

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

La proliferación de las marcas en el mercado del café peruano _____

Vamos a hablar !

LIMA
30/31 MAYO
2019

22_
CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

PROGRAMA

IMPARTIDO POR

JOAQUÍN SANCHO FERRER

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

La proliferación de las marcas en el mercado del café peruano

PRESENTADA POR

JOAQUÍN SANCHO FERRER

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

*Marcas: análisis de los principales
presupuestos* _____

4000

MARCAS

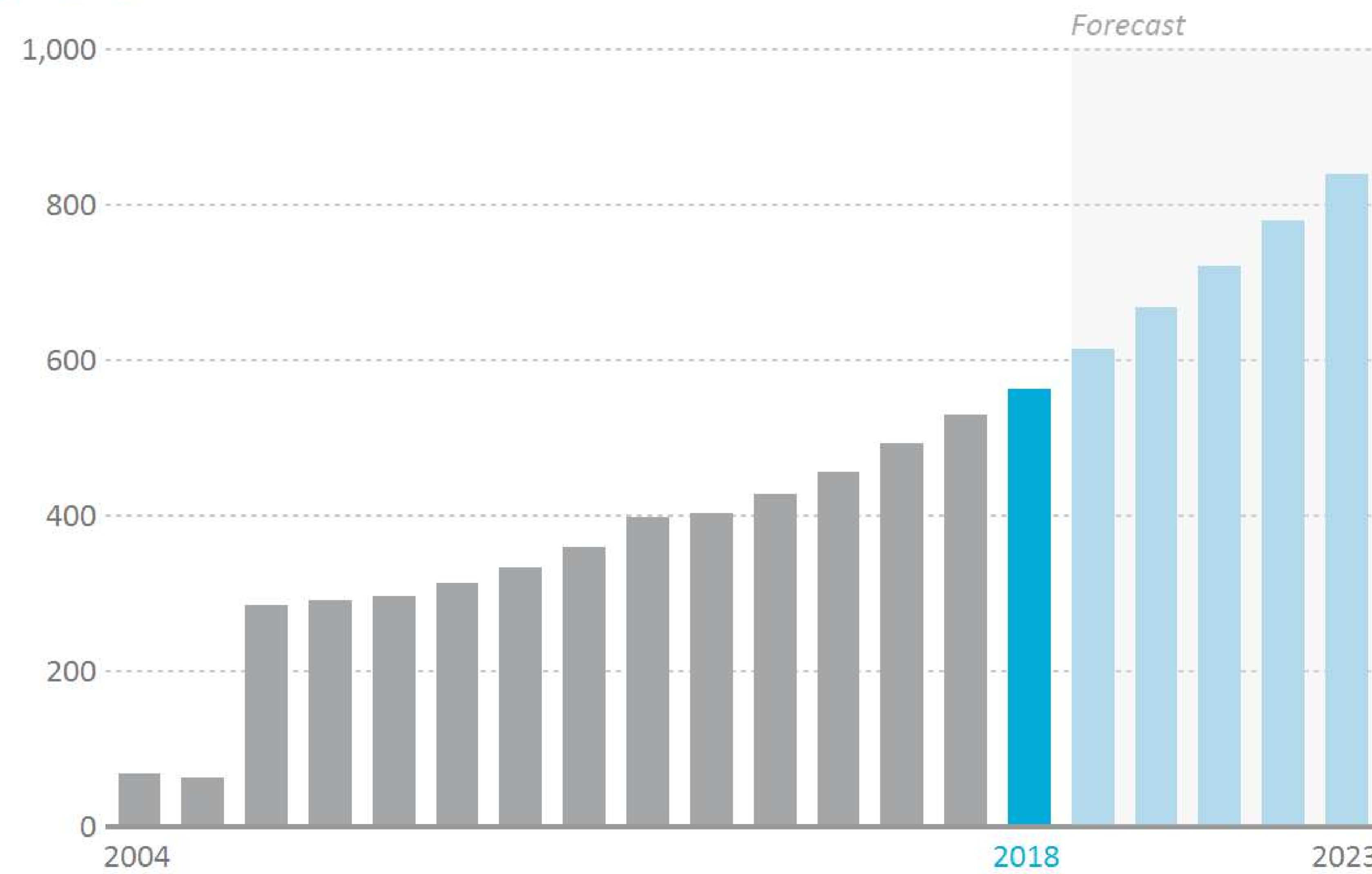
SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Sales of Coffee in Peru

