



Estudio de  
**Café**  
en el Quindío  
2019

**PRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA**

Esperanza Ramírez Osorio

**VICEPRESIDENTE DE JUNTA DIRECTIVA**

Ángela María Londoño Mejía

**PRESIDENTE EJECUTIVO**

Rodrigo Estrada Reveiz

**MIEMBROS PRINCIPALES DE JUNTA**

Jean Paul García Pulido

Martha Cecilia Muñetón Giraldo

Yolanda Londoño Valencia

Fanny Stella Valencia Buitrago

Omar Aristizabal Ruíz

Víctor Manuel Palacios Ochoa

Jesús Armando Bedoya Rodríguez

**SUPLENTE DE JUNTA DIRECTIVA**

Gustavo Alberto Patiño Castaño

Cielo Méndez Pérez

Patricia Serna Botero

Nubia Arias Galvis

Fernando Jaramillo Ospina

Diego Suárez Mejía

Jaime Andrés Moreno Motta

Lina María Aguilar Téllez

Mario Alberto Rojas Ospina

**ELABORÓ**

Área de Estudios e Investigaciones

**DIRECTOR**

Jimmy Franco Arias

**PROFESIONAL DE INVESTIGACIÓN**

Heiller Javier Muñoz Marín



**CÁMARA DE COMERCIO  
DE ARMENIA Y DEL QUINDÍO**



# Contenido

1.	<b>PLANTAS TOSTADORAS DE CAFÉ EN EL QUINDÍO</b> .....	4
1.1	CAPACIDAD INSTALADA DE LAS PLANTAS TOSTADORAS.....	6
1.2	PRODUCCIÓN DE LAS PLANTAS TOSTADORAS.....	7
1.3	TIPO DE CAFÉ PROCESADO .....	7
1.4	NÚMERO DE MARCAS PROCESADAS .....	8
1.5	PROCEDENCIA DE LAS MARCAS PROCESADAS .....	8
1.6	EMPLEOS GENERADOS EN LAS PLANTAS.....	9
1.7	COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS .....	9
1.8	DESTINO DEL PRODUCTO.....	10
2.	<b>TIENDAS ESPECIALIZADAS EN CAFÉ</b> .....	11
2.1	TIEMPO DE OPERACIÓN DE LAS TIENDAS.....	13
2.2	EMPLEOS GENERADOS.....	13
2.3	COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ ESPECIAL .....	14
2.4	PROCEDENCIA CAFÉ COMERCIALIZADO .....	14
2.5	PRECIO POR TAZA .....	14
2.6	BEBIDAS DE CAFÉ MÁS VENDIDAS .....	15
2.7	HORARIOS DE MAYOR CONSUMO DE CAFÉ.....	16
2.8	TIPO DE CLIENTE MÁS FRECUENTE .....	16
2.9	ESTADO DE LAS VENTAS .....	17
2.10	CERTIFICACIÓN .....	17
3.	<b>HÁBITOS DE CONSUMO DE CAFÉ EN LOS QUINDIANOS</b> .....	18
3.1	CONSUMO DE CAFÉ.....	20
3.2	NO CONSUMIDORES DE CAFÉ Y BEBIDAS SUSTITUTAS .....	20
3.3	LUGARES Y HORARIOS DE CONSUMO DE CAFÉ .....	21
3.4	CONSUMO DE TAZAS DE CAFÉ .....	22
3.5	BEBIDAS DE MAYOR CONSUMO.....	23
3.6	CONOCIMIENTO SOBRE CAFÉ GOURMET .....	24
3.7	LUGAR DE CONSUMO DE CAFÉ TIPO GOURMET.....	24
3.8	DISPOSICIÓN A PAGAR POR TAZA.....	25
3.9	CONOCIMIENTO EN MÉTODOS ESPECIALES PARA LA PREPARACIÓN DEL CAFÉ.....	26
3.10	CONSUMO DE CAFÉ EN EL HOGAR .....	26
4.	<b>HÁBITOS DE CONSUMO DE CAFÉ EN JÓVENES QUINDIANOS</b> .....	27
4.1	CONSUMO DE CAFÉ EN JÓVENES .....	29
4.2	JÓVENES NO CONSUMIDORES DE CAFÉ Y BEBIDAS SUSTITUTAS.....	29
4.3	HORARIOS Y LUGARES DE CONSUMO DE CAFÉ EN JÓVENES.....	30
4.4	CONSUMO DE TAZAS DE CAFÉ .....	31
4.5	BEBIDAS DE MAYOR CONSUMO.....	31
4.6	MUNICIPIOS PREFERENTES PARA CONSUMIR CAFÉ.....	32
4.7	DISPOSICIÓN A PAGAR POR TAZA.....	32
4.8	CONOCIMIENTO EN MÉTODOS ESPECIALES PARA LA PREPARACIÓN DEL CAFÉ.....	32
5.	<b>COMENTARIOS FINALES</b> .....	33



# Plantas tostadoras de Café en el Quindío



*Tu mejor aliado*

# 1. PLANTAS TOSTADORAS DE CAFÉ EN EL QUINDÍO



Producción, tuestión y aroma. Conozca en este capítulo:

<b>Caracterización de la industria del café</b>	<b>Capacidad instalada y producción</b>
<b>Tipo y origen del café procesado</b>	<b>Empleo generado</b>
<b>Comportamiento en ventas</b>	<b>Mercado del producto</b>

La información de caracterización de la industria del café parte de las bases de datos de registros públicos de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío a través de la clasificación CIIU Rev. 4.

Por su parte, la información presentada de las otras variables parte de una encuesta realizada a 27 de 31 empresas identificadas con planta tostadora dentro del departamento quindiano.

## FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A TOSTADORAS Y CARACTERIZACIÓN

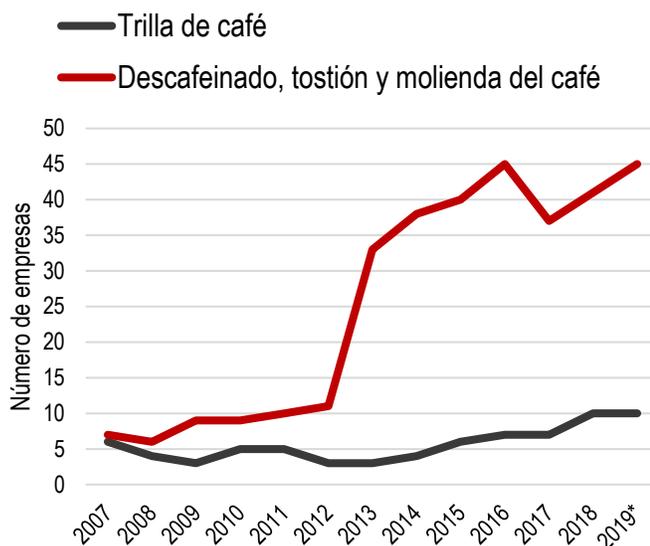
<b>Técnica</b>	Entrevista telefónica con aplicación de cuestionario estructurado (17 preguntas)
<b>Grupo objetivo</b>	Administradores o dueños de las plantas tostadoras
<b>Tipo de muestreo</b>	Encuesta a toda la población
<b>Universo</b>	31 plantas identificadas en el Quindío
<b>Error y confianza</b>	95% nivel de confianza, Error 5%
<b>Tam. de muestra</b>	27 plantas encuestadas
<b>Medición</b>	Agosto 2019
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Cobertura</b>	12 Municipios del Quindío

De acuerdo a la información de registros públicos de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, actualmente se encuentran en operación dentro del departamento 14 trilladoras de café (4 de las cuales son agencias con sucursal en el departamento) y 45 empresas registradas bajo la actividad de descafeinado, tuestión y molienda del café. De estas 45 empresas con dicho registro, 31 se han identificado con infraestructura para la tuestión del café.



La actividad de descafeinado, tostión y molienda del café se ha incrementado en el Quindío en un 485% desde el año 2007, pasando de registrar 7 unidades productivas en ese año a 41 en 2018. Para el 31 de octubre del 2019, el número de empresas registradas bajo dicha actividad ya superó al total del 2018, llegando a 45 empresas e igualando la cifra más alta en el año 2016. Si bien este crecimiento es positivo, aún hace falta consolidar la actividad en el departamento, dado que solo el 15,5% de estas empresas cuentan con activos superiores a los 50 millones de pesos.

### Número anual de empresas quindianas procesadoras de café



\* 2019 a 31 de octubre  
Fuente Registros públicos CCAQ

## 1.1 CAPACIDAD INSTALADA DE LAS PLANTAS TOSTADORAS

La capacidad instalada de las plantas tostadoras en el Quindío evidenció, para 2019, un punto máximo de potencial de producción, con la posibilidad de tostar aproximadamente 1.210.950 libras al mes (ver Cuadro).

### Capacidad instalada de las plantas tostadoras en el Quindío

Año	Número de plantas encuestadas	Capacidad instalada total (lb/mes)
2015	25	547.300
2016	26	675.160
2017	25	715.830
2018	24	891.120
2019	27	1.210.950

Para los últimos dos años (2018 y 2019) la capacidad instalada se ha incrementado a un mayor ritmo, demostrado en las 10 de las 27 empresas encuestadas que afirmaron haber realizado inversiones en maquinaria y equipos para la vigencia 2019 y en las 11 para la vigencia 2018.



## 1.2 PRODUCCIÓN DE LAS PLANTAS TOSTADORAS

La producción de las plantas crece a un ritmo del 37,1% anual, siendo más significativo el incremento en los dos últimos años. Si bien se ha logrado incrementar de manera significativa la producción promedio mensual por empresa para el año 2019, existe aún un 50% de margen diferencial entre producción y capacidad instalada, por lo que las empresas tostadoras quindianas tienen el potencial de duplicar la producción actual de café tostado.

