

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo**Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres****INFORME Nº 020 -2017-MINCETUR/DM/OCEX-LONDRES**

A : Teresa Mera Gómez  
Director de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

De : Jaime Cárdenas Pérez  
CEC Londres

Asunto : Informe de viaje a Budapest – Participación en evento “World of Coffee”

Fecha : 30 / 06 / 2017

---

**I. Antecedentes**

World of Coffee es la feria internacional de Café más importante de Europa. El evento fue creado por la Specialty Coffee Association of Europe, organización fundada en 1998 y cuya formación se inspira en cierta forma en la Specialty Coffee Association of America – SCAA, fundada en 1982. El año pasado, estas dos organizaciones iniciaron los procesos para convertirse en una sola, luego de que las SCAE votará en favor de unificar ambas organizaciones. Hace no mucho, finalmente se confirmó la unión de estas instituciones con el nombre “Speciality Coffee Association” (<https://sca.coffee/>).

World of Coffee es el evento enfocado en cafés especiales que reúne a más de 200 empresas y 10,000 visitantes en su mayoría de Europa, siendo considerado el punto de encuentro anual de distintos actores del rubro del café en Europa. Dada la gran importancia de la feria en el sector y luego de diversas conversaciones con Promperú y la DOCEX, el año pasado la Ocx Londres realizó una visita de prospección al “World of Coffee”, en la que Promperu, con el apoyo del CBI, participó con una misión de organizaciones peruanas relacionadas al café.

Luego de la visita de prospección al World of Coffeee realizada en el 2016, quedó claro que es vital elaborar una estrategia para la promoción internacional de los cafés especiales de nuestro país. Esta estrategia deberá plantear acciones diferenciadas de acuerdo a los mercados que se decida priorizar, donde la participación tanto en el SCAA Expo como en el World of Coffee debería ser parte central de esta estrategia.

Inicialmente se previó una participación de 10 empresas peruanas, 5 de ellas son participantes del Export Coaching Program (ECP) PROMPERU- CBI. Promperú financió el costo de un stand de 49m2 para la implementación del Pabellón peruano. Este evento contaba, teóricamente, con el apoyo del MINAGRI, con un aporte de S/. 20,000.00 que iría a cubrir gastos de viaje de algunos expositores. Este apoyo nunca se cristalizó.

**II. Objetivo e importancia de la actividad**

Se recibió la autorización de viaje mediante la RM Nº 187-2017 MINCETUR, actividad que tenía como objetivos los siguientes:

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo**Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres**

- Conocer mejor el potencial de la oferta peruana para el mercado Británico. Apoyar a las empresas exportadoras peruanas en promover sus productos y desarrollar relaciones comerciales buscando concretar negocios en el corto y mediano plazo.
- Contactar importadores británicos e identificar sus requerimientos. Conseguir y actualizar información de empresas británicas participantes en el evento y de aquellas que visiten el pabellón peruano.
- Identificar compradores Británicos interesados en misiones comerciales en Perú en particular para cubrir las cuotas para ExpoAmazónica y Centro Exporta.

### III. Ficha Técnica de la Actividad

- a. Nombre de la actividad: World of Coffee
- b. Tipo de actividad: Especializada
- c. Fecha: 13-15 Junio 2017
- d. Lugar de realización: Hungexpo Fair Center, Budapest
- e. Sector: Café
- f. Productos: Café y sus derivados
- g. Frecuencia\*: Anual
- h. Año de fundación\*: 1989 en Estados Unidos
- i. Organizador\*: Specialty Coffee Association
- j. Número de expositores\*: 200
- k. Cantidad de asistentes\*: 10,000
- l. Superficie\*: 10,000 m<sup>2</sup>
- m. Horario de la actividad\*: 09:30 – 17:30
- n. Costo de la entrada\*: EU 25.00
- o. Fecha de Próxima Edición\*: TBC
- p. Web\*: <http://www.worldofcoffee-budapest.com/>

