

# Hallazgos de la investigación de consumo de café en San Martín

# Antecedentes

- **Mitos:**
  - El peruano no toma café, el consumo es bajo
  - Las regiones productoras no toman café
- **Tendencias:**
  - Promoción de maquinaria y laboratorio
  - Aparición de nuevas marcas de café y cafeterías



## 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)

## Peru. Incremento (%) del consumo de café (gramos) por hogar en regiones.



REGIONES	2018	2019	2020	Incremento 2018 - 2019
Norte 	1329	1529	1575	19%
Sur 	771	941	965	25%
Centro oriente 	842	957	1085	29%

Fuente: Kantar, 2020. Consumo de café en el hogar. Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Penetración del café en los hogares

Los datos previos no consideran zonas productoras.

La categoría café se muestra dinámica entre segmentos y con puntos de venta diversos.

El principal hallazgo es que se toma y compra café molido en mayor proporción que el promedio nacional

Perú 2018-2020: Penetración media del café según tipo

	Nacional	Lima	Regiones
Molido	18.3%	24.1%	11.4%
Soluble	75.6%	75.9%	75.3%

Fuente: Kantar Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

San Martín 2021: Penetración media del café según tipo y provincia

	Moyobamba	San Martín
Molido	53%	43%
Soluble	64%	54%

Fuente: INNGROWTH Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

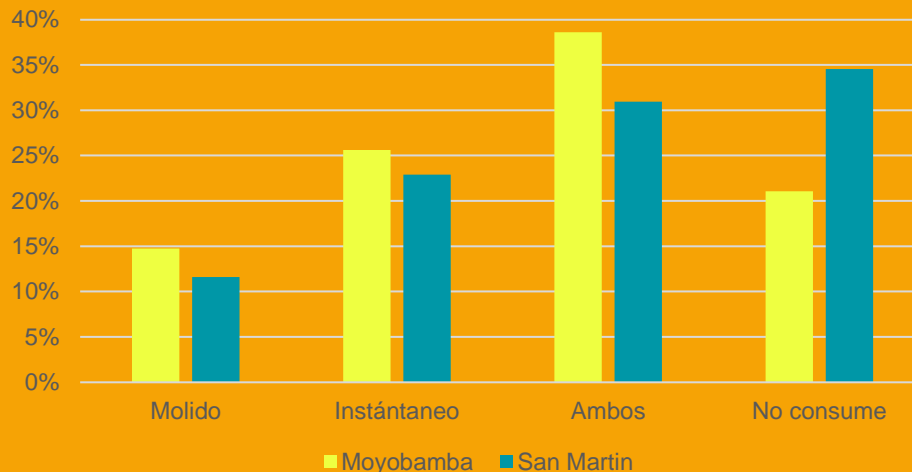
Los hogares combinan el café molido con el soluble, distinguen ocasiones y preferencias.

El café tiene más fidelidad en Moyobamba: 80% lo consume.

El 35% de la provincia San Martín no toma café.

# Moyobamba prefiere café

Preferencias de café en el hogar



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

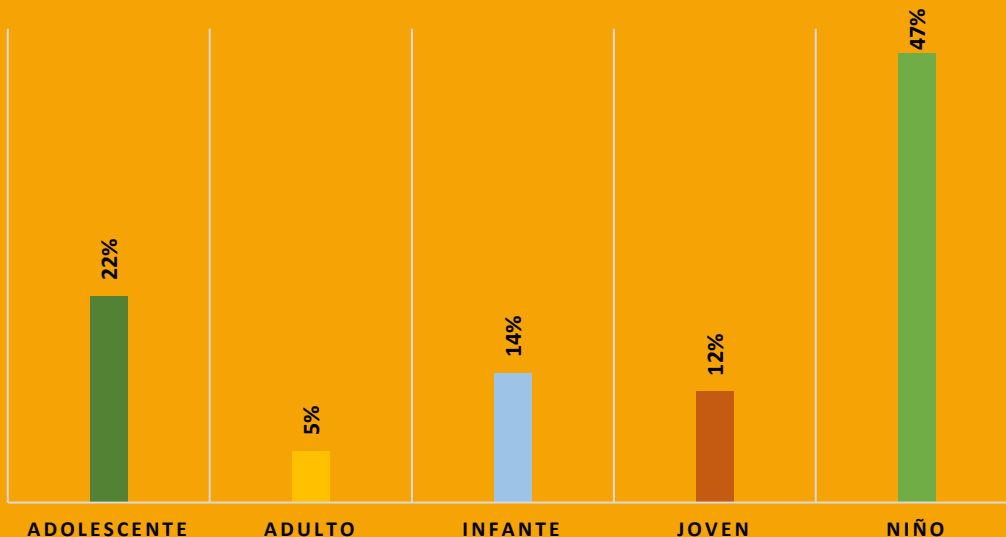
# ¿En que etapa comenzó a tomar café?