Valor minorista RSP - PEN millones - Actual - 2004-2023

559



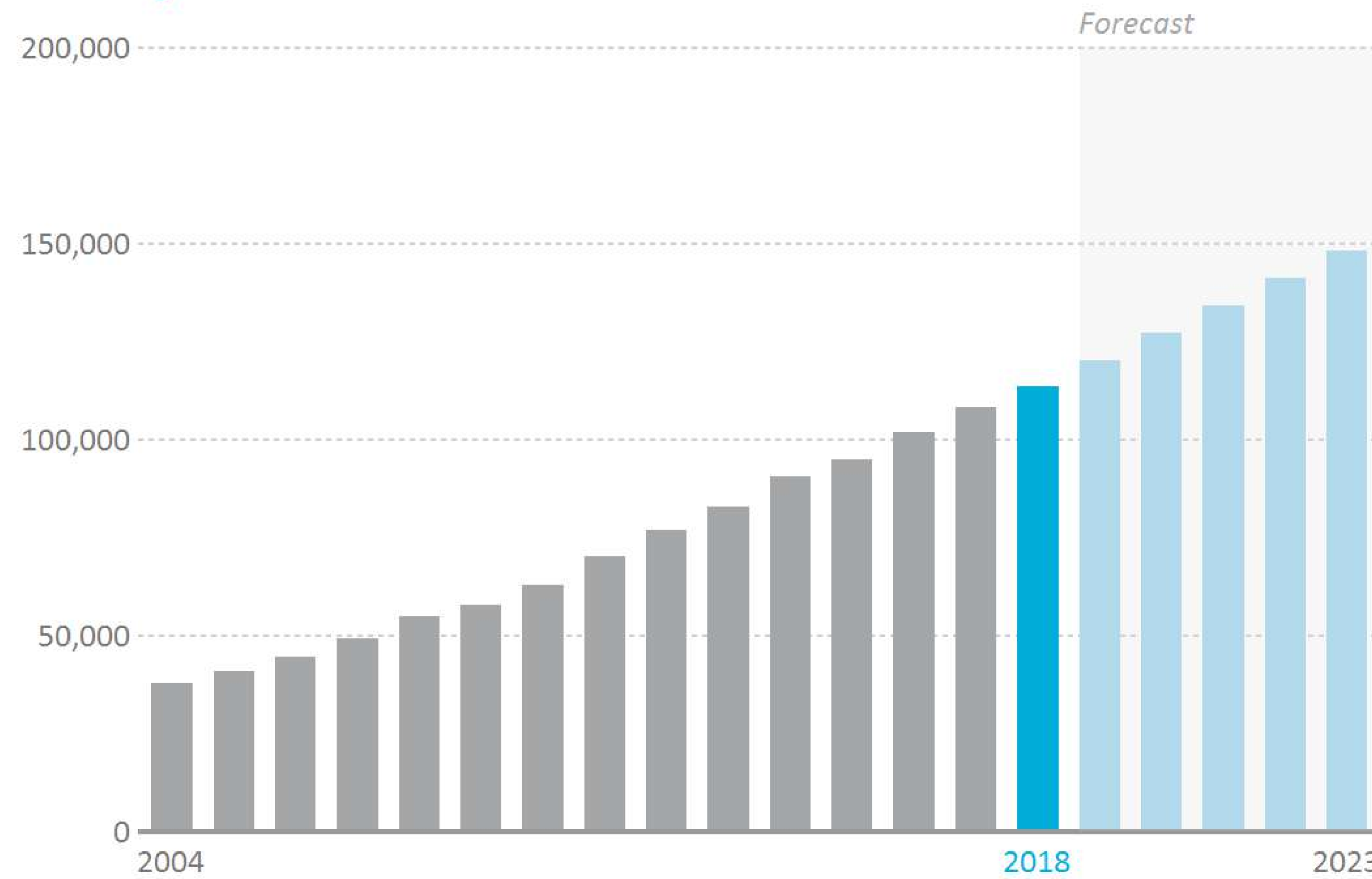
SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Sales of Retailing in Peru

Valor de venta al por menor RSP sin impuesto de ventas - PEN millones - Actual - 2004-2023

112,864



SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Marcas: análisis de los principales presupuestos _____

8

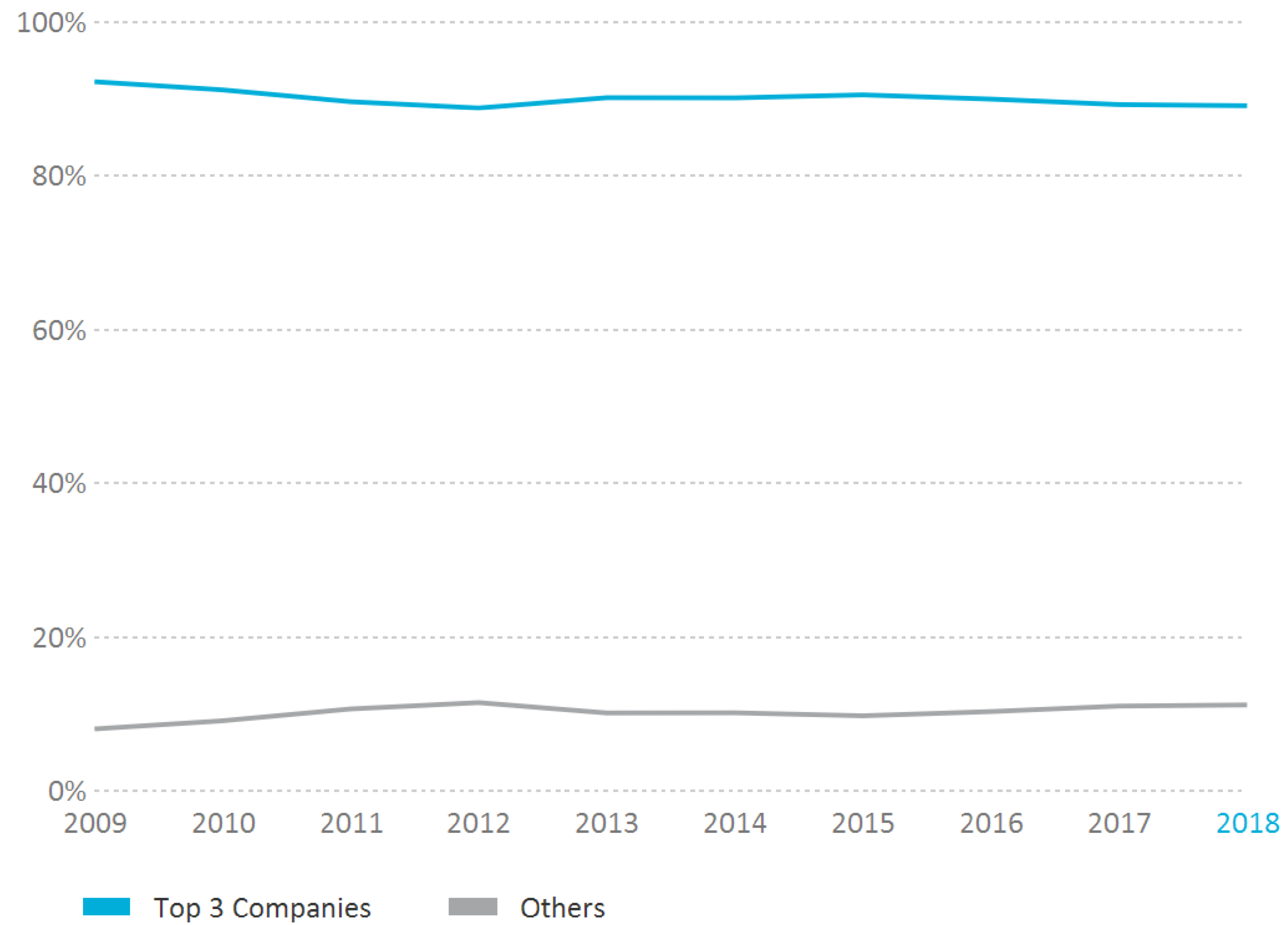
VECES AL AÑO

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Market Concentration of Coffee in Peru by Company

