	0	20	65	102	120	120	67	135	347	394	403	334	538	609	217	6.9
Indonesia	81	137	7	72	78	63	63	27	49	35	34	135	317	154	217	98	3.1
Selected total	1 271	1 323	1 028	1 430	2 118	2 573	2 220	1 865	1 930	2 113	2 691	2 357	2 066	2 439	2 650	2 005	63.7
Total imports	2 185	1 732	1 368	1 890	3 008	3 494	3 661	3 195	3 333	3 461	4 318	4 057	3 487	3 991	4 034	3 148	100.0

Country of origin	Spain															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	461	596	563	772	1 107	977	962	1 293	1 429	1 579	1 758	1 551	1 579	1 578	1 432	1 176	27.2
Brazil	539	555	801	591	705	1 014	871	698	762	739	861	1 018	913	957	864	793	18.3
Uganda	788	554	627	409	382	459	499	352	324	228	256	311	297	246	299	402	9.3
Germany	111	112	274	141	166	211	242	254	322	435	384	353	418	521	521	298	6.9
Colombia	300	334	297	266	237	254	280	242	239	293	323	333	241	207	236	272	6.3
Selected total	2 199	2 152	2 563	2 179	2 597	2 916	2 853	2 840	3 075	3 275	3 583	3 566	3 447	3 508	3 352	2 940	67.9
Total imports	3 777	3 718	3 986	3 768	4 058	4 026	4 136	4 173	4 356	4 538	4 875	4 864	4 811	5 034	4 821	4 329	100.0

Country of origin	Sweden															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	602	531	625	574	614	659	666	710	783	818	768	752	729	739	651	681	43.2
Colombia	380	395	313	236	295	293	285	279	296	316	317	299	209	140	123	278	17.6
Peru	37	59	54	81	103	113	94	97	128	125	147	200	143	162	176	115	7.3
Kenya	98	75	90	90	102	96	85	93	108	105	129	114	126	119	89	101	6.4
Guatemala	160	134	149	129	98	62	57	23	28	32	56	43	18	10	16	68	4.3
Selected total	1 277	1 195	1 231	1 110	1 211	1 223	1 187	1 202	1 342	1 398	1 417	1 410	1 224	1 169	1 055	1 243	78.8
Total imports	1 473	1 440	1 456	1 344	1 432	1 463	1 435	1 495	1 693	1 820	1 770	1 804	1 659	1 727	1 647	1 577	100.0

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Country of origin	Switzerland															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	165	172	187	156	215	200	264	313	446	323	513	478	593	597	676	353	22.7
Colombia	77	113	96	114	131	123	117	129	160	189	223	244	263	298	308	172	11.1
India	64	74	73	84	77	71	82	55	96	85	105	115	153	161	193	99	6.4
Vietnam	6	7	18	37	32	54	27	13	91	118	174	170	162	173	187	85	5.4
Guatemala	60	89	88	75	99	68	87	57	81	68	75	84	91	103	115	83	5.3
Selected total	372	456	462	465	554	517	578	567	873	783	1 089	1 090	1 261	1 332	1 479	792	51.0
Total imports	971	1 112	1 139	1 171	1 255	1 217	1 322	1 236	1 641	1 503	1 823	1 978	2 101	2 318	2 498	1 552	100.0

Country of origin	Turkey															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	130	148	132	146	158	214	203	197	235	251	281	230	287	325	308	216	50.9
Spain	42	51	48	46	51	51	48	62	71	81	69	61	66	77	58	59	13.8
Switzerland	24	39	37	29	29	27	30	35	15	14	13	31	14	21	57	28	6.5
Germany	20	24	26	27	29	20	16	15	22	18	14	15	13	12	20	20	4.6
Thailand	0	0	0	0	0	0	5	32	47	63	58	35	0	0	0	16	3.8
Selected total	216	262	243	247	266	312	302	342	389	426	436	372	380	435	443	338	79.5
Total imports	253	296	268	292	294	363	372	411	472	509	530	500	534	625	656	425	100.0

Country of origin	Ukraine															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	0	8	2	2	0	100	228	260	306	213	235	400	310	368	261	179	22.0
Germany	0	0	0	0	0	35	61	92	174	231	305	526	393	372	364	170	20.8
India	0	1	5	5	0	39	80	88	123	121	107	170	106	108	133	72	8.9
Poland	0	0	1	3	0	79	58	47	110	110	86	123	94	71	74	57	7.0
Russia	0	0	0	1	0	17	27	33	53	58	63	69	110	162	138	49	6.0
Selected total	0	9	7	11	0	271	454	521	766	733	797	1 287	1 013	1 081	970	528	64.6
Total imports	171	136	266	184	233	443	651	744	1 033	989	1 085	1 829	1 541	1 588	1 372	818	100.0

Country of origin	United Kingdom															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Vietnam	403	557	444	550	588	331	447	661	394	409	550	489	444	460	559	486	14.0
Germany	383	364	402	490	534	530	329	344	416	555	442	472	569	725	703	484	13.9
Brazil	190	183	207	177	245	581	451	498	400	445	539	537	641	510	502	407	11.7
Colombia	276	292	253	245	247	343	306	282	305	375	470	472	348	297	471	332	9.6
Netherlands	175	189	139	140	116	118	155	144	229	556	312	603	488	260	249	258	7.4
Selected total	1 427	1 584	1 444	1 603	1 731	1 904	1 689	1 929	1 745	2 340	2 313	2 573	2 490	2 252	2 485	1 967	56.5
Total imports	2 929	3 142	2 907	3 012	3 062	2 971	3 002	3 329	3 433	4 046	3 781	3 967	4 131	4 302	4 183	3 480	100.0

PRINCIPALES ORÍGENES DEL CAFÉ IMPORTADO POR DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)
(En miles de sacos)

Country of origin	USA															Average	% share in total imports
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Brazil	2 617	2 982	5 121	2 991	3 287	5 308	5 629	4 749	4 802	5 108	5 333	5 360	5 989	6 666	7 347	4 886	21.2
Colombia	3 307	3 566	3 479	3 243	3 334	3 643	3 929	3 772	4 167	3 985	4 119	4 324	3 543	3 153	3 672	3 682	16.0
Vietnam	1 367	1 512	1 253	2 500	2 914	1 899	1 838	2 818	3 102	2 806	3 236	2 398	2 876	3 833	3 386	2 516	10.9
Mexico	3 148	2 735	3 388	3 868	2 226	2 246	1 740	1 789	1 705	1 891	1 837	1 777	2 027	1 789	1 977	2 276	9.9
Guatemala	1 923	1 565	2 150	2 380	2 041	1 627	2 023	1 624	1 753	1 655	1 816	1 902	1 740	1 312	1 582	1 806	7.8
Selected total	12 362	12 360	15 391	14 982	13 803	14 722	15 159	14 751	15 528	15 444	16 342	15 762	16 175	16 754	17 964	15 167	65.7
Total imports	20 343	21 030	22 746	23 767	21 415	21 639	22 760	23 184	23 042	23 709	24 219	24 277	23 578	24 378	26 088	23 078	100.0

ANEXO V

DIFERENCIA ENTRE LOS DATOS SOBRE EL CONSUMO DE LA OIC Y EUROMONITOR

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	-36	-28	-10	-261	-122	-215	-434	-143	-355	-510	-260	-149	-160	-124	101	-180
Belgium	-319	90	-337	-22	-288	352	439	228	-8	352	-87	-525	-224	-277	-247	-58
Denmark	44	59	99	44	67	7	-58	70	32	69	58	-46	-46	128	82	41
Finland	-1	22	-27	16	-41	-4	-29	17	79	11	24	53	-2	1	44	11
France	1 264	1 145	1 360	1 152	1 011	1 311	1 190	744	627	1 064	1 420	932	1 455	1 460	1 630	1 184
Germany	185	443	134	-914	-790	-1 634	-835	47	-1 560	-1 240	-1 888	-1 113	-1 843	-1 480	-1 216	-914
Greece	-62	-139	-171	-128	-278	-6	195	119	105	73	216	169	175	220	284	51
Italy	1 054	1 074	1 043	1 255	1 277	1 158	1 515	1 347	1 343	1 371	1 581	1 654	1 536	1 448	1 334	1 333
Japan	2 089	2 078	2 165	2 505	2 728	2 563	2 388	2 630	2 590	2 717	2 733	2 543	2 694	2 735	2 578	2 516
Netherlands	547	120	-334	95	-176	-354	-209	-150	-249	-17	88	-907	-1 335	-916	-1 252	-337
Norway	20	42	118	-17	21	-4	-31	-17	6	-27	14	-47	-50	-26	8	1
Poland	-226	-258	-299	-303	-146	-284	-295	-269	-339	-710	-1 270	-1 251	-979	-861	-988	-565
Portugal	44	128	158	55	140	103	27	44	2	5	8	8	83	136	225	78
Russia	-681	-973	-655	-215	618	905	922	189	-85	-183	375	-207	-831	-440	-523	-119
Spain	32	-25	234	-180	-402	-365	-319	-289	20	57	269	443	355	351	365	36
Sweden	-142	-127	-127	-206	-141	-128	-232	-279	-317	-195	-261	-223	-366	-295	-398	-229
Switzerland	79	208	237	186	156	159	190	53	422	244	299	464	296	345	364	247
Turkey	48	91	63	87	104	97	30	-25	-117	-381	-510	-654	-714	-723	-793	-227
Ukraine	-289	-346	-227	-328	-309	-150	-36	-113	-145	-233	-168	148	209	195	-67	-124
United Kingdom	-271	-85	-425	-363	-495	-451	-470	-253	-118	218	-61	150	221	58	-221	-171
USA	4 549	3 599	3 402	2 506	2 710	2 631	4 018	3 756	4 271	3 654	4 149	4 794	4 046	3 883	3 201	3 678

En miles de sacos

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES
(En miles de sacos)

Austria	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 087			938	149			86.3%	13.7%
1998	1 105			950	154			86.0%	14.0%
1999	1 123			964	159			85.8%	14.2%
2000	875			746	129			85.3%	14.7%
2001	1 013			860	153			84.9%	15.1%
2002	926			785	141			84.7%	15.3%
2003	720			607	112			84.4%	15.6%
2004	996	831	4	835	161	83.4%	0.4%	83.8%	16.2%
2005	772	639	5	644	128	82.8%	0.6%	83.4%	16.6%
2006	612	499	10	509	103	81.5%	1.6%	83.1%	16.9%
2007	847	680	25	705	142	80.3%	3.0%	83.2%	16.8%
2008	908	721	35	756	152	79.4%	3.9%	83.3%	16.7%
2009	886	699	38	737	149	78.9%	4.3%	83.2%	16.8%
2010	903	713	46	759	144	79.0%	5.1%	84.0%	16.0%
2011	1 117	877	69	946	171	78.5%	6.2%	84.7%	15.3%
Average	926	707*	29*	783	143	--	--	84.5%	15.5%