## FIDELIZACIÓN

Una zona productora tiene disponibilidad y accesibilidad al café.

El 69% del consumidores inicio el hábito entre niñez y adolescencia.

Existe arraigo con el producto.



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

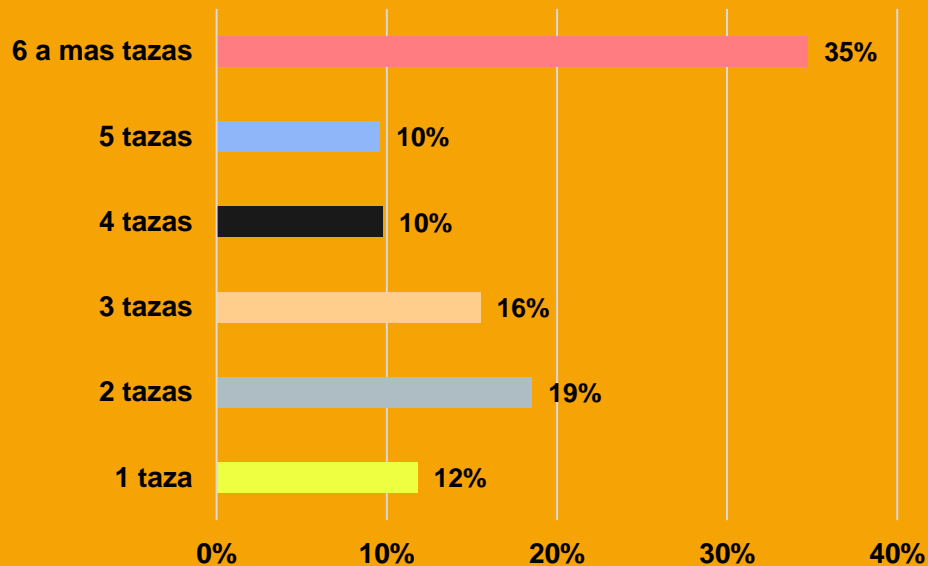
# ¿Cuántas tazas de café toma a la semana?

## HÁBITO

Tiende a ser diario, sobre todo en las poblaciones mayores.

En términos generales los consumidores de la región toman 4 tazas a la semana.

¿Qué limita a los consumidores aumentar?



