

Avances de la línea base de consumo de café

David Gonzales
Convención Nacional del Café 2021

El trabajo

- **En qué trabajamos:** Estudio de línea de base de consumo de café en el Perú
- **Qué esperamos:** Al 2030 se ha incrementado el consumo interno per cápita de café peruano en 30%
- **Cómo lograrlo:** investigación+socialización del conocimiento+articulación de actores clave
- **Quién nos respalda:** la Guía para la Promoción de Consumo de Café en los Países Productores de la Organización Internacional del Café

Casos en América Latina

Benchmark



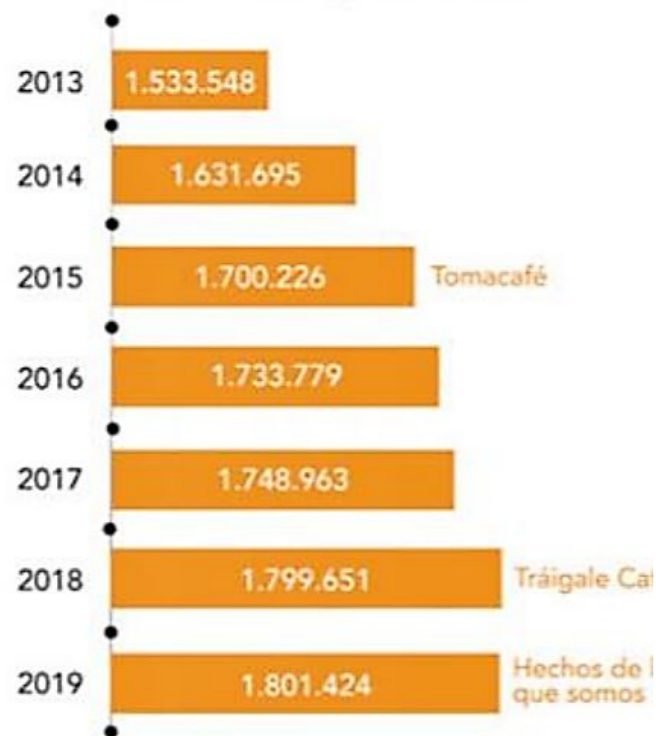
Incentivos continuos



Educación masiva

CONSUMO INTERNO

Sacos de 60 kg de café verde

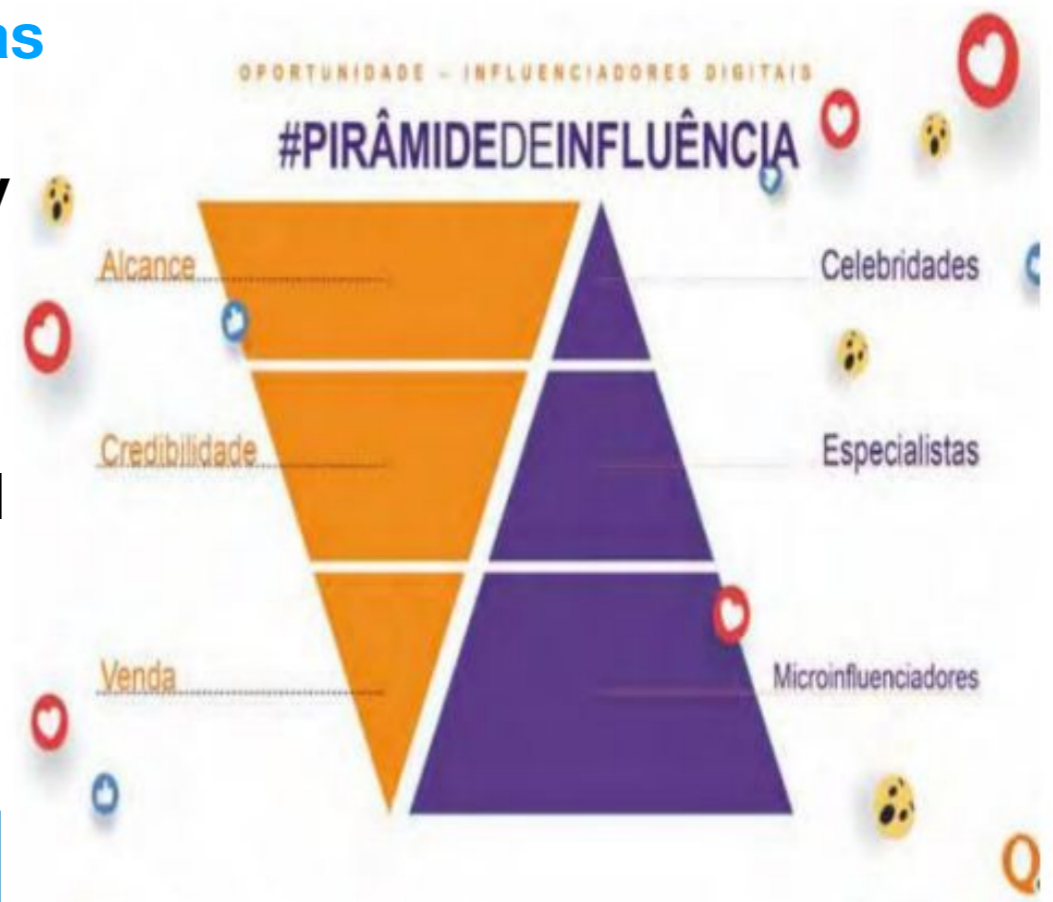


Fuente: Raddar. FNC, Investigaciones Económicas.