* Promedio de 2004 a 2011

Belgium	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	886			808	79			91.1%	8.9%
1998	1 309			1 195	114			91.3%	8.7%
1999	834			756	79			90.6%	9.4%
2000	1 133			1 021	113			90.1%	9.9%
2001	884			795	90			89.9%	10.1%
2002	1 484			1 326	158			89.3%	10.7%
2003	1 579			1 410	170			89.3%	10.7%
2004	1 396	1 192	57	1 249	148	85.4%	4.1%	89.4%	10.6%
2005	1 158	964	67	1 031	127	83.2%	5.8%	89.0%	11.0%
2006	1 537	1 244	121	1 365	172	80.9%	7.9%	88.8%	11.2%
2007	1 103	864	115	979	124	78.3%	10.5%	88.8%	11.2%
2008	650	497	79	576	74	76.5%	12.1%	88.6%	11.4%
2009	934	704	123	827	107	75.3%	13.2%	88.5%	11.5%
2010	871	645	125	770	101	74.1%	14.3%	88.4%	11.6%
2011	934	685	140	824	110	73.3%	15.0%	88.2%	11.8%
Average	1 113	849*	103*	995	118	--	--	89.4%	10.6%

* Promedio de 2004 a 2011

Denmark	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	808			786	22			97.2%	2.8%
1998	854			828	26			97.0%	3.0%
1999	869			842	27			96.9%	3.1%
2000	791			764	27			96.6%	3.4%
2001	868			839	30			96.6%	3.4%
2002	805			772	33			95.9%	4.1%
2003	724			684	40			94.5%	5.5%
2004	849	796	1	797	52	93.7%	0.1%	93.9%	6.1%
2005	795	738	2	741	54	92.9%	0.3%	93.2%	6.8%
2006	822	757	3	760	62	92.0%	0.4%	92.4%	7.6%
2007	794	732	4	736	58	92.2%	0.5%	92.6%	7.4%
2008	688	632	3	635	53	91.8%	0.5%	92.3%	7.7%
2009	679	621	3	624	54	91.5%	0.5%	92.0%	8.0%
2010	847	768	7	775	72	90.7%	0.8%	91.5%	8.5%
2011	790	710	8	718	72	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
Average	799	719*	4*	753	45	--	--	94.3%	5.7%

* Promedio de 2004 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Finland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	939			900	39			95.9%	4.1%
1998	1 001			963	39			96.1%	3.9%
1999	979			943	36			96.3%	3.7%
2000	967			927	40			95.8%	4.2%
2001	947			909	39			95.9%	4.1%
2002	970			927	42			95.6%	4.4%
2003	966			924	42			95.7%	4.3%
2004	1 034			999	35			96.6%	3.4%
2005	1 102			1 063	39			96.4%	3.6%
2006	1 047			1 008	39			96.3%	3.7%
2007	1 057			1 016	41			96.1%	3.9%
2008	1 115			1 072	43			96.1%	3.9%
2009	1 058	1 018	0	1 018	40	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2010	1 080	1 039	0	1 039	41	96.2%	0.0%	96.2%	3.8%
2011	1 093	1 049	0	1 049	44	96.0%	0.0%	96.0%	4.0%
Average	1 024	1 036*		984	40	--	--	96.1%	3.9%

* Promedio de 2009 a 2011

France	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 487			4 818	669			87.8%	12.2%
1998	5 351			4 672	678			87.3%	12.7%
1999	5 578			4 845	733			86.9%	13.1%
2000	5 402			4 686	716			86.7%	13.3%
2001	5 253			4 545	708			86.5%	13.5%
2002	5 526			4 754	772			86.0%	14.0%
2003	5 394			4 626	768			85.8%	14.2%
2004	4 929	4 016	202	4 218	711	81.5%	4.1%	85.6%	14.4%
2005	4 787	3 833	246	4 078	709	80.1%	5.1%	85.2%	14.8%
2006	5 278	4 138	361	4 498	779	78.4%	6.8%	85.2%	14.8%
2007	5 628	4 309	482	4 791	837	76.6%	8.6%	85.1%	14.9%
2008	5 152	3 871	512	4 383	769	75.1%	9.9%	85.1%	14.9%
2009	5 677	4 158	672	4 830	847	73.2%	11.8%	85.1%	14.9%
2010	5 713	4 086	782	4 868	845	71.5%	13.7%	85.2%	14.8%
2011	5 960	4 151	947	5 098	862	69.6%	15.9%	85.5%	14.5%
Average	5 408	4 070*	525*	4 647	760	--	--	85.9%	14.1%

* Promedio de 2004 a 2011

Germany	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	9 670			8 411	1 260			87.0%	13.0%
1998	9 976			8 651	1 325			86.7%	13.3%
1999	9 748			8 372	1 376			85.9%	14.1%
2000	8 770			7 436	1 334			84.8%	15.2%
2001	9 059			7 525	1 534			83.1%	16.9%
2002	8 498			6 763	1 735			79.6%	20.4%
2003	9 499			7 367	2 131			77.6%	22.4%
2004	10 445	7 892	72	7 964	2 481	75.6%	0.7%	76.2%	23.8%
2005	8 665	6 388	107	6 494	2 170	73.7%	1.2%	75.0%	25.0%
2006	9 151	6 626	215	6 840	2 311	72.4%	2.3%	74.7%	25.3%
2007	8 627	6 155	311	6 467	2 160	71.3%	3.6%	75.0%	25.0%
2008	9 535	6 713	434	7 147	2 387	70.4%	4.6%	75.0%	25.0%
2009	8 897	6 210	462	6 671	2 226	69.8%	5.2%	75.0%	25.0%
2010	9 292	6 389	563	6 951	2 341	68.8%	6.1%	74.8%	25.2%
2011	9 460	6 375	655	7 030	2 430	67.4%	6.9%	74.3%	25.7%
Average	9 286	6 593*	352*	7 339	1 947	--	--	79.0%	21.0%

* Promedio de 2004 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)
(En miles de sacos)

Greece	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	739			259	480			35.1%	64.9%
1998	668			235	433			35.1%	64.9%
1999	641			226	415			35.3%	64.7%
2000	687			245	442			35.7%	64.3%
2001	548			196	352			35.7%	64.3%
2002	827			300	527			36.3%	63.7%
2003	929			399	529			43.0%	57.0%
2004	871	382	1	382	489	43.8%	0.1%	43.9%	56.1%
2005	870	386	1	386	484	44.3%	0.1%	44.4%	55.6%
2006	857	384	1	384	472	44.8%	0.1%	44.9%	55.1%
2007	1 015	459	1	460	555	45.2%	0.1%	45.3%	54.7%
2008	978	445	1	446	532	45.5%	0.1%	45.6%	54.4%
2009	974	452	1	453	521	46.4%	0.1%	46.5%	53.5%
2010	994	486	2	488	506	48.9%	0.2%	49.1%	50.9%
2011	1 023	519	2	521	501	50.8%	0.2%	51.0%	49.0%
Average	841	439*	1*	359	483	--	--	42.6%	57.4%

* Promedio de 2004 a 2011

Italy	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	4 913			4 701	212			95.7%	4.3%
1998	4 936			4 714	222			95.5%	4.5%
1999	4 919			4 696	222			95.5%	4.5%
2000	5 149			4 906	243			95.3%	4.7%
2001	5 243			4 976	267			94.9%	5.1%
2002	5 182			4 911	271			94.8%	5.2%
2003	5 507			5 209	298			94.6%	5.4%
2004	5 469	5 131	38	5 169	300	93.8%	0.7%	94.5%	5.5%
2005	5 552	5 180	42	5 222	330	93.3%	0.8%	94.1%	5.9%
2006	5 593	5 188	51	5 239	354	92.8%	0.9%	93.7%	6.3%
2007	5 821	5 367	65	5 433	388	92.2%	1.1%	93.3%	6.7%
2008	5 892	5 417	71	5 488	404	91.9%	1.2%	93.1%	6.9%
2009	5 806	5 289	91	5 380	426	91.1%	1.6%	92.7%	7.3%
2010	5 781	5 206	128	5 334	448	90.0%	2.2%	92.3%	7.7%
2011	5 689	5 087	155	5 242	447	89.4%	2.7%	92.1%	7.9%
Average	5 430	5 233*	80*	5 108	322	--	--	94.1%	5.9%

* Promedio de 2004 a 2011

Japan	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	5 968			3 679	2 290			61.6%	38.4%
1998	6 052			3 715	2 337			61.4%	38.6%
1999	6 273			3 825	2 448			61.0%	39.0%
2000	6 626			4 103	2 523			61.9%	38.1%
2001	6 936			4 323	2 612			62.3%	37.7%
2002	6 875			4 325	2 550			62.9%	37.1%
2003	6 770			4 265	2 505			63.0%	37.0%
2004	7 117	4 486	0	4 486	2 631	63.0%	0.0%	63.0%	37.0%
2005	7 128	4 551	2	4 553	2 574	63.9%	0.0%	63.9%	36.1%
2006	7 268	4 754	2	4 757	2 512	65.4%	0.0%	65.4%	34.6%
2007	7 282	4 904	2	4 906	2 376	67.3%	0.0%	67.4%	32.6%
2008	7 065	4 746	6	4 753	2 312	67.2%	0.1%	67.3%	32.7%
2009	7 130	4 810	13	4 823	2 307	67.5%	0.2%	67.6%	32.4%
2010	7 192	4 833	17	4 851	2 341	67.2%	0.2%	67.4%	32.6%
2011	7 015	4 708	21	4 729	2 286	67.1%	0.3%	67.4%	32.6%
Average	6 846	4 724*	8*	4 406	2 440	--	--	64.4%	35.6%