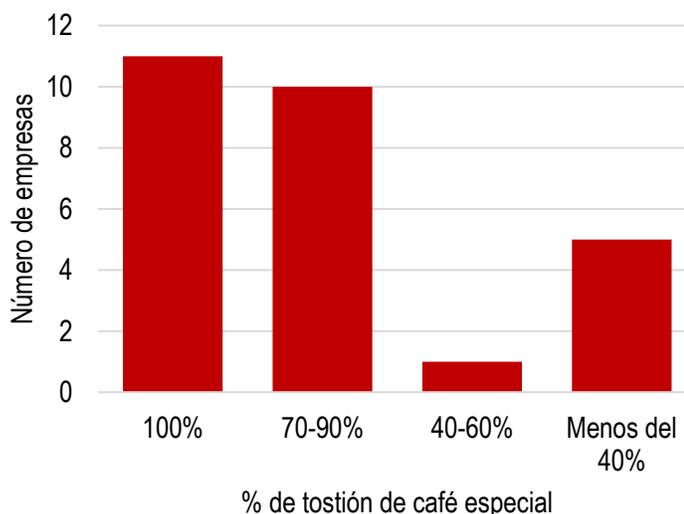
### Producción de las plantas tostadoras en el Quindío

Año	Número de plantas encuestadas	Producción total (lb/mes)
2015	25	157.610
2016	26	204.890
2017	25	229.373
2018	24	369.920
2019	27	601.400

## 1.3 TIPO DE CAFÉ PROCESADO

**11** De las 27 plantas encuestadas procesan únicamente café especial, correspondiente al 40,7% del total. Otras 10 plantas indicaron tostar entre un 70 a 90% de café especial, lo que indica que tres cuartos del total de empresas encuestadas procesan más del 70% en café diferenciado. Este resultado evidencia una clara especialización en la tostión de la empresa quindiana.

### Empresas que procesan café especial según porcentaje total de tostión



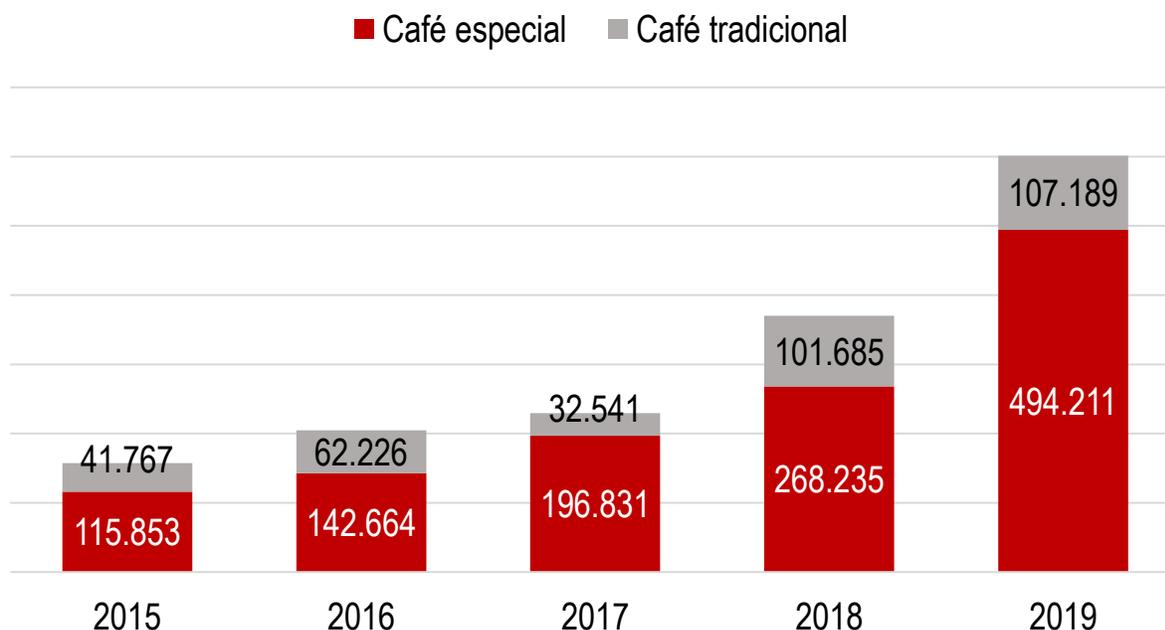
Los porcentajes restantes corresponden a la tostión de café tradicional, el cual difiere del especial en calidad, calificación de catación, origen y precio.



De acuerdo a lo indicado por las empresas tostadoras encuestadas para el año 2019, el 82,1% de todo el café mensualmente tostado en el Quindío ha sido de carácter especial, frente a un 17,9% correspondiente a café tradicional. El porcentaje de tostión de café especial aumentó 9,6 puntos porcentuales frente al resultado obtenido para 2018, donde el 72,5% de tostión fue para dicho tipo de café.

### Cantidad mensual aproximada de libras tostadas según tipo

8



### 1.4 NÚMERO DE MARCAS PROCESADAS

**56%**

De las empresas encuestadas procesan únicamente la marca propia. Por su parte 22% de estas procesan entre 2 y 9 marcas y; el restante 22%, procesa 10 o más marcas de café.

### 1.5 PROCEDENCIA DE LAS MARCAS PROCESADAS

**74%**

De las tostadoras procesan únicamente café procedente del Quindío. El restante 26% de ellas procesan café quindiano y el procedente de zonas como Valle del Cauca, Huila, Nariño, Risaralda, Tolima y Caldas.



## 1.6 EMPLEOS GENERADOS EN LAS PLANTAS

**185** Puestos de trabajo permanentes fueron reportados por las 27 plantas tostadoras encuestadas para un promedio de 7 empleados por empresa directamente relacionados con la actividad de tosti3n.

Mientras el n3mero de empleos permanentes por empresa crece paulatinamente, el n3mero de empleos temporales decrece, pasando de 139 puestos de trabajo en esta categor3a en 2016 a 71 para 2019. Este resultado es un buen indicador de la formalizaci3n laboral en la actividad.

### N3mero de puestos laborales permanentes y temporales por a3o en las plantas tostadoras

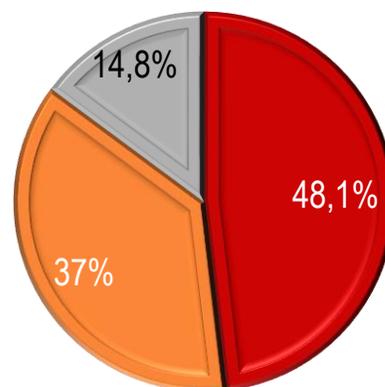
A3o	N3mero de plantas encuestadas	Empleos permanentes reportados	Empleos temporales reportados
2016	26	148	139
2017	25	137	81
2018	24	152	64
2019	27	185	71

## 1.7 COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS

**85%** De las empresas reportaron que sus ventas **han mejorado o permanecido igual de buenas** para la vigencia 2019. Si bien este porcentaje es inferior al obtenido en 2018 donde un 96% de empresas reportaron un buen panorama comercial, el resultado contin3a siendo alto y positivo para la actividad.

### Estado de las ventas en las plantas tostadoras para 2019

■ Aumentado ■ Continuoado igual de bien ■ Disminuido



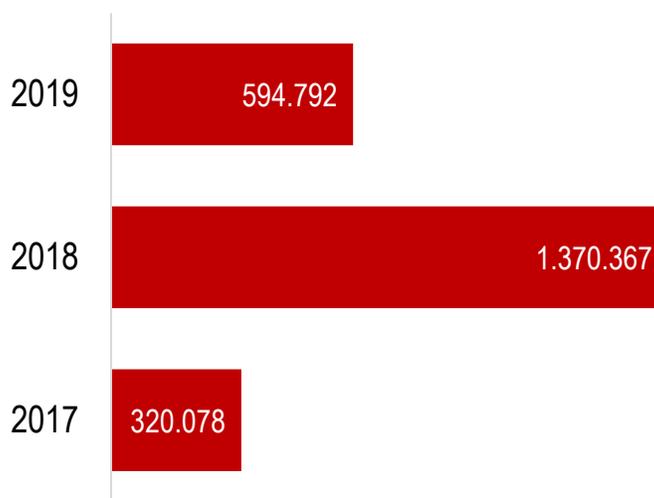
## 1.8 DESTINO DEL PRODUCTO

**61%** Del café mensual procesado tiene como destino el mercado local (Quindío), 24% se destina al comercio nacional y 15% se dirige a exportación. Estos porcentajes presentaron variación frente a lo expuesto en el año 2018. Donde el 45,5% del café se destinaba al mercado local, 35,9% al nacional y 18,6% a exportación. Según los resultados, durante el año 2019 el comercio local se incrementó mientras que se redujo el mercado nacional y el internacional.

Los anteriores resultados se ven también reflejados en las cifras netas de exportación entre el periodo de enero – septiembre proporcionadas por Procolombia, donde se evidencia una reducción en las exportaciones de café tostado del 56,6% en 2019 respecto al año 2018. No obstante, la cifra del presente año es superior en valor a lo exportado durante el mismo periodo de 2017.

Para este análisis, se tuvieron en cuenta las partidas arancelarias 0901211000, 0901212000 y 0901220000.

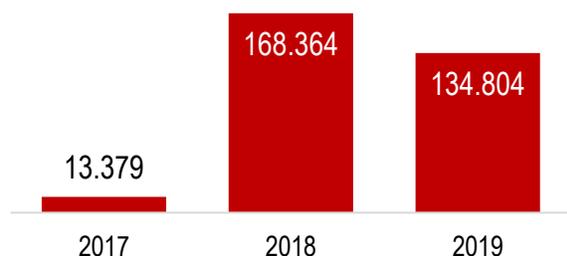
### Exportaciones anuales de café tostado en el periodo enero – septiembre. Cifras en US\$FOB



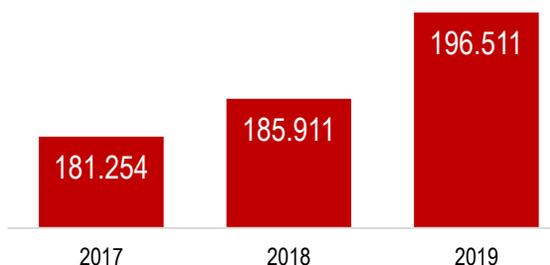
\* Fuente Procolombia

Otras exportaciones como productos procesados de café sin tostar o cascarilla también presentaron disminución en la vigencia 2019, caso contrario con el café verde que aumentó 5,7% respecto al año 2018.