FNC.2019

Consenso en las líneas de acción

1. Posicionamiento y competitividad
2. Canales de distribución
3. Segmentación del mercado
4. Promoción
5. Innovación



ABIC.2019

Perú

Realidad local y el reto de levantar información fidedigna



Existen sucedáneos de café y bebidas saborizadas a base de Café **que no se consideran en las bases de datos de la categoría café**

Existen bebidas elaboradas a base de café listas para tomar. **Se desconoce con exactitud cuanto del café de la industria se utiliza para éstas**



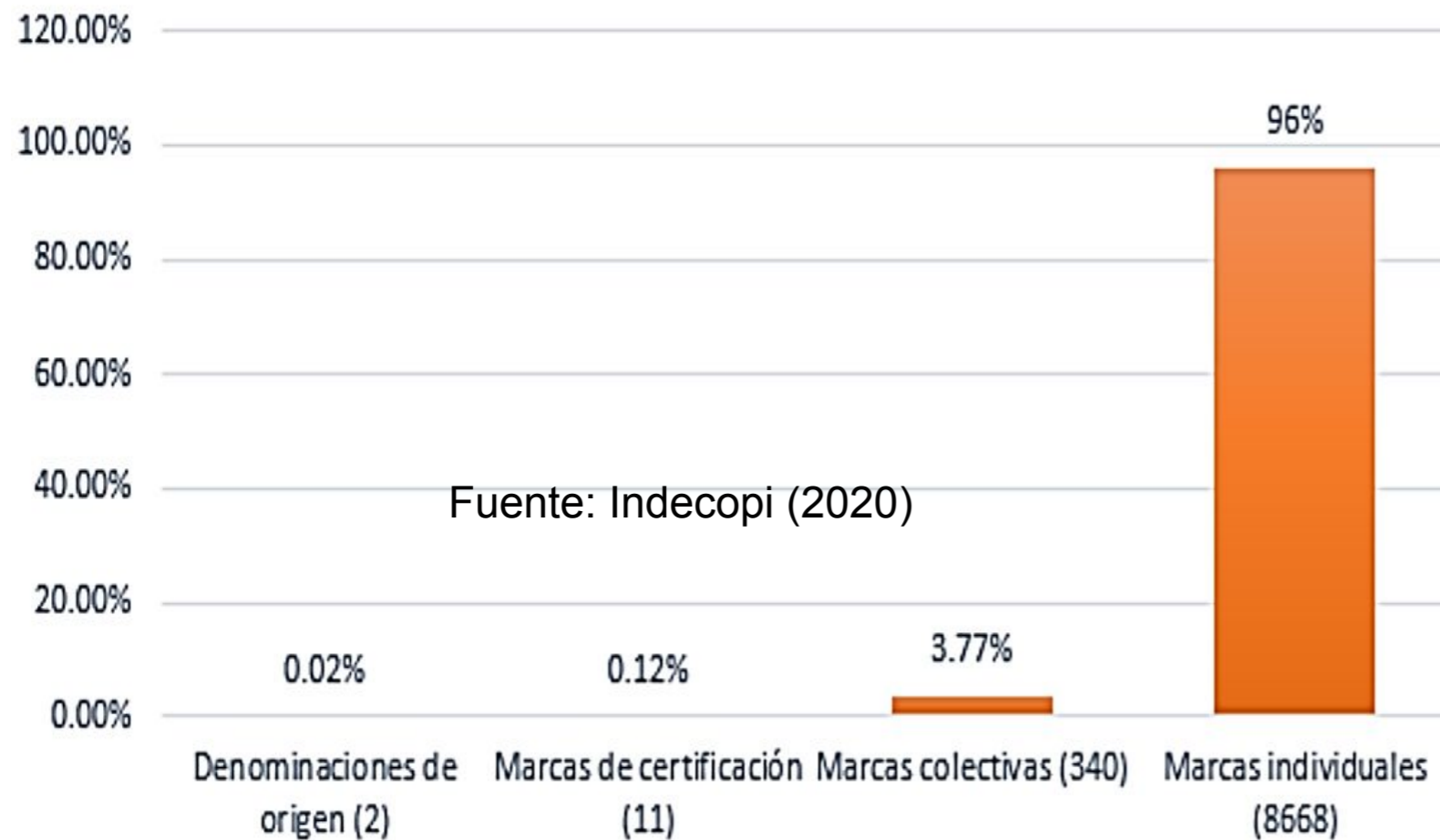
Existen pequeñas marcas locales que no se consideran en las bases de datos de la categoría café. **Debido a su baja participación y/o dificultad de trazabilidad en los pequeños puntos de venta**



Dentro del consumo de bebidas calientes en el hogar durante el 2020; **el café tuvo una participación del 20%,**

Existen 8668 marcas individuales resgistradas de café Dinámica en el mercado nacional

Perú. Signos distintivos registrados/café. 2010-2020



✓ Del total de marcas registradas de café, un 85% corresponde a **productos de café** y un 15% corresponde a las **cafeterías**.