* Promedio de 2004 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Netherlands	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 367			2 031	336			85.8%	14.2%
1998	1 961			1 667	294			85.0%	15.0%
1999	1 471			1 247	224			84.8%	15.2%
2000	1 860			1 558	302			83.8%	16.2%
2001	1 677			1 405	272			83.8%	16.2%
2002	1 574			1 313	261			83.4%	16.6%
2003	1 743			1 447	296			83.0%	17.0%
2004	1 978	1 414	256	1 669	309	71.5%	12.9%	84.4%	15.6%
2005	1 927	1 333	306	1 639	288	69.2%	15.9%	85.1%	14.9%
2006	2 129	1 456	358	1 814	315	68.4%	16.8%	85.2%	14.8%
2007	2 292	1 530	439	1 969	323	66.7%	19.1%	85.9%	14.1%
2008	1 324	870	272	1 143	181	65.7%	20.6%	86.3%	13.7%
2009	898	588	190	778	120	65.5%	21.1%	86.6%	13.4%
2010	1 347	884	290	1 174	173	65.6%	21.5%	87.1%	12.9%
2011	1 024	672	225	897	127	65.6%	21.9%	87.6%	12.4%
Average	1 705	1 093*	292*	1 450	255	--	--	85.1%	14.9%

* Promedio de 2004 a 2011

Norway	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	675			649	26			96.1%	3.9%
1998	702			675	28			96.0%	4.0%
1999	785			753	32			96.0%	4.0%
2000	657			630	27			95.9%	4.1%
2001	710			680	30			95.8%	4.2%
2002	692			662	31			95.6%	4.4%
2003	683			636	47			93.2%	6.8%
2004	709			659	50			92.9%	7.1%
2005	743			689	54			92.7%	7.3%
2006	721	664	2	667	55	92.1%	0.3%	92.4%	7.6%
2007	771	706	3	709	62	91.5%	0.4%	92.0%	8.0%
2008	715	650	5	654	60	90.9%	0.6%	91.5%	8.5%
2009	715	647	5	652	63	90.5%	0.7%	91.2%	8.8%
2010	746	672	6	678	67	90.1%	0.8%	91.0%	9.0%
2011	785	706	8	714	71	89.9%	1.0%	90.9%	9.1%
Average	721	674*	5*	674	47	--	--	93.5%	6.5%

* Promedio de 2006 a 2011

Poland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 966			1 337	629			68.0%	32.0%
1998	1 965			1 295	669			65.9%	34.1%
1999	1 985			1 266	719			63.8%	36.2%
2000	2 046			1 266	779			61.9%	38.1%
2001	2 222			1 361	862			61.2%	38.8%
2002	2 201			1 363	838			61.9%	38.1%
2003	2 242			1 378	864			61.5%	38.5%
2004	2 281			1 394	887			61.1%	38.9%
2005	2 267			1 374	894			60.6%	39.4%
2006	1 993			1 196	797			60.0%	40.0%
2007	1 554	920	1	921	634	59.2%	0.1%	59.2%	40.8%
2008	1 681	980	2	982	700	58.3%	0.1%	58.4%	41.6%
2009	2 001	1 159	4	1 163	838	57.9%	0.2%	58.1%	41.9%
2010	2 156	1 248	6	1 254	902	57.9%	0.3%	58.1%	41.9%
2011	2 042	1 176	8	1 184	858	57.6%	0.4%	58.0%	42.0%
Average	2 040	1 097*	4*	1 249	791	--	--	61.2%	38.8%

* Promedio de 2007 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)
(En miles de sacos)

Portugal	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	603			539	64			89.3%	10.7%
1998	696			618	78			88.8%	11.2%
1999	737			649	88			88.1%	11.9%
2000	646			566	81			87.5%	12.5%
2001	745			649	97			87.0%	13.0%
2002	720			622	98			86.4%	13.6%
2003	657			564	93			85.9%	14.1%
2004	685	583	1	584	101	85.0%	0.2%	85.3%	14.7%
2005	656	553	2	555	100	84.3%	0.4%	84.7%	15.3%
2006	671	562	3	565	106	83.7%	0.5%	84.2%	15.8%
2007	684	566	6	572	112	82.8%	0.9%	83.6%	16.4%
2008	654	527	13	541	114	80.6%	2.0%	82.6%	17.4%
2009	709	559	25	584	125	78.8%	3.6%	82.3%	17.7%
2010	750	568	50	618	132	75.7%	6.7%	82.4%	17.6%
2011	834	591	98	689	145	70.9%	11.7%	82.6%	17.4%
Average	697	564*	25*	594	102	--	--	85.3%	14.7%

* Promedio de 2004 a 2011

Russia	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 857			109	1 748			5.9%	94.1%
1998	1 647			104	1 543			6.3%	93.7%
1999	1 352			85	1 267			6.3%	93.7%
2000	1 863			142	1 721			7.6%	92.4%
2001	2 983			262	2 721			8.8%	91.2%
2002	3 446			350	3 095			10.2%	89.8%
2003	3 582			427	3 155			11.9%	88.1%
2004	3 086	411	1	412	2 674	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2005	3 212	452	1	453	2 760	14.1%	0.0%	14.1%	85.9%
2006	3 263	520	1	522	2 741	15.9%	0.0%	16.0%	84.0%
2007	4 055	710	2	711	3 344	17.5%	0.0%	17.5%	82.5%
2008	3 716	679	2	681	3 035	18.3%	0.0%	18.3%	81.7%
2009	3 131	554	1	555	2 576	17.7%	0.0%	17.7%	82.3%
2010	3 661	675	2	676	2 985	18.4%	0.0%	18.5%	81.5%
2011	3 695	716	2	718	2 977	19.4%	0.0%	19.4%	80.6%
Average	2 970	589*	1*	414	2 556	--	--	13.9%	86.1%

* Promedio de 2004 a 2011

Spain	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 977			2 499	478			83.9%	16.1%
1998	2 996			2 515	481			83.9%	16.1%
1999	3 324			2 731	593			82.1%	17.9%
2000	2 991			2 447	544			81.8%	18.2%
2001	2 795			2 282	513			81.7%	18.3%
2002	2 833			2 310	523			81.5%	18.5%
2003	2 740			2 247	493			82.0%	18.0%
2004	2 705	2 213	13	2 226	480	81.8%	0.5%	82.3%	17.7%
2005	3 007	2 464	18	2 483	525	81.9%	0.6%	82.6%	17.4%
2006	3 017	2 466	24	2 491	526	81.8%	0.8%	82.6%	17.4%
2007	3 198	2 605	35	2 640	558	81.5%	1.1%	82.6%	17.4%
2008	3 485	2 833	47	2 880	606	81.3%	1.3%	82.6%	17.4%
2009	3 352	2 715	56	2 771	581	81.0%	1.7%	82.7%	17.3%
2010	3 232	2 584	71	2 655	576	80.0%	2.2%	82.2%	17.8%
2011	3 149	2 491	83	2 574	574	79.1%	2.6%	81.8%	18.2%
Average	3 054	2 546*	43*	2 517	537	--	--	82.4%	17.6%

* Promedio de 2004 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)
(En miles de sacos)

Sweden	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	1 241			1 180	61			95.1%	4.9%
1998	1 248			1 183	65			94.8%	5.2%
1999	1 279			1 214	65			94.9%	5.1%
2000	1 173			1 111	62			94.7%	5.3%
2001	1 251			1 186	66			94.8%	5.2%
2002	1 224			1 157	67			94.5%	5.5%
2003	1 178			1 113	65			94.5%	5.5%
2004	1 234			1 167	66			94.6%	5.4%
2005	1 170			1 103	67			94.3%	5.7%
2006	1 315	1 242	0	1 242	73	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2007	1 244	1 176	0	1 176	69	94.5%	0.0%	94.5%	5.5%
2008	1 272	1 202	0	1 202	71	94.4%	0.0%	94.4%	5.6%
2009	1 133	1 067	1	1 067	65	94.2%	0.1%	94.2%	5.8%
2010	1 221	1 147	3	1 149	72	93.9%	0.2%	94.1%	5.9%
2011	1 125	1 051	6	1 057	68	93.4%	0.5%	94.0%	6.0%
Average	1 221	1 147*	2*	1 154	67	--	--	94.5%	5.5%

* Promedio de 2006 a 2011

Switzerland	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	712			615	98			86.3%	13.7%
1998	811			703	108			86.7%	13.3%
1999	863			749	114			86.8%	13.2%
2000	827			717	110			86.7%	13.3%
2001	816			708	108			86.7%	13.3%
2002	821			714	107			86.9%	13.1%
2003	852			742	110			87.0%	13.0%
2004	722	615	15	630	92	85.2%	2.0%	87.2%	12.8%
2005	1 099	931	29	961	139	84.7%	2.7%	87.4%	12.6%
2006	932	784	32	817	115	84.2%	3.5%	87.6%	12.4%
2007	989	823	46	869	120	83.2%	4.7%	87.9%	12.1%
2008	1 149	948	64	1 012	137	82.5%	5.6%	88.1%	11.9%
2009	966	791	61	851	114	81.9%	6.3%	88.2%	11.8%
2010	1 012	818	76	894	118	80.8%	7.5%	88.4%	11.6%
2011	1 035	827	90	917	118	79.9%	8.7%	88.6%	11.4%
Average	907	817*	52*	793	114	--	--	87.4%	12.6%

* Promedio de 2004 a 2011

Turkey	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	236			77	160			32.5%	67.5%
1998	286			92	194			32.3%	67.7%
1999	265			83	181			31.5%	68.5%
2000	287			94	192			32.9%	67.1%
2001	290			94	196			32.3%	67.7%
2002	359			86	273			23.9%	76.1%
2003	367			72	295			19.7%	80.3%
2004	403	66	0	66	338	16.3%	0.0%	16.3%	83.7%
2005	464	60	0	60	405	12.8%	0.0%	12.8%	87.2%
2006	497	47	0	47	450	9.5%	0.0%	9.5%	90.5%
2007	516	45	0	45	471	8.7%	0.0%	8.7%	91.3%
2008	484	40	0	40	444	8.3%	0.0%	8.3%	91.7%
2009	521	42	0	42	478	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2010	610	49	0	49	560	8.1%	0.0%	8.1%	91.9%
2011	633	52	0	52	582	8.2%	0.0%	8.2%	91.8%
Average	415	50*		67	348	--	--	16.1%	83.9%

* Promedio de 2004 a 2011

ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Ukraine	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	167			28	139			17.0%	83.0%
1998	126			22	104			17.2%	82.8%
1999	253			43	210			17.1%	82.9%
2000	179			32	147			17.7%	82.3%
2001	228			41	188			17.8%	82.2%
2002	440			77	364			17.4%	82.6%
2003	647			107	540			16.6%	83.4%
2004	739			113	627			15.2%	84.8%
2005	1 025			155	870			15.1%	84.9%
2006	968			152	817			15.7%	84.3%
2007	1 057			173	884			16.3%	83.7%
2008	1 733			208	1 525			12.0%	88.0%
2009	1 460			198	1 262			13.6%	86.4%
2010	1 485	198	0	198	1 287	13.3%	0.0%	13.3%	86.7%
2011	1 324	157	0	157	1 167	11.8%	0.0%	11.8%	88.2%
Average	789	177*		113	675	--	--	14.4%	85.6%