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

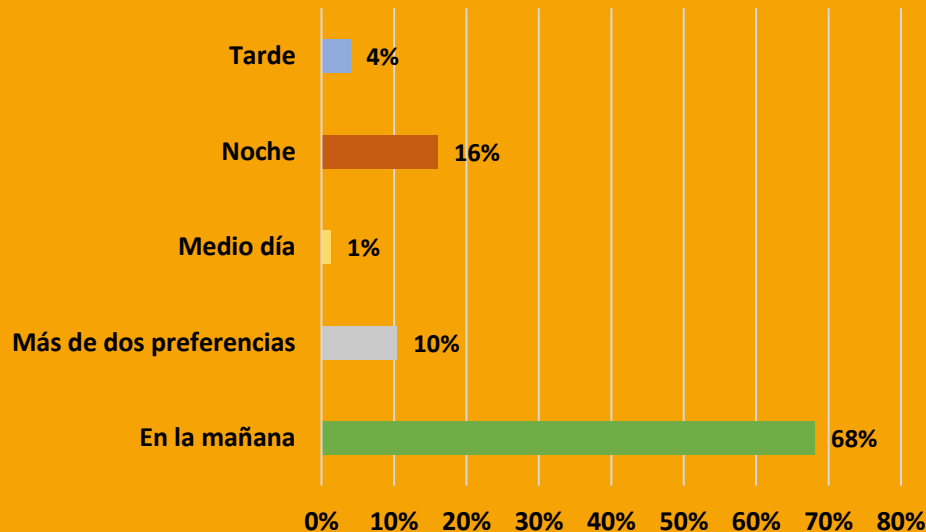
# ¿En que momento del día toma café?

## OCASIÓN

Tiende a ser una vez por la mañana, para comenzar el día

Un 10% distingue las ocasiones y probablemente los productos.

Existen oportunidades de fomentar más ocasiones de consumo



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao



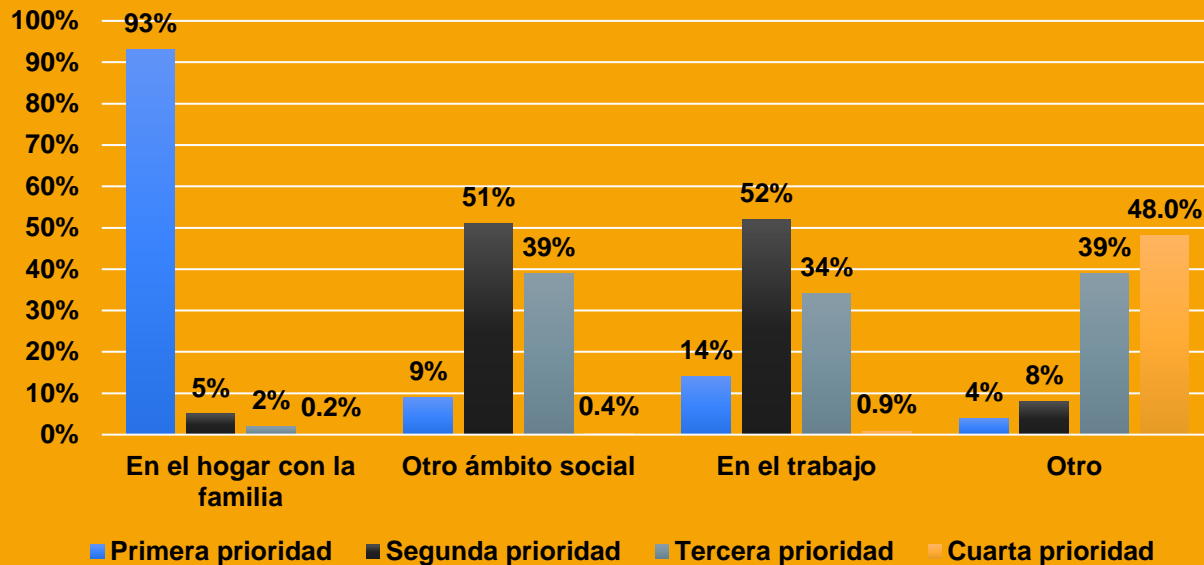
# ¿En que lugar y ámbito toma café?

El café se comparte

Los consumidores  
prefieren compartir en el  
hogar.

El café es preferido en  
ámbito social y el trabajo

El compartir café es un  
motivador importante.



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# ¿Qué café le agrada más?

El café molido es el preferido, muy cerca el soluble. En compra el soluble es más demandado.

Un 31% de los consumidores le agrada tomar café ya preparado (fuera del hogar)

El café grano es parte de las preferencias.