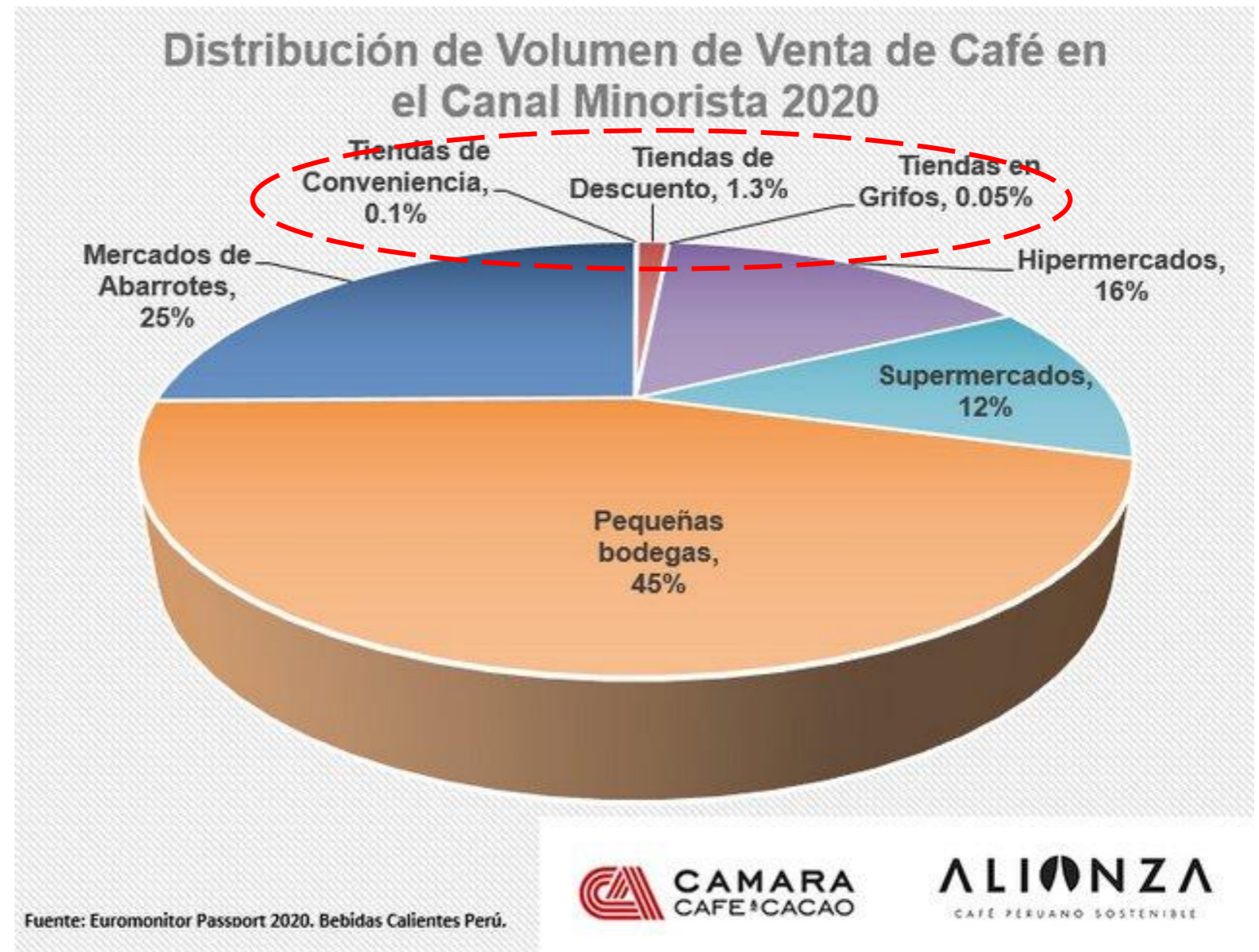
✓ Se clasifican en **extranjeras nacionales**.

✓ Éste último tipo, se concentra principalmente en **Lima**, dónde existen **5039** marcas registradas.

Los peruanos consumen principalmente café soluble (instantáneo), que representa el **75% del total nacional del consumo de café. ¿es cierto?**

los patrones de consumo están cambiando al café tostado y molido la cultura y de beber está echando raíces **¿cómo probarlo?**

USDA 2020.

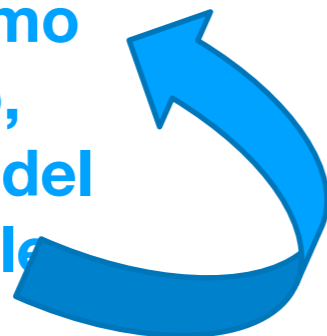


¿ realmente la participación del café molido en los puntos de venta más pequeños o modernos es baja?

Información disponible
la necesidad de integrar

Panorama nacional
general

▪ **Data del Café :**
productos sustitutos y subcategorías como el café en grano, formato estándar, del alto valor y soluble



Panorama local
consumo

• **Data del consumo de café molido tostado y soluble en el hogar por provincias**



Panorama local
ventas

• **Data de la venta de café molido tostado y soluble según marcas en provincias**



Fuentes formales nacionales

Tickets de compra de las amas de casa.

Visita a bodegas y mercados

Café peruano	Reportado	Previo	USDA-ICO	Moderado	Esperado	Junta
sacos verde	60,000	150,000	180,000	225,000	280,000	384,000
Kg. Persona	0.1600	0.4000	0.4800	0.6000	0.7467	1.0240

Al día de hoy
hemos
elaborado y
publicado **26**
notas de
consumo interno



Perú21

PERFECT DAILY GRIND

Principales temas

1. El mercado de **bebidas calientes**
2. Tendencias de **consumo post-pandemia**
3. Oportunidades en el **mercado nacional**
4. Las **cafeterías en regiones**
5. Bienes complementarios: **molinillos y accesorios**
6. Perfil de los **consumidores de café**
7. El comportamiento de las **marcas de café**
8. Estrategias de adaptación en los **canales de venta**
9. El rol del **barista**

Contexto actual

Punto de partida

5 características del contexto peruano actual

60% del sector retail manifiesta cambio hacia al e- commerce	71% de jóvenes hacen énfasis en activismo de marca	40% de peruanos han emprendido durante la pandemia	70% de los peruanos son más conscientes de su alimentación	al 2021 continuará el teletrabajo
--	---	---	--	--

Fuente: Asociación de Agencia de Medios (2021)