### IV. Descripción de la actividad

#### a. Informe de Mercado

Hungría tiene un área geográfica de 93,028 km<sup>2</sup>, limita con Austria 321 km, Croacia 348 km, Rumania 424 km, Serbia 164 km, Eslovaquia 627 km, Eslovenia 94 km y Ucrania 128 km. Cuenta con una población estimada en 9,874,784, siendo el 41.74% de la población personas entre los 25 – 54 años. Tras la caída del comunismo en 1990, Hungría experimentó una reducción de sus exportaciones y perdió el apoyo financiero de la antigua Unión Soviética, a partir de tal acontecimiento y tras la celebración de sus primeras elecciones, los gobiernos a mando optaron por la penetración de una economía de libre mercado. Hungría emprendió una serie de reformas económicas, incluida la privatización de empresas estatales y la reducción de los programas de gasto social, para pasar de una economía centralizada a una economía liberal impulsada por el mercado y reorientada hacia el comercio con los países del Occidente. Estos esfuerzos contribuyeron a estimular el crecimiento, atraer inversiones y reducir la deuda y déficits fiscales del país. Las políticas económicas instituidas durante esa década ayudaron a que Hungría se uniera a la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) en 1999 y a la Unión Europea en el 2004. El país sufrió una contracción económica histórica como resultado de la desaceleración económica mundial en el 2008, cuando la demanda de exportaciones y el consumo interno



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

cayeron, lo que le llevó a adoptar un paquete de asistencia financiera del FMI y la UE.

Entre el 2010 y 2014, el gobierno adoptó un enfoque más nacionalista favoreciendo a empresas locales. Además, aumentó los impuestos de los sectores dominados por empresas extranjeras como banca, con el objetivo de incrementar los ingresos y reducir el déficit presupuestario, permitiendo a Hungría mantener acceso a los fondos de desarrollo de la UE. Sin embargo, estas políticas retrajeron la inversión privada. A finales del periodo en mención, Hungría nacionalizó los fondos de pensiones privados con el fin de reducir la deuda pública (75,1% del PBI) y el déficit presupuestario por debajo del 3% del PBI.

El crecimiento del PBI se ha mantenido en los últimos años gracias a los programas de financiación de la UE, así como el incremento de exportaciones hacia países de la UE. Además, se ha registrado un aumento en el consumo de los hogares, el cual para ser impulsado aún más, el gobierno anunció planes para aumentar el salario mínimo. Se proyecta reducir los impuestos de alimentos y servicios, así como el impuesto a la renta de 16% a 15% para introducir un impuesto uniforme del 9% para pequeñas y medianas empresas. No obstante, el crecimiento del PBI se desaceleró en 2016 llegando a USD 117.1 billones, se espera que aumente en 2.6% para el 2017. Los retos económicos que enfrenta el país incluyen el desempleo a largo plazo, la escasez de mano de obra y la vulnerabilidad a los cambios en la demanda de exportaciones.

Se estima que exportaron cerca de USD 91.78 billones en el 2016, principalmente a Alemania (28%), Rumania (5.4%), Eslovaquia (5.1%), Austria (5%), Italia (4.8%), Francia (4.7%), Reino Unido (4%) y República Checa (4%). El 53,5% de sus exportaciones son en maquinaria y equipo, el 31.2%, otras manufacturas, 8.7% productos alimenticios, 3.4% materias primas, 3.9% combustibles y electricidad. En cuanto a las importaciones, registraron un monto importado de USD 86.61 billones en el 2016, siendo sus principales socios comerciales Alemania 25.8%, China 6.7%, Austria 6.6%, Polonia 5.5%, Eslovaquia 5.3%, Francia 5%, República Checa 4.8%, Países Bajos 4.6% e Italia 4.5%. Según registros los productos de mayor importación son de maquinaria y equipo 45.4%, otras manufacturas 34.3%, combustibles y electricidad 12.6%, productos alimenticios 5.3% y materias primas 2.5%.

Con ocasión de la visita a Budapest, el suscrito aprovechó para visitar algunos locales de SPAR, cadena de supermercados local que goza de muy buena aceptación entre los consumidores húngaros, dado su espíritu nacionalista aún bastante arraigado en la población.

Dada la conformación de la oferta peruana dirigida a Europa, la búsqueda de información de mercado se centró principalmente en alimentos, tanto en frescos como en procesados, conservas de pescado y granos andinos.