	% respuestas	% casos
<b>Molido</b>	<b>37%</b>	<b>64%</b>
<b>Soluble</b>	<b>35%</b>	<b>60%</b>
<b>Grano entero</b>	<b>9%</b>	<b>16%</b>
<b>Preparado</b>	<b>18%</b>	<b>31%</b>
<b>Otro</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>

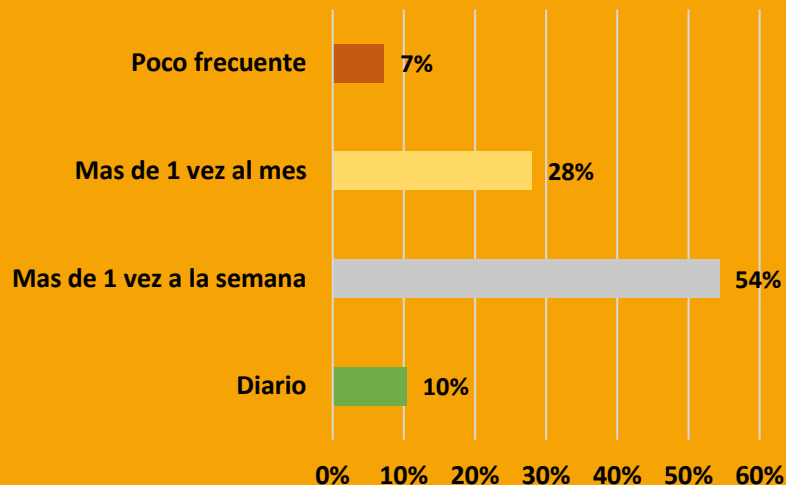
Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Frecuencia de compra

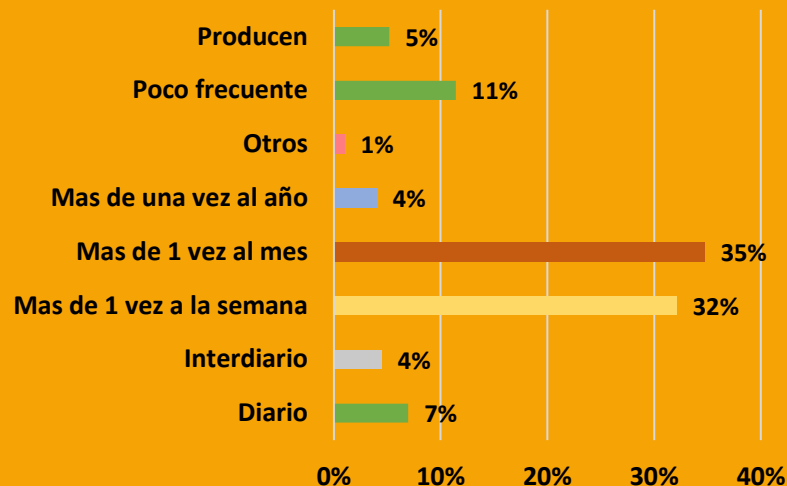
## Soluble

64% al menos una vez a la semana



## Molido

16% autoconsumo/regalo;  
78% al menos una vez al mes



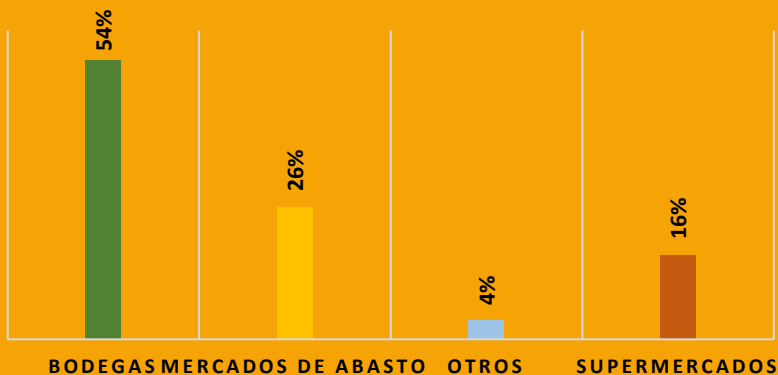
Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Lugar de compra

