



XXV SIMPOSIO
LATINOAMERICANO
DE CAFICULTURA
- EL SALVADOR -



CSC
CONSEJO
SALVADOREÑO
DEL CAFÉ



Promoción del Consumo Interno del Café en los países de PROMECAFÉ

Andrea Vergara, Coordinadora Promoción Nacional e Internacional de
Anacafé, Guatemala



- Los intereses de las nuevas generaciones (millennials, gen z) han impulsado la industria del café de especialidad hasta donde se encuentra hoy y son cruciales para determinar el futuro.
- Entenderlos es el mejor activo para dar los pasos acertados.
- Estas generaciones son educadas/informadas en cuanto a sus preferencias (ej: dónde, quién, cómo).
- Gran sentido de responsabilidad ambiental y social (impacto)
- Se identifican con la sostenibilidad, la trazabilidad, los negocios locales o independientes.
- Buscan siempre opciones alternativas saludables, ofertas de mejor calidad

- Vanguardia en tendencias
 - Se espera que el mercado (RTD) tendrá un valor asombroso de USD 42.000 millones, para 2027.
- Digitales innatos
- Dentro del proyecto de promoción, incremento y transformación del consumo de café en los países de Promecafé, Guatemala.
- Le apostamos al diseño y desarrollo de una aplicación móvil para la promoción, identificación y ubicación de Coffee Shops en Guatemala, como herramienta para que locales e internacionales puedan tener fácil acceso a las distintas opciones acorde a distintos criterios de búsqueda.





- Aumentar el consumo de café en los países productores fomenta una industria cafetera más estable que no depende únicamente de la demanda externa.
- Promueve relaciones más directas entre compradores y productores; retroalimentación con mayor facilidad y cercanía.

Promoción del Consumo Interno del Café en los países de PROMECAFÉ

**Andrea Vergara, Coordinadora Promoción Nacional e Internacional de
Anacafé, Guatemala**

Andrea.CVF@Anacafe.org