Café en el Mercado de Bebidas calientes

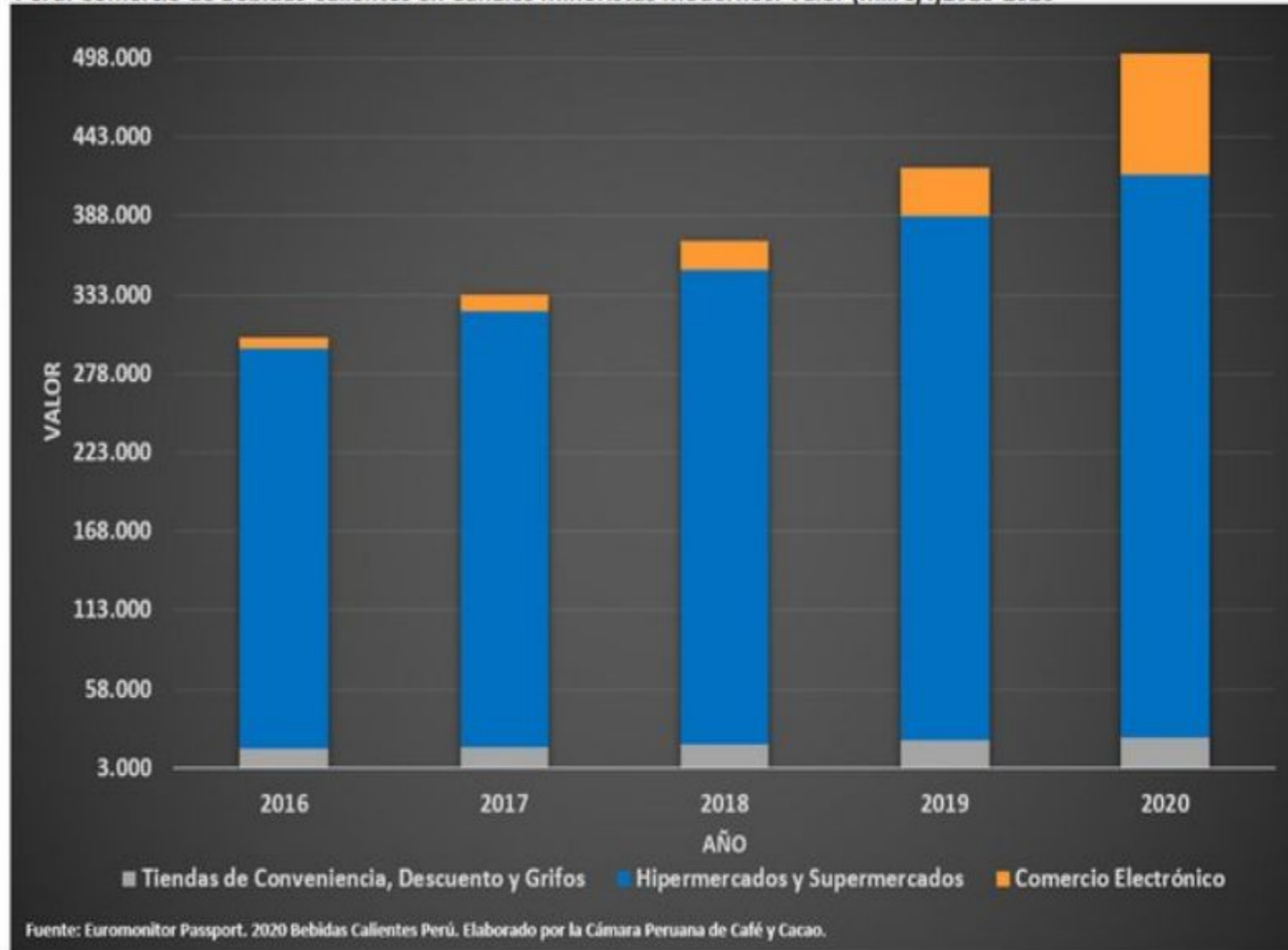
- ✓ En el periodo 2015-2020, el valor comercializado de BC en el canal minorista pasó de **1256 a 1775 (mill S/.)**.
- ✓ En el 2020 el café tuvo una participación del **20%** del consumo de BC en el hogar
- ✓ AL 2025 La participación del café en el consumo de BC en el hogar; crecería a una **tasa anual del 6%**, mayor a las de otras bebidas calientes (5%), y **+6 (20%)**



✓ Sólo en cuatro años, el valor de las **ventas comercializadas de BC electrónicamente** aumentó de 8 millones a 84 millones de soles.

✓ Es una alternativa atractiva para los consumidores de café que buscan variedad sobre la oferta de los canales tradicionales.