### Exportaciones otros productos de café procesado, periodo ene-sep, US\$FOB



### Exportaciones de café verde, periodo ene-sep, miles de US\$FOB



# Tiendas especializadas de Café en el Quindío



**CÁMARA  
DE COMERCIO**  
DE ARMENIA Y DEL QUINDIO

*Tu mejor aliado*

# 2. TIENDAS ESPECIALIZADAS EN CAFÉ



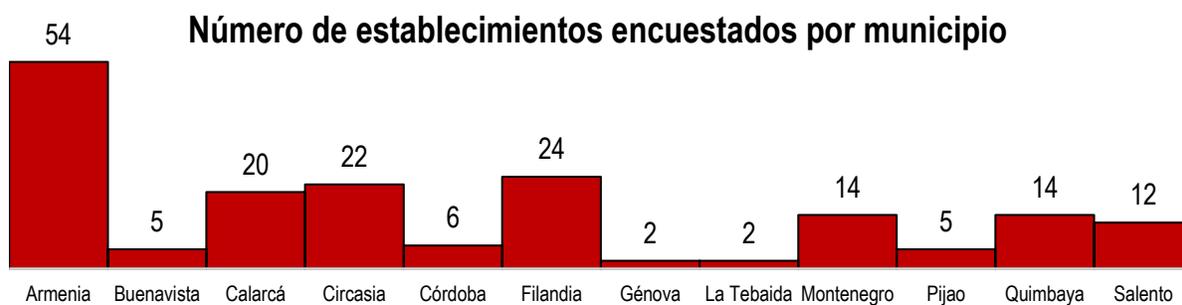
Especialidad en preparación del buen café colombiano. Conozca en este capítulo:

- Número y distribución de tiendas identificadas
- Empleos permanentes y temporales generados
- Procedencia del café preparado y comercializado
- Libras comercializadas por semana
- Horarios de mayor consumo y tipo de cliente
- Bebidas de café más vendidas
- Comportamiento de las ventas
- Precio promedio de taza de café tipo americano

La información presentada a continuación parte de una encuesta realizada a 180 establecimientos especializados en la preparación de café en el Quindío, correspondientes al 77% del total de tiendas identificadas por el área de Cafés Especiales de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.

## FICHA TÉCNICA Y NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS

<b>Técnica</b>	Entrevista telefónica con aplicación de cuestionario estructurado (17 preguntas)
<b>Grupo objetivo</b>	Administradores y dueños de tiendas especializadas de café
<b>Tipo de muestreo</b>	Encuesta a toda la población
<b>Universo</b>	234 tiendas de café especial en el Quindío
<b>Error y confianza</b>	95% nivel de confianza, Error <5%
<b>Tam. de muestra</b>	180 establecimientos encuestados
<b>Medición</b>	Agosto 2019
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Cobertura</b>	12 Municipios del Quindío

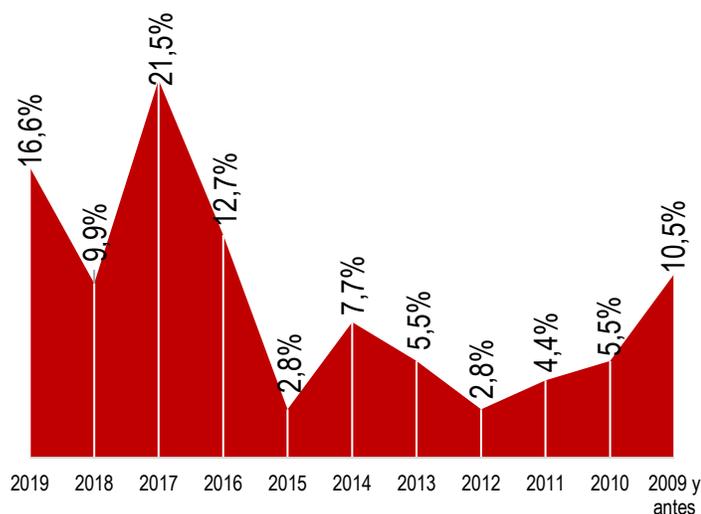


## 2.1 TIEMPO DE OPERACIÓN DE LAS TIENDAS

Cerca del 50% de las tiendas especializadas en café tienen menos de 3 años de operación, dando como resultado una actividad aún joven para el departamento con potencial de crecimiento y consolidación.

Esta dinámica de crecimiento presenta similitud con el comportamiento empresarial quindiano, en el que se evidenció de manera general un crecimiento en unidades productivas para los años 2016 y 2017, una disminución para 2018 y un mejoramiento en 2019.

Año de apertura de las tiendas encuestadas



13

## 2.2 EMPLEOS GENERADOS

**563** Empleos permanentes son generados actualmente por las 180 tiendas especializadas de café encuestadas. Dicho resultado fue inferior al presentado en el año 2018, donde 150 tiendas encuestadas reportaron 586 empleos. En este sentido, se observa una disminución de puestos de trabajo permanentes en la actividad para la presente anualidad.

**356** Empleos temporales fueron reportados por las 180 tiendas encuestadas, siendo un resultado superior al año 2018 donde 150 tiendas reportaron 293 empleos bajo esta modalidad. De esta manera, si bien decreció el empleo de carácter permanente para 2019, el empleo temporal ascendió en las tiendas especializadas de café.

Con el anterior resultado, se evidencia que el crecimiento en el número de tiendas especializadas de café no se encuentra directamente relacionado al crecimiento de empleo permanente en la actividad, ya que algunas variables como modalidades de contratos o migración en las condiciones de empleado a emprendedor; intervienen en la estadística laboral.



## 2.3 COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ ESPECIAL



# 8.568

Libras preparadas se comercializan mensualmente en las 180 tiendas especializadas en café encuestadas, para un promedio de **47,6 libras mensuales y 11,9 semanales por tienda**. Este resultado supera en un 3,4% el obtenido en el año 2018 donde se presentó un promedio de 46 libras preparadas que se comercializaron de manera mensual.



# 6.388

Libras completas se comercializan mensualmente en las 180 tiendas encuestadas, significando un **promedio de 35,5 libras mensuales y 8,8 semanales por tienda**. Frente al resultado presentado en 2018, el promedio actual se redujo en 8,7 libras completas mensuales comercializadas por tienda cada mes, significando una disminución del 19,6% en ventas del producto empacado.

14

## 2.4 PROCEDENCIA CAFÉ COMERCIALIZADO

**Quindío**

**96,7%**

\* Selección múltiple

**Huila**

**8,3%**

**Nariño**

**7,8%**

El 96,7% de las tiendas encuestadas indicaron que el café preparado o comercializado es de origen quindiano, por lo que se observa una importante alianza entre las cadenas productivas locales. Otros cafés que se comercializan en el Quindío proceden del Huila o de Nariño, y en menor medida del Valle, Cauca, Risaralda, Caldas, Santander o Antioquia. Esta diferenciación se mantiene en relación a estudios anteriores, donde el café quindiano prima de manera amplia frente al café de otras procedencias.

## 2.5 PRECIO POR TAZA

# \$2.000

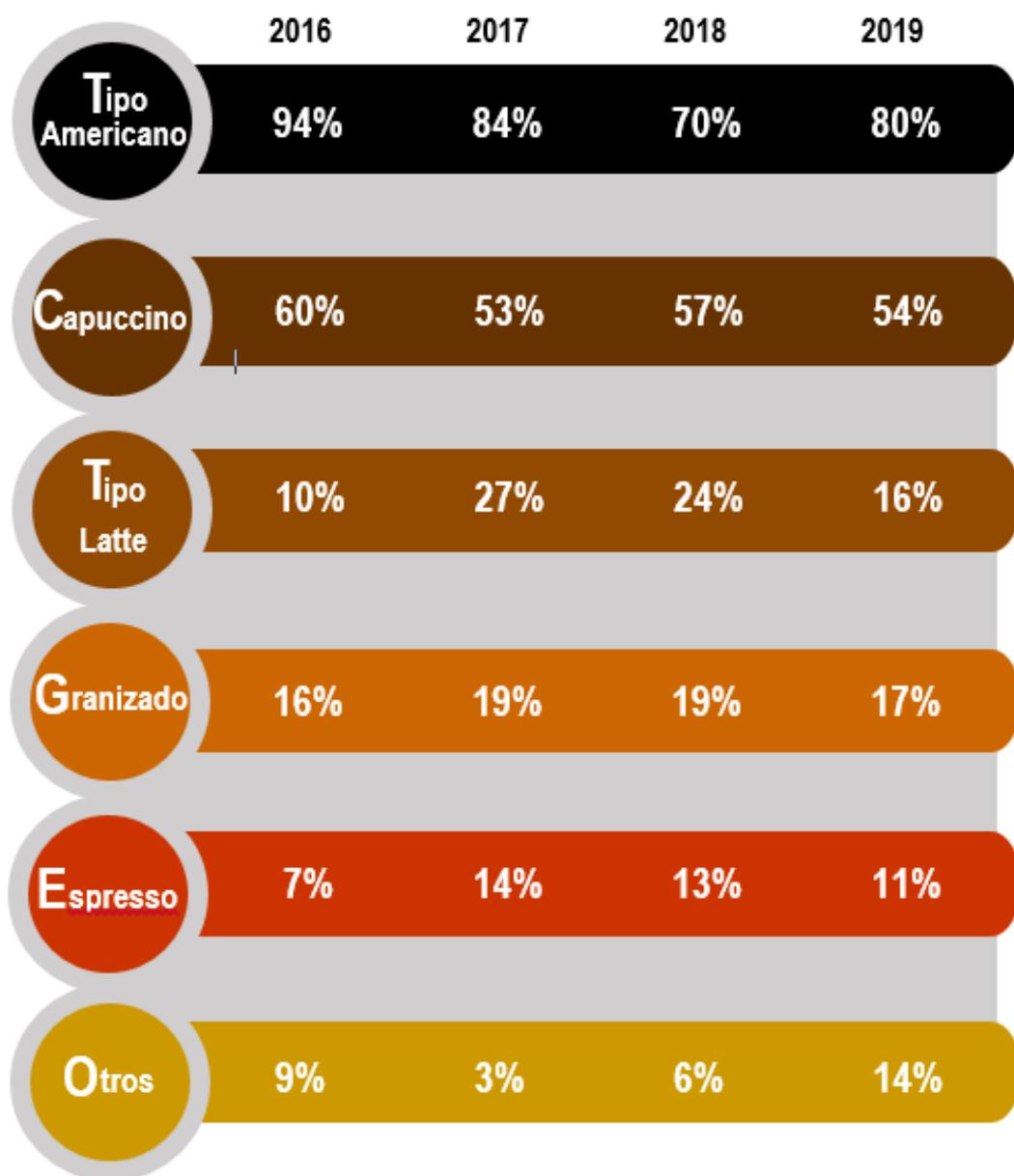
Es el precio promedio que cobran las tiendas especializadas por taza de café tipo americano, con un máximo de \$4.000 y un mínimo de \$800.



