



**INNOVACIÓN
Y TECNOLOGÍA**
AL SERVICIO DEL
CAFÉ DE GUATEMALA



Tendencias de Consumo: Europa

Julio Guevara

“El consumo es el único fin y propósito de toda la producción; y el interés del productor debe ser atendido sólo en la medida en que sea necesario para promover el del consumidor” - Adam Smith



El Consumo en Números

Data en millones de sacos de 60kg

- Consumo Mundial actual:
 - 161.3
- Consumo Mundial estimado para el 2020/2021:
 - 170
- Consumo Europeo actual:
 - 52.9 (+30% del consumo mundial)

*<http://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>



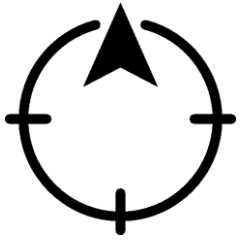
El Consumo de Café: Europa



Consumo en Europa

Analizando Europa

NORTE



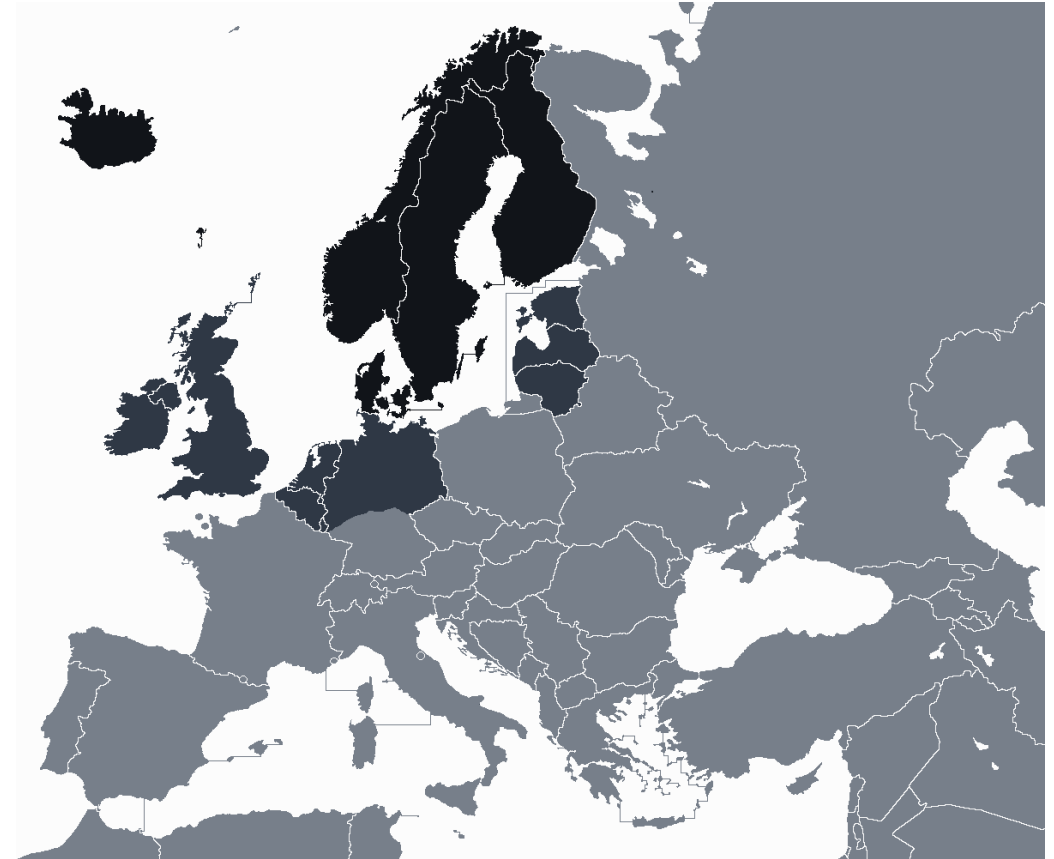
Volumen de Consumo(per cápita): Alto



Perfil de Tueste: Muy Claro/"Light"



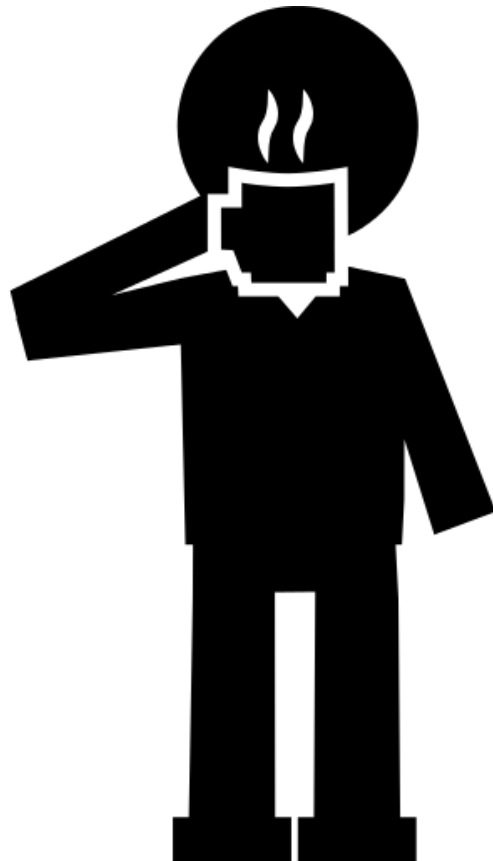
Preferencias de consumo: Drip/Filter/Batch Coffee