* Promedio de 2010 a 2011

United Kingdom	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	2 441			385	2 056			15.8%	84.2%
1998	2 588			413	2 175			15.9%	84.1%
1999	2 276			369	1 907			16.2%	83.8%
2000	2 342			390	1 952			16.7%	83.3%
2001	2 215			387	1 828			17.5%	82.5%
2002	2 261			412	1 849			18.2%	81.8%
2003	2 236			429	1 807			19.2%	80.8%
2004	2 458	490	3	493	1 965	19.9%	0.1%	20.1%	79.9%
2005	2 680	542	5	547	2 133	20.2%	0.2%	20.4%	79.6%
2006	3 059	646	10	656	2 403	21.1%	0.3%	21.5%	78.5%
2007	2 824	632	14	645	2 178	22.4%	0.5%	22.9%	77.1%
2008	3 067	712	18	729	2 338	23.2%	0.6%	23.8%	76.2%
2009	3 220	765	24	789	2 431	23.8%	0.7%	24.5%	75.5%
2010	3 134	755	27	782	2 352	24.1%	0.9%	24.9%	75.1%
2011	2 926	711	29	740	2 185	24.3%	1.0%	25.3%	74.7%
Average	2 648	656*	16*	544	2 104	--	--	20.6%	79.4%

* Promedio de 2004 a 2011

USA	Total	Volume				Percentage shares			
		Roasted			Soluble	Roasted			Soluble
		Standard	Pods	Subtotal		Standard	Pods	Subtotal	
1997	17 795			15 522	2 274			87.2%	12.8%
1998	18 604			16 366	2 237			88.0%	12.0%
1999	19 359			17 085	2 275			88.3%	11.7%
2000	18 746			16 593	2 153			88.5%	11.5%
2001	19 554			17 552	2 002			89.8%	10.2%
2002	19 125			17 325	1 800			90.6%	9.4%
2003	20 193			18 342	1 851			90.8%	9.2%
2004	20 973	19 246	0	19 246	1 726	91.8%	0.0%	91.8%	8.2%
2005	20 998	19 347	32	19 379	1 619	92.1%	0.2%	92.3%	7.7%
2006	20 667	19 121	62	19 183	1 485	92.5%	0.3%	92.8%	7.2%
2007	21 033	19 563	63	19 626	1 408	93.0%	0.3%	93.3%	6.7%
2008	21 652	20 177	98	20 274	1 378	93.2%	0.5%	93.6%	6.4%
2009	21 436	20 003	146	20 149	1 287	93.3%	0.7%	94.0%	6.0%
2010	21 783	20 253	266	20 519	1 264	93.0%	1.2%	94.2%	5.8%
2011	22 043	20 479	358	20 837	1 206	92.9%	1.6%	94.5%	5.5%
Average	20 264	19 774*	128*	18 533	1 731	--	--	91.5%	8.5%

* Promedio de 2004 a 2011

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

(En miles de sacos)

Austria	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 087	1 001	0	1 001	3	84	86	92.0%	0.0%	92.0%	0.3%	7.7%	8.0%
1998	1 105	1 015	0	1 015	3	87	90	91.8%	0.0%	91.8%	0.3%	7.9%	8.2%
1999	1 123	1 028	0	1 028	4	92	95	91.5%	0.0%	91.5%	0.3%	8.1%	8.5%
2000	875	799	0	799	3	72	75	91.4%	0.0%	91.4%	0.4%	8.3%	8.6%
2001	1 013	923	0	923	4	85	90	91.1%	0.0%	91.1%	0.4%	8.4%	8.9%
2002	926	843	0	843	4	79	83	91.0%	0.0%	91.0%	0.4%	8.5%	9.0%
2003	720	654	0	654	3	62	65	90.9%	0.0%	90.9%	0.5%	8.6%	9.1%
2004	996	902	0	902	5	88	94	90.6%	0.0%	90.6%	0.5%	8.9%	9.4%
2005	772	697	1	698	4	70	74	90.3%	0.2%	90.4%	0.5%	9.1%	9.6%
2006	612	551	1	552	3	57	60	90.0%	0.2%	90.2%	0.5%	9.3%	9.8%
2007	847	758	2	760	4	82	87	89.5%	0.3%	89.8%	0.5%	9.7%	10.2%
2008	908	805	2	808	5	95	100	88.7%	0.3%	89.0%	0.6%	10.5%	11.0%
2009	886	782	3	785	5	96	101	88.3%	0.4%	88.6%	0.6%	10.8%	11.4%
2010	903	793	3	796	6	101	106	87.9%	0.4%	88.2%	0.6%	11.2%	11.8%
2011	1 117	977	5	982	7	128	135	87.5%	0.4%	87.9%	0.6%	11.5%	12.1%
Average	926	835	1	837	4	85	89	90.2%	0.1%	90.3%	0.5%	9.2%	9.7%

Belgium	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	886	683	28	711	2	174	175	77.0%	3.2%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1998	1 309	1 006	44	1 050	2	257	259	76.9%	3.4%	80.2%	0.2%	19.6%	19.8%
1999	834	630	28	659	2	174	176	75.5%	3.4%	78.9%	0.2%	20.9%	21.1%
2000	1 133	840	41	881	2	250	252	74.1%	3.7%	77.8%	0.2%	22.0%	22.2%
2001	884	649	37	686	2	197	199	73.3%	4.2%	77.5%	0.2%	22.3%	22.5%
2002	1 484	1 077	69	1 145	3	336	339	72.5%	4.6%	77.2%	0.2%	22.6%	22.8%
2003	1 579	1 148	78	1 226	4	350	353	72.7%	5.0%	77.6%	0.2%	22.1%	22.4%
2004	1 396	1 020	73	1 093	3	300	303	73.1%	5.2%	78.3%	0.2%	21.5%	21.7%
2005	1 158	847	62	909	2	247	249	73.2%	5.3%	78.5%	0.2%	21.3%	21.5%
2006	1 537	1 132	85	1 218	3	318	320	73.6%	5.5%	79.2%	0.2%	20.7%	20.8%
2007	1 103	817	63	880	2	221	223	74.0%	5.7%	79.8%	0.2%	20.1%	20.2%
2008	650	483	38	521	1	128	129	74.3%	5.9%	80.2%	0.2%	19.7%	19.8%
2009	934	698	57	754	2	178	180	74.8%	6.1%	80.7%	0.2%	19.1%	19.3%
2010	871	651	54	706	2	163	165	74.8%	6.2%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2011	934	703	63	766	3	166	169	75.2%	6.7%	82.0%	0.3%	17.8%	18.0%
Average	1 113	826	55	880	2	231	233	74.2%	4.9%	79.1%	0.2%	20.7%	20.9%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Denmark	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	808	658	17	675	0	134	134	81.4%	2.1%	83.5%	0.0%	16.5%	16.5%
1998	854	688	21	710	0	144	144	80.6%	2.5%	83.1%	0.0%	16.9%	16.9%
1999	869	686	25	711	0	158	158	79.0%	2.9%	81.8%	0.0%	18.1%	18.2%
2000	791	617	22	639	0	152	152	78.0%	2.8%	80.8%	0.0%	19.2%	19.2%
2001	868	681	28	709	0	159	159	78.4%	3.3%	81.7%	0.0%	18.3%	18.3%
2002	805	619	33	652	0	152	153	77.0%	4.1%	81.0%	0.0%	18.9%	19.0%
2003	724	548	32	580	0	144	144	75.7%	4.4%	80.1%	0.0%	19.8%	19.9%
2004	849	634	39	673	0	176	176	74.6%	4.6%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2005	795	584	38	622	0	172	173	73.5%	4.8%	78.3%	0.0%	21.7%	21.7%
2006	822	598	40	638	1	184	184	72.7%	4.9%	77.6%	0.1%	22.3%	22.4%
2007	794	575	39	614	1	180	181	72.4%	4.9%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2008	688	497	35	532	1	155	156	72.1%	5.1%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2009	679	493	35	528	1	150	150	72.6%	5.2%	77.8%	0.1%	22.1%	22.2%
2010	847	616	46	662	1	184	185	72.8%	5.4%	78.1%	0.1%	21.8%	21.9%
2011	790	576	42	618	1	171	172	72.9%	5.3%	78.3%	0.1%	21.6%	21.7%
Average	799	605	33	638	0	161	161	75.7%	4.1%	79.8%	0.0%	20.1%	20.2%

Finland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	939	840	0	840	1	99	99	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
1998	1 001	884	0	884	1	117	118	88.3%	0.0%	88.3%	0.1%	11.7%	11.7%
1999	979	866	0	866	1	112	113	88.5%	0.0%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2000	967	852	0	852	1	114	115	88.1%	0.0%	88.1%	0.1%	11.8%	11.9%
2001	947	833	0	833	1	114	115	87.9%	0.0%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2002	970	865	1	866	1	103	104	89.2%	0.1%	89.3%	0.1%	10.6%	10.7%
2003	966	854	1	854	1	111	111	88.4%	0.1%	88.5%	0.1%	11.4%	11.5%
2004	1 034	911	2	912	1	121	122	88.0%	0.2%	88.2%	0.1%	11.7%	11.8%
2005	1 102	968	2	969	1	132	133	87.8%	0.2%	88.0%	0.1%	11.9%	12.0%
2006	1 047	917	2	919	1	127	128	87.6%	0.2%	87.7%	0.1%	12.1%	12.3%
2007	1 057	922	2	924	1	132	133	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.4%	12.6%
2008	1 115	973	2	975	1	139	140	87.3%	0.2%	87.4%	0.1%	12.5%	12.6%
2009	1 058	926	2	928	1	129	131	87.5%	0.2%	87.6%	0.1%	12.2%	12.4%
2010	1 080	948	2	950	1	129	131	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
2011	1 093	959	2	961	1	131	132	87.7%	0.2%	87.9%	0.1%	12.0%	12.1%
Average	1 024	901	1	902	1	121	122	88.0%	0.1%	88.1%	0.1%	11.8%	11.9%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