## 2.6 BEBIDAS DE CAFÉ MÁS VENDIDAS

En 80 de cada 100 tiendas, se consume en mayor medida el café tipo americano, seguido del capuccino (54 de cada 100 tiendas) y el granizado (17 de cada 100 tiendas). Para este informe y como se evidenciará en el capítulo de hábitos de consumo de café en los quindianos, el café tipo latte (o café con leche), viene perdiendo participación entre las bebidas más consumidas.

### Bebidas de mayor consumo según las tiendas especializadas en café



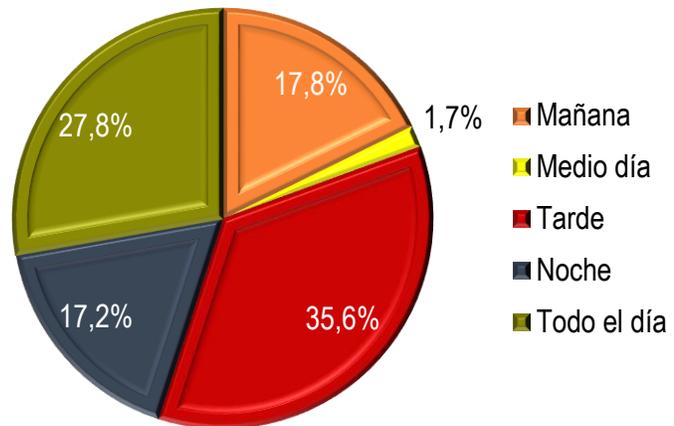
## 2.7 HORARIOS DE MAYOR CONSUMO DE CAFÉ

De acuerdo a los establecimientos encuestados, la jornada de la tarde es la más frecuentada por los clientes para el consumo de café, resultado que es cercano al obtenido en 2018 cuando el 41% indicaron ese mismo horario.

Todo el día también fue una respuesta común entre las tiendas, mientras que mañana y noche presentaron resultados similares. Frente a este resultado, es sabido

que normalmente los establecimientos relacionados con esta actividad comienzan sus labores después de las 10am y cierran entre 7 y 9 pm según sea el día de operación, es así que el horario donde esperan mayor número de visitantes se concentra en la tarde.

### Horarios de mayor consumo en tiendas



## 2.8 TIPO DE CLIENTE MÁS FRECUENTE

### Tipo de clientes que más frecuenta las tiendas



Si bien un porcentaje amplio de tiendas indican que son visitadas por todo tipo de público, la tendencia en consumo aumenta para la población adulta. Adicionalmente, dos variables nuevas aparecen en la medición de 2019: empresarios y familia. Ambos tipos de clientes no se habían presenciado en estudios anteriores.

Turistas extranjeros y nacionales continúan ocupando el tercer y cuarto lugar respectivamente, siendo un resultado que sugiere, de manera directa, la importancia del desarrollo turístico de la región para sus cadenas productivas.



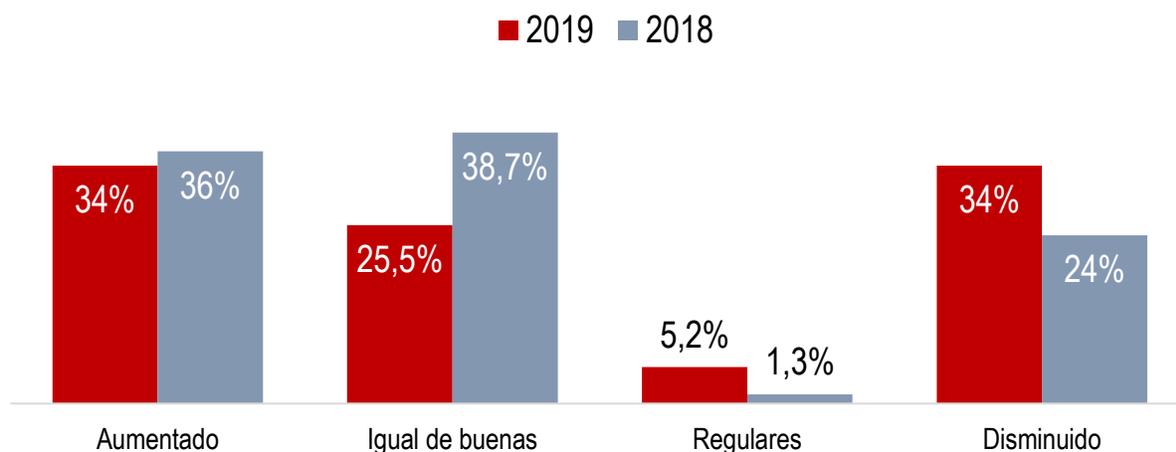
## 2.9 ESTADO DE LAS VENTAS

# 59,5%

De las tiendas encuestadas afirmaron que sus ventas han sido buenas durante la vigencia 2019. Este porcentaje disminuyó en 15,2 puntos porcentuales respecto al resultado del año 2018, donde el 74,7% había reportado una respuesta positiva. El resultado actual de percepción de ventas puede estar relacionado con la disminución de puestos de trabajo en la actividad.

17

### Comportamiento de las ventas 2019 - 2018



## 2.10 CERTIFICACIÓN

# 59%

Correspondiente a 106 tiendas, afirman contar con algún tipo de certificación bien sea en producto o en personal. De estos, 72,6% cuentan con certificación del SENA, 16% con certificación de la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío CCAQ y 15,1% con otros tipos de certificaciones. De acuerdo al resultado, aún falta mayor conocimiento o incentivos para acceder a los procesos de certificación en tiendas, que pueden verse reflejadas en un aumento de ventas o en precio por taza de café.



A close-up photograph of a person's nose and mouth as they smell coffee beans. The background is a warm, golden-brown color. In the top right and bottom left corners, there are white line-art sketches of coffee beans. The person is holding a white coffee cup in their hand.

# Hábitos de consumo de Café en los Quindianos



*Tu mejor aliado*

# 3. HABITOS DE CONSUMO DE CAFÉ EN LOS QUINDIANOS



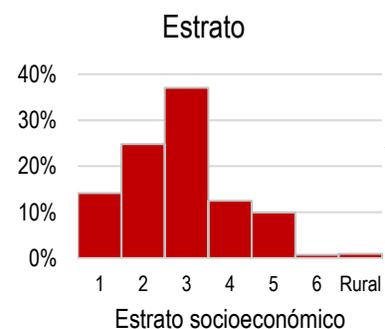
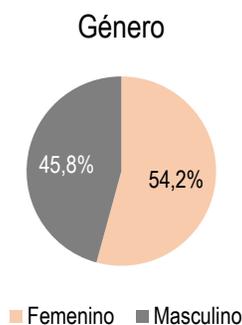
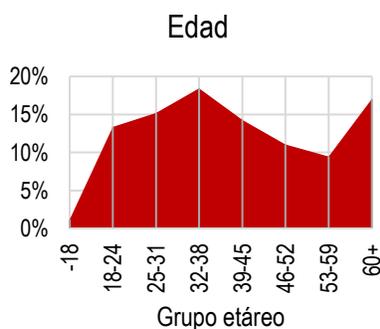
Qué mejor que los mismos quindianos para conocer las tendencias de consumo de café en la región. Conozca en este capítulo:

- Consumo de café
- Bebidas sustitutas
- Presentaciones de café más consumidas
- Horarios y lugares de consumo de café
- Promedio de consumo diario
- Conocimiento de café gourmet
- Compra de café en canasta familiar
- Disponibilidad de pago por taza de café

La información presentada a continuación parte de una encuesta realizada a 436 habitantes quindianos distribuidos en el territorio departamental

## FICHA TÉCNICA Y ASPECTOS GENERALES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

<b>Técnica</b>	Entrevista directa con aplicación de cuestionario estructurado (15 preguntas)
<b>Grupo objetivo</b>	Habitantes quindianos
<b>Tipo de muestreo</b>	Muestreo por cuotas – No probabilístico
<b>Universo</b>	417.904 habitantes quindianos mayores de 15 años (censo 2018)
<b>Margen de error y confianza</b>	95% nivel de confianza Error <5%. Estos parámetros se toman como base para el cálculo muestral
<b>Tamaño de muestra</b>	436 personas mayores de 15 años
<b>Medición</b>	Agosto 2019
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Cobertura</b>	12 Municipios del Quindío



### 3.1 CONSUMO DE CAFÉ

**86%** De la población encuestada **afirmó consumir** café en alguna de sus presentaciones como bebida. Este porcentaje de consumo se ha mantenido relativamente estable en el tiempo desde el año 2014 con que se cuenta con medición, oscilando entre un máximo de 88% en la medición del año 2018 y un mínimo del 86% para los años de 2015, 2016 y actualmente 2019.