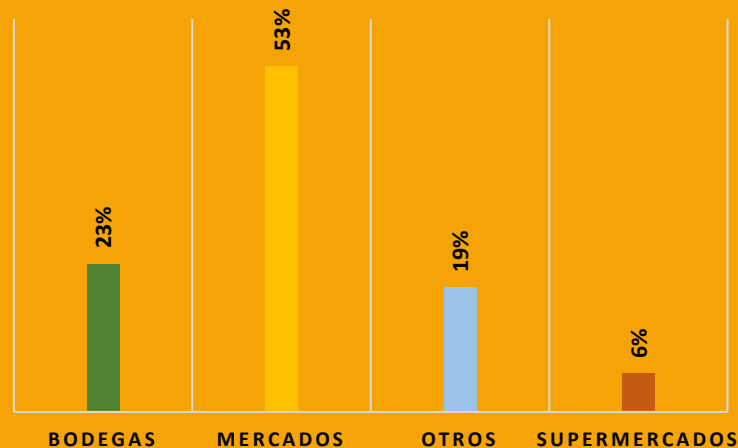
## Soluble

Mayor accesibilidad: 54% bodega



## Molido

Hay que caminar más: 53% mercado, 19% otros puntos de venta ¿cafeterías, cooperativas, tostaderías?



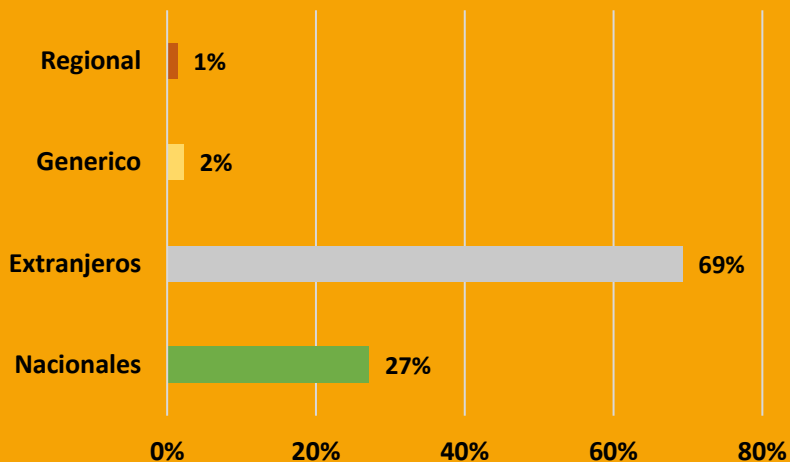
Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Procedencia la marca