France	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	5 487	4 315	9	4 323	5	1 159	1 164	78.6%	0.2%	78.8%	0.1%	21.1%	21.2%
1998	5 351	4 212	8	4 220	5	1 126	1 131	78.7%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
1999	5 578	4 394	9	4 403	6	1 169	1 175	78.8%	0.2%	78.9%	0.1%	21.0%	21.1%
2000	5 402	4 266	9	4 275	7	1 121	1 128	79.0%	0.2%	79.1%	0.1%	20.7%	20.9%
2001	5 253	4 146	8	4 155	7	1 091	1 098	78.9%	0.2%	79.1%	0.1%	20.8%	20.9%
2002	5 526	4 357	9	4 366	9	1 152	1 160	78.9%	0.2%	79.0%	0.2%	20.8%	21.0%
2003	5 394	4 252	13	4 265	16	1 113	1 129	78.8%	0.2%	79.1%	0.3%	20.6%	20.9%
2004	4 929	3 881	19	3 897	14	1 018	1 032	78.7%	0.4%	79.1%	0.3%	20.7%	20.9%
2005	4 787	3 757	23	3 779	17	991	1 008	78.5%	0.5%	78.9%	0.4%	20.7%	21.1%
2006	5 278	4 137	42	4 179	22	1 078	1 099	78.4%	0.8%	79.2%	0.4%	20.4%	20.8%
2007	5 628	4 404	49	4 453	39	1 136	1 175	78.3%	0.9%	79.1%	0.7%	20.2%	20.9%
2008	5 152	4 048	45	4 093	46	1 013	1 058	78.6%	0.9%	79.5%	0.9%	19.7%	20.5%
2009	5 677	4 481	59	4 541	53	1 083	1 136	78.9%	1.0%	80.0%	0.9%	19.1%	20.0%
2010	5 713	4 521	69	4 589	57	1 066	1 124	79.1%	1.2%	80.3%	1.0%	18.7%	19.7%
2011	5 960	4 737	77	4 814	64	1 082	1 147	79.5%	1.3%	80.8%	1.1%	18.2%	19.2%
Average	5 408	4 260	30	4 290	24	1 093	1 118	78.8%	0.6%	79.3%	0.5%	20.2%	20.7%

Germany	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	9 670	7 915	40	7 955	17	1 698	1 715	81.9%	0.4%	82.3%	0.2%	17.6%	17.7%
1998	9 976	8 187	49	8 228	26	1 722	1 748	82.1%	0.5%	82.5%	0.3%	17.3%	17.5%
1999	9 748	8 020	48	8 068	32	1 648	1 680	82.3%	0.5%	82.8%	0.3%	16.9%	17.2%
2000	8 770	7 248	44	7 292	34	1 444	1 478	82.6%	0.5%	83.1%	0.4%	16.5%	16.9%
2001	9 059	7 521	53	7 574	40	1 445	1 486	83.0%	0.6%	83.6%	0.4%	16.0%	16.4%
2002	8 498	7 104	43	7 155	40	1 303	1 343	83.6%	0.5%	84.2%	0.5%	15.3%	15.8%
2003	9 499	7 995	48	8 044	45	1 410	1 455	84.2%	0.5%	84.7%	0.5%	14.8%	15.3%
2004	10 445	8 811	53	8 864	51	1 530	1 580	84.4%	0.5%	84.9%	0.5%	14.6%	15.1%
2005	8 665	7 305	44	7 349	42	1 273	1 315	84.3%	0.5%	84.8%	0.5%	14.7%	15.2%
2006	9 151	7 746	47	7 793	53	1 305	1 358	84.6%	0.5%	85.2%	0.6%	14.3%	14.8%
2007	8 627	7 274	103	7 377	52	1 197	1 250	84.3%	1.2%	85.5%	0.6%	13.9%	14.5%
2008	9 535	8 016	147	8 163	59	1 312	1 371	84.1%	1.5%	85.6%	0.6%	13.8%	14.4%
2009	8 897	7 448	183	7 631	54	1 211	1 266	83.7%	2.1%	85.8%	0.6%	13.6%	14.2%
2010	9 292	7 721	198	7 919	60	1 312	1 373	83.1%	2.1%	85.2%	0.6%	14.1%	14.8%
2011	9 460	7 758	248	8 006	70	1 384	1 454	82.0%	2.6%	84.6%	0.7%	14.6%	15.4%
Average	9 286	7 738	90	7 828	45	1 413	1 458	83.3%	1.0%	84.3%	0.5%	15.2%	15.7%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Greece	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	739	425	0	425	1	313	314	57.6%	0.0%	57.6%	0.1%	42.4%	42.4%
1998	668	387	0	387	1	280	281	57.9%	0.0%	57.9%	0.1%	42.0%	42.1%
1999	641	372	0	372	1	267	269	58.1%	0.0%	58.1%	0.2%	41.7%	41.9%
2000	687	402	0	402	2	284	286	58.5%	0.0%	58.5%	0.3%	41.2%	41.5%
2001	548	320	0	320	2	226	228	58.4%	0.0%	58.4%	0.4%	41.2%	41.6%
2002	827	484	0	484	5	338	343	58.5%	0.0%	58.5%	0.6%	40.8%	41.5%
2003	929	601	0	601	7	320	328	64.7%	0.0%	64.7%	0.8%	34.5%	35.3%
2004	871	556	0	556	12	303	315	63.9%	0.0%	63.9%	1.4%	34.7%	36.1%
2005	870	553	0	553	17	300	318	63.5%	0.0%	63.5%	2.0%	34.5%	36.5%
2006	857	545	0	545	22	289	311	63.7%	0.0%	63.7%	2.6%	33.8%	36.3%
2007	1 015	647	0	647	29	339	368	63.7%	0.0%	63.7%	2.9%	33.4%	36.3%
2008	978	624	0	624	30	324	354	63.8%	0.0%	63.8%	3.1%	33.1%	36.2%
2009	974	627	0	627	32	314	347	64.4%	0.0%	64.4%	3.3%	32.3%	35.6%
2010	994	653	0	653	31	310	340	65.7%	0.0%	65.7%	3.1%	31.2%	34.3%
2011	1 023	700	0	700	28	294	322	68.5%	0.0%	68.5%	2.7%	28.8%	31.5%
Average	841	526	0	526	15	300	315	62.6%	0.0%	62.6%	1.7%	35.7%	37.4%

Italy	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	4 913	3 373	51	3 424	0	1 489	1 489	68.7%	1.0%	69.7%	0.0%	30.3%	30.3%
1998	4 936	3 436	28	3 464	0	1 472	1 472	69.6%	0.6%	70.2%	0.0%	29.8%	29.8%
1999	4 919	3 447	28	3 475	0	1 444	1 444	70.1%	0.6%	70.6%	0.0%	29.4%	29.4%
2000	5 149	3 623	29	3 652	0	1 497	1 497	70.4%	0.6%	70.9%	0.0%	29.1%	29.1%
2001	5 243	3 716	30	3 746	1	1 495	1 497	70.9%	0.6%	71.4%	0.0%	28.5%	28.6%
2002	5 182	3 688	33	3 721	1	1 460	1 461	71.2%	0.6%	71.8%	0.0%	28.2%	28.2%
2003	5 507	3 909	36	3 945	3	1 559	1 562	71.0%	0.6%	71.6%	0.1%	28.3%	28.4%
2004	5 469	3 937	36	3 972	9	1 488	1 497	72.0%	0.7%	72.6%	0.2%	27.2%	27.4%
2005	5 552	4 033	41	4 074	18	1 460	1 478	72.6%	0.7%	73.4%	0.3%	26.3%	26.6%
2006	5 593	4 085	41	4 127	19	1 447	1 466	73.0%	0.7%	73.8%	0.3%	25.9%	26.2%
2007	5 821	4 283	48	4 331	27	1 463	1 490	73.6%	0.8%	74.4%	0.5%	25.1%	25.6%
2008	5 892	4 377	49	4 425	29	1 436	1 467	74.3%	0.8%	75.1%	0.5%	24.4%	24.9%
2009	5 806	4 351	48	4 399	31	1 376	1 407	74.9%	0.8%	75.8%	0.5%	23.7%	24.2%
2010	5 781	4 364	49	4 413	34	1 336	1 368	75.5%	0.8%	76.3%	0.6%	23.1%	23.7%
2011	5 689	4 302	57	4 358	36	1 295	1 331	75.6%	1.0%	76.6%	0.6%	22.8%	23.4%
Average	5 430	3 928	40	3 968	14	1 448	1 462	72.3%	0.7%	73.1%	0.3%	26.7%	26.9%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Japan	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	5 968	3 673	226	3 899	352	1 717	2 069	61.5%	3.8%	65.3%	5.9%	28.8%	34.7%
1998	6 052	3 762	236	3 998	370	1 684	2 054	62.2%	3.9%	66.1%	6.1%	27.8%	33.9%
1999	6 273	3 947	252	4 198	373	1 701	2 074	62.9%	4.0%	66.9%	6.0%	27.1%	33.1%
2000	6 626	4 160	266	4 425	418	1 782	2 201	62.8%	4.0%	66.8%	6.3%	26.9%	33.2%
2001	6 936	4 373	274	4 647	435	1 854	2 288	63.1%	4.0%	67.0%	6.3%	26.7%	33.0%
2002	6 875	4 321	261	4 582	459	1 834	2 293	62.9%	3.8%	66.6%	6.7%	26.7%	33.4%
2003	6 770	4 214	264	4 478	458	1 833	2 292	62.2%	3.9%	66.1%	6.8%	27.1%	33.9%
2004	7 117	4 412	267	4 679	488	1 950	2 438	62.0%	3.7%	65.7%	6.9%	27.4%	34.3%
2005	7 128	4 370	254	4 624	526	1 978	2 503	61.3%	3.6%	64.9%	7.4%	27.7%	35.1%
2006	7 268	4 379	245	4 624	555	2 089	2 645	60.2%	3.4%	63.6%	7.6%	28.7%	36.4%
2007	7 282	4 283	240	4 523	607	2 152	2 759	58.8%	3.3%	62.1%	8.3%	29.6%	37.9%
2008	7 065	4 204	235	4 439	586	2 040	2 626	59.5%	3.3%	62.8%	8.3%	28.9%	37.2%
2009	7 130	4 285	240	4 525	594	2 012	2 606	60.1%	3.4%	63.5%	8.3%	28.2%	36.5%
2010	7 192	4 291	235	4 527	613	2 053	2 666	59.7%	3.3%	62.9%	8.5%	28.5%	37.1%
2011	7 015	4 185	225	4 410	594	2 011	2 605	59.7%	3.2%	62.9%	8.5%	28.7%	37.1%
Average	6 846	4 191	248	4 439	495	1 913	2 408	61.2%	3.6%	64.8%	7.2%	27.9%	35.2%

