

CONFIDENTIAL

Números 1 - 16 de Coffidential pueden ser leídos en www.peamarketing.com.br

ENCAFÉ 2008 - EL SECTOR CAFETALERO NO TEME A LA CRISIS GLOBAL

La industria brasilera del café se reunió del 19 al 23 de Noviembre en torno a ENCAFÉ 2008 (16ª Conferencia Anual de Tostadores de Café), en Porto de Galinhas, Estado de Pernambuco. El tema central del evento fue "El Nuevo Consumidor Brasileiro" queriendo citar a los millones de personas que han ascendido a la clase media y ganado poder de consumo recientemente y enfocado en perspectivas de mercado y oportunidades para la industria nacional del café en 2009. De acuerdo con un estudio presentado durante la conferencia, el consumo brasilero fuera del hogar (el cual ya es responsable por 30% del total e incluye cafeterías, panaderías, oficinas, universidades, hospitales y otras tiendas) continuará creciendo el próximo año, así como también el consumo en el hogar, con nuevas oportunidades de mercadeo generándose de los bajos precios de las máquinas de café, "pods" y nuevos empaques. El consumo doméstico brasilero se estima crecerá 5% en 2008, alcanzando 18 millones de sacos.

Fuente: Gazeta Mercantil y Valor Econômico

ENCAFÉ 2008 - LA INDUSTRIA SE ENFOCA HACIA LOS CONSUMIDORES JÓVENES

Datos de estudios divulgados durante ENCAFÉ 2008 revelan que el consumo del café de los consumidores menores de 15 años se mantiene bajo. Este grupo etario representa cerca del 15% del total del mercado. La preocupación de la industria es que esos jóvenes pueden no convertirse en consumidores en el futuro y es importante introducir el hábito del café tan pronto como se pueda. La manera de cómo llegarles es usando bebidas de café y leche, mezclando el estímulo natural del café con los valores nutricionales de la leche. El más importante competidor en este grupo etario son las bebidas achocolatadas.

Fuente: Revista Cafeicultura



ENCAFÉ 2008 - NUEVAS FORMA DE INCREMENTAR EL CONSUMO

El mismo estudio reveló que el 97% de todos los brasileros consumen café regularmente. El consumo promedio per cápita se sitúa por arriba de los 4.5Kg / año. La información sugiere que la industria tendrá que encontrar formas innovadoras de introducir el café en la vida diaria de los brasileros. Algunas sugerencias fueron batidos de café vendidos en botellas de yogurt, café terapéutico, energéticos naturales, bebidas enlatadas, café con soya o soda y bebidas especiales para los niños. Una cerveza con sabor a café, la cual ya fue presentada en nuestro Coffidential No. 14, también fue presentada en esta ocasión.

Fuente: Revista Cafeicultura, Gazeta Mercantil y Valor Econômico

ENCAFÉ 2008 - EL PROGRAMA BRASILEIRO DE CONSUMO DE CAFÉ ES UN EJEMPLO PARA OTROS PAÍSES PRODUCTORES

De acuerdo al discurso de apertura del Director Ejecutivo de la OIC Mr. Nestor Osorio, Brasil continúa siendo un ejemplo para otros países productores debido a sus esfuerzos consistentes en relación al aumento del consumo. Durante su exposición en el ENCAFÉ 2008, también comentó que México, Colombia y El Salvador son buenos ejemplos de los países que decidieron organizar programas de consumo basado en la guía para promover el consumo de café en países productores de la OIC, creada por P&A Marketing Internacional.

Fuente: Agência Safras



ENCAFÉ 2008 - COOPERACIÓN PARA FORTALECER LAS EXPORTACIONES DE CAFÉ

La Asociación Brasileira de Tostadores de Café (ABIC) y la Agencia Brasileira de Comercio y Promoción de Inversión (APEX) iniciarán un nuevo programa para el período 2009-2010 con una inversión total de R\$ 24 millones (US\$ 10.1 millones), el plan va a promover las exportaciones de café tostado. Nuevas estrategias se plantean para alcanzar países que son plataformas de exportación, como Chile, Panamá, Turquía y Singapur. Las nuevas iniciativas incluyen cooperación con "chefs de cuisine" locales, y la conformación del Equipo Brasileiro de Baristas de Café que viajará al extranjero y presentará las bebidas de café hechas a base de "Cafés do Brasil".

Fuente: cafépoint

ENCAFÉ 2008 - LAS IMPORTACIONES DE CAFÉ VERDE EN BRASIL TODAVÍA SON CONTROVERSIALES

Las importaciones de café verde siempre han sido un tema controversial en Brasil. Durante ENCAFÉ 2008 nuevamente el sector discutió sobre este punto. La industria dice que el país no está generando la participación que debería en el mercado internacional porque no es factible importar café para crear mezclas multi-origen de cafés industrializados que complacen los gustos del consumidor. Los productores, por el contrario, temen que permitir importaciones de cafés de baja calidad puede traer pestes y enfermedades al país. Hoy, las industrias brasileras que desean exportar exitosamente las mezclas de cafés multi-origen necesitan o hacer sus mezclas en el exterior o establecer asociaciones con compañías extranjeras.

Fuentes: Valor Econômico, Agência Safras, Cafépoint y Folha de São Paulo



LOS COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN SUBIERON 23% EN NUEVE MESES

Los costos totales de producción para café se han incrementado en 23% entre Noviembre y Agosto 2008, principalmente debido al aumento de 53% en precios de los fertilizantes. Información de la Universidad Federal de Lavras (UFLA) indica que los fertilizantes dan cuenta de 18% del total de los costos de producción del café en Brasil.

Fuentes. CNA Y Café e Mercado

LA INDUSTRIA DEL FERTILIZANTE TIENE 6 MILLONES DE TONELADAS EN INVENTARIO

La industria brasileras de fertilizante enfrenta un período de pico de demanda con inventarios estimados en acerca de 6 millones de toneladas. La crisis financiera global afectó el sector el cual esperaba ventas record en 2008. La baja demanda ya ha causado una caída en los precios, pero el mayor problema para la industria es que no hay compradores.

Fuente: Canal Rural

EXPORTACIONES DE CAFÉ VERDE ALCANZAN SU PUNTO MÁS ALTO DESDE 2002

Las exportaciones de café brasileras alcanzaron 2.96 millones de sacos de 60 kilos en Octubre 2008, el nivel más alto desde 2002, una cifra la cual está cerca del record histórico mensual, de acuerdo a la Secretaría de comercio Exterior (SECEX). Altas exportaciones como esta son el reflejo de la gran cosecha 2008-2009 estimados por CONAB en 45.8 millones de sacos.

Fuente: Reuters

COFFEECLUB NETWORK

Conectando el mundo del café!

Acceso al sitio:

www.coffeclubnetwork.com

- foros de discusión
- últimas noticias del café
- promova su compañía
- divirtase!



LOS MÁS BAJOS INVENTARIOS DESDE 2003

Los inventarios públicos de café en Brasil han alcanzado su nivel más bajo en cinco años, sumando 168,400 sacos, un volumen 37% menor que en 2003. Esto no constituye un hecho aislado: los inventarios mundiales han seguido una tendencia a la baja desde 2006 debido a la producción estable en años recientes conjuntamente con un gradual incremento en el consumo mundial de café, reportan los analistas.

Fuente: Gazeta Mercantil

LA REGIÓN DEL NORTE PIONERO DE PARANÁ LANZA UNA NUEVA MARCA DE CAFÉ VERDE

La marca "Café do Norte Pioneiro do Paraná" fue lanzada durante la 1