Se encontró que existe una oferta de paltas, piña, mango, limón sutil, naranjas, plátanos y uvas, que podrían ser atendidas con la oferta peruana. Preguntado el gerente de uno de los locales de SPAR, la gran mayoría de productos frescos se adquieren de traders holandeses, inclusive, en el caso de paltas, se re-empacan en presentación para consumo en Holanda.

Respecto de los productos del sector pesca, se pudo apreciar una abundante oferta de conservas de atún, la mayoría proveniente de España e Italia. Cosa



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

que llamó la atención es que algunas de las conservas poseían certificación de pesca sostenible “Friend of the Sea”.

Con relación a granos andinos, se pudo apreciar la presencia de quínoa y chíca, siendo la última la que tiene una mayor frecuencia de compra, según informado por el personal de la tienda.

En el Anexo 3, se presenta información más detallada sobre la presentación, origen y precios de mercado.

#### **b. Reunión con Cámara de Comercio e Industria de Hungría**

El suscrito fue recibido por Flora Palmay, Sud Directora del Departamento de Asuntos Internacionales quien explicó que dicha institución reúne a 23 representaciones gremiales de las provincias que conforman la república húngara, otras regionales y la de Budapest y su rol es fundamental es el de apoyar el desarrollo de las PYMES que conforman el 99% del tejido empresarial doméstico – de las cuales 98.5% son micro empresas – incluyendo asistencia en su proceso de internacionalización a través de charlas informativas y la organización de ruedas de negocios y misiones empresariales, tanto directas, como inversas. Sobre este particular informo que, dada la apertura hacia los países del Hemisferio Sur y en particular hacia América Latina que privilegia el gobierno actual, han colaborado con Chile, Ecuador y Colombia recientemente en la organización de eventos para promover negocios e inversiones con los citados países y Hungría.

Preguntada sobre las principales empresas que actúan en el país, manifestó que la gran mayoría son de origen extranjero y siguen estrategias definidas en sus matrices; entre ellas citó a Richter de Alemania en el sector farmacéutico, a TELECOM y VODAFONE en telecomunicaciones, así como también al grupo local MOL en el ramo de hidrocarburos. Respecto del tema de inversiones, comentó que la plataforma para inversionistas, tanto hacia el exterior, como interna es la Hungarian Investment Promotion Agency (HIPA).

Respecto de los sectores económicos más dinámicos manifestó que son: la industria farmacéutica en productos primarios, la industria de la construcción – incluyendo tecnologías de construcción, planificación urbana, servicios de ingeniería, depuración de aguas residuales con equipos y tecnología propia, gestión de residuos – y la actividad agropecuaria que produce cereales, frutas y verduras, carnes de res, cerdo, pollo y pato y productos procesados, curados y en conserva. Asimismo, son altamente competitivos en la industria de autopartes y fabrican piezas para Audi, Mercedes Benz, VW y varias marcas japonesas. También han incursionado en el campo de energías limpias, tanto en fabricación de equipos como en desarrollo de nuevas tecnologías. Por último, el turismo receptivo es una gran fuente ingresos, generación de empleo e inversión privada.

Respecto del mercado de confecciones textiles comentó que, con excepción de las marcas de alta moda, el mercado es de precios y no necesariamente de calidad, habiendo mucha importación de productos asiáticos, principalmente de China, India, Bangladesh, Vietnam y Camboya.

Hizo notar que para su relación con la Unión Europea han conformado un bloque con intereses comunes con Polonia, República Checa y Eslovaquia.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

### c. Participación en Feria World of Coffee

El evento se llevó a cabo en las instalaciones del Hungexpo Fair Center, en la ciudad de Budapest y además del tema comercial, se produjeron diversos eventos paralelos, a saber:

- Serie de conferencias WOC en Ciencia e Innovación, Comercio, Sostenibilidad, Cultivo y Procesamiento, Tostado y venta al por menor
- Sesiones de Cata con presencia de principalmente muestras de cafés especiales.
- Tienda de libros, carteles y accesorios del mundo del café, con una amplia selección de herramientas de café, equipos y libros
- Barra de degustación en manos de baristas utilizando gran variedad de métodos de filtrado, mezclas especiales, ingredientes, etc.
- Barra de café espresso con diferentes formas y estilos de servir cafés bajo esta denominación incluyendo cappuccino y blanco plano.
- La Aldea, donde se presentaron tostadores, agricultores, propietarios de cafeterías y fabricantes de todo el mundo ideada para obtener información instantánea de lo que está pasando en la comunidad de cafés especiales.