Consumo en Europa

Analizando Europa

NORTE

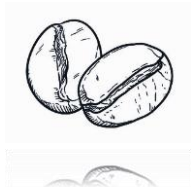


- Café filtro tostado ligero/claro
- Café 24/7. Silencio social junto a una taza de café.
- "Siempre hay una buena razón para tomar una taza de café."
- Los países que han experimentado el mayor crecimiento desde 2010 en las ventas minoristas de cafés son Suecia, Dinamarca y Noruega.
- La elección de más café de alta calidad y el crecimiento del consumo fuera del hogar indican cambios en los hábitos de consumo.

Consumo en Europa

Analizando Europa

SUR



Volumen de Consumo(per cápita): Alto



Perfil de Tueste: Oscuro

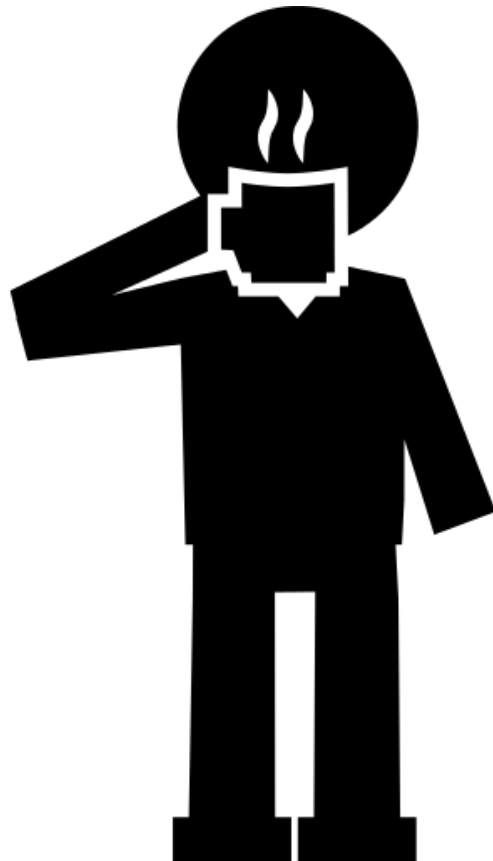
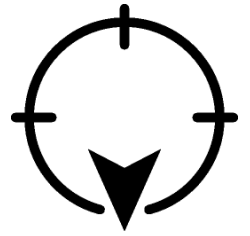


Preferencias de consumo: Espresso y Latte



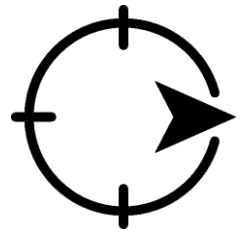
Consumo en Europa

Analizando Europa SUR



- Alto consumo de café (Italia, España y Grecia)
- Cultura/Industria del tueste y manufactura es de las más desarrolladas en Europa (en cuanto a volumen)
- Influencias y presencias de marcas como Illy y Lavazza conforman una influencia tanto Europea como global en el consumo del café.
- Cultura cafetera basada en el espresso (tuestes oscuros y/o torrefacto)
- Compromiso del consumidor más elevado: más accesibilidad
- Innovación en el servicio y fabricación de máquinas de espresso
- Concepto boutiques
- Menos conocimiento percibido (a comparación del resto de Europa)