% Share (NBO) - Valor de venta al por menor RSP - 2009-2018

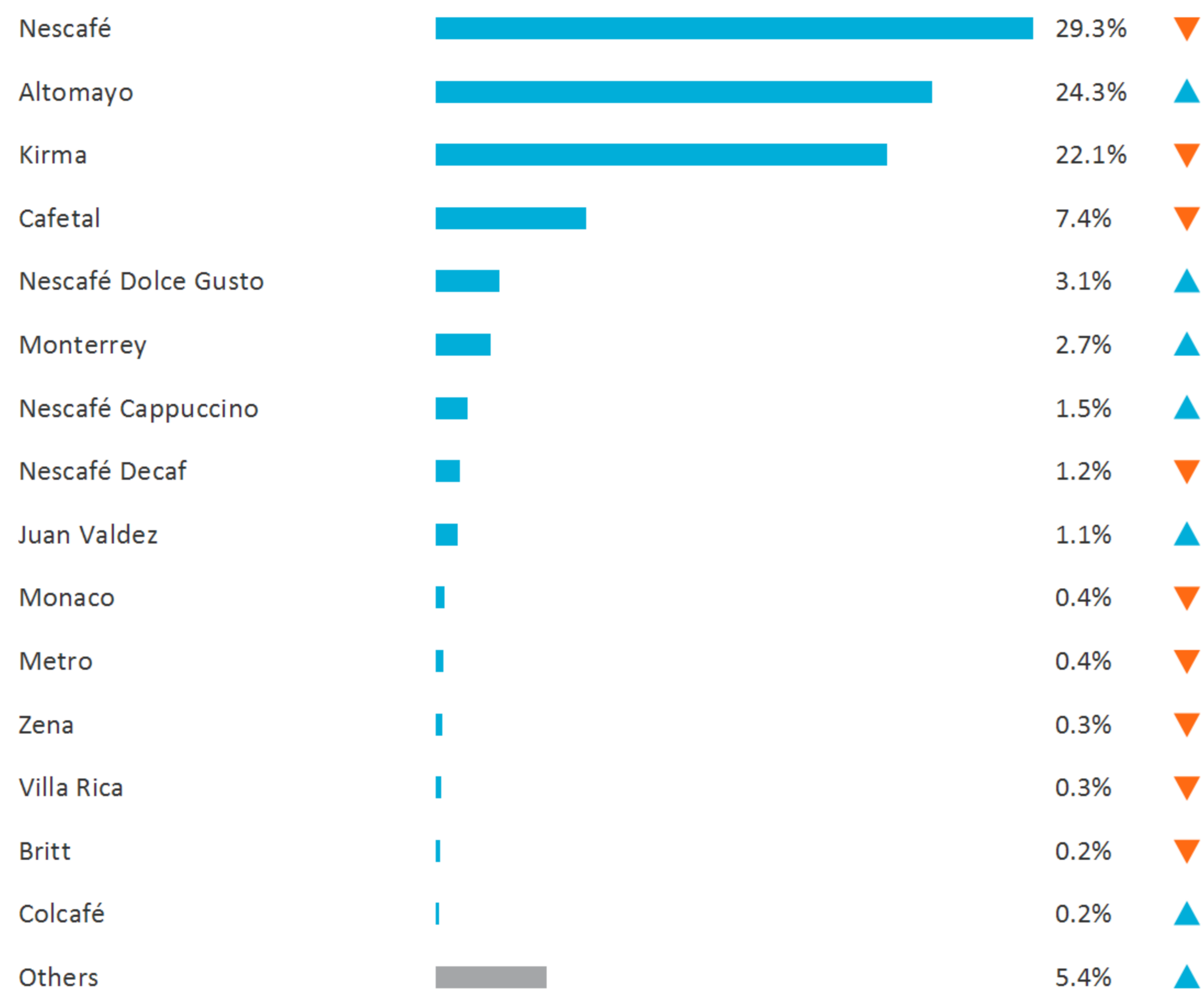


SESIÓN 07:

22_CONVENCION NACIONAL DEL CAFE Y CACAO

Brand Shares of Coffee in Peru

% De participación (LBN) - Valor de venta al por menor RSP - 2018



▲ Increasing share ▼ Decreasing share — No change

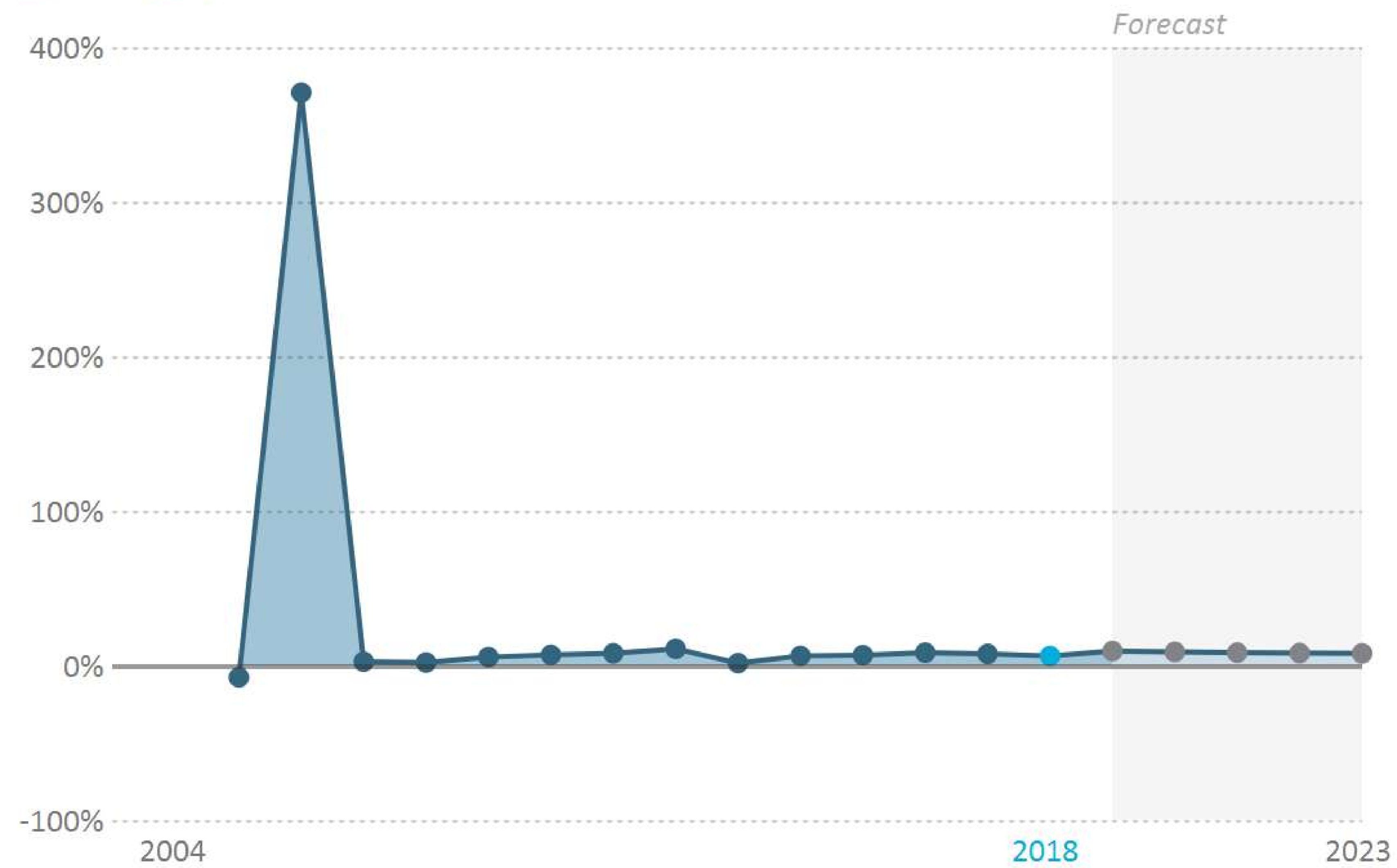
SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Sales Performance of Coffee in Peru