Por género, el hombre continúa siendo el de mayor consumo de café con el 88,1% de respuestas afirmativas para este segmento poblacional. Por edad, la población adulta mayor de 39 años son quienes más consumen la bebida. No obstante, es destacable el incremento de consumo que se ha venido presentando en la población juvenil (menor o igual a 24 años), por lo que ha pasado de 79 consumidores por cada 100 jóvenes en el año 2016, a 84 consumidores por cada 100 jóvenes para 2019.

#### Consumo de café según género

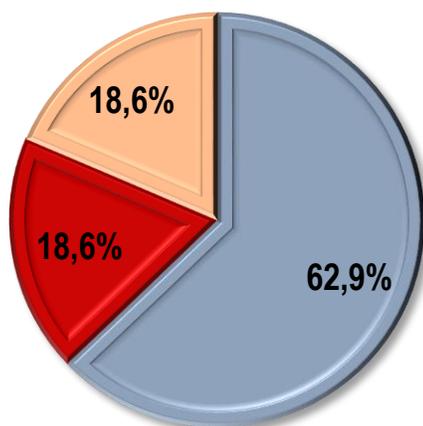
**F 83,5%**      **M 88,1%**

#### Consumo de café según edad



### 3.2 NO CONSUMIDORES DE CAFÉ Y BEBIDAS SUSTITUTAS

■ No le gusta   ■ Le sienta mal   ■ Prescripción médica



Del 14% de personas que indicaron no consumir café en alguna de sus presentaciones como bebida, el 62,9% no lo hace porque no le gusta su sabor, mientras que el 37,1% debe evitarla por cuestiones médicas o de salud. Para su reemplazo, el agua se convierte en el principal sustituto de café con el 25% del total de encuestados no consumidores de la tradicional bebida, seguida del jugo natural, el chocolate, agua de panela y la aromática.



## Principales bebidas sustitutas del café

Igual que el resultado obtenido para 2018, el agua y el jugo natural han sido los principales sustitutos del café entre la población quindiana.

Para ese año (2018), el 27% de quienes no consumían café, lo reemplazaron por agua, mientras que 20,6% de dicha población tuvo preferencia por consumir el jugo natural.

Frente al 2018, en este informe 2019, el consumo de chocolate sobrepasó al de agua de panela y se ubicó en el tercer lugar de bebidas sustitutas.



### 3.3 LUGARES Y HORARIOS DE CONSUMO DE CAFÉ

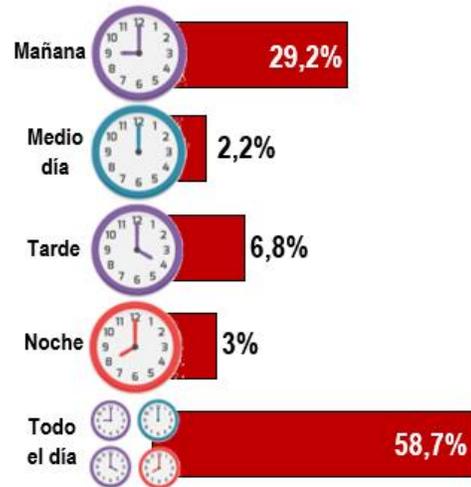
En el hogar y el trabajo son los lugares donde los quindianos habitualmente consumen café, dejando en tercer lugar los establecimientos de cafeterías, seguidos de tiendas especializadas de café. Este último, reduciendo participación frente a los resultados del año 2018, que pasó de 18,9% a 10%, variación que pudo estar influenciada por un desconocimiento aun generalizado de las personas sobre las diferencias de una cafetería, una tienda especializada en café o un restaurante. Por otro lado, el consumo de café entre los quindianos se realiza preferentemente a lo largo del día, con tendencia hacia un mayor acceso de la bebida en las mañanas.



## Lugares de consumo



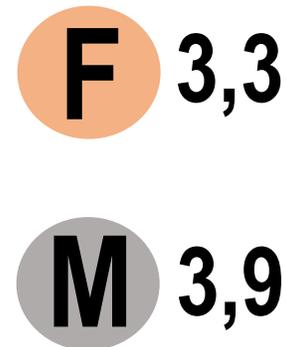
## Horarios de consumo



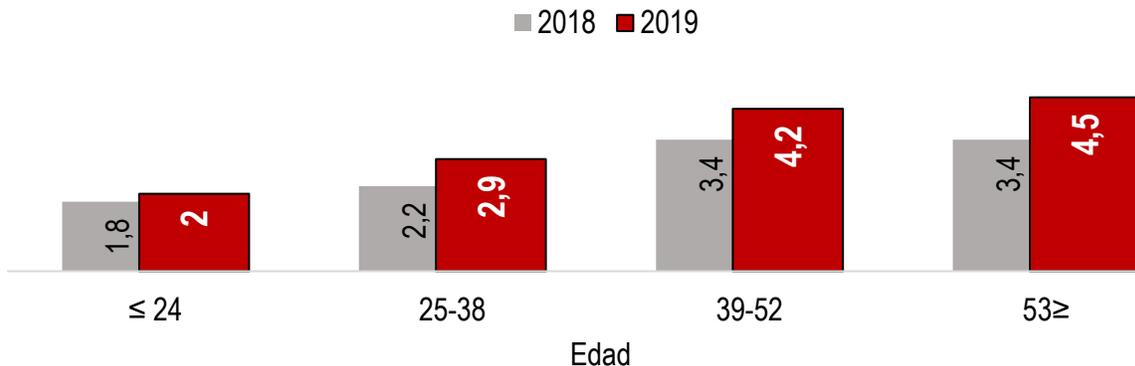
## 3.4 CONSUMO DE TAZAS DE CAFÉ

**3,6** Tazas de café es el promedio de consumo diario entre los quindianos para 2019, incrementando sustancialmente lo presentado en 2018 cuyo promedio se ubicó en 2,5. Por edades, el promedio de consumo diario aumentó para todos los rangos, ampliando el resultado obtenido del año 2018 a medida que aumenta la edad y llegando a un máximo de 4,5 tazas diarias para personas de 53 años o mayores. Según género, se presentó un incremento para ambos sexos, principalmente en las mujeres que pasó de consumir 1,8 tazas diarias en 2018 a 3,3 en 2019.

### Consumo diario de tazas de café según género



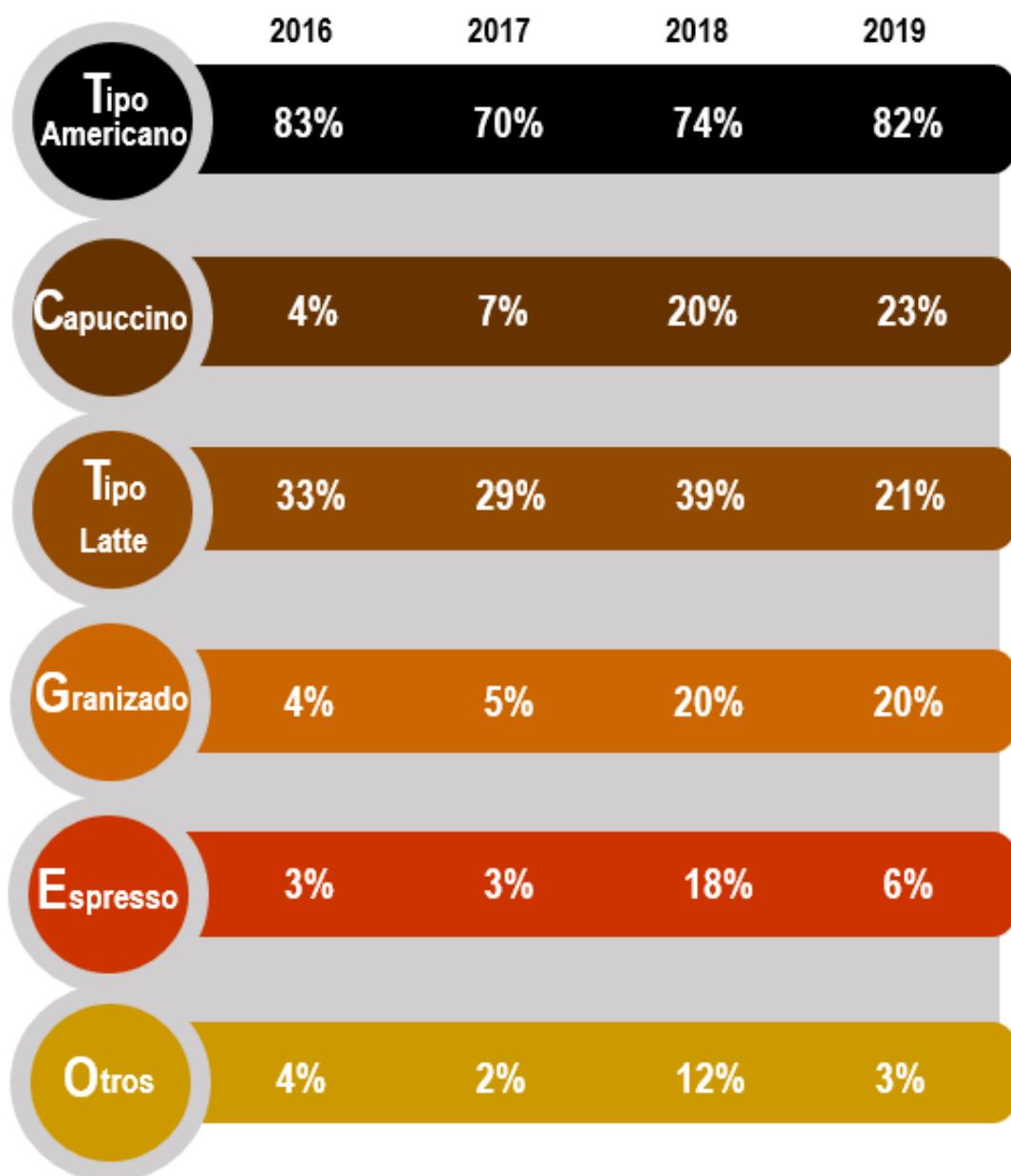
### Promedio de consumo por edad (número de tazas/día)



### 3.5 BEBIDAS DE MAYOR CONSUMO

**82** De cada 100 consumidores de café, tienen como preferencia el tipo americano para su consumo habitual, incrementando 8 puntos porcentuales frente al año anterior. El capuccino ascendió y sobrepasó en preferencia al café tipo latte, llegando a 23 consumidores de cada 100 que optan por esta preparación. El granizado conserva su posición con el 20% mientras que el espresso y otras preparaciones redujeron participación.