Consumo en Europa



ESTE



Volumen de Consumo(per cápita): Medio



Perfil de Tueste: Medio/Oscuro

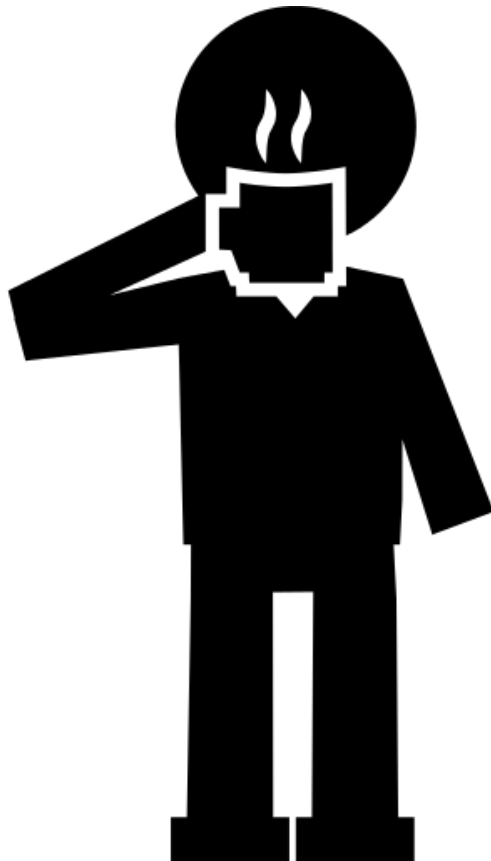
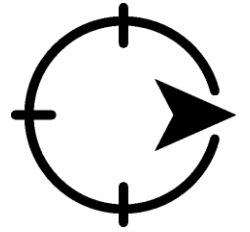


Preferencias de consumo: Ibrik/Espresso/Latte



Consumo en Europa

Analizando Europa ESTE



- El café de especialidad empezó su desarrollo entre 2013/2014.
- Comenzaron un desarrollo hacia el consumo de calidad más tarde que el resto de Europa, debido a una lucha con los antecedentes del comunismo, cuando no tenemos acceso a nada.

Desarrollo de una cultura cafetera en base al servicio:

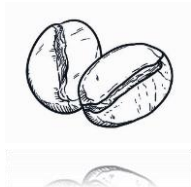
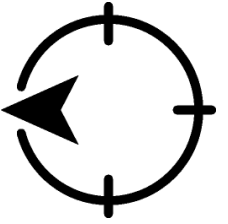
Campeones del Este :

- Alexandru Niculae – Campeon Tueste 2016 - Romania
- Ecaterina Szasz – 2ndo lugar en Ibrick – Athens 2015 - Romania
- Martin Hudak - World CIGS 2017 - Slovakia
- Agnieszka Rojewska - Campeona WBC