% Valor de venta minorista interanual RSP Crecimiento 2004-2023

6.1%



¿marca?

la gran tentación...

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Marcas: análisis de los principales presupuestos _____

80%

DE LAS MARCAS
DESAPARECEN A
LOS DOS AÑOS

MORTALIDAD

80%

9 DE CADA 10 PROYECTOS

FRACASAN

¿POR QUÉ?

4000

MARCAS

POPULISMO

EL MUNDO
SE DIVIDE ENTRE
ÉXITO
Y FRACASO

CARISMÁTICO

FACILISMO

EMOTIVO

RECETAS
SENCILLAS

PROMETEN EL CIELO

FÓRMULAS

EMPRENDEDORES

la gran decepción...

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

¿Por qué fracasan las marcas?

01

**Manejo empírico de la empresa /
Falta de experiencia en el rubro**

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

¿Por qué fracasan las marcas?

01

**Manejo empírico de la empresa /
Falta de experiencia en el rubro**

02

Gastos de organización mal calculados

¿Por qué fracasan las marcas?

01

**Manejo empírico de la empresa /
Falta de experiencia en el rubro**

02

Gastos de organización mal calculados

03

Capital de operaciones insuficiente

01

**Manejo empírico de la empresa /
Falta de experiencia en el rubro**

02

Gastos de organización mal calculados

03

Capital de operaciones insuficiente

04

**Falta de estudio de mercado /
Desconocimiento del entorno de la empresa**

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

¿Por qué fracasan las marcas?

05

**Personal ineficiente /
Toma de decisiones precipitadas o tardías**

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

¿Por qué fracasan las marcas?

¿marca?

¿Por qué fracasan las marcas?



SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

¿Quién nos llevó hasta aquí?

1. REFLEXIÓN

¿Qué interés hay en señalarlas como la salvación de la economía si su **impacto real es reducido**?

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

¿Quién nos llevó hasta aquí?

2. REFLEXIÓN

¿Una clase política que ánima a emprender sin la más mínima pedagogía **ignorando cualquier reflexión** entorno al fracaso y peligros?

...oportunidades?

The farmer.

