




INFORME EJECUTIVO DE FERIAS

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	MANUEL ANTONIO ZEGARRA TIRADO	05/05/2017

Índice

I.	Resumen Ejecutivo .....	3
II.	Antecedentes y Justificación.....	3
III.	Ficha Técnica de la Feria.....	3
3.1	Nombre Oficial .....	3
3.2	Tipo de Feria .....	3
3.3	Sector .....	3
3.4	Fecha .....	3
3.5	Edición.....	3
3.6	Frecuencia.....	3
3.7	Lugar de Celebración.....	3
3.8	Horario de la Feria .....	3
3.9	Precio de la Entrada .....	4
3.10	Organizador .....	4
3.11	Superficie .....	4
3.12	Número de Asistentes.....	4
3.13	Fecha de Próxima Edición.....	4
3.14	Productos Presentados en la Feria .....	4
3.15	Datos Estadísticos de la Feria en General .....	4
IV.	Información Comercial .....	4
4.1	Panorama del Mercado .....	4
4.2	Nuevas Oportunidades Comerciales.....	4
4.3	Nuevas Tendencias .....	5
4.4	Nuevas Tecnologías.....	5
V.	Participación Peruana .....	5
5.1	Expositores Nacionales .....	5
5.2	Actividades de Promoción .....	5
5.3	Resultados .....	5
5.3.1	Cuantitativos .....	5
5.3.2	Cualitativos.....	5
5.4	Comentarios de la Competencia.....	5
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	5
VI.	Directorio de Contactos .....	5
VII.	Conclusiones.....	5
VIII.	Recomendaciones .....	6
IX.	Anexos .....	6

	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 3 DE 8

<b>I. Resumen Ejecutivo</b>
<p>PROMPERU, en concordancia con la política de promoción de exportaciones promovida a través del PENX y Planes Operativos, se vienen desarrollando actividades de difusión y promoción de la oferta exportable peruana especialmente en líneas de productos ya focalizados, entre los que se encuentran los cafés especiales, desarrollándose actividades de promoción en mercados con potencial de desarrollo y en mercados posicionados, entre ellos el mercado norteamericano.</p> <p>Los cafés especiales peruanos han desarrollado una buena reputación en el mercado internacional y el mercado estadounidense es uno de los más importantes consumidores del mundo con un consumo de 30 Millones de sacos por año, representando el 26% de las exportaciones peruanas de cafés en grano verde.</p> <p>Al 2016 el 71% de las exportaciones de cafés en grano están conformadas por: EEUU, Alemania, Bélgica, Suecia, Canadá y Corea del Sur</p> <p>En el año 2017 se registraron exportaciones por un total de US\$ 707 millones, siendo un 23% mayor al mismo periodo del 2016, debido principalmente a la recuperación del efecto de la roya amarilla.</p>
<b>II. Antecedentes y Justificación</b>
<p>La feria internacional Global Specialty Coffee Expo es el evento más grande consagrado a los cafés especiales del mundo, siendo la vitrina comercial más importante para posicionar estos cafés en los mercados internacionales. Es una feria itinerante que se realiza en EEUU.</p> <p>En ella participan los países productores, importadores, la industria, proveedores de servicio y proveedores de maquinaria equipo e insumos de todo el mundo; asimismo, a este importante evento asisten ejecutivos de alto nivel jerárquico autorizados a tomar decisiones en cierre de negocios.</p>
<b>III. Ficha Técnica de la Feria</b>
<b>3.1 Nombre Oficial :</b> GLOBAL SPECIALTY COFFEE EXPO
<b>3.2 Tipo de Feria:</b> Cafés Especiales
<b>3.3 Sector:</b> Agronegocios - Cafe
<b>3.4 Fecha:</b> 20 – 23 Abril 2017
<b>3.5 Edición:</b> 29va Edición
<b>3.6 Frecuencia:</b> Anual
<b>3.7 Lugar de Celebración:</b> Seattle - USA
<b>3.8 Horario de la Feria:</b> 7 am – 7 pm

**3.9 Precio de la Entrada:** \$ 235 General

**3.10 Organizador:** Specialty Coffee Association of America - <http://www.scaa.org>

**3.11 Superficie:** 1200 sq ft Stand Peru

**3.12 Número de Asistentes:** 10,000 aprox.

**3.13 Fecha de Próxima Edición:** 19 – 22 Abril 2018

**3.14 Productos Presentados en la Feria :** Cafés Especiales

**3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General:** Mas de 10, 000 visitantes, 2000 expositores y 50 países.

#### IV. Información Comercial


**4.1 Panorama del Mercado:** 48% del mercado americano consume cafés especiales

48\$ billones en ventas solo en cafés especiales en USA, el mayor grupo de consumidor de cafés especiales esta entre los 25 y 39 años

**4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales:** Importación de 27.5 millones de bolsas de café (cada bolsa 46kgs )

Exportaciones de café por \$226 millones al 2016.

#	RUC	Empresa	Peso Neto Kg.	Valor FOB USD
1	<a href="#">20109195848</a>	PROCESADORA DEL SUR S.A.	8,704,095.00	30,190,370.01
2	<a href="#">20131495006</a>	PERALES HUANCARUNA S.A.C.	7,660,600.00	23,161,362.78
3	<a href="#">20512896252</a>	OUTSPAN PERU S.A.C.	6,932,551.00	19,772,267.38
4	<a href="#">20107974467</a>	CIA.INTERNACIONAL DEL CAFE S.A.C.	6,322,802.50	18,261,297.12
5	<a href="#">20258505213</a>	COMERCIO & CIA S.A	6,244,500.00	17,958,211.26
6	<a href="#">20508634090</a>	H.V.C.EXPORTACIONES SAC	4,396,075.00	12,601,455.95
7	<a href="#">20438297775</a>	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES CENFROCAFE PERU	3,061,806.00	12,549,183.92
8	<a href="#">20473159644</a>	CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	3,653,153.00	12,187,575.43
9	<a href="#">20415077565</a>	LOUIS DREYFUS COMMODITIES PERU SRL	2,827,275.00	9,377,962.33
10	<a href="#">20480385579</a>	COOPERATIVA DE SERVICIOS MULTIPLES SOL&CAFE LTDA.	1,168,653.00	4,788,916.41

 <p>COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<b>INFORME EJECUTIVO DE FERIAS</b>	CÓDIGO FO-INF-005 VERSIÓN 02 PÁG. 5 DE 8
<b>4.3 Nuevas Tendencias:</b> Mas demanda de café orgánico y con certificaciones, Fairtrade, UTZ, RainForestAlliance		
<b>4.4 Nuevas Tecnologías:</b> Nuevas máquinas de preparación para baristas, máquinas de tostado de alta precisión - <a href="https://www.orendacoffee.com/">https://www.orendacoffee.com/</a>		
<b>V. Participación Peruana</b>		
<b>5.1 Expositores Nacionales: 22 expositores</b>		
<p><b>5.2 Actividades de Promoción:</b> Sesiones de cata y barismo, estudio preliminar del insight del consumidor respecto al café peruano con tecnología biométrica (<a href="https://eyeonmedia.net/">https://eyeonmedia.net/</a>)</p> <p>Con la participación de una delegación de 6 productores del programa de Agroideas de MINAGRI y expositores cafetaleros contando con el apoyo de la OCEX Los Angeles, quien se hizo a cargo de la agenda de visitas.</p> <p>Visita a otros pabellones de expositores latinoamericanos, como Colombia, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, para obtener referentes respecto a la organización de su evento.</p> <p>Reunión con los organizadores del evento Taza de Excelencia, plataforma que busca poner en valor los cafés a través de subastas y concursos. Se buscó iniciar el primer concurso de Taza de Excelencia para los cafés especiales peruanos para el mes de septiembre.</p> <p>Se visitó empresas como Coffee Works, la tostadora artesana Umbría y la sede original de Starbucks que aun maneja el concepto de cafés artesanales.</p>		
<b>5.3 Resultados:</b> Negocios cerrados, conocimientos de nueva tecnología, conocimiento de nuevos requisitos		
<b>5.3.1 Cuantitativos:</b> Proyección de negocios por \$43 millones para los siguientes 12 meses, generando 243 citas comerciales		
<b>5.3.2 Cualitativos:</b> Conocimiento del certificado “Huella de Carbono” que se implementara como requisito adicional a los cultivos de café.		
<b>5.4 Comentarios de la Competencia:</b> Países como Nicaragua, Brasil, Costa Rica, entre otros siguen manteniendo un formato de presentación como país, lo que lleva a la necesidad de resaltar e identificar las regiones cafetaleras peruanas.		
<b>5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria:</b> Symposium RE:CO - Ciclo de conferencias (tiene costo adicional de \$1300 aprox)		
<b>VI. Directorio de Contactos</b>		
Contactar: <a href="mailto:mzegarra@promperu.gob.pe">mzegarra@promperu.gob.pe</a> para detalles		
<b>VII. Conclusiones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Según las encuestas obtenidas se proyectan negocios por \$43 millones para los próximos 12 meses y el total de la delegación peruana fue de 100 participantes entre exportadores, productores, gremios y visitas.</li> </ul>		

- Alta demanda de cafés orgánicos, el consumidor especializado americano le gustan los cafés un poco amargos.
- Las actividades de cata y barismo fue de gran apoyo para potenciar la promoción comercial del café peruano de regiones
- Hubo apoyo de otras instituciones del estado como MINAGRI y la OCEX de los Ángeles
- Otros países de Latinoamérica como Honduras, Costa Rica, Colombia, Nicaragua, existe una identidad única de promoción del café.
- Algunos expositores y organizaciones no contaron con agenda propia y poca capacidad de gestión, siendo su participación más pasiva.
- La delegación de Villa Rica fue la única peruana que estuvo fuera de pabellón, pero igualmente recibió apoyo logístico y difusión.

### **VIII. Recomendaciones**

Poner en marcha el desarrollo de la marca sectorial Cafés del Perú, que identifique el origen de nuestros cafés especiales.

Presentar la nueva marca sectorial de cafés especiales del Perú para la próxima edición del SCAA, caso contrario hacerlo en el SCAE 2018

### **IX. Anexos**