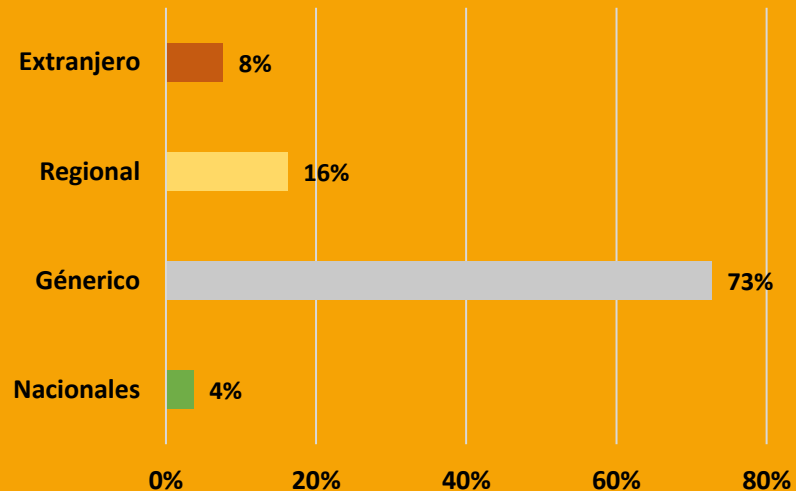
## Soluble

Dominan marcas extranjeras y nacionales



## Molido

Destacan marcas regionales y venta genérica



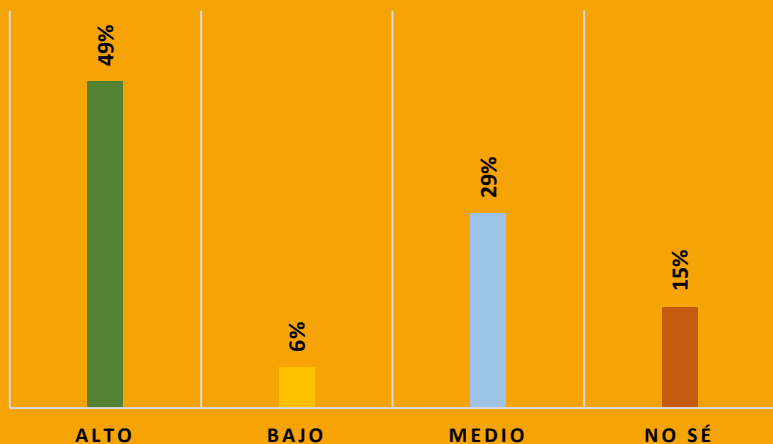
Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Identidad regional

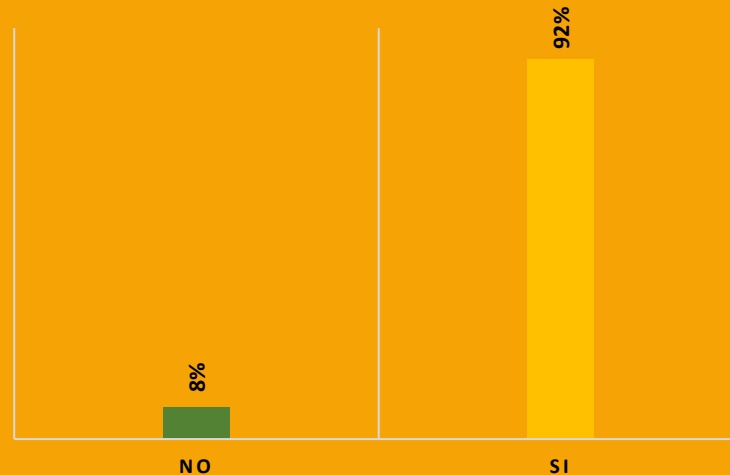
Existe arraigo e identidad tanto con la producción como el consumo de café  
Potencial de fidelizar

¿En qué nivel considera el consumo de café de la región de San Martín?



Fuente: INNGROWTH

¿Considera que la región San Martín es una zona cafetalera?