-Amelia E. Barr

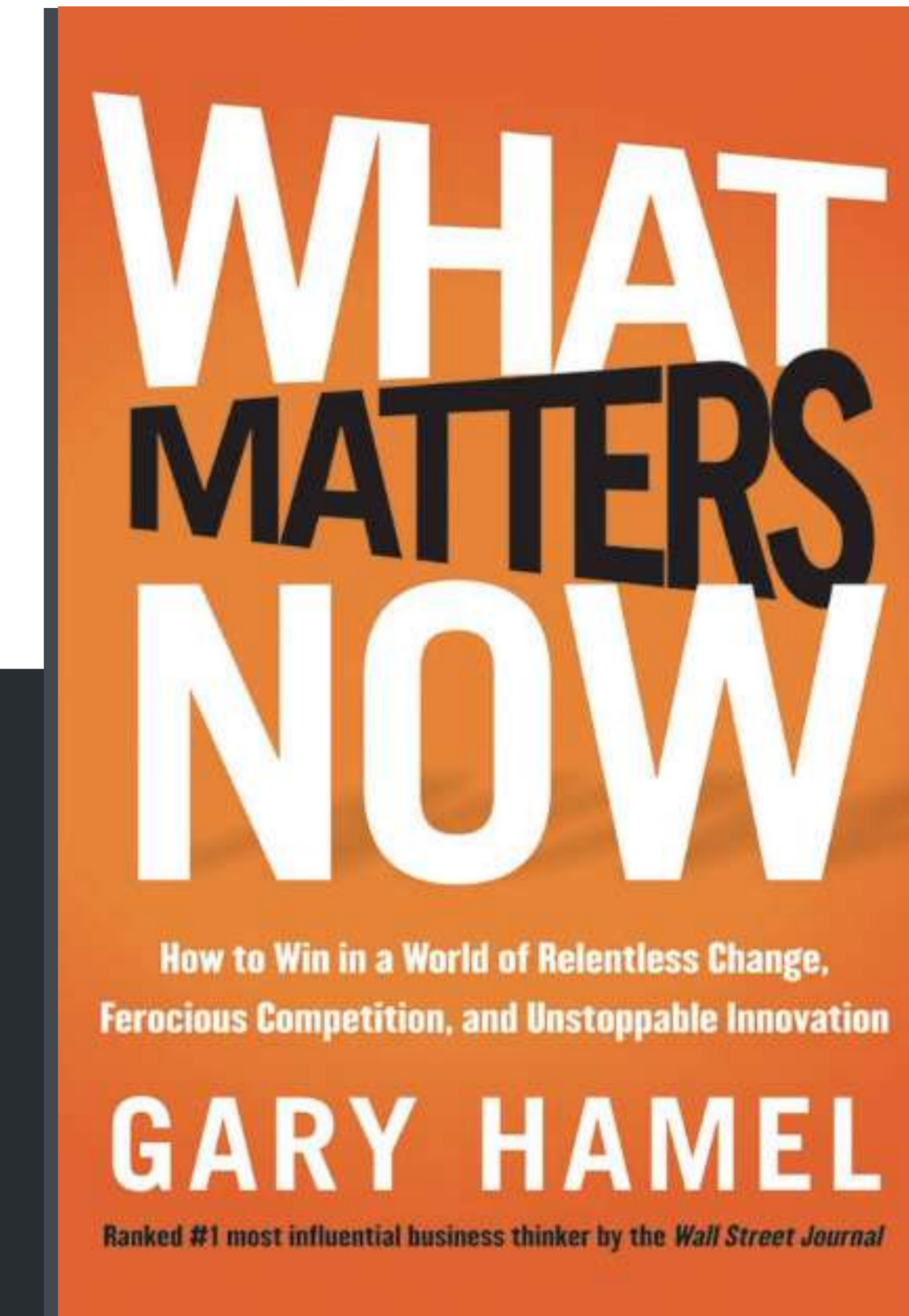


SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

Los valores del agricultor para impulsar el éxito empresarial

El valor del agricultor



GARY HAMEL

Lo que importa es ahora

COMPARTIR



Las virtudes que construyeron a los campesinos:

**prudencia,
ahorro,
autodisciplina y
sacrificio,**

son las mismas virtudes que construyeron a Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania y Japón.

Pero en las últimas décadas, estas virtudes han estado ausentes, ya que millones de consumidores abandonaron el ahorro y el sentido común por la extravagancia.

EL PATRÓN DEL CAFÉ

Amazonía de Puno - Perú

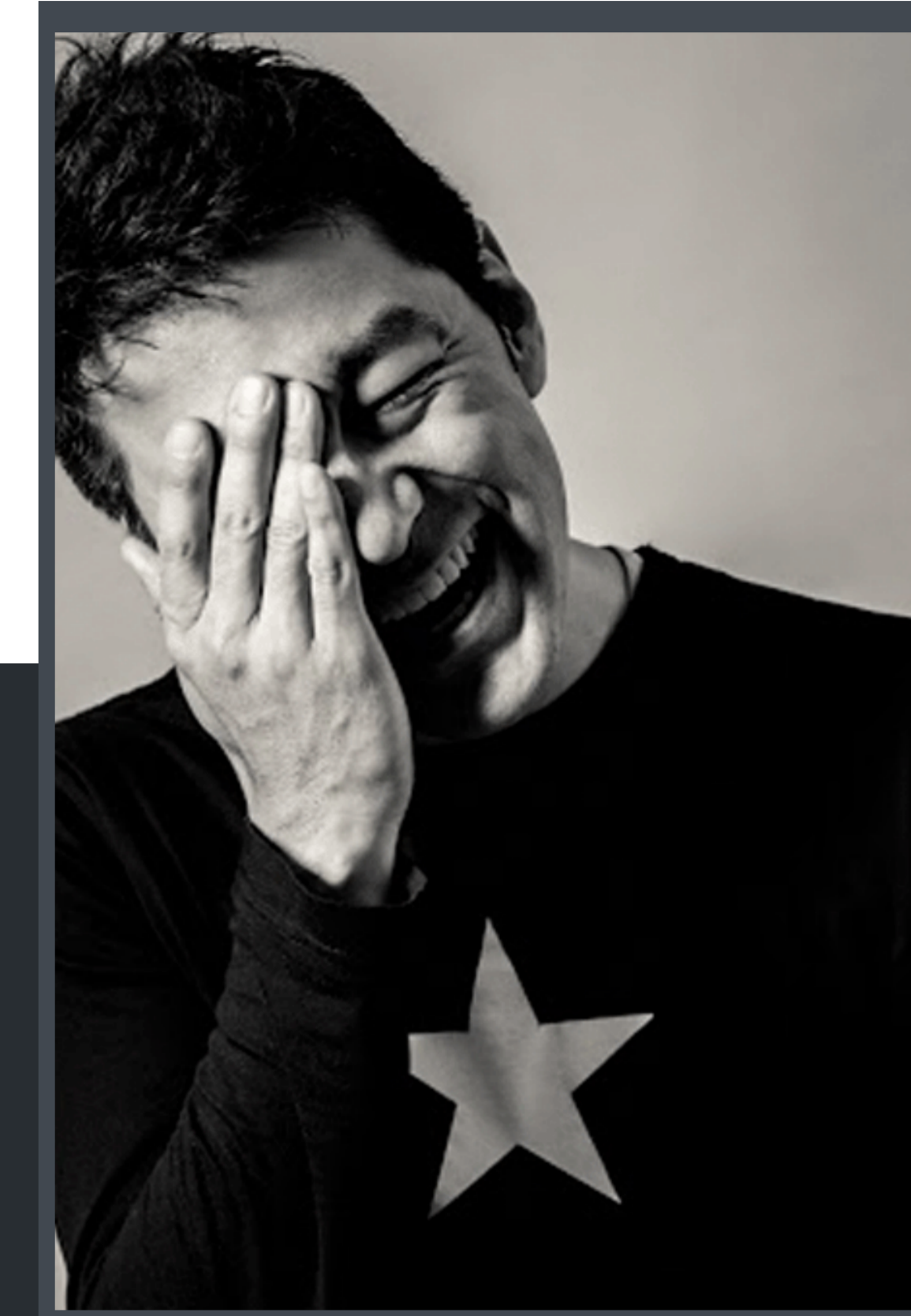


SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

Creatividad para la nueva economía

Cómo podemos ser relevantes siendo nosotros mismos



REI INAMOTO

El líder reflexivo

COMPARTIR



innovar, transformarse y adaptarse según las demandas sociales, pero deberá tener clara cuál es su filosofía empresarial y una idea muy clara de negocio:

**tener una convicción
debilidades en fortalezas
optimismo**

el propósito de una empresa debe quedar intacto en el transcurso del tiempo, hombres contra máquinas, el optimismo para convertir debilidad en fortaleza.