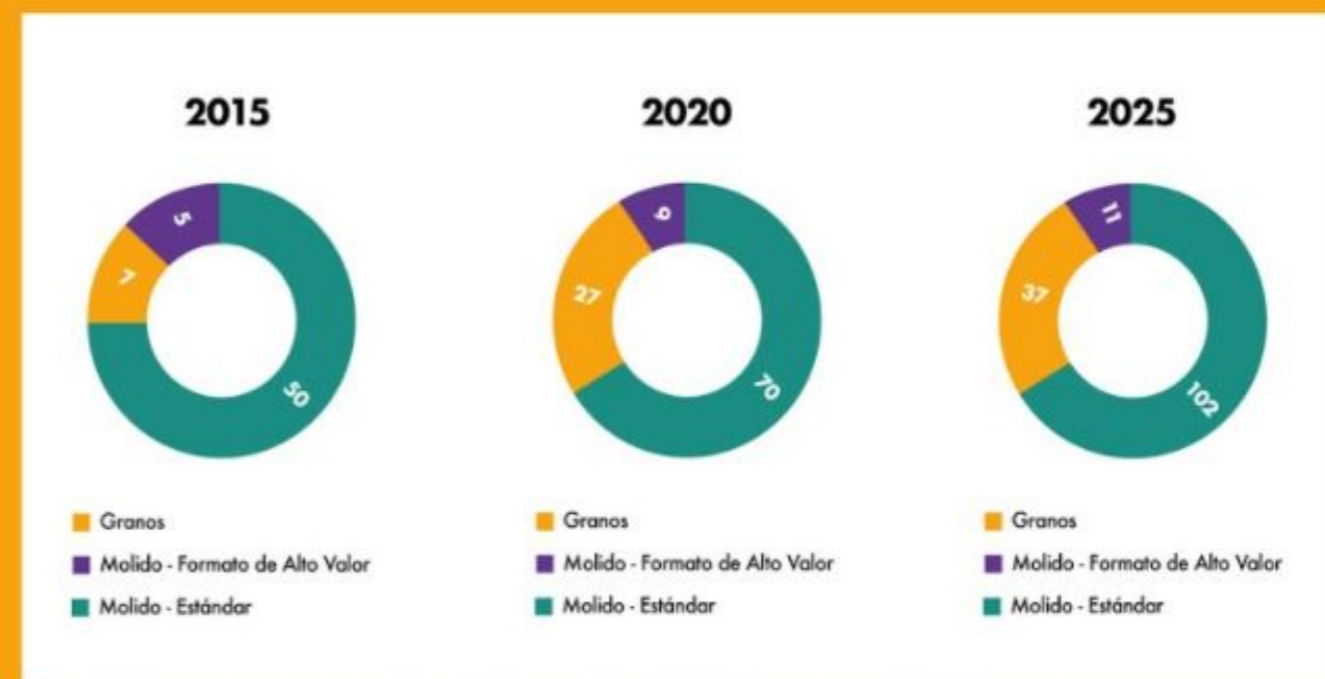
Perú. Comercio de Bebidas Calientes en Canales Minoristas Modernos. Valor (mill S./)2016-2020



Tendencias 2025

- ✓ Al 2020 el peruano consume **131 tazas** de café al año
- ✓ Al año 2025, el cpc habrá incrementado al menos en **34 tazas**
- ✓ De éstas, **12 tazas** más de café fresco en granos o molido

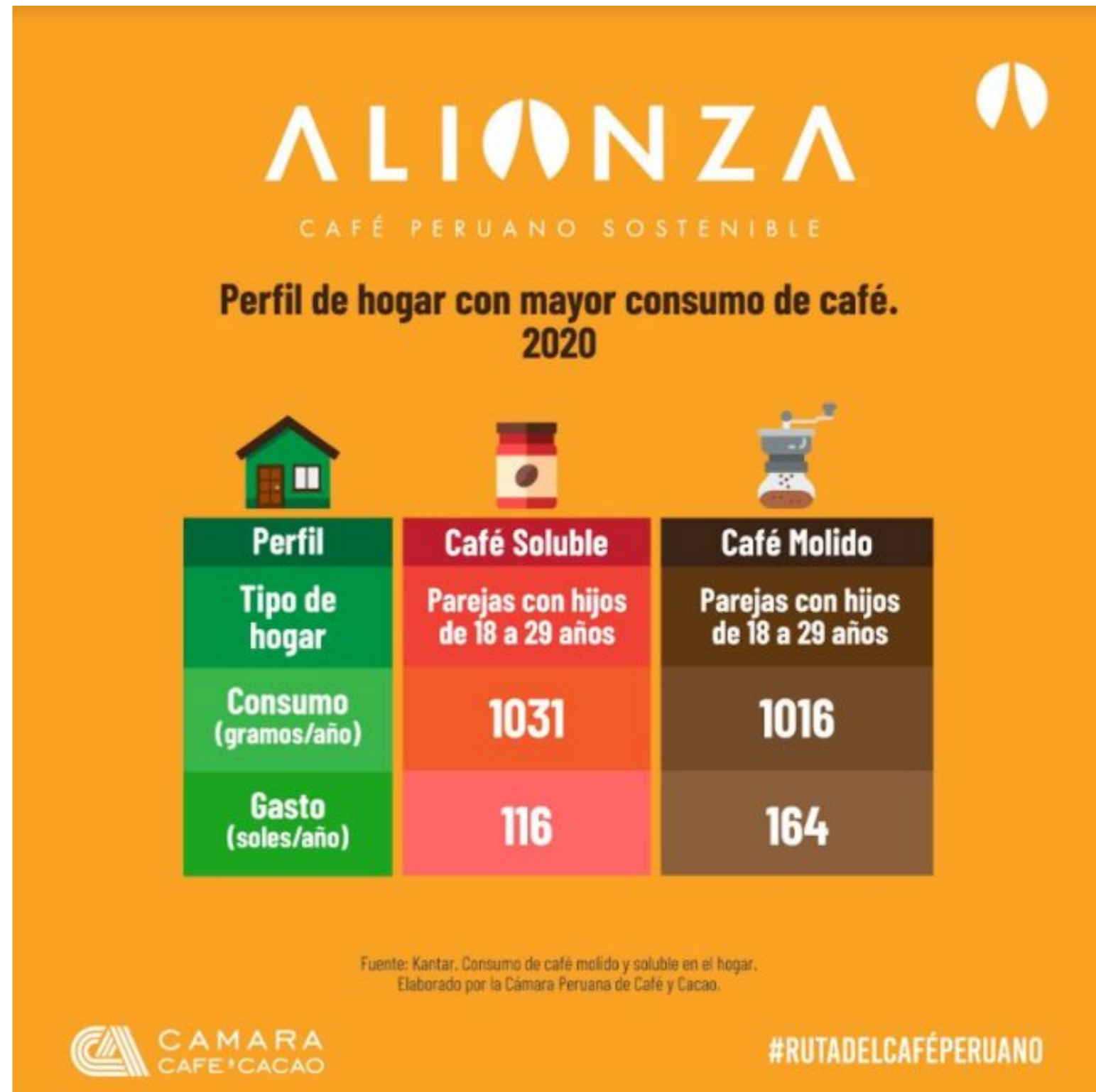
Ventas al por menor de café fresco por categoría. Valor (Mill. S/.)