#### Bebidas de mayor consumo entre la población encuestada por año de medición



### 3.6 CONOCIMIENTO SOBRE CAFÉ GOURMET

# 45%

De las personas encuestadas, afirmaron conocer la diferenciación entre un café convencional o tradicional frente a un café tipo gourmet. Este porcentaje se viene incrementando desde el año 2017, donde se obtuvo como resultado un conocimiento entre el 33,3% de la población encuestada y pasó al 42,1% para 2018. El aumento presentado es un resultado favorable para la industria del café en el Quindío, la cual busca especializarse cada vez más en la producción de cafés tipo gourmet.

#### ¿Qué es un café especial o gourmet?

Café de origen	Cafés sostenibles	Cafés certificados
Proviene de una región o tierra específica que confiere características únicas al grano. El producto se ofrece exclusivamente de ese lugar sin posibilidad a mezclas.	Sus métodos de cultivos se rigen bajo parámetros de sostenibilidad, respeto por los espacios naturales o técnicas de producción orgánicas o limpias	Producto con certificación en el cumplimiento de estándares nacionales o internacionales bien sea basado en la calidad del grano, técnicas de cultivo, responsabilidad social u otro parámetro.

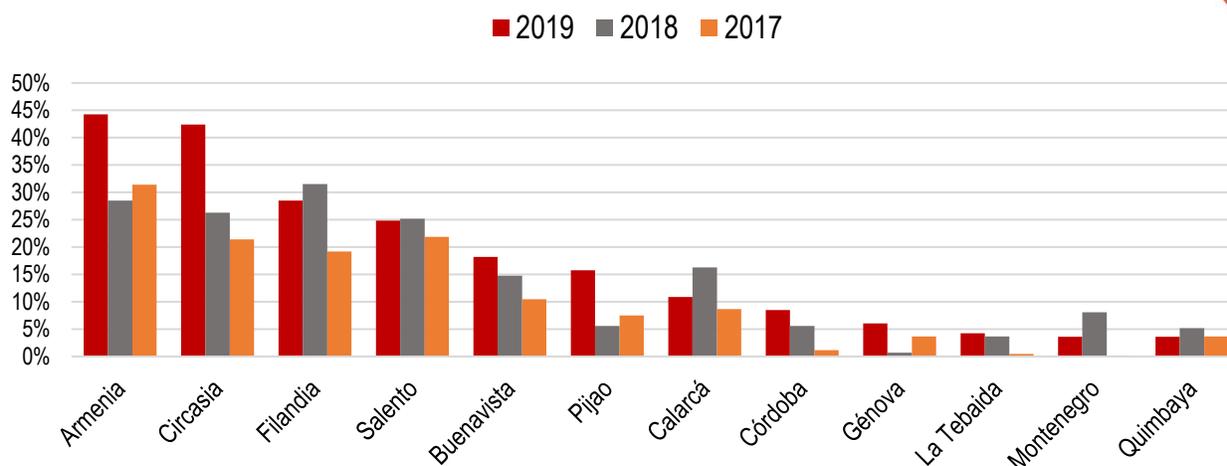
### 3.7 LUGAR DE CONSUMO DE CAFÉ TIPO GOURMET

**Armenia**      **Circasia**      **Filandia**

Los municipios donde los quindianos tienen preferencia para consumir una taza de café tipo gourmet son, en su orden, Armenia, Circasia, Filandia y Salento. Respecto a la medición del año 2018, los municipios que más crecieron en preferencia fueron Circasia y Armenia, incrementando 16 y 15 puntos porcentuales respectivamente. Filandia perdió participación al pasar de 32% al 28% y Salento permaneció con el mismo porcentaje (25%). Los municipios de Buenavista, Pijao, Córdoba y Génova aumentaron también participación para 2019, mientras que Calarcá, Montenegro y Quimbaya lo redujeron.



## Municipios preferentes para el consumo de café tipo gourmet

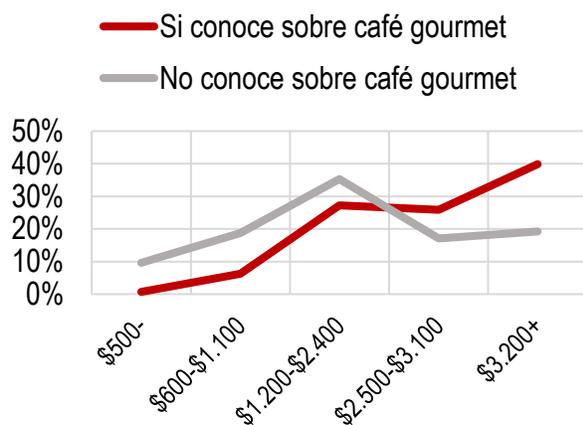


### 3.8 DISPOSICIÓN A PAGAR POR TAZA

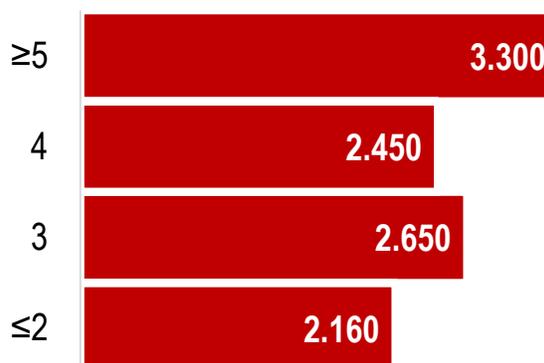
**\$2.450** Es el precio promedio por el cual los quindianos están dispuestos a pagar por una taza de café tipo americano. Esta disponibilidad se incrementó en más de 1.000 pesos respecto al resultado obtenido para el año 2018, donde el promedio se ubicó en \$1.400.

La disponibilidad a pagar es claramente influenciada según el conocimiento que el consumidor tenga sobre la diferencia entre un café gourmet y uno tradicional, es así, que mientras la persona tenga clara esta diferenciación, estará dispuesta a pagar hasta un 35% más que la persona que no la conoce.

**Disposición a pagar por taza de café americano según conocimiento de café gourmet**



**Disposición a pagar por taza de café americano según estrato socioeconómico (pesos)**

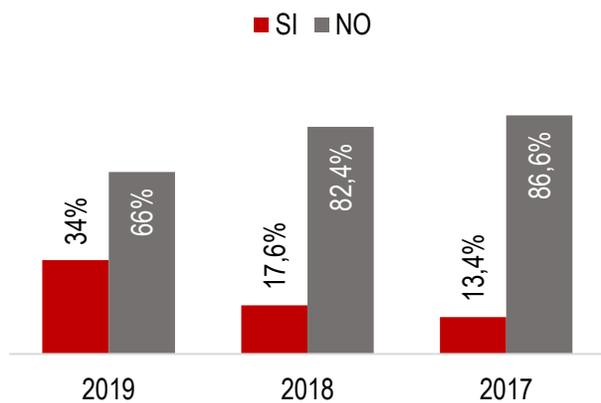


### 3.9 CONOCIMIENTO EN MÉTODOS ESPECIALES PARA LA PREPARACIÓN DEL CAFÉ

**34%** De la población encuestada afirmó conocer algún método especializado para la preparación de café, porcentaje que se duplicó al obtenido para el estudio de 2018. El método Dripper continúa siendo el más conocido.

26

Conocimiento sobre métodos especiales de preparación según año



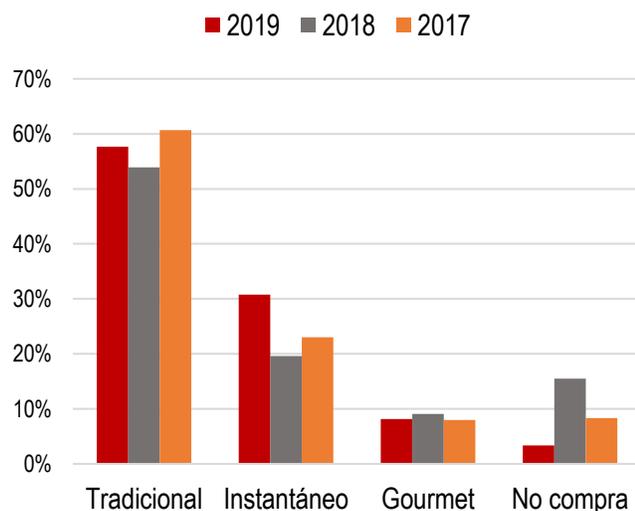
Métodos más conocidos 2019

Dipper	10,8%
Siphon	8,8%
P. francesa	8%
Chémex	6,5%

### 3.10 CONSUMO DE CAFÉ EN EL HOGAR

**97%** De las personas encuestadas incluyen el café dentro de la canasta familiar, resultado muy positivo para la industria del producto. No obstante, el café de mayor consumo continua siendo el tradicional, mientras que el tipo gourmet se mantiene con un 8% de participación dentro de este mercado. Por su parte, el café instantáneo incrementó participación así como también se redujo el porcentaje de quienes no lo compran.

Compra de café en la canasta familiar según tipo y año de medición



The background of the entire page is a close-up photograph of a young person's face, smiling and holding a cup of coffee. The image is overlaid with white, hand-drawn sketches of coffee beans, some of which are scattered around the cup and others are in the upper right corner. The overall color palette is warm, dominated by browns and oranges.