Ver más detalles en: <http://www.worldofcoffee-budapest.com/>

Contó con pabellones de México, Brasil, Vietnam, Indonesia, Panamá, India, Colombia, Etiopía, Burundi, Perú y Centro América con exportadores de Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica, que mostraron lo mejor de su oferta.

En el pabellón peruano se presentaron formalmente cuatro empresas: Coopchebi, CAC Bagua Grande, Perunor Export y APROCAM. Sin embargo, también sirvió de lugar de reunión para varias empresas productoras, exportadoras y comercializadoras que visitaron la feria, entre ellas: Agrihandell Peru, Perales - Huancaruna, CAC Cepro Yanesha, Asociación de Productores Cacaoteros y Cafetaleros de Amazonas, Cooperativa Ecoforest, Selva Andina y otras más.

Asimismo, estuvieron presentes varios de los más importantes comercializadores de cafés especiales a nivel global como son: Falcon del RU, InterAmerican Coffee de Alemania, Sandalj de Italia y BELCO de Francia.

### d. Reunión con el Sr. Titusz Palus – Cónsul Honorario del Perú en Hungría

El Sr. Palos, empresario dedicado al negocio de bienes raíces, ostenta el título desde el año 1999. Aparentemente cuenta con muy buenos contactos tanto en el sector privado como a nivel de autoridades locales. Mencionó que ha colaborado con los distintos embajadores e instituciones peruanas, entre ellas Promperu y Proinversión, en la promoción de bienes y servicios peruanos,

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo**Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres**

además de destino atractivo para la inversión extranjera. Quedó muy interesado en analizar la posibilidad de desarrollar un mercado para prendas finas de alpaca en colaboración con la marca Nanushka, reconocida a nivel internacional - ver: <https://www.nanushka.com/> - desarrollando una colección exclusiva. Asimismo, se mostró muy abierto a colaborar en la promoción de alimentos frescos, procesados y superfoods, brindando para esto sus contactos en el mercado y apoyo en la promoción y posicionamiento de productos seleccionados.

## **V. Información del mercado obtenida en la actividad**

Luego de superar en parte la plaga de la roya roja, la producción de café en Perú ha mejorado ostensiblemente, en particular aquellos cafés especiales – con 85+ puntos en taza según clasificación SCAE - que se han logrado posicionar en los mercados internacionales en base primero a su calidad, como por ejemplo el TUNKI de CECOVAS y otros por contar con certificaciones de orgánico, comercio justo y RFA y otros terceros como el CECANOR – C1 Café Femenino Lonya Grande.

Los precios actuales para los cafés convencionales, de hasta 80 puntos en taza, varían entre 105 y 170 USD/q, siendo el más común 125 USD/q. En cuanto a los de comercio justo, empiezan en 190 USD/q. Varios de los compradores están buscando cafés con triple certificación, i.e., orgánico, comercio justo y RFA.

De nuestra conversación con importadores y tostadores se puede concluir que:

1. El café peruano se caracteriza por su calidad gracias a las condiciones climáticas y ubicación adecuada para la producción de la variedad arábica, siendo la variedad de mayor producción la “típica”. Peru es un país reconocido como un importante productor de café orgánico así como de cafés con aromas y sabores especiales con gran potencial para lograr mayor participación en el mercado internacional
2. En cuanto a la opinión sobre los productores y exportadores, después de visitar fincas en Perú, se nota una buena disposición de los agricultores de cumplir con las exigencias del mercado internacional, en particular sobre la trazabilidad y el uso de agroquímicos. En cuanto a los exportadores, les es todavía difícil garantizar calidad, especialmente de cafés especiales.
3. La razón principal de la preferencia por el café peruano es la calidad y características especiales, principalmente de los especiales con 85+ puntos en taza. Se puede considerar que los principales países productores de café orgánico que podrían significar una posible competencia para Peru serían México, Papua Nueva Guinea y Etiopía.
4. En cuanto a las tendencias se observa que el consumo de bebidas calientes, principalmente en el Reino Unido ha variado muchísimo en los últimos años, la disminución del consumo acostumbrado y enraizado culturalmente del té convencional se debe a que los consumidores británicos están optando por bebidas calientes únicas y de mayor calidad, entre estas, los cafés especiales. Como se sabe Europa en su conjunto no es un país productor de café, usualmente se importa en granos verdes para ser tostado y muchas veces re-exportado. En el Reino Unido El sector de cafés y cafeterías ha crecido 7,3% en los últimos 5 años y se espera que este sector siga creciendo a una tasa anual de 5,9%. Por otro lado la explosión de cadenas de tiendas como Strabucks, Nero, Pret a Mager, Costa,



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

entre otras, han hecho que el consumo de café se haya incrementado ostensiblemente en el Reino Unido, con amplias posibilidades de continuar creciendo.

5. En cuanto al futuro de los cafés certificados y cafés especiales, según los entendidos, se puede considerar que las plantaciones de café peruano se destacan por tener certificaciones como Comercio Justo, Orgánico, Rainforest Alliance y UTZ. El consumidor europeo en general y el británico en particular, tiende a estar muy bien informado y a valorar mucho los procesos de producción, por lo cual existe un alto nivel de preferencia por productos con certificaciones como comercio justo al momento de la decisión de compra. Es más, algunos tostadores están recibiendo pedidos de café con “triple certificación”, i.e., orgánico, comercio justo y RFA
6. Como recomendaciones a los agricultores y exportadores peruanos, los empresarios opinaron que es necesario seguir mejorando la calidad y aun cuando los cafés especiales reciben un premio, el mayor consumo sigue siendo de café convencional. Muy importante recalcar que el mercado está demandando cafés certificados, requisito que habría que definir estratégicamente, como se cumple.

## VI. Resultados y valoración de la actividad

Se consiguió información primaria del mercado con precios al consumidor de productos seleccionados

Se logró establecer contacto con la Cámara de Comercio e Industria de Budapest, que podría ser considerado como un buen socio para la implementación de actividades de difusión y la organización de ruedas de negocios con contrapartes locales.

En cuanto a la participación en la feria World of Coffee y según el contenido de las encuestas a las empresas peruanas participantes, se cumplieron con las expectativas forjadas. Se sostuvieron un total de 90 reuniones de negocio con interesados de Etiopía, Alemania, Bélgica, Francia, Reino Unido, Holanda, Hungría, Rusia, Suecia, Suiza, Italia, Ucrania y Polonia, habiéndose concretado negocios por USD 320Mil durante la feria y USD 16.5Millones como proyección a 12 meses

Con el contacto establecido con el Sr. Tituzs Palus, se abre una puerta interesante para diseñar un plan de trabajo dirigido al mercado húngaro, siendo necesaria una selección previa de productos competitivos y empresas interesadas, principalmente en el sector textil alpaquero y el de alimentos y bebidas.

## VII. Conclusiones y Recomendaciones

- La actividad en su conjunto resultó muy interesante y se cumplió con los objetivos trazados.
- En cuanto a la feria en sí, aun cuando pequeña, es muy importante debido a su especialización. Por otro lado, los empresarios participantes, tanto los que lo hicieron formalmente, como aquellos que llegaron al pabellón peruano, estuvieron muy contentos por los resultados de su participación y reconocidos por el apoyo brindado, tanto por los CEC como por los representantes del CBI que asistieron.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