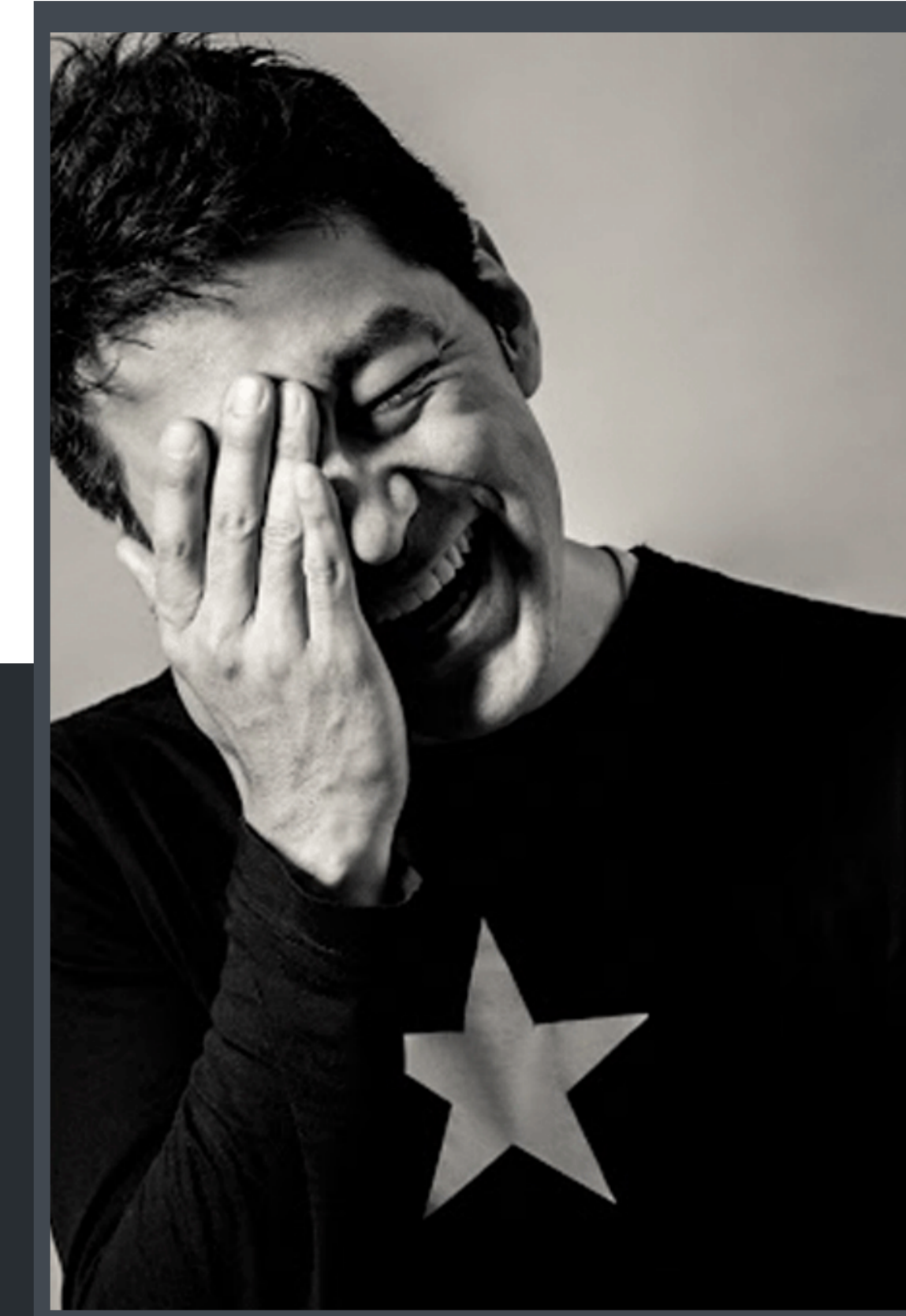
DESTACADOS

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

Creatividad para la nueva economía

Cómo podemos ser relevantes siendo
nosotros mismos



REI INAMOTO

El líder reflexivo

COMPARTIR



Creatividad para la nueva economía:

CLARIDAD

MAESTRIA

TENACIDAD

HUMILDAD

DIVERSIDAD

Cómo ser relevantes siendo nosotros mismos

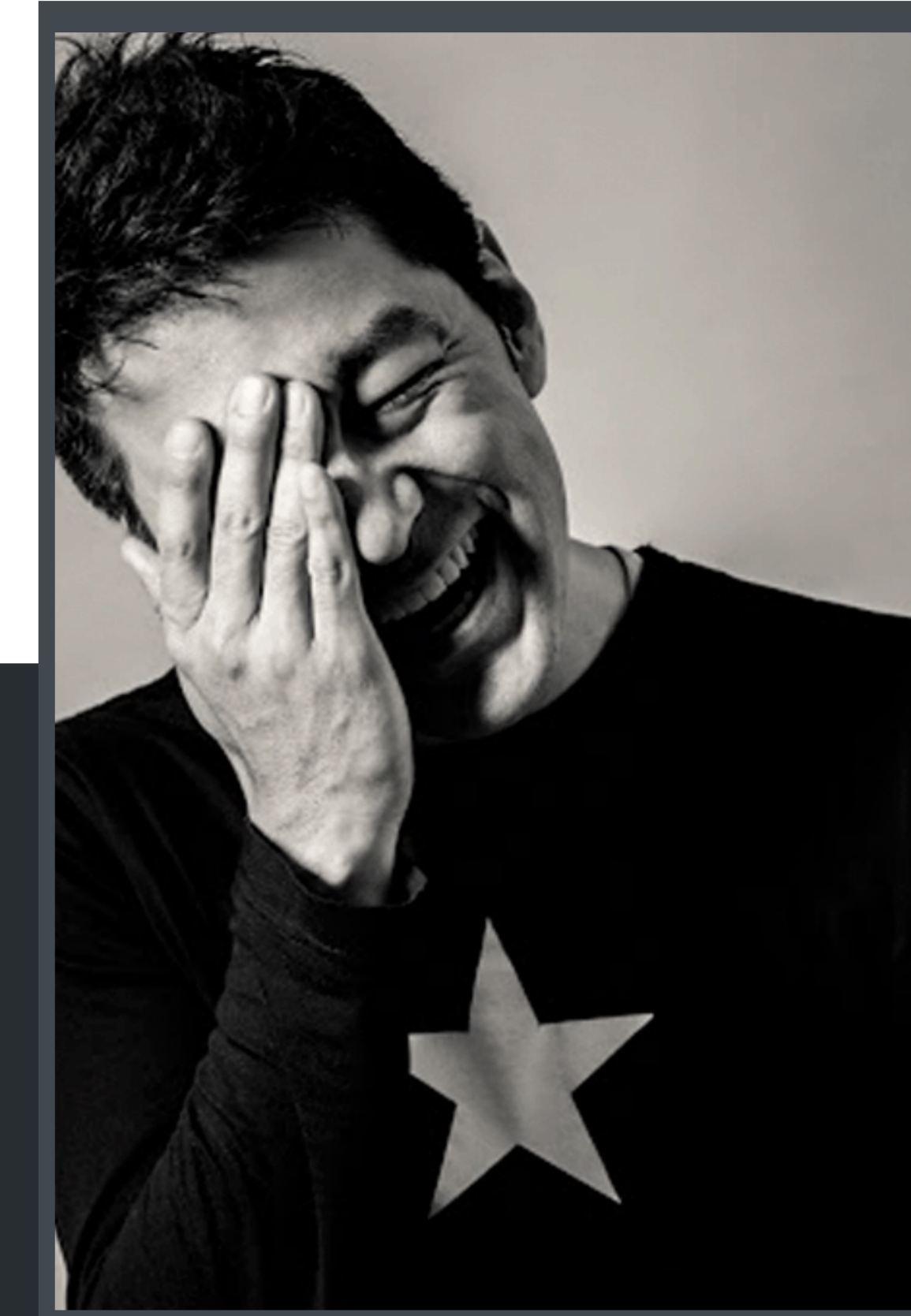
DESTACADOS

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

Creatividad para la nueva economía

Cómo podemos ser relevantes siendo
nosotros mismos



REI INAMOTO

El líder reflexivo

COMPARTIR



Creatividad para la nueva economía:

MAESTRIA

Hacer las cosas bien con un
dominio total de lo que
hacemos tanto en tecnología
como en medios

Cómo ser relevantes siendo nosotros mismos

DESTACADOS

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

Comercialización

Para qué sirve una marca



SESIÓN 07:

22_CONVENCION NACIONAL DEL CAFÉ Y CACAO

Comercialización

Canales de comercialización

COMPARTIR



Todos los canales de comercialización tienen sus beneficios, es muy probable que una empresa use varios de ellos. En todos será importante siempre la

**efectiva comunicación,
el control y
seguimiento de la gestión.**

Dependiendo de la industria y el tamaño de la empresa se deberá decidir por inversión, mercado, cobertura, nivel de productividad cuál de ellos es el más eficiente.

Se debe considerar que tipo de servicio y qué nivel de personalización de servicio se quiere alcanzar con el cliente final.



STARBUCKS

Distribución de cafés con denominaciones de origen

DESTACADOS

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

La única constante es el cambio

El corazón de la identidad

El corazón de la identidad, posición y persona de una marca es su logotipo. El diseño de identidad perspicaz resuena con los consumidores tanto a nivel intelectual como emocional.

Un logotipo es una de las primeras cosas que los consumidores notarán, y es lo último que recordarán.

Es importante que el logotipo envíe el mensaje correcto a la audiencia correcta.