# Hábitos de consumo de Café en jóvenes Quindianos

# 4. HABITOS DE CONSUMO DE CAFÉ EN LOS JÓVENES QUINDIANOS



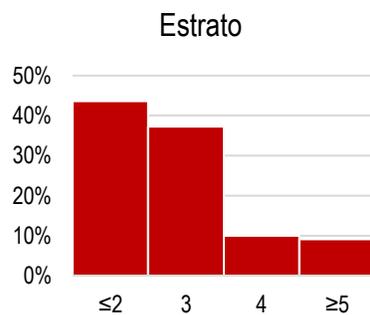
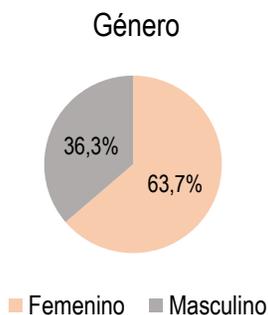
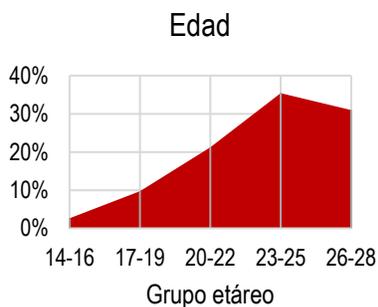
El futuro del café en las nuevas generaciones. Conozca en este capítulo:

- Consumo de café en jóvenes
- Bebidas sustitutas
- Horarios y lugares de consumo de café
- Promedio de consumo diario
- Presentaciones de café más consumidas
- Municipios frecuentados para el consumo
- Disponibilidad de pago por taza de café

La información presentada a continuación parte de una encuesta realizada a 113 jóvenes quindianos con edades entre los 14 y 28 años.

## FICHA TÉCNICA Y ASPECTOS GENERALES DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

<b>Técnica</b>	Entrevista directa con aplicación de cuestionario estructurado (15 preguntas)
<b>Grupo objetivo</b>	Jóvenes habitantes quindianos
<b>Tipo de muestreo</b>	Muestreo por cuotas – estudio de sondeo
<b>Tamaño de muestra</b>	113 personas con edades entre los 14 y 28 años
<b>Medición</b>	Agosto 2019
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Cobertura</b>	12 Municipios del Quindío



## 4.1 CONSUMO DE CAFÉ EN JÓVENES

# 81,4%

De la población joven encuestada consume bebidas de café en alguna de sus presentaciones. Porcentaje que se disminuye al obtenido en 2018 en 2,9 puntos porcentuales, pero aún superior al Resultado de 2017 donde el 77% afirmaron consumir café en ese entonces.

Por género, el hombre juvenil del sondeo realizado, tiende a consumir más café que la mujer, aunque para ambos casos, el resultado fue inferior al resultado generalizado de consumo en la población quindiana.

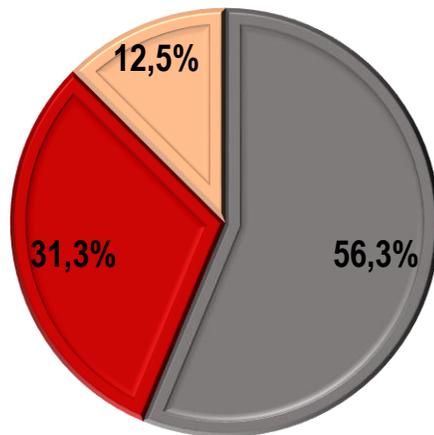
### Consumo de café según género

# F 77,8%

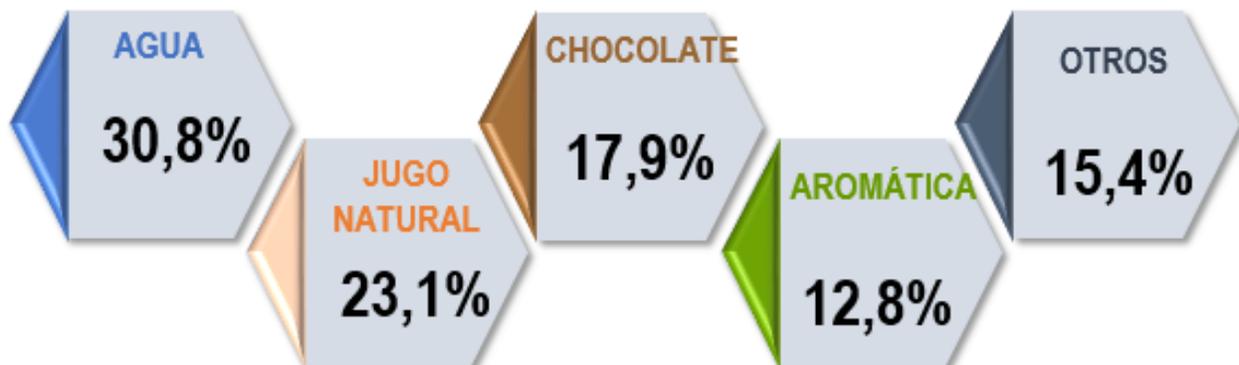
# M 87,8%

## 4.2 JÓVENES NO CONSUMIDORES DE CAFÉ Y BEBIDAS SUSTITUTAS

■ No le gusta el sabor ■ Prescripción médica ■ Le sienta mal



Del 18,6% de jóvenes que indicaron no consumir café en alguna de sus presentaciones como bebida, el 56,3% no lo hace porque no le gusta su sabor, mientras que el 43,8% debe evitarla por cuestiones médicas o de salud. El porcentaje de no consumo en jóvenes por situaciones médicas es 6,7 puntos porcentuales superior al resultado general (37,1%), estableciendo una condición a evaluar frente al porqué de esta situación en particular.

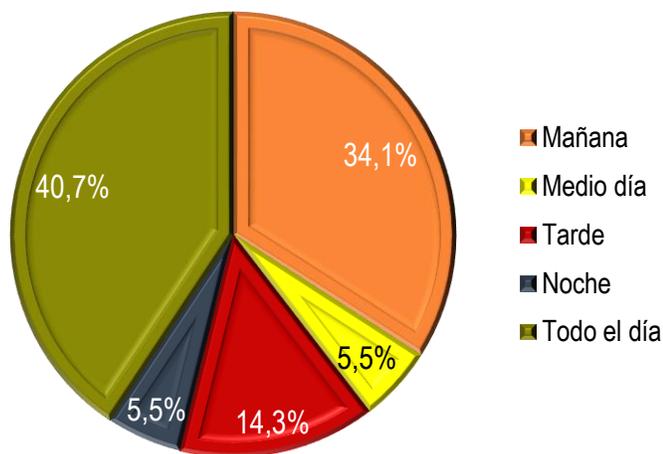


Igual que en el resultado general, el agua, el jugo natural y el chocolate son las tres bebidas que los jóvenes prefieren para sustituir el consumo de café. Los porcentajes en este caso difieren a favor de estos tres primeros y de la aromática, que desplaza el agua de panela al sexto lugar después de las bebidas gaseosas.

### 4.3 HORARIOS Y LUGARES DE CONSUMO DE CAFÉ EN JÓVENES

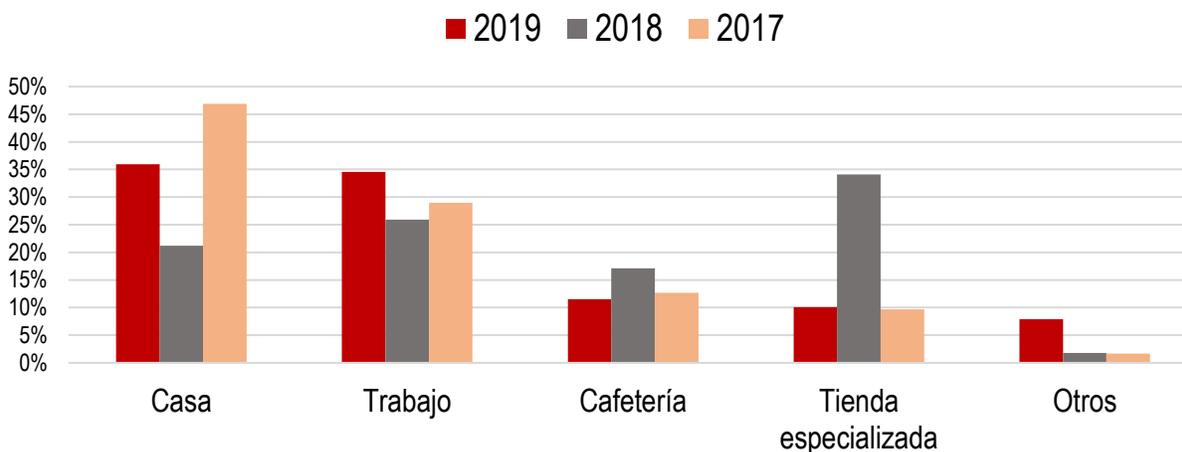
Según los jóvenes encuestados, si bien 40 de cada 100 consume café durante todo el día, las mañanas se convierten en un horario preferencial. Este resultado se contrasta con los lugares principales de consumo, siendo el hogar (36%) y el trabajo (34,5%) los más representativos.

Horarios de mayor consumo en tiendas



Es importante mencionar que el resultado obtenido para el consumo de café en tiendas especializadas fue significativamente bajo para el presente estudio respecto al anterior, lo que podría relacionarse con la disminución de ventas en dichos establecimientos. Adicionalmente se percibe que aún no es clara la línea de diferenciación entre las tiendas especializadas de café, las cafeterías o los restaurantes entre la población general, situación que puede inferir en el resultado.

### Principales lugares para el consumo de café



#### 4.4 CONSUMO DE TAZAS DE CAFÉ

**2,4** Tazas de café es el promedio de consumo diario entre los jóvenes quindianos para 2019, valor que se incrementó respecto al 2018. Donde se obtuvo un promedio diario de consumo de 1,8 tazas.

A diferencia del resultado general donde existió una diferencia más amplia entre los promedios de consumo por género, en los jóvenes fue mucho más ajustada a favor de las mujeres, quienes superan levemente en la ingesta de la bebida a los hombres.