Consumo en Europa

Analizando Europa

OESTE



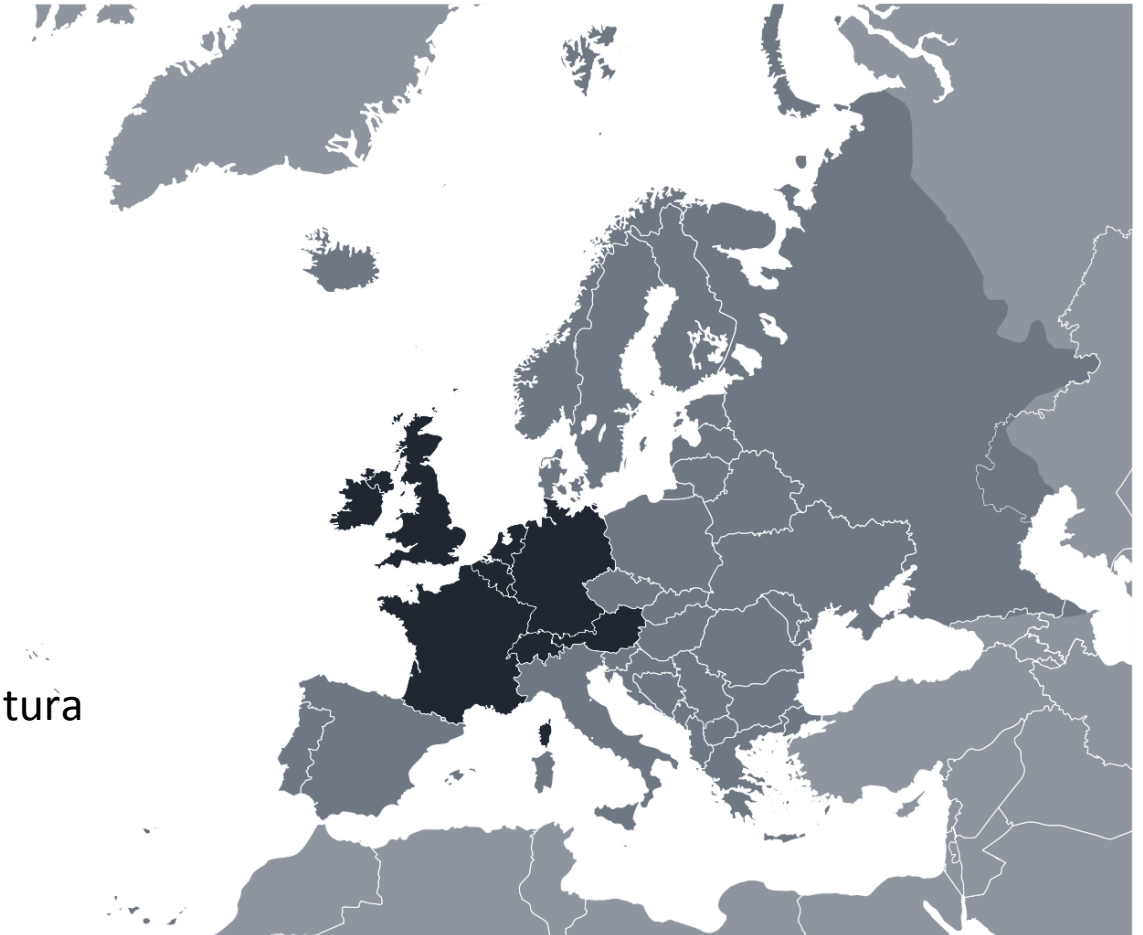
Volumen de Consumo(per cápita): Alto



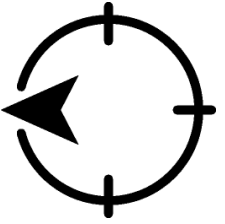
Perfil de Tueste: Medio/Oscuro



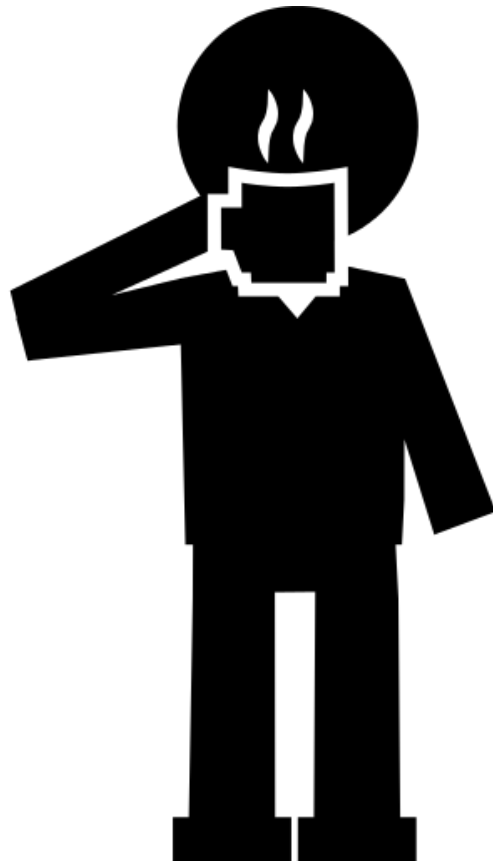
Preferencias de consumo: Espresso y Latte (cultura de café de Filtro en desarrollo)



Consumo en Europa



OESTE



- Alto consumo de café (Alemania y Reino Unido)
- Compromiso del consumidor más elevado: más accesibilidad
- Innovación en las bebidas(café, equipo, tecnología, perfil de taza)
 - Innovación en el servicio
- Concepto boutiques
- Más conocimiento percibido
- Creando mayores expectativas
- Se hacen preguntas sobre trazabilidad y sostenibilidad
- El consumo de café de especialidad es más elevado en el Noroeste de Europa debido a niveles de ingresos más altos acompañados de un consumidor más educado(una cultura de café más avanzada)

Tendencias de Consumo



Tendencias de Consumo



Tendencias de Consumo

- Cultura del espresso establecida y conformada por compañías(tostadores y fabricantes) Italianas(como Illy y Simonelli) con potencial de nuevos mercados entrantes.
- Los clientes ya no solo compran un producto debido a sus preferencias, sino que compran toda su historia y lo que representa.
- Los clientes solicitan evidencias detalladas sobre la cadena de suministro y las prácticas laborales.
- Tanto influencia social como política han influenciado en el tipo y volumen de consumos de los países Europeos.
- Las tendencias de consumo se reflejan tanto en tipos de tueste como en la manera de consumir el café.





Conclusiones

Conclusiones



Conclusiones

- Europa es un gran mercado cafetero, que representa alrededor del 30% del consumo mundial. Si bien se espera que el consumo se estabilice a largo plazo, Europa seguirá siendo un mercado atractivo.
- No se puede tomar en cuenta el consumo de Europa como uno solo. Sus diferentes regiones representan diferentes desarrollos y diferentes consumos.
- Un productor/tostador/barista/consumidor mejor informado podrá tener un mejor acceso a mercado, utilizar la información como herramienta de negocio.
- Al entender el consumo y por lo tanto al consumidor, se puede alinear un punto de vista con el comprador del café, lo cual servirá para ayudar a establecer una buena relación de negocios.





¡GRACIAS!

**PERFECT
DAILY GRIND**

julio@perfectdailygrind.com
@PerfectDailyGrind
@JGuevarae