- En cuanto a los aspectos de mejora, luego de intercambiar opiniones con los que conformamos la representación peruana, se barajaron las siguientes recomendaciones:
  - Mejorar la organización y el proceso de convocatoria. Las empresas deben asegurar su participación con al menos seis meses de anticipación, siendo necesario la suscripción de contratos con los que asisten con recursos propios y convenios con las instituciones patrocinadoras para aquellas que vienen con ayuda de terceros. En este particular caso, el Ministerio de Agricultura no cumplió con su compromiso de financiar pasajes y gastos de viaje de alrededor de una decena de empresas.
  - Si bien se implementó una barra para degustar distintas variedades, lo cual fue de interés particular de los compradores, sería muy recomendable realizar sesiones de cata en el pabellón peruano – se pudo apreciar que inclusive proveedores de equipo y maquinaria conducían esta acción dirigida a los especialistas – o en las sesiones de cata organizadas por la Fairtrade Foundation, a la que fue convocada la Cooperativa de Mazamari que nunca llegó.
  - También se mencionó que el diseño del stand debería cambiar a uno más amigable con el visitante, así como mejorar el mobiliario, la decoración y distribución. Hacerlo más atractivo utilizando material gráfico.
  - En cuanto al trabajo previo es preciso incrementar la presencia de compradores, ya sean importadores, distribuidores, traders o tostadores, tanto para café convencional, como para los especiales. Para ello es crítico contar con la información de la oferta con al menos tres meses de anticipación. Se hace notar que las OCEX involucradas en la convocatoria de compradores estuvimos reclamando esta información en varias oportunidades, siendo proveída a menos de una semana de que se inicie el evento.
  - Complementar esta participación con misiones directas a mercados europeos y con misiones inversas llevando compradores a que visiten fincas y centros de producción en Perú, tal como está sucediendo con grupos de Alemania, Francia, Holanda, Italia y el Reino Unido este año.
  - Por último se sugiere que a través de Promperu se gestione la membresía en SCAE para acceder a información y servicios proveídos por esta institución.
- Dado los resultados obtenidos, se recomienda la participación en la próxima edición de este evento que tendrá lugar en Amsterdam del 21 al 23 de Junio de 2018
- Se recomienda intensificar comunicación con el Sr. Tituzs Palus y sentar bases para una mejor y fructífera relación.



**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo**Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres****Anexo 1: Lista de Contactos**