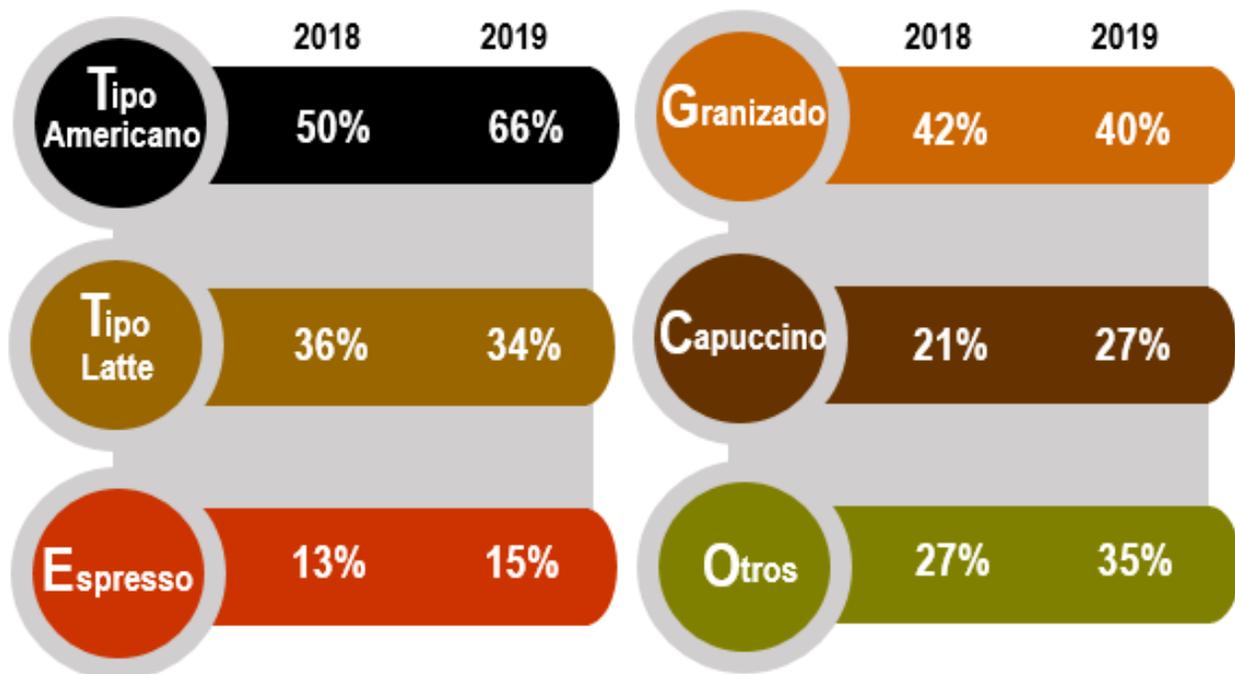
#### Consumo diario de tazas de café según género

**F** 2,5

**M** 2,4

#### 4.5 BEBIDAS DE MAYOR CONSUMO

El tipo americano, capuccino, espresso y otras bebidas a base de café van recuperando terreno entre las preferencias de consumo. Por su parte, el granizado y el tipo latte pierden dos puntos porcentuales frente al 2018, sin embargo, no es una diferencia representativa y mantienen su posicionamiento. Frente al resultado general, se destaca el granizado como bebida preferente entre los jóvenes quindianos luego del tipo americano.



## 4.6 MUNICIPIOS PREFERENTES PARA CONSUMIR CAFÉ

**Armenia**

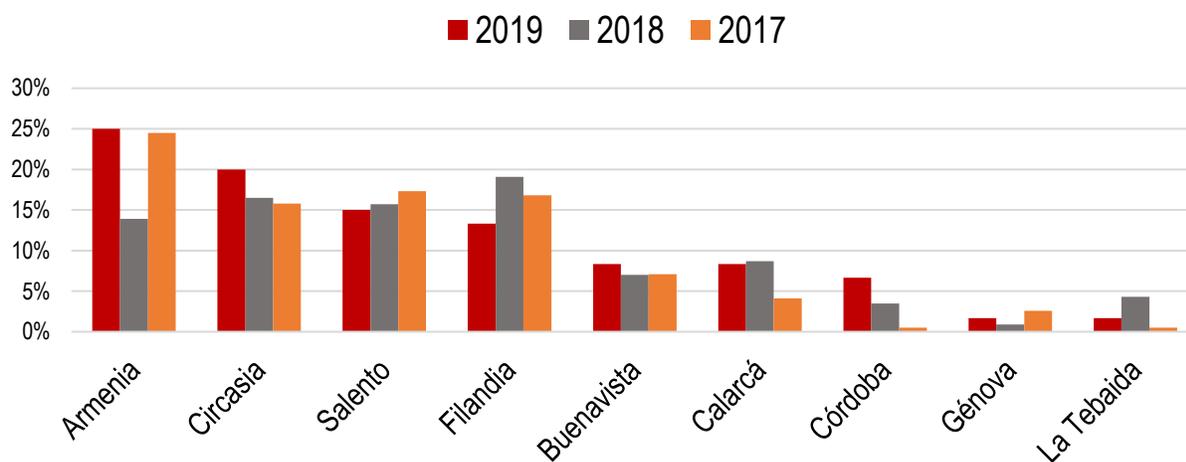
**Circasia**

**Salento**

Son los municipios más visitados por los jóvenes para el consumo de café. A diferencia del resultado general, Salento pasa a ocupar el tercer puesto, seguido de Filandia, Buenavista y Calarcá. La ciudad capital fue la que obtuvo una mayor recuperación respecto al resultado 2018, mientras que La Tebaida, Pijao, Montenegro y Quimbaya perdieron representación.

32

### Municipios más visitados por los jóvenes para el consumo de café



## 4.7 DISPOSICIÓN A PAGAR POR TAZA

**\$2.250**

Es el precio promedio por el cual los jóvenes quindianos están dispuestos a pagar por una taza de café tipo americano. El resultado para el presente año es \$750 mayor que el obtenido en 2018 que fue de \$1.500. Tanto el resultado general como en jóvenes fue significativamente superior al año anterior y sugiere una mayor valoración del café según calidad y gusto por parte del consumidor.

## 4.8 CONOCIMIENTO EN MÉTODOS ESPECIALES PARA LA PREPARACIÓN DEL CAFÉ

**21%**

De los jóvenes encuestados afirmaron conocer algún método especializado para la preparación de café, siendo el Dripper y la Prensa Francesa las más mencionadas.



## 5. Comentarios finales

- El número de empresas registradas en la actividad de descafeinado, tostión y molienda del café a octubre de 2019 ya supera en un 10% el total de registros de 2018. Dicha actividad mejoró además tanto la capacidad instalada de sus plantas de operación (35,9%) como la producción mensual (62,5%) durante la vigencia 2019 frente a los resultados del anterior año.
- 77% de las plantas de tosti3n caracterizadas procesan en su mayoría café quindiano. adicionalmente, de todo el café procesado en el departamento, un 82% corresponde a café tipo especial.
- Mientras el comercio internacional de café tostado se ha reducido en el periodo enero – septiembre de 2019 en un 56,6% respecto al mismo periodo de 2018 según cifras Procolombia, el comercio local se aumentó en un 15,5% de acuerdo al reporte de las plantas caracterizadas. Dicho resultado puede en parte reflejarse en el aumento per-cápita/día de consumo de tazas de café.
- Cerca de 15.000 libras mensuales son vendidas entre las 180 tiendas especializadas de café caracterizadas en todo el Quindío, 57,3% de las cuales se venden preparadas en bebidas y el porcentaje restante como producto empacado para consumo externo.
- \$2.000 pesos es el precio promedio de venta de una taza de café tipo americano en las tiendas especializadas de café. En cuanto a tipo de producto más vendido se encuentran, en su orden, americano, capuccino, late y granizado.
- El consumo de bebidas a base de café se mantiene en un promedio de 86 por cada 100 personas. Dicha cifra permanece relativamente estable en los últimos estudios realizados por la Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío para el sector.
- El consumo promedio de tazas de café por persona/día pasó de 2,5 en 2018 a 3,6 en 2019, presentando un crecimiento significativo en la población y estableciendo una relación directamente proporcional entre la edad de la persona y el número de tazas consumidas.
- Armenia, Circasia, Filandia y Salento son los municipios más frecuentados para el consumo de café especial por parte de los habitantes quindianos. Circasia pasó a ocupar el segundo lugar después de Armenia aventajando a Filandia, el cual ocupó dicho lugar para 2018.



- El cliente promedio encuestado está dispuesto a pagar \$2.400 por taza de café tipo americano.
- El conocimiento sobre cafés especiales entre los consumidores afecta directamente la disponibilidad de pago por taza, siendo un 35% más alta para quienes identifican los cafés diferenciados respecto a quienes no lo hacen.
- Los jóvenes quindianos tienden aún a consumir menos café que el promedio general y estar dispuestos a pagar un poco menos por él. En este sentido, se hace necesario efectuar un mayor trabajo en dicha población para potencializar su consumo, ofrecer nuevos tipos de bebida a base del producto y compenetrar aún más la cultura de los cafés especiales de la región.
- Los resultados de tuestión y venta de las plantas tostadoras así como el consumo quindiano de café en número de tazas/día y disponibilidad de pago, han sido favorables y significativamente superiores para la vigencia 2019 según lo presentado en el informe.
- Por su parte, el indicador de empleo permanente decreció para las tiendas especializadas de café pese al aumento en el número de establecimientos identificados, lo que establece que no necesariamente el incremento de tiendas conlleve al incremento de empleo dadas las diferentes variables que intervienen, tales como los tipos de contrato, la migración de empleado a emprendedor o la sobreoferta de establecimientos.
- La percepción de ventas por parte de las tiendas especializadas arrojó una disminución en comparación con 2018, a pesar de obtener un mayor consumo per cápita/día entre la población encuestada. Este resultado puede estar también relacionado con la sobreoferta de establecimientos, la relativa estabilidad anual entre quienes consumen y no consumen café y los lugares de consumo.

