

**INFORME EJECUTIVO DE FERIAS
FERIA SCAA 2016**

Concepto	Nombre y Apellido - Cargo	Fecha de Elaboración
Elaborado por	Gisella Magaly Chumpen Zamora Especialista de Agronegocios	

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.....	4
3.7	Lugar de Celebración.....	4
3.8	Horario de la Feria	4
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.....	6
4.3	Nuevas Tendencias	6
4.4	Nuevas Tecnologías.....	6
V.	Participación Peruana	6
5.1	Expositores Nacionales	6
5.2	Actividades de Promoción	7
5.3	Resultados	11
5.3.1	Cuantitativos	11
5.3.2	Cualitativos.....	11
5.4	Comentarios de la Competencia.....	11
5.5	Actividades Adicionales en el Marco de la Feria.....	13
VI.	Directorio de Contactos	13
VII.	Conclusiones.....	13
VIII.	Recomendaciones	13
IX.	Anexos	13

I. Resumen Ejecutivo

II. Antecedentes y Justificación

Promperú, en concordancia con la política de promoción de exportaciones promovida a través de sus Planes Operativos, viene 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; para lo cual se vienen desarrollando actividades de promoción en mercados con potencial de desarrollo y en mercados posicionados, entre ellos el Mercado Norteamericano.

La feria internacional de la Specialty Coffee Association of América (SCAA) 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 de manera anual.

Esta feria recibe a más de 12,000 visitantes y 800 expositores de 50 países. En ella participan los países productores, importadores, la industria, proveedores de servicio y proveedores de maquinaria equipo e insumos de todo el mundo; asimismo, en este evento se realizan las conferencias con respecto a aspectos tecnológicos, procesos productivos, innovaciones y de tendencias del mercado que se vienen desarrollando en la cadena de este importante cultivo.

III. Ficha Técnica de la Feria

3.1 Nombre Oficial

Organizador	SCAA - Specialty Coffee Association of America
Versión 2016	28° Edición
Feria	14-17 Abril
Symposium	13 - 14 Abril
Lugar 2016:	Atlanta, Georgia – EE.UU.
Expositores 2015	3,026 expositores de 50 países
Visitantes 2015:	9,158 de 75 países
Países productores participantes 2016:	Perú, Brasil, Puerto Rico, Costa Rica, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Ecuador, India, Kenia, Burundi, Hawái, Haití, Ethiopia.
País Anfitrión 2016	Indonesia
Area solicitada para el pabellón Peruano 2016	74 m2
www.scaaevent.org	