Netherlands	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 367	1 606	72	1 678	4	684	689	67.9%	3.0%	70.9%	0.2%	28.9%	29.1%
1998	1 961	1 335	63	1 398	3	559	563	68.1%	3.2%	71.3%	0.2%	28.5%	28.7%
1999	1 471	993	49	1 042	3	426	429	67.5%	3.3%	70.8%	0.2%	29.0%	29.2%
2000	1 860	1 245	64	1 309	5	546	551	66.9%	3.4%	70.4%	0.3%	29.4%	29.6%
2001	1 677	1 145	64	1 209	5	463	468	68.3%	3.8%	72.1%	0.3%	27.6%	27.9%
2002	1 574	1 054	63	1 117	6	452	457	67.0%	4.0%	70.9%	0.4%	28.7%	29.1%
2003	1 743	1 177	74	1 251	7	484	491	67.6%	4.2%	71.8%	0.4%	27.8%	28.2%
2004	1 978	1 389	90	1 479	9	490	499	70.2%	4.6%	74.8%	0.5%	24.8%	25.2%
2005	1 927	1 378	86	1 465	11	451	462	71.5%	4.5%	76.0%	0.6%	23.4%	24.0%
2006	2 129	1 535	89	1 624	14	490	504	72.1%	4.2%	76.3%	0.7%	23.0%	23.7%
2007	2 292	1 665	104	1 769	19	504	523	72.6%	4.6%	77.2%	0.8%	22.0%	22.8%
2008	1 324	967	64	1 031	14	278	292	73.1%	4.8%	77.9%	1.1%	21.0%	22.1%
2009	898	659	46	704	10	184	193	73.4%	5.1%	78.5%	1.1%	20.5%	21.5%
2010	1 347	988	70	1 059	15	273	288	73.4%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
2011	1 024	752	53	805	12	208	220	73.5%	5.2%	78.6%	1.1%	20.3%	21.4%
Average	1 705	1 193	70	1 263	9	433	442	70.0%	4.1%	74.1%	0.5%	25.4%	25.9%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Norway	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	675	534	0	534	0	141	141	79.1%	0.0%	79.1%	0.0%	20.8%	20.9%
1998	702	556	0	556	0	146	146	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
1999	785	622	0	622	0	163	163	79.2%	0.0%	79.2%	0.0%	20.7%	20.8%
2000	657	521	0	521	0	136	136	79.2%	0.0%	79.2%	0.1%	20.7%	20.8%
2001	710	564	0	564	0	146	146	79.4%	0.0%	79.4%	0.1%	20.5%	20.6%
2002	692	549	0	549	0	143	143	79.3%	0.0%	79.3%	0.1%	20.6%	20.7%
2003	683	528	0	528	1	154	155	77.4%	0.0%	77.4%	0.1%	22.6%	22.6%
2004	709	548	0	548	1	160	161	77.3%	0.0%	77.3%	0.1%	22.6%	22.7%
2005	743	574	0	574	1	169	170	77.2%	0.0%	77.2%	0.1%	22.7%	22.8%
2006	721	555	0	555	1	166	166	76.9%	0.0%	76.9%	0.1%	23.0%	23.1%
2007	771	592	0	592	1	179	180	76.7%	0.0%	76.7%	0.1%	23.2%	23.3%
2008	715	546	0	546	1	167	168	76.5%	0.0%	76.5%	0.1%	23.4%	23.5%
2009	715	545	0	545	1	169	170	76.2%	0.0%	76.2%	0.2%	23.6%	23.8%
2010	746	566	0	566	1	179	180	75.9%	0.0%	75.9%	0.2%	23.9%	24.1%
2011	785	593	0	593	2	190	192	75.6%	0.0%	75.6%	0.2%	24.2%	24.4%
Average	721	560	0	560	1	160	161	77.6%	0.0%	77.6%	0.1%	22.3%	22.4%

Poland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 966	1 884	0	1 884	0	82	82	95.8%	0.0%	95.8%	0.0%	4.2%	4.2%
1998	1 965	1 877	0	1 877	0	87	87	95.6%	0.0%	95.6%	0.0%	4.4%	4.4%
1999	1 985	1 892	0	1 892	0	94	94	95.3%	0.0%	95.3%	0.0%	4.7%	4.7%
2000	2 046	1 942	4	1 946	0	99	100	94.9%	0.2%	95.1%	0.0%	4.9%	4.9%
2001	2 222	2 098	8	2 107	0	115	116	94.4%	0.4%	94.8%	0.0%	5.2%	5.2%
2002	2 201	2 077	10	2 087	0	113	114	94.4%	0.5%	94.8%	0.0%	5.1%	5.2%
2003	2 242	2 103	19	2 122	1	119	120	93.8%	0.9%	94.6%	0.0%	5.3%	5.4%
2004	2 281	2 128	24	2 152	1	128	129	93.3%	1.0%	94.3%	0.0%	5.6%	5.7%
2005	2 267	2 103	32	2 136	1	131	132	92.8%	1.4%	94.2%	0.0%	5.8%	5.8%
2006	1 993	1 830	45	1 875	1	117	118	91.8%	2.3%	94.1%	0.0%	5.9%	5.9%
2007	1 554	1 423	37	1 461	1	93	94	91.5%	2.3%	94.0%	0.1%	6.0%	6.0%
2008	1 681	1 536	43	1 578	1	102	103	91.3%	2.5%	93.9%	0.1%	6.1%	6.1%
2009	2 001	1 821	53	1 875	1	124	126	91.0%	2.6%	93.7%	0.1%	6.2%	6.3%
2010	2 156	1 953	60	2 013	2	141	142	90.6%	2.8%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
2011	2 042	1 836	61	1 897	2	143	145	89.9%	3.0%	92.9%	0.1%	7.0%	7.1%
Average	2 040	1 900	26	1 927	1	113	113	93.1%	1.3%	94.4%	0.0%	5.5%	5.6%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Portugal	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	603	213	0	213	5	385	390	35.3%	0.0%	35.3%	0.8%	63.8%	64.7%
1998	696	253	1	253	7	436	443	36.3%	0.1%	36.4%	1.0%	62.6%	63.6%
1999	737	271	1	271	7	458	465	36.8%	0.1%	36.8%	1.0%	62.2%	63.2%
2000	646	241	0	242	7	397	404	37.3%	0.1%	37.4%	1.1%	61.4%	62.6%
2001	745	281	1	281	12	452	464	37.7%	0.1%	37.7%	1.6%	60.6%	62.3%
2002	720	274	1	275	17	427	445	38.1%	0.1%	38.2%	2.4%	59.4%	61.8%
2003	657	254	1	254	19	384	403	38.6%	0.1%	38.7%	2.8%	58.5%	61.3%
2004	685	269	2	271	21	394	415	39.3%	0.2%	39.5%	3.0%	57.5%	60.5%
2005	656	259	2	261	21	373	394	39.5%	0.4%	39.9%	3.2%	56.9%	60.1%
2006	671	266	3	270	23	379	402	39.7%	0.5%	40.2%	3.4%	56.5%	59.8%
2007	684	269	4	273	24	386	410	39.3%	0.6%	40.0%	3.5%	56.5%	60.0%
2008	654	263	3	266	23	365	388	40.2%	0.5%	40.7%	3.6%	55.8%	59.3%
2009	709	293	3	296	25	388	413	41.3%	0.5%	41.8%	3.6%	54.7%	58.2%
2010	750	324	4	328	29	394	423	43.1%	0.6%	43.7%	3.8%	52.5%	56.3%
2011	834	386	5	391	31	412	442	46.3%	0.7%	46.9%	3.7%	49.4%	53.1%
Average	697	274	2	276	18	402	420	39.4%	0.3%	39.7%	2.6%	57.7%	60.3%

Russia	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 857	1 749	0	1 749	1	108	109	94.1%	0.0%	94.1%	0.1%	5.8%	5.9%
1998	1 647	1 539	0	1 539	1	107	109	93.4%	0.0%	93.4%	0.1%	6.5%	6.6%
1999	1 352	1 257	0	1 257	0	94	94	93.0%	0.0%	93.0%	0.0%	7.0%	7.0%
2000	1 863	1 711	0	1 711	0	152	152	91.8%	0.0%	91.8%	0.0%	8.1%	8.2%
2001	2 983	2 718	0	2 718	1	265	265	91.1%	0.0%	91.1%	0.0%	8.9%	8.9%
2002	3 446	3 118	0	3 118	1	327	328	90.5%	0.0%	90.5%	0.0%	9.5%	9.5%
2003	3 582	3 213	0	3 213	2	367	369	89.7%	0.0%	89.7%	0.1%	10.2%	10.3%
2004	3 086	2 759	0	2 759	2	325	328	89.4%	0.0%	89.4%	0.1%	10.5%	10.6%
2005	3 212	2 877	0	2 877	3	333	335	89.6%	0.0%	89.6%	0.1%	10.4%	10.4%
2006	3 263	2 876	23	2 899	3	360	364	88.1%	0.7%	88.9%	0.1%	11.0%	11.1%
2007	4 055	3 548	36	3 584	5	466	471	87.5%	0.9%	88.4%	0.1%	11.5%	11.6%
2008	3 716	3 241	36	3 277	6	432	438	87.2%	1.0%	88.2%	0.2%	11.6%	11.8%
2009	3 131	2 740	33	2 773	5	353	358	87.5%	1.1%	88.6%	0.2%	11.3%	11.4%
2010	3 661	3 206	36	3 242	8	412	419	87.6%	1.0%	88.5%	0.2%	11.2%	11.5%
2011	3 695	3 225	39	3 264	9	422	430	87.3%	1.1%	88.4%	0.2%	11.4%	11.6%
Average	2 970	2 652	14	2 665	3	301	305	89.3%	0.5%	89.7%	0.1%	10.1%	10.3%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Spain	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 977	1 688	2	1 690	23	1 264	1 287	56.7%	0.1%	56.8%	0.8%	42.5%	43.2%
1998	2 996	1 696	2	1 698	29	1 270	1 299	56.6%	0.1%	56.7%	1.0%	42.4%	43.3%
1999	3 324	1 870	2	1 872	36	1 414	1 452	56.3%	0.1%	56.3%	1.1%	42.5%	43.7%
2000	2 991	1 678	2	1 680	39	1 272	1 312	56.1%	0.1%	56.1%	1.3%	42.5%	43.9%
2001	2 795	1 592	2	1 593	43	1 159	1 202	56.9%	0.1%	57.0%	1.5%	41.5%	43.0%
2002	2 833	1 630	2	1 632	50	1 151	1 201	57.5%	0.1%	57.6%	1.8%	40.6%	42.4%
2003	2 740	1 513	2	1 515	53	1 173	1 226	55.2%	0.1%	55.3%	1.9%	42.8%	44.7%
2004	2 705	1 473	1	1 475	58	1 173	1 231	54.5%	0.1%	54.5%	2.1%	43.4%	45.5%
2005	3 007	1 646	2	1 647	67	1 293	1 360	54.7%	0.1%	54.8%	2.2%	43.0%	45.2%
2006	3 017	1 654	2	1 655	69	1 292	1 361	54.8%	0.1%	54.9%	2.3%	42.8%	45.1%
2007	3 198	1 756	2	1 757	79	1 361	1 441	54.9%	0.1%	55.0%	2.5%	42.6%	45.0%
2008	3 485	1 867	2	1 869	94	1 523	1 616	53.6%	0.1%	53.6%	2.7%	43.7%	46.4%
2009	3 352	1 809	2	1 813	92	1 447	1 539	54.0%	0.1%	54.1%	2.8%	43.2%	45.9%
2010	3 232	1 795	4	1 799	89	1 344	1 433	55.5%	0.1%	55.7%	2.7%	41.6%	44.3%
2011	3 149	1 782	2	1 784	86	1 279	1 365	56.6%	0.1%	56.6%	2.7%	40.6%	43.4%
Average	3 054	1 697	2	1 698	61	1 294	1 355	55.6%	0.1%	55.6%	2.0%	42.4%	44.4%