Estimación en base al precio actual histórico, precio constante 2020 pronosticado.
Euromonitor. Passport 2020. Bebidas calientes. Perú - Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

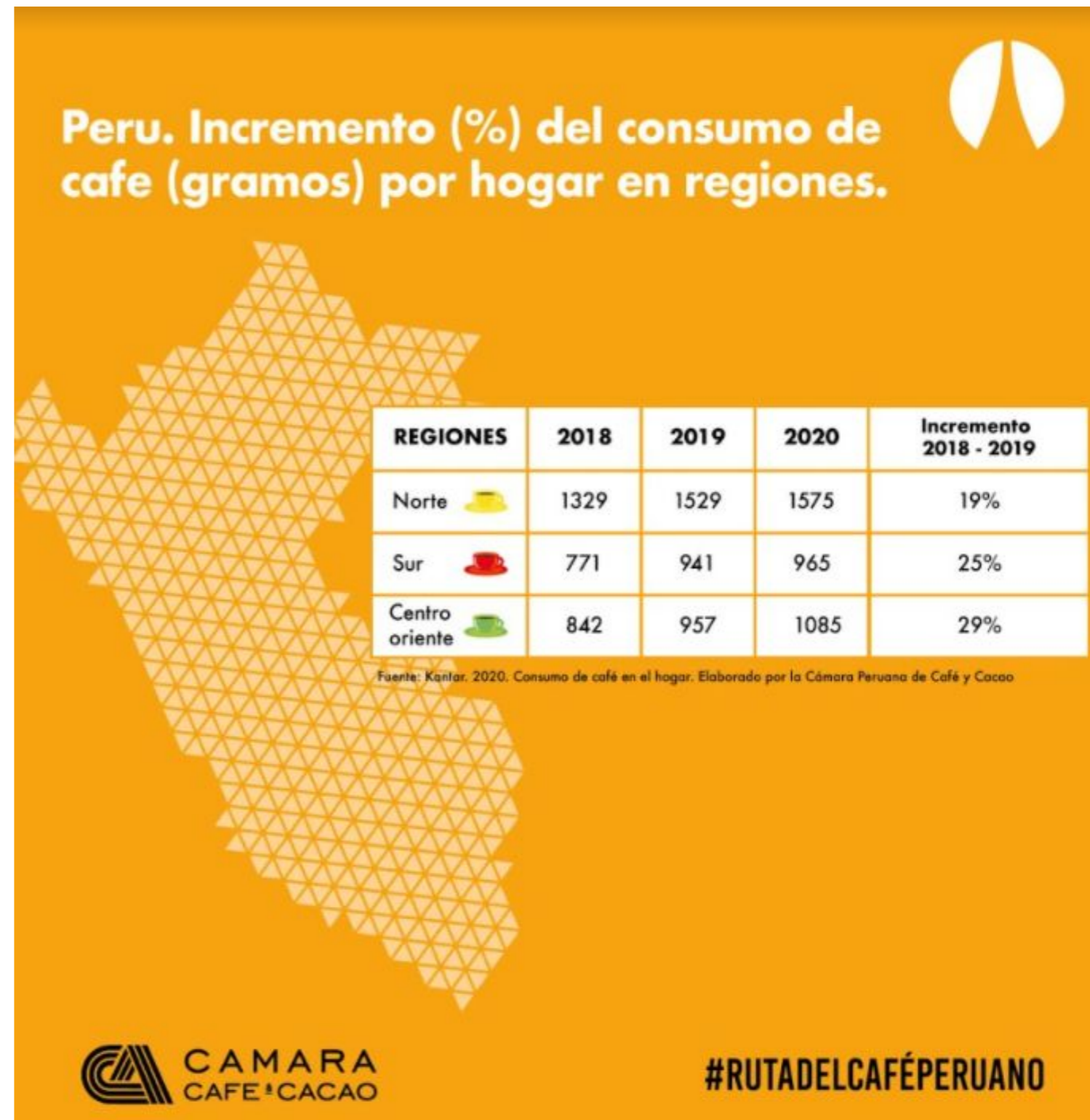
Quiénes toman más Soluble y molido

- ✓ en la actualidad el café soluble tiene una penetración de 75% y el café molido 18%. *Kantar.*
- ✓ Los hogares de **parejas con hijos de 18 a 29 años** alternan y complementan sus compras de café soluble con molido y tiene una mayor disposición para pagar el producto.



Consumo de café molido Lima y regiones

- ✓ De acuerdo al estudio que Kantar (2020) realizó en los hogares representativos de las urbes en 13 ciudades del país: el promedio del consumo de café por hogar en éstas zonas es de **1,144 gramos**.(sin contar Lima)



Ventas en zonas productoras

Cusco

✓ Por cada **100** puntos de venta que hay Cusco y Arequipa, en más de **70** de éstos se encuentra al menos una marca local.

✓ El mercado del café en Cusco y Arequipa se muestra particular. **Aquí lideran las marcas regionales**

ALIONZA

CAFÉ PERUANO SOSTENIBLE



Perú: Disponibilidad (%) de marcas locales de café molido y en grano en el canal minorista tradicional 2018 - 2020.