3.2 Tipo de Feria

Especializada

3.3 Sector

Alimentos

3.4 Fecha

14/04/2016 – 17/04/2016

3.5 Edición

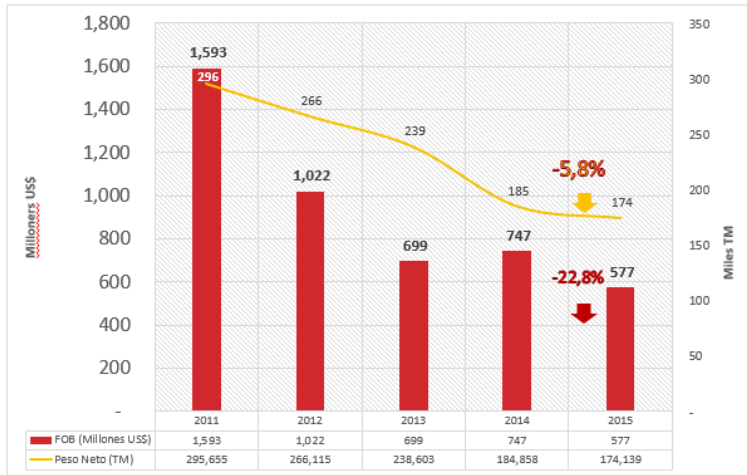
28

3.6 Frecuencia	Anual
3.7 Lugar de Celebración	Atlanta - Georgia
3.8 Horario de la Feria	11:00 am – 18:00 pm
3.9 Precio de la Entrada	
3.10 Organizador	Specialty Coffee Association of America
3.11 Superficie	
3.12 Número de Asistentes	10,000
3.13 Fecha de Próxima Edición	Abril 2017
3.14 Productos Presentados en la Feria	Cafés especiales: orgánicos y sostenibles. Productos de la cadena de café.
3.15 Datos Estadísticos de la Feria en General	No disponible
IV. Información Comercial	
4.1 Panorama del Mercado	<p>Los cafés especiales peruanos han desarrollado una buena reputación en el mercado internacional y el estadounidense es uno de los más importantes consumidores del mundo con un consumo de 24 Millones de sacos por año, representando el 26% de las exportaciones peruanas de cafés en grano verde.</p> <p>Al 2015 el 88% de las exportaciones de cafés en grano están conformadas por Alemania, EEUU, Bélgica, Canadá, Suecia, Corea del Sur, Francia y Reino Unido</p> <p>En el año 2015 se registraron exportaciones por un total de US\$ 577 Millones, siendo un 21% menor al mismo periodo del 2014, debido principalmente al efecto de la roya amarilla y en diferencia al año 2014 donde los precios internacionales favorecieron al sector cafetalero, en el año 2015 se registró una baja impulsados por varios factores, siendo uno de ellos la mayor cosecha en regiones productoras del mundo como Colombia y Honduras.</p> <p>El café es el segundo producto de la agro exportación peruana, y tiene un fuerte factor de inclusión social pues involucra a más 223,482 familias en todo el Perú, abarca códigos de conducta de comercio sostenible, y cuenta con componentes de responsabilidad social, medioambiental y económica, considerando que las certificaciones orgánicas, sostenibles y de comercio justo, son un valor agregado que ayuda al desarrollo de las comunidades rurales menos favorecidas y a la mejora de su calidad de vida.</p>

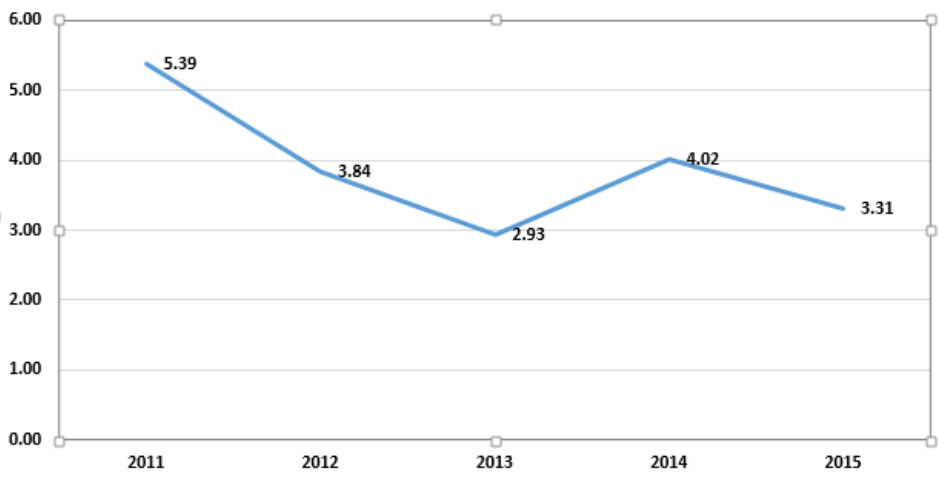


Evolución de las exportaciones

Café en granos

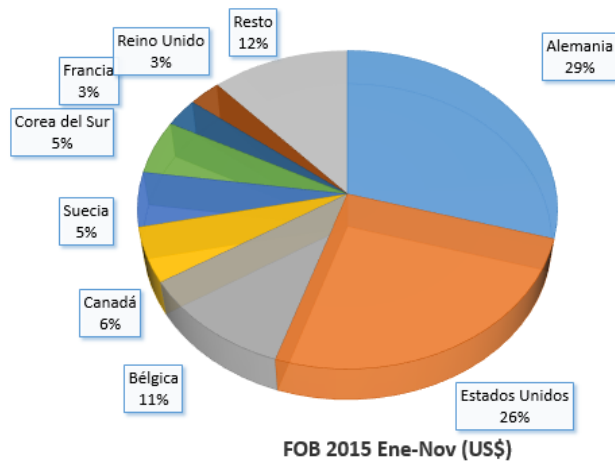


Precio Relativo FOB (\$/Kilo) del Cafe en grano verde



Participación de mercados 2015 (Ene-Nov)

Café en granos



FOB 2015 Ene-Nov (US\$)

4.2 Nuevas Oportunidades Comerciales

Cafeterías de Cafés especiales se define como un negocio derivado y representa el 55% o más del total de ingresos de la venta de café, bebidas de café y accesorios de café en el mercado Estadounidense.