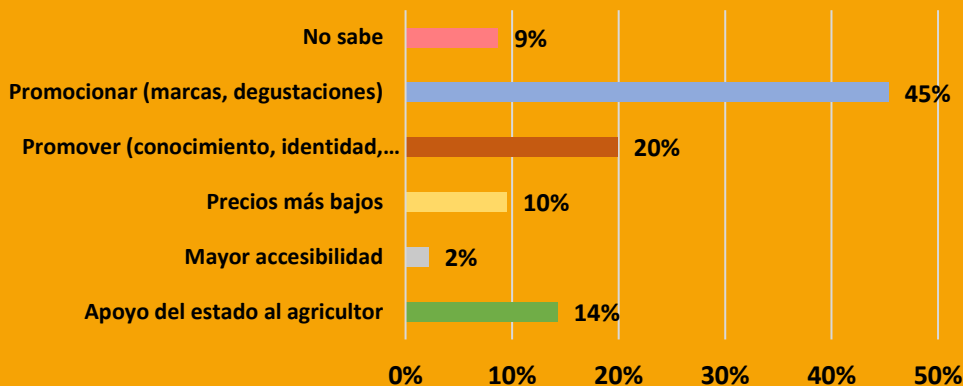


Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

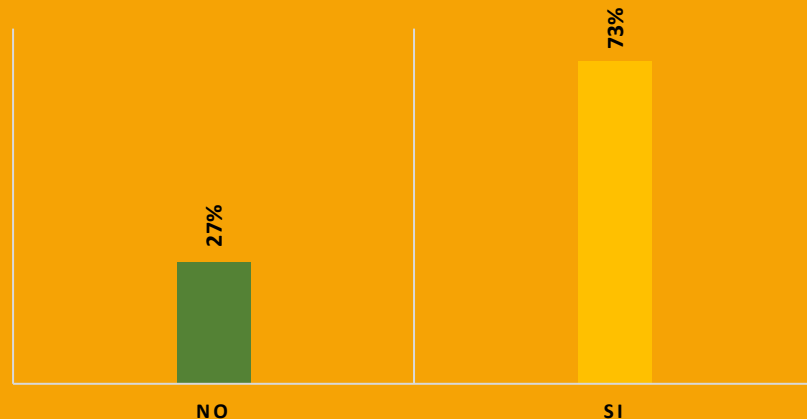
# Espacio para la promoción

Los consumidores reconocen acciones y espacios para la promoción.  
La preparación parecería una tarea a abordar

¿Qué facilidades debería haber para aumentar el consumo de café en la región?



¿Consumiría café preparado en cafeterías móviles?



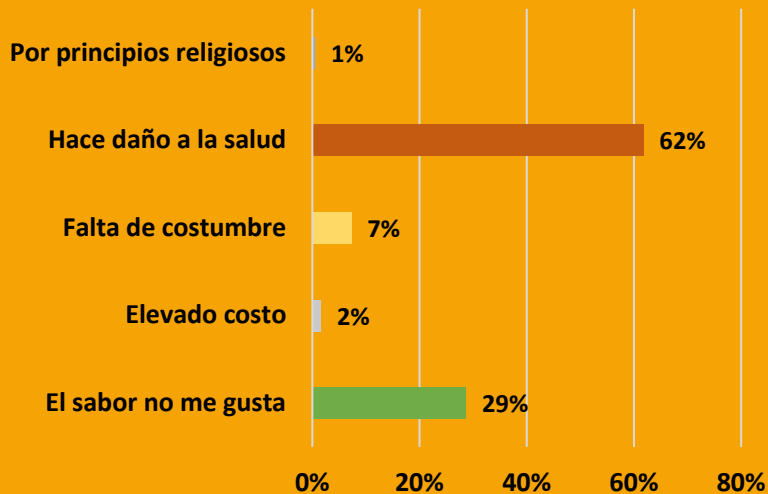
Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

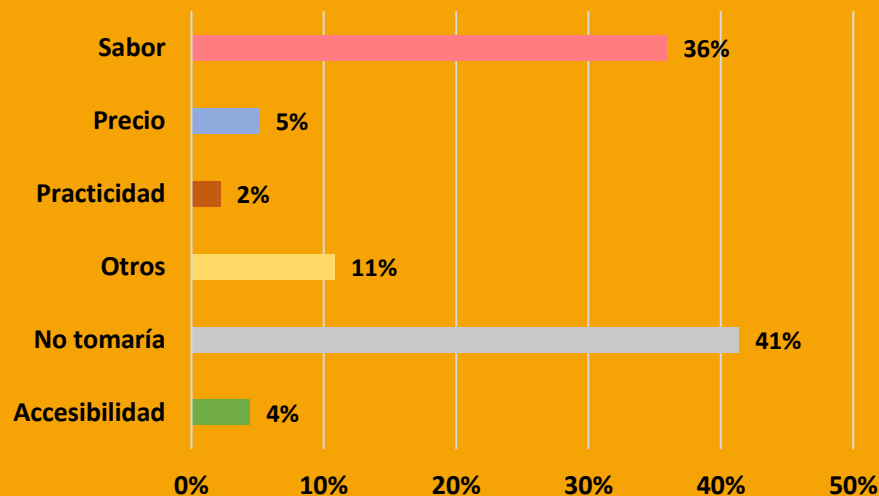
# No consumidores: 28% de la población

La creencia que el café hace daño a la salud es la principal traba  
El sabor del café es una limitante clave