Sweden	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	1 241	1 035	17	1 051	0	189	189	83.4%	1.4%	84.7%	0.0%	15.2%	15.3%
1998	1 248	1 030	18	1 048	0	200	200	82.5%	1.4%	84.0%	0.0%	16.0%	16.0%
1999	1 279	1 050	17	1 067	0	211	212	82.1%	1.3%	83.4%	0.0%	16.5%	16.6%
2000	1 173	953	15	968	0	204	205	81.2%	1.3%	82.6%	0.0%	17.4%	17.4%
2001	1 251	1 012	18	1 030	1	221	222	80.9%	1.4%	82.3%	0.1%	17.6%	17.7%
2002	1 224	975	18	993	1	230	231	79.7%	1.5%	81.1%	0.1%	18.8%	18.9%
2003	1 178	945	17	962	1	215	216	80.2%	1.5%	81.7%	0.1%	18.2%	18.3%
2004	1 234	999	18	1 018	2	214	216	81.0%	1.5%	82.5%	0.1%	17.4%	17.5%
2005	1 170	936	18	955	2	213	215	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2006	1 315	1 052	20	1 073	3	240	242	80.0%	1.6%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2007	1 244	989	20	1 009	3	233	236	79.4%	1.6%	81.1%	0.2%	18.7%	18.9%
2008	1 272	1 005	22	1 026	3	243	246	79.0%	1.7%	80.7%	0.3%	19.1%	19.3%
2009	1 133	894	18	912	4	217	221	78.9%	1.6%	80.5%	0.3%	19.2%	19.5%
2010	1 221	960	22	981	5	235	240	78.6%	1.8%	80.3%	0.4%	19.3%	19.7%
2011	1 125	880	20	900	6	220	225	78.2%	1.8%	80.0%	0.5%	19.5%	20.0%
Average	1 221	981	19	1 000	2	219	221	80.4%	1.5%	81.9%	0.2%	17.9%	18.1%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Switzerland	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	712	567	5	571	0	141	141	79.6%	0.6%	80.2%	0.0%	19.8%	19.8%
1998	811	651	6	656	0	154	154	80.3%	0.7%	81.0%	0.0%	19.0%	19.0%
1999	863	694	6	700	0	162	162	80.4%	0.7%	81.2%	0.0%	18.8%	18.8%
2000	827	668	6	673	0	154	154	80.7%	0.7%	81.4%	0.0%	18.6%	18.6%
2001	816	660	6	666	1	148	150	80.9%	0.7%	81.6%	0.2%	18.2%	18.4%
2002	821	669	6	675	5	141	147	81.5%	0.7%	82.2%	0.6%	17.2%	17.8%
2003	852	696	6	703	6	144	150	81.7%	0.7%	82.4%	0.7%	16.9%	17.6%
2004	722	589	7	596	6	120	126	81.6%	1.0%	82.6%	0.8%	16.6%	17.4%
2005	1 099	896	13	908	12	179	191	81.5%	1.2%	82.6%	1.1%	16.3%	17.4%
2006	932	761	11	772	13	147	160	81.7%	1.2%	82.8%	1.4%	15.8%	17.2%
2007	989	806	12	818	17	154	171	81.5%	1.2%	82.7%	1.7%	15.5%	17.3%
2008	1 149	933	15	949	24	176	201	81.2%	1.3%	82.5%	2.1%	15.4%	17.5%
2009	966	782	14	795	23	148	170	80.9%	1.4%	82.3%	2.3%	15.3%	17.7%
2010	1 012	817	15	832	25	156	180	80.7%	1.5%	82.2%	2.4%	15.4%	17.8%
2011	1 035	834	17	850	26	159	185	80.6%	1.6%	82.2%	2.5%	15.3%	17.8%
Average	907	735	10	744	10	152	163	81.0%	1.1%	82.1%	1.2%	16.8%	17.9%

Turkey	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	236	150	0	150	0	86	86	63.6%	0.0%	63.6%	0.2%	36.2%	36.4%
1998	286	183	0	183	1	103	103	63.8%	0.0%	63.8%	0.2%	36.0%	36.2%
1999	265	170	0	170	1	95	95	64.1%	0.0%	64.1%	0.2%	35.7%	35.9%
2000	287	178	0	178	1	108	109	62.0%	0.0%	62.0%	0.2%	37.7%	38.0%
2001	290	179	0	179	1	111	111	61.6%	0.0%	61.6%	0.3%	38.1%	38.4%
2002	359	248	0	248	1	110	111	69.0%	0.0%	69.0%	0.2%	30.7%	31.0%
2003	367	264	0	264	1	102	103	71.8%	0.0%	71.8%	0.2%	27.9%	28.2%
2004	403	297	0	297	1	105	106	73.6%	0.0%	73.6%	0.2%	26.1%	26.4%
2005	464	338	0	338	1	125	126	72.9%	0.0%	72.9%	0.3%	26.9%	27.1%
2006	497	355	0	355	2	140	142	71.5%	0.0%	71.5%	0.3%	28.1%	28.5%
2007	516	345	0	345	3	168	171	66.8%	0.0%	66.8%	0.5%	32.6%	33.2%
2008	484	318	0	318	3	163	166	65.6%	0.0%	65.6%	0.7%	33.6%	34.4%
2009	521	340	0	340	4	177	181	65.3%	0.0%	65.3%	0.8%	33.9%	34.7%
2010	610	398	0	398	6	206	212	65.2%	0.0%	65.2%	0.9%	33.8%	34.8%
2011	633	415	0	415	7	212	219	65.5%	0.0%	65.5%	1.0%	33.5%	34.5%
Average	415	278	0	278	2	134	136	67.2%	0.0%	67.2%	0.5%	32.3%	32.8%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

Ukraine	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	167	162	0	162	0	5	5	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1998	126	122	0	122	0	4	4	96.7%	0.0%	96.7%	0.0%	3.3%	3.3%
1999	253	246	0	246	0	6	6	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2000	179	174	0	174	0	5	5	97.5%	0.0%	97.5%	0.0%	2.5%	2.5%
2001	228	222	0	222	0	6	6	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2002	440	428	0	428	0	12	12	97.2%	0.0%	97.2%	0.0%	2.8%	2.8%
2003	647	630	0	630	0	17	17	97.3%	0.0%	97.3%	0.0%	2.7%	2.7%
2004	739	722	0	722	0	18	18	97.6%	0.0%	97.6%	0.0%	2.4%	2.4%
2005	1 025	1 001	0	1 001	0	23	23	97.7%	0.0%	97.7%	0.0%	2.3%	2.3%
2006	968	942	1	943	0	25	25	97.3%	0.1%	97.4%	0.0%	2.6%	2.6%
2007	1 057	1 025	0	1 026	0	31	31	97.0%	0.0%	97.1%	0.0%	2.9%	2.9%
2008	1 733	1 696	0	1 696	1	36	37	97.9%	0.0%	97.9%	0.0%	2.1%	2.1%
2009	1 460	1 432	0	1 432	1	28	28	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2010	1 485	1 457	0	1 457	1	28	29	98.1%	0.0%	98.1%	0.0%	1.9%	1.9%
2011	1 324	1 300	0	1 300	1	23	24	98.2%	0.0%	98.2%	0.0%	1.8%	1.8%
Average	789	771	0	771	0	18	18	97.7%	0.0%	97.7%	0.0%	2.3%	2.3%

United Kingdom	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	2 441	1 658	51	1 709	161	571	731	67.9%	2.1%	70.0%	6.6%	23.4%	30.0%
1998	2 588	1 736	57	1 794	199	596	794	67.1%	2.2%	69.3%	7.7%	23.0%	30.7%
1999	2 276	1 524	55	1 579	188	508	696	67.0%	2.4%	69.4%	8.3%	22.3%	30.6%
2000	2 342	1 555	63	1 618	217	507	725	66.4%	2.7%	69.1%	9.3%	21.7%	30.9%
2001	2 215	1 452	72	1 524	242	449	691	65.6%	3.2%	68.8%	10.9%	20.3%	31.2%
2002	2 261	1 472	77	1 549	285	427	711	65.1%	3.4%	68.5%	12.6%	18.9%	31.5%
2003	2 236	1 446	79	1 525	327	384	711	64.7%	3.5%	68.2%	14.6%	17.2%	31.8%
2004	2 458	1 586	87	1 673	385	401	785	64.5%	3.5%	68.1%	15.7%	16.3%	31.9%
2005	2 680	1 752	92	1 844	443	393	836	65.4%	3.4%	68.8%	16.5%	14.7%	31.2%
2006	3 059	1 994	109	2 103	530	425	956	65.2%	3.6%	68.8%	17.3%	13.9%	31.2%
2007	2 824	1 840	99	1 939	515	370	884	65.2%	3.5%	68.7%	18.2%	13.1%	31.3%
2008	3 067	2 009	108	2 117	570	380	951	65.5%	3.5%	69.0%	18.6%	12.4%	31.0%
2009	3 220	2 137	115	2 250	584	386	970	66.4%	3.6%	69.9%	18.1%	12.0%	30.1%
2010	3 134	2 099	115	2 214	556	364	920	67.0%	3.7%	70.7%	17.7%	11.6%	29.3%
2011	2 926	1 996	92	2 088	507	331	838	68.2%	3.1%	71.4%	17.3%	11.3%	28.6%
Average	2 648	1 750	85	1 835	381	433	813	66.1%	3.2%	69.3%	14.4%	16.3%	30.7%

LOCALIZACIÓN DEL CONSUMO DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES (CONTD.)