En 1993 había alrededor de 2,850 cafeterías y al 2013 se incrementaron a 29,300 cafeterías.

Fuente: <http://scaa.org/?page=resources&d=facts-and-figures>

4.3 Nuevas Tendencias

Los micro lotes son una tendencia y una oportunidad. Las cafeterías siguen tomando los formatos de tostaderías cafeterías, donde el consumidor observa el proceso de tostado del café especial y vive la experiencia.

4.4 Nuevas Tecnologías

El uso de diversos métodos de barismo como el V60, Aeropress, Prensa Francesa, Chemex, entre otros son las nuevas formas de degustar el café en casas y en cafeterías.



V. Participación Peruana

5.1 Expositores Nacionales

Expositores en el Pabellón Perú:

Ítem	Empresa	Departamento
1.	Agroindustrial y Comercial Arriola e Hijos S.A.	Cusco
2.	Asociacion de Productores Cacaoteros y Cafetaleros de Amazonas – APROCAM	Amazonas
3.	Cooperativa Agraria Cafetalera Perene	Junín
4.	Cooperativa Agroecológica Industrial Juan Santos Atahualpa	Junín
5.	Cooperativa Agraria Cafetalera Jose Olaya Ltda	Cusco
6.	Agroexportadora Tasta S.A.C	Junín
7.	Asociacion de Productores Cafetaleros Selva Andina	Cajamarca
8.	Asociacion De Productores Agropecuarios Bosques Verdes Cuenca Del Chinchipe	Cajamarca
9.	Cooperativa Agraria Cafetalera Sostenible Valle Ubiriki	Junín
10.	Comercio & Cia S.A	Cajamarca
11.	Cooperativa Agraria Cafetalera Mateo Pumacahua	Cusco
12.	Cooperativa Agraria de Servicios Cafe Hemalu de los Bosques del Inka	Junín
13.	Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C.	Junín
14.	Ind. Metálica sara S.R.L.	Lima
15.	Rainforest Trading S.A.C	Lima
16.	Central Unitaria de Asociaciones Agrarias de Villa Rica	Pasco
17.	Cooperativa Agraria Ecológica Cafetalera De Lonya Grande – CECAFE	Amazonas
18.	Asociacion de Productores Palto Cafe Amazonas	Cajamarca
19.	Denominación de Origen VillaRica	Pasco
20.	Negociaciones Arevalo - NARSA	Junín

5.2 Actividades de Promoción

Se construyó un concepto para la promoción del café peruano:

1. Se dividió el área del stand en 3 regiones, Norte, Centro y Sur para tener un orden al momento de las actividades. De esta forma fueron ubicadas las empresas participantes, cada una dentro de la región a la que pertenecían.
2. **Se realizaron cataciones:** la principal fue la catación país (Café de Perú), donde se probaron los cafés peruanos especiales de las tres regiones, cada muestra tenía su trazabilidad hasta el origen sin mencionar el distrito y productor. Estos cafés provenían del concurso nacional de cafés de calidad 2015 realizado por la Junta Nacional del café. Asimismo cabe resaltar que dichos cafés fueron almacenados adecuadamente y catados de manera previa al evento (30), seleccionándose los mejores.
3. Se brindó el espacio para la catación de la denominación de origen VillaRica a cargo de la Municipalidad de VillaRica.
4. Se brindó el espacio para la catación del departamento de Cusco.
5. Se brindó el espacio para que el importador Peru Global realizara una catación de los cafés especiales peruanos que importa a sus compradores.
6. Se habilitó un área de cafetería donde se realizó barismo especializado con el uso de métodos con cafés especiales peruanos por regiones.
7. **El concepto de Promoción Internacional para los próximos 5 años:** Posicionarse en los eventos internacionales como Café de PERU. – Peruvian Specialty Coffee, Regiones: Norte, Centro y Sur. Área de Catación y Área de barismo (cafetería). El uso de la Lliclla (Manta tejida que llevan las mujeres en los Andes Peruanos) en todos los counter o mostradores del pabellón, incluye área de cafetería-barismo y de catación. Incluir el mapa del Perú por regiones Norte, Centro y Sur, indicando los departamentos cafetaleros como sus perfiles referenciales de cada uno. También considerar en la infografía la cantidad de familias inmersas en la producción del producto y las certificaciones. El gallito de las rocas como ave del Perú. El directorio incluye infografía del Café de PERU.. Aéreos con la marca país. El uso de la pizarra para comunicar los horarios de las cataciones.