## ¿Por qué no toma café?



## ¿De que depende su eventual consumo de café?



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

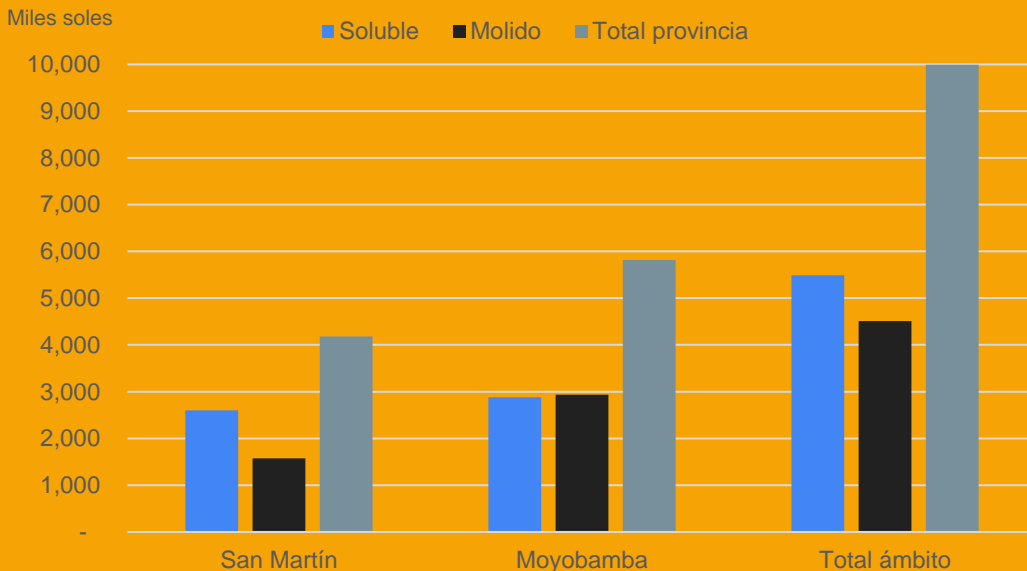


# Tamaño de Mercado

El tamaño de mercado bordearía los S/. 10 millones.

Moyobamba tiene un mercado más homogéneo, San Martín es dominado por el soluble.

El mercado preliminar del café molido se ubica en el rango de S/. 3.5 a 6 S/. 6 millones de soles (valor medio 4.5)



Fuente: INNGROWTH

Elaborado por la Cámara Peruana de Café y Cacao

# Siguientes pasos

- Validar mediante entrevistas/ encuestas con marcas locales / supermercados.
- Hacer un mapeo de cafeterías, tostadorías y puntos de venta.
- Evaluar la estacionalidad de los resultados.
- Trabajo cualitativo de aptitudes y preferencias (compra, preparación y consumo).



**Empresa:** INNGROWTH SAC.

**Contratante:** Cámara Peruana de Café y Cacao

**Objetivo:** Obtener información base del comportamiento del consumidor y no consumidor de café en la región San Martín el 2021.

**Alcance:** provincias de Moyobamba y San Martín

**Cobertura:** 62.4% en la provincia de Moyobamba y 79.4% en San Martín.

**Período de referencia:** Setiembre del 2021

**Población objetivo:** Mayores de 18 años de los distritos de Tarapoto, Morales, Banda Shilcayo y Moyobamba

**Unidad Estadística:** Persona mayor a 18 años que consuma o no consuma café

**Nivel de confianza:** 95%, margen de error 5.8%. La muestra fue de 630 personas.

**Marco muestral:** Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017

**Técnica de recojo:** encuesta presencial en zona de residencia.

**Tipo de muestreo:** polietápico, estratificado, probabilístico y aleatorio. Distribuidos en centros poblados con acceso a tiendas y bodegas.