(En miles de sacos)

USA	Total	Volume						Percentage shares					
		At-home			Out-of-home			At-home			Out-of-home		
		Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal	Store	Non-store	Subtotal	Chains	Other	Subtotal
1997	17 795	14 746	164	14 910	459	2 426	2 885	82.9%	0.9%	83.8%	2.6%	13.6%	16.2%
1998	18 604	15 601	158	15 759	461	2 384	2 845	83.9%	0.8%	84.7%	2.5%	12.8%	15.3%
1999	19 359	16 329	148	16 478	487	2 395	2 882	84.3%	0.8%	85.1%	2.5%	12.4%	14.9%
2000	18 746	15 698	127	15 824	505	2 416	2 921	83.7%	0.7%	84.4%	2.7%	12.9%	15.6%
2001	19 554	16 351	132	16 483	537	2 533	3 070	83.6%	0.7%	84.3%	2.7%	13.0%	15.7%
2002	19 125	15 782	111	15 894	565	2 662	3 231	82.5%	0.6%	83.1%	3.0%	13.9%	16.9%
2003	20 193	16 458	133	16 591	634	2 965	3 602	81.5%	0.7%	82.2%	3.1%	14.7%	17.8%
2004	20 973	17 247	139	17 386	635	2 952	3 587	82.2%	0.7%	82.9%	3.0%	14.1%	17.1%
2005	20 998	17 087	155	17 242	672	3 083	3 756	81.4%	0.7%	82.1%	3.2%	14.7%	17.9%
2006	20 667	16 585	151	16 736	708	3 224	3 932	80.2%	0.7%	81.0%	3.4%	15.6%	19.0%
2007	21 033	16 764	169	16 933	738	3 362	4 100	79.7%	0.8%	80.5%	3.5%	16.0%	19.5%
2008	21 652	17 201	174	17 374	774	3 504	4 278	79.4%	0.8%	80.2%	3.6%	16.2%	19.8%
2009	21 436	17 119	173	17 292	754	3 390	4 144	79.9%	0.8%	80.7%	3.5%	15.8%	19.3%
2010	21 783	17 434	212	17 646	786	3 352	4 138	80.0%	1.0%	81.0%	3.6%	15.4%	19.0%
2011	22 043	17 760	234	17 994	790	3 259	4 049	80.6%	1.1%	81.6%	3.6%	14.8%	18.4%
Average	20 264	16 544	159	16 703	634	2 927	3 561	81.6%	0.8%	82.4%	3.1%	14.4%	17.6%

CONSUMO DE CAFÉ TOSTADO EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	938	950	964	746	860	785	607	835	644	509	705	756	737	759	946	783	84.5%
Belgium	808	1 195	756	1 021	795	1 326	1 410	1 249	1 031	1 365	979	576	827	770	824	995	89.4%
Denmark	786	828	842	764	839	772	684	797	741	760	736	635	624	775	718	753	94.3%
Finland	900	963	943	927	909	927	924	999	1 063	1 008	1 016	1 072	1 018	1 039	1 049	984	96.1%
France	4 818	4 672	4 845	4 686	4 545	4 754	4 626	4 218	4 078	4 498	4 791	4 383	4 830	4 868	5 098	4 647	85.9%
Germany	8 411	8 651	8 372	7 436	7 525	6 763	7 367	7 964	6 494	6 840	6 467	7 147	6 671	6 951	7 030	7 339	79.0%
Greece	259	235	226	245	196	300	399	382	386	384	460	446	453	488	521	359	42.6%
Italy	4 701	4 714	4 696	4 906	4 976	4 911	5 209	5 169	5 222	5 239	5 433	5 488	5 380	5 334	5 242	5 108	94.1%
Japan	3 679	3 715	3 825	4 103	4 323	4 325	4 265	4 486	4 553	4 757	4 906	4 753	4 823	4 851	4 729	4 406	64.4%
Netherlands	2 031	1 667	1 247	1 558	1 405	1 313	1 447	1 669	1 639	1 814	1 969	1 143	778	1 174	897	1 450	85.1%
Norway	649	675	753	630	680	662	636	659	689	667	709	654	652	678	714	674	93.5%
Poland	1 337	1 295	1 266	1 266	1 361	1 363	1 378	1 394	1 374	1 196	921	982	1 163	1 254	1 184	1 249	61.2%
Portugal	539	618	649	566	649	622	564	584	555	565	572	541	584	618	689	594	85.3%
Russia	109	104	85	142	262	350	427	412	453	522	711	681	555	676	718	414	13.9%
Spain	2 499	2 515	2 731	2 447	2 282	2 310	2 247	2 226	2 483	2 491	2 640	2 880	2 771	2 655	2 574	2 517	82.4%
Sweden	1 180	1 183	1 214	1 111	1 186	1 157	1 113	1 167	1 103	1 242	1 176	1 202	1 067	1 149	1 057	1 154	94.5%
Switzerland	615	703	749	717	708	714	742	630	961	817	869	1 012	851	894	917	793	87.4%
Turkey	77	92	83	94	94	86	72	66	60	47	45	40	42	49	52	67	16.1%
Ukraine	28	22	43	32	41	77	107	113	155	152	173	208	198	198	157	113	14.4%
United Kingdom	385	413	369	390	387	412	429	493	547	656	645	729	789	782	740	544	20.6%
USA	15 522	16 366	17 085	16 593	17 552	17 325	18 342	19 246	19 379	19 183	19 626	20 274	20 149	20 519	20 837	18 533	91.5%
Selected countries subtotal	50 268	51 577	51 744	50 380	51 571	51 253	52 996	54 757	53 609	54 712	55 547	55 600	54 965	56 482	56 694	53 477	77.4%
% of total consumption																	
in selected countries	79.1%	79.5%	79.7%	78.7%	77.9%	76.7%	76.6%	77.0%	76.5%	76.6%	76.7%	76.3%	76.8%	76.5%	76.9%	77.4%	

En miles de sacos

CONSUMO DE CAFÉ SOLUBLE EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average	% of total consumption
Austria	149	154	159	129	153	141	112	161	128	103	142	152	149	144	171	143	15.5%
Belgium	79	114	79	113	90	158	170	148	127	172	124	74	107	101	110	118	10.6%
Denmark	22	26	27	27	30	33	40	52	54	62	58	53	54	72	72	45	5.7%
Finland	39	39	36	40	39	42	42	35	39	39	41	43	40	41	44	40	3.9%
France	669	678	733	716	708	772	768	711	709	779	837	769	847	845	862	760	14.1%
Germany	1 260	1 325	1 376	1 334	1 534	1 735	2 131	2 481	2 170	2 311	2 160	2 387	2 226	2 341	2 430	1 947	21.0%
Greece	480	433	415	442	352	527	529	489	484	472	555	532	521	506	501	483	57.4%
Italy	212	222	222	243	267	271	298	300	330	354	388	404	426	448	447	322	5.9%
Japan	2 290	2 337	2 448	2 523	2 612	2 550	2 505	2 631	2 574	2 512	2 376	2 312	2 307	2 341	2 286	2 440	35.6%
Netherlands	336	294	224	302	272	261	296	309	288	315	323	181	120	173	127	255	14.9%
Norway	26	28	32	27	30	31	47	50	54	55	62	60	63	67	71	47	6.5%
Poland	629	669	719	779	862	838	864	887	894	797	634	700	838	902	858	791	38.8%
Portugal	64	78	88	81	97	98	93	101	100	106	112	114	125	132	145	102	14.7%
Russia	1 748	1 543	1 267	1 721	2 721	3 095	3 155	2 674	2 760	2 741	3 344	3 035	2 576	2 985	2 977	2 556	86.1%
Spain	478	481	593	544	513	523	493	480	525	526	558	606	581	576	574	537	17.6%
Sweden	61	65	65	62	66	67	65	66	67	73	69	71	65	72	68	67	5.5%
Switzerland	98	108	114	110	108	107	110	92	139	115	120	137	114	118	118	114	12.6%
Turkey	160	194	181	192	196	273	295	338	405	450	471	444	478	560	582	348	83.9%
Ukraine	139	104	210	147	188	364	540	627	870	817	884	1 525	1 262	1 287	1 167	675	85.6%
United Kingdom	2 056	2 175	1 907	1 952	1 828	1 849	1 807	1 965	2 133	2 403	2 178	2 338	2 431	2 352	2 185	2 104	79.4%
USA	2 274	2 237	2 275	2 153	2 002	1 800	1 851	1 726	1 619	1 485	1 408	1 378	1 287	1 264	1 206	1 731	8.5%
Selected countries subtotal	13 268	13 305	13 170	13 637	14 667	15 534	16 211	16 324	16 468	16 686	16 843	17 315	16 618	17 329	17 003	15 625	22.6%
% of total consumption in selected countries	20.9%	20.5%	20.3%	21.3%	22.1%	23.3%	23.4%	23.0%	23.5%	23.4%	23.3%	23.7%	23.2%	23.5%	23.1%	22.6%	

En miles de sacos

ANEXO VIII-C

CONSUMO DE CÁPSULAS DE CAFÉ EN DETERMINADOS PAÍSES IMPORTADORES

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Average
Austria	4	5	10	25	35	38	46	69	29
Belgium	57	67	121	115	79	123	125	140	103
Denmark	1	2	3	4	3	3	7	8	4
Finland						0	0	0	0
France	202	246	361	482	512	672	782	947	525
Germany	72	107	215	311	434	462	563	655	352
Greece	1	1	1	1	1	1	2	2	1
Italy	38	42	51	65	71	91	128	155	80
Japan	0	2	2	2	6	13	17	21	8
Netherlands	256	306	358	439	272	190	290	225	292
Norway			2	3	5	5	6	8	5
Poland				1	2	4	6	8	4
Portugal	1	2	3	6	13	25	50	98	25
Russia	1	1	1	2	2	1	2	2	1
Spain	13	18	24	35	47	56	71	83	43
Sweden			0	0	0	1	3	6	2
Switzerland	15	29	32	46	64	61	76	90	52
Turkey	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ukraine							0	0	0
United Kingdom	3	5	10	14	18	24	27	29	16
USA	0	32	62	63	98	146	266	358	128
Selected countries subtotal	663	866	1 257	1 615	1 661	1 917	2 467	2 903	1 669
% of total consumption in selected countries	0.9%	1.2%	1.8%	2.2%	2.3%	2.7%	3.3%	3.9%	2.4%

En miles de sacos