Año	Lima	Cusco y Arequipa	Piura	Chiclayo	Perú
2018	2	80	0	0	3
2019	2	91	2	0	3
2020	2	87	0	0	2

Fuente: Nielsen. Ventas de café molido y en grano en el Perú.
Elaborado por la Cámara Peruana del Café y Cacao.



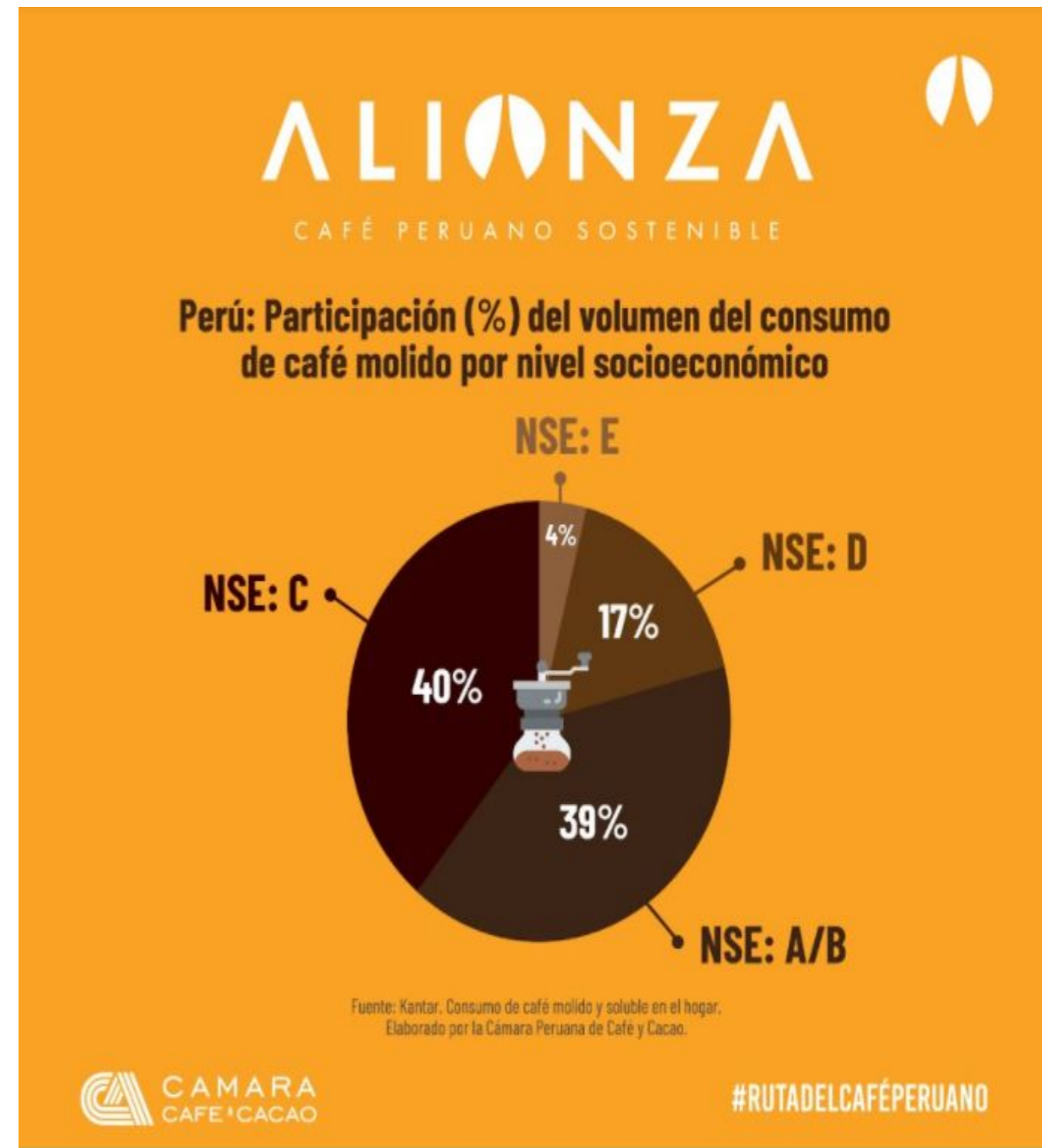
 CAMARA
CAFE & CACAO

#RUTADELCAFÉPERUANO

Consumo según Nivel Socioeconómico

espacios para crecer

- ✓ El NSE C, aumentó su gasto por ocasión de compra en **63%**
- ✓ El crecimiento del consumo café molido empieza a crecer fuera de los NSE A/B



Marcas emergentes de Café Molido

Protagonismo de marcas locales

- ✓ Marcas locales han sostenido una participación del **más de 50%** del segmento de café molido en los últimos dos años, aunque **después de la pandemia ésta se redujo 7%**,



Consumo fuera de hogar

Adaptación de los canales

- ✓ emprendimiento de acciones en uno o varios de los niveles estratégicos



ALIONZA

CAFÉ PERUANO SOSTENIBLE



5 Niveles estratégicos para el éxito de las marcas locales



Fuente: Kantar.2020. Local brand stories

 CAMARA
CAFE & CACAO

#RUTADELCAFÉPERUANO

 CAMARA
CAFE & CACAO

 ALIONZA
CAFÉ PERUANO SOSTENIBLE

Mercados en zonas productoras

¿los cafetaleros toman café?