Empresa	Web	Nombre	Apellido	Email	Teléfono	País
Agrihandel Peru S.A.C	<a href="http://www.agrihandel.com">www.agrihandel.com</a>	Erick	Jara	<a href="mailto:eric.jara@agrihandel.com">eric.jara@agrihandel.com</a>	(51) 951 376 423	Perú
Algrano	<a href="http://www.algrano.com">www.algrano.com</a>	Peter	Lerch	<a href="mailto:peter@algrano.com">peter@algrano.com</a>	(41) 79 540 0845	Suiza
Algrano	<a href="http://www.algrano.com">www.algrano.com</a>	Gilles	Brunner	<a href="mailto:gilles@algrano.com">gilles@algrano.com</a>	(41) 79 284 0156	Suiza
Asociacion de Productores Cacaoteros y Cafetaleros de Amazonas	NA	Maria	Zulueta	<a href="mailto:aproca1@hotmail.com">aproca1@hotmail.com</a>	(51) 997 918 570	Perú
Bagua Grande Ltda.	<a href="http://www.cacbaguagrande.pe">www.cacbaguagrande.pe</a>	Eder	Grandez	<a href="mailto:gerencia@cacbaguagrande.pe">gerencia@cacbaguagrande.pe</a>	(51) 949 791984	Perú
Black Sheep	<a href="http://www.black-sheep.hu">www.black-sheep.hu</a>	Toth	Gabor	<a href="mailto:a.gabor.toth@gmail.com">a.gabor.toth@gmail.com</a>	(36) 70 413 5256	Hungría
Café de Colombia	<a href="http://www.cafedecolombia.com">www.cafedecolombia.com</a>	Andrea	Mordo	<a href="mailto:andrea.mordo@cafedecolombia.com.co">andrea.mordo@cafedecolombia.com.co</a>	(31) 020 530 6090	Países Bajos
Café Nero	<a href="http://us.caffenero.com/">http://us.caffenero.com/</a>	Michael	Ford - Deegan	<a href="mailto:michael@caffenero.com">michael@caffenero.com</a>	+44 (0)20 7520 5150	Reino Unido
CBI	<a href="http://www.cbi.eu">www.cbi.eu</a>	Nico	Smid	<a href="mailto:cbi@cbi.eu">cbi@cbi.eu</a>	(31) 06 295 761 43	Países Bajos
CBI	<a href="http://www.cbi.eu">www.cbi.eu</a>	Rafael	Valcarce	<a href="mailto:cbi@cbi.eu">cbi@cbi.eu</a>	(31) 06 176 566 16	Países Bajos
Cigicaj Spol S.R.O	<a href="http://www.cajovna.cz">www.cajovna.cz</a>	Vaclav	Cikan	<a href="mailto:cigicaj@cajovna.cz">cigicaj@cajovna.cz</a>	(42) 774 499 709	Republica Checa
Consul Honorario de Peru	NA	Titusz	Palos	<a href="mailto:peruconsul@ari.hu">peruconsul@ari.hu</a>	(36) (1) 350 2067	Hungría
Cooperativa Ecoforest	<a href="http://www.ecoforest.com.pe">www.ecoforest.com.pe</a>	Walter	Marin	<a href="mailto:gerencia@cooperativaecoforest.com">gerencia@cooperativaecoforest.com</a>	(51) 956 644122	Perú
Dos Mundos	<a href="http://www.dos-mundos.cz">www.dos-mundos.cz</a>			<a href="mailto:kava@dos-mundos.cz">kava@dos-mundos.cz</a>	(42) 0 605 510 298	Republica Checa
Dr. Palos-Pajor Judit		Palos-Pajor	Judit	<a href="mailto:drpajor.judit@gmail.com">drpajor.judit@gmail.com</a>	(36) (70) 60 30 034	Hungría
D.R.Wakefield & Company	<a href="https://drwakefield.com/">https://drwakefield.com/</a>	Priscilla	Daniel	<a href="mailto:trade@drwakefield.com">trade@drwakefield.com</a>	+44 020 7202 2620	Reino Unido
Fairtrade Foundation	<a href="http://www.fairtrade.org.uk">www.fairtrade.org.uk</a>	Anna	Pierides	<a href="mailto:anna.pierides@fairtrade.org.uk">anna.pierides@fairtrade.org.uk</a>	(44) 020 7405 5942	Reino Unido
Fairtrade Foundation	<a href="http://www.fairtrade.ca">www.fairtrade.ca</a>	Jose	Abad-Puelles	<a href="mailto:jose.abad-puelles@fairtrade.ca">jose.abad-puelles@fairtrade.ca</a>	613 563 3351 (Ext. 380)	Canadá
Falcon Speciality	<a href="http://www.falconspeciality.com">www.falconspeciality.com</a>	Simon	Brown	<a href="mailto:simon.brown@falconspeciality.com">simon.brown@falconspeciality.com</a>	(44) 7471 936009	Reino Unido
Falcon Speciality	<a href="http://www.falconspeciality.com">www.falconspeciality.com</a>	Alex	Evans	<a href="mailto:alex@falconcoffees.com">alex@falconcoffees.com</a>	(44) 787 555 9964	Reino Unido
Falcon Speciality	<a href="http://www.falconspeciality.com">www.falconspeciality.com</a>	Richard	Williams	<a href="mailto:richard.williams@falconcoffees.com">richard.williams@falconcoffees.com</a>	(44) 7584 411078	Reino Unido
Freeman Trading	<a href="http://www.freemantradingltd.com">www.freemantradingltd.com</a>	Leon	Woffenden	<a href="mailto:leon@freemantradingltd.com">leon@freemantradingltd.com</a>	(44) 01273 388 347	Reino Unido
Hungarian Chamber of Commerce and Industry	<a href="http://www.mkik.hu">www.mkik.hu</a>	Flora	Palmay	<a href="mailto:palmay@mkik.hu">palmay@mkik.hu</a>	(36-1) 474 5143	Hungría
Incan Forest	<a href="http://www.incanforest.com">www.incanforest.com</a> / <a href="http://www.coopchebi.com">www.coopchebi.com</a>	Felix	Marin	<a href="mailto:coopchebi@terra.com">coopchebi@terra.com</a> / <a href="mailto:felixmarinludena@gmail.com">felixmarinludena@gmail.com</a>	(51) (1) 262 4827	Perú
Kapucziner	<a href="http://www.kapucziner.hu">www.kapucziner.hu</a>	Krisztian	Nemeth	<a href="mailto:info@kapucziner.hu">info@kapucziner.hu</a>	(36) 30 655 6535	Hungría
Kapucziner	<a href="http://www.kapucziner.hu">www.kapucziner.hu</a>	Nemeth	Janos	<a href="mailto:info@kapucziner.hu">info@kapucziner.hu</a>	(36) 30 655 6535	Hungría
Mega Coffee	<a href="http://www.mega-coffee.pl">www.mega-coffee.pl</a>	Krzystof	Urbanowicz	<a href="mailto:dh@mega-coffee.pl">dh@mega-coffee.pl</a>	(48) 609 524 233	Polonia



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Oficina Comercial del Perú en Londres

Owens	<a href="http://www.owenscoffee.com">www.owenscoffee.com</a>	Lorraine	Bridden	<a href="mailto:lorraine@owenscoffee.com">lorraine@owenscoffee.com</a>	(44) 0800 879 9791	Reino Unido
Perunor Export S.A.C	<a href="http://www.perunor.com">www.perunor.com</a>	Manuel	Rojas	<a href="mailto:mrojas@perunor.com">mrojas@perunor.com</a>	(51) (1) 31 5684	Perú
PUM	<a href="http://www.pum.nl">www.pum.nl</a>	Rafael	Valcarce	<a href="mailto:rafaelvalcarce@gmail.com">rafaelvalcarce@gmail.com</a>	(31) 617 656 616	Países Bajos
Quintana Coffee	<a href="http://www.quintana-coffee.de">www.quintana-coffee.de</a>	Talia	Quintana	<a href="mailto:taliaquintana@yahoo.com">taliaquintana@yahoo.com</a>	(49) 157 3039 3071	Alemania
Roger Bardales	NA	Roger	Bardales	<a href="mailto:roger.bardales@gmail.com">roger.bardales@gmail.com</a>	(43) 664 7311 2854	Austria
Selva Andina	<a href="http://www.selvaandina.org">www.selvaandina.org</a>	Alex	Vallejos	<a href="mailto:selvaandina@selvaandina.org">selvaandina@selvaandina.org</a>	(51) 949 722 208	Perú
Stravagante	<a href="http://www.stravagantecaffe.ro">www.stravagantecaffe.ro</a>	Marin	Rus	<a href="mailto:misurus@gmail.com">misurus@gmail.com</a>	(40) 744 777 445	Rumanía

### Anexo 2: Fotos de la feria





PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Oficina Comercial del Perú en Londres

Anexo 3. Información de Producto Mercado (USD = HUF 270)

Producto	Origen	Unidad de Medida	Precio (USD)	VISTA
Piña	Costa de Marfil	Unidad	1.30	
Piña	Costa Rica	Unidad	4.44	
Limón Sutil	India	Unidad	0.40	



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

Palta	Chile	Unidad	1.37	
Palta	Perú	Paquete de dos unidades lista para consumir	3.70	
Uvas Thompson sin pepa	India	½ Kg	1.85	
Banano variedad Cavendish	N.D.	1 Kg	1.59	



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Oficina Comercial  
del Perú en  
Londres

Aún en aceite de oliva	Italia	Lata de 104 gr neto	4.81	
Atún al natural o en aceite de oliva – Marca Blanca (SPAR)	Italia	Presentación de 2 latas de 112 gr neto	5.15	
Atún en aceite vegetal	España	Lata de 104 gr neto	2.59	
Dedos de pescado empanizados	Alemania	Presentación de 450 gr y 18 unidades	2.40	
Sardinas en aceite de girasol o en salsa de tomate	República Checa	Easy open de 90 gr neto en aceite de girasol y 82 gr neto en salsa de tomate		



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Oficina Comercial del Perú en Londres

Quínoa	Perú	Paquete de 250 gr	3.89	
Semillas de chía	N.D.	Paquete de 100 gr. Paquete de 500 gr.	1.48 6.60	
Anaquel de productos orgánicos y "free from"				
Café Peruano en Starbucks de Budapest				