COFFEE BALZAC'S ROASTERS
PACKAGING

COMPARTIR



DESTACADOS

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAÓ

Exportar

Un largo camino por recorrer



Exportación: errores más comunes

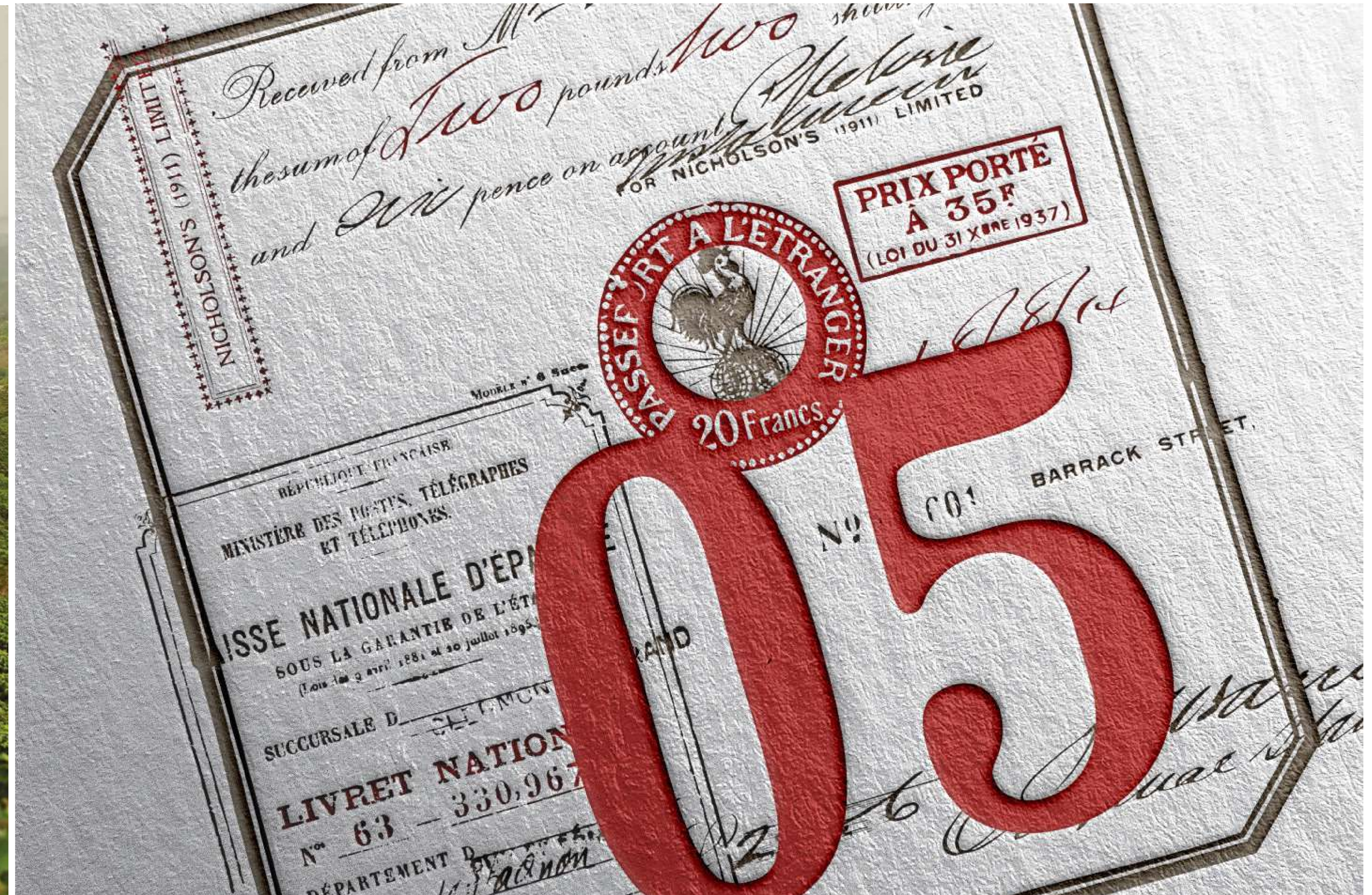
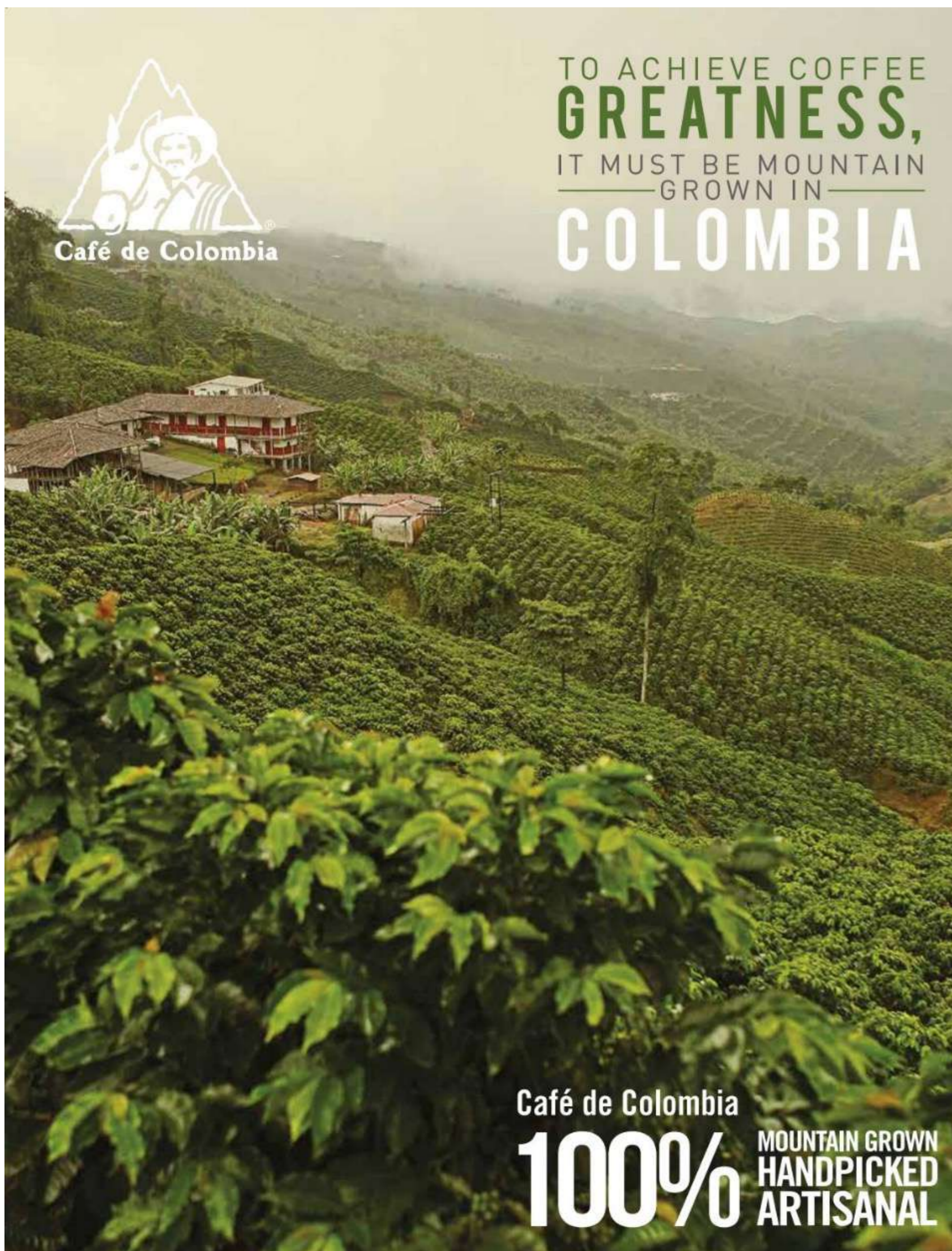
- ✘ No solicitar asesoramiento especializado para determinar un plan y estrategia de exportación.
- ✘ Incorrecta selección del mercado objetivo
- ✘ Demora e incumplimiento en el envío de cotizaciones, ofertas y muestras.
- ✘ Desconocimiento de aspectos legales, medios de pago, logística, etc. del mercado de destino.
- ✘ Clasificación arancelaria del producto incorrecta.
- ✘ Cálculos incorrectos en los precios de exportación.

Vamos a hablar !

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

La marca es mucho más que un logo.



Cómo crear una marca con criterio.

Cada marca debe seguir su propio camino para alcanzar la diferenciación

Lanzar una marca: 7 pasos básicos para una estrategia con éxito

1. Planifica con antelación ✓
2. Identifica a tu audiencia ✓
3. Descubre los puntos de contacto ✓
4. Equilibra los objetivos con la inversión ✓
5. Diseña un plan de comunicación ✓
6. Crea tu historia ✓
7. Empieza por dentro ✓

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFÉ
Y CACAO

Una marca es mucho más que un logo.
El diseño de identidad y el desarrollo del logotipo le cuenta a los consumidores quién es usted, qué hace y por qué es importante.

Vamos a hablar !

SESIÓN 07:

22_CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

La proliferación de las marcas en el mercado del café peruano —

Muchas gracias a todos !

LIMA
30/31 MAYO
2019

22_
CONVENCION
NACIONAL
DEL CAFE
Y CACAO

PROGRAMA

IMPARTIDO POR
JOAQUÍN SANCHO FERRER