15 PROVINCIAS		Productores
Cajamarca	San Ignacio	30,675
Cusco	La Convención	23,054
Junín	Sa tipo	18,097
Cajamarca	Jaén	14,908
Junín	Chanchamayo	13,956
San Martín	Moyobamba	11,948
Cajamarca	Cutervo	10,156
Amazonas	Utcubamba	9,127
Amazonas	Rodriguez de	7,061
Puno	Sandia	6,914
San Martín	Rioja	6,529
San Martín	Lamas	5,709
Huanuco	Leoncio Prado	5,515
Amazonas	Luya	5,105
Pasco	Oxapampa	4,013
	total	172,767

Pichanaki

**15 mil familias total, 5600 familias productoras
20 cafeterías**

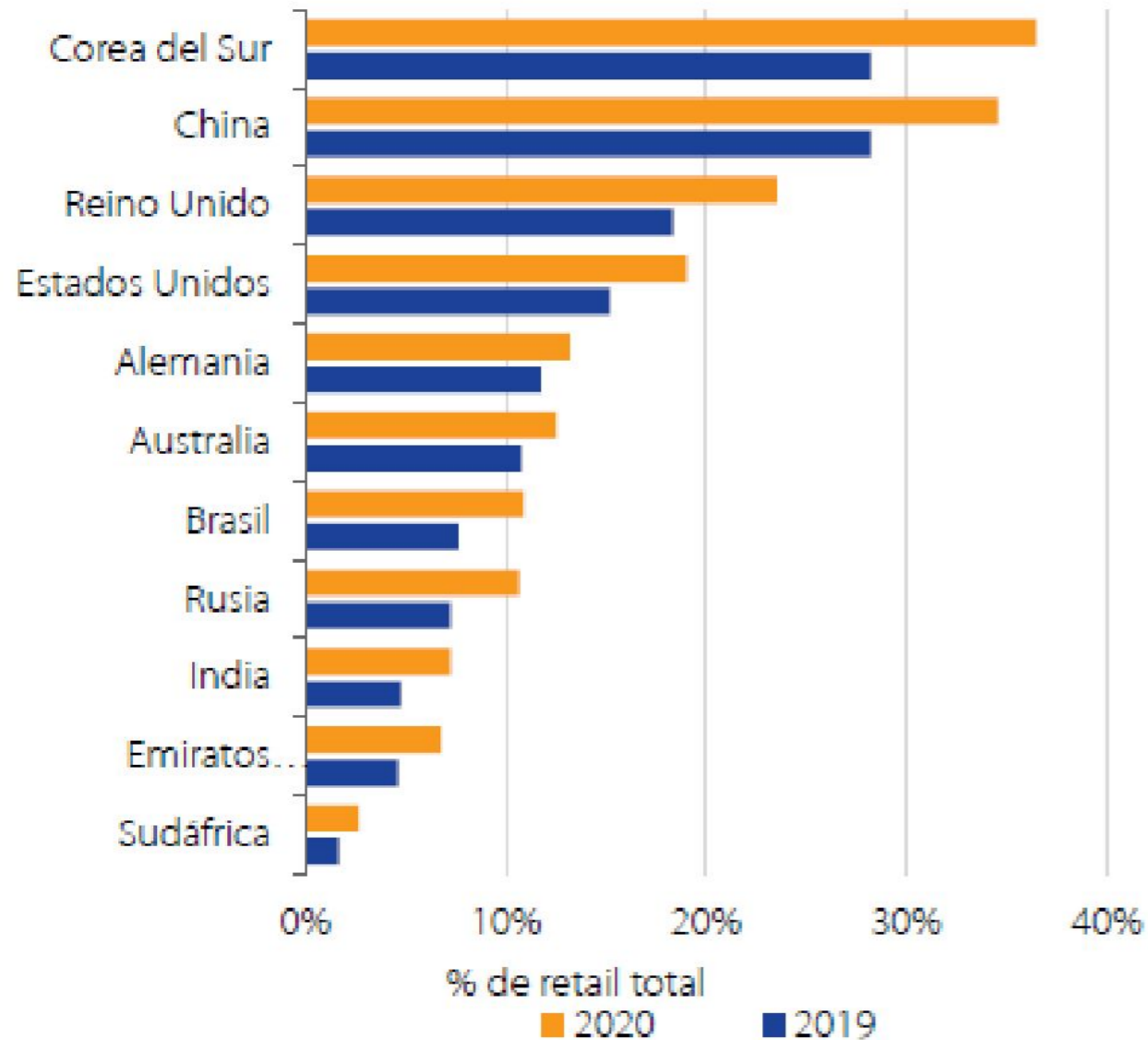
Tamaño	900,000	120,000	1,800,000	2,500,000	soles distrito
Consumo	13.0	1.7	25.9	36.0	soles familia año
Aprox	0.37	0.05	0.74	1.03	kilos fam. Año

**15 Provincias
172 mil productores:**

**13 millones esperado
18 millones conservador
27 millones esperado
35 millones optimista**

Y como crece el e-commerce

Participación del e-commerce en retail total | 2019 - 2020



En Perú
Consumo Grano y molido 2021

Creció en hogares 34%
Creció en PV 18%
¿Ese 20%?

Puntos

- El proyecto Alianza para el Café Competitivo, implementado por la Junta Nacional del Café y la Cámara Peruana del Café y Cacao con apoyo de la Cooperación Suiza, busca aportar con información pertinente el diseño de una política pública de promoción.
- La información histórica no es convergente, se analizan en profundidad cambios en los puntos de venta ni en ciudades productoras.
- El mercado del café en el Perú ha crecido sin mayor acción política hasta ahora, promoviendo nuevas marcas, nuevos actores y mayores opciones a los consumidores. Una mala política podría afectar no sólo a marcas y mercados tradicionales, sino también a muchos emprendedores que han sabido adaptarse al nuevo contexto.