Los horarios de las cataciones fueron:

Día 1:

- 11:00 a.m. Catación realizada por el importador Peru Global.
- 14:00 p.m. Catación País: Café de PERU. (**Principal**)
- 16:30 p.m. Café de Cusco.

Día 2:

- 11:00 a.m. Catación Café de VillaRica. – Denominación de origen.
- 14:00 p.m. Catación País: Café de PERU. (**Principal**)

Día 3:

- 11:00 a.m. Catación Café de VillaRica. – Denominación de origen.









5.3 Resultados

5.3.1 Cuantitativos

Según las encuestas obtenidas se obtuvieron proyecciones de negocios de alrededor de US\$ 34 millones para los próximos 12 meses. Se realizaron 277 reuniones comerciales donde 191 fueron con nuevos contactos y 86 con clientes actuales.

5.3.2 Cualitativos

En esta edición se logró mostrar nuestros perfiles de café de las diversas regiones y así demostrar que Perú tiene cafés especiales.

5.4 Comentarios de la Competencia

Brasil: Sala de catación y sillas para reuniones. Realizó degustación con Termos:



Café de Puerto Rico: Degustación con termos



Indonesia: Mucha amplitud, barismo y mucha muestra de su origen :



Guatemala: Tres islas, una de ellas predominaba el aéreo por USAID.



	INFORME EJECUTIVO DE FERIAS	CÓDIGO
		FO-INF-005
		VERSIÓN 02
		PÁG. 13 DE 13



5.5 Actividades Adicionales en el Marco de la Feria

El WCE realizó la competencia de barismo. Peru no estuvo presente.

VI. Directorio de Contactos

Stumptown Coffee Adam McClellan

Trabocca Fernando Seminario

Salt Spring

Sustainable Harvest Dane Lorass

Gimmi Coffee : Liz

VII. Conclusiones

- Según las encuestas obtenidas de los expositores dentro del pabellón peruano se proyectaron negocios de alrededor de US\$ 34, millones para los próximos 12 meses y la delegación peruano fue de cerca de 130 asistentes, entre exportadores, productores y gremios.
- Pabellón: PROMPERU, coordino el diseño. Mostrando el concepto de origen con la presentación Café de PERU. Asimismo, se implementó 2 áreas técnicas indispensables para la promoción de los cafés especiales: Barismo y Catación. El pabellón peruano fue uno de los más vistosos de la feria, atrayendo la atención de la gran audiencia internacional.
- Se contó con el apoyo de la Feria Expocafé (Feria local que apoyamos en el 2015) con el concurso Nacional de Café Calidad organizado por la JNC y la CPC, quienes nos otorgaron las 60 mejores muestras, quedando las 16 mejores para Catación y Barismo.
- El área de Barismo y Catación contaron con muestras representativas de los Cafes Especiales, un trabajo que se realizó con aproximadamente 1 año de anticipación.
- La delegación de Denominación Villa Rica tuvo una participación organizada, pues combinaron la participación público – privada y se les brindó el espacio y la logística para que realizaran la catación como: Denominación Café Villa Rica.
- Asimismo, PROMPERU Cusco obtuvo cafés representativos de la zona lográndose así, incluir una catación como origen: Cusco – Perú.

VIII. Recomendaciones

- Se recomienda seguir realizando actividades de promoción y publicidad dirigida tanto al canal comercial como al consumidor final resaltando el origen del café y su funcionalidad.
- Se recomienda mantener el formato establecido en esta edición para las futuras ediciones del SCAA y extenderla a otras ferias en el mundo especializadas en café.
- Se recomienda contratar un mayor espacio en la feria SCAA para poder incluir empresas por regiones como se hizo en ésta edición.
- Se recomienda evaluar las muestras que utilicen las denominaciones o regiones antes de que realicen la cata independiente dentro del área de catación del pabellón peruano.

IX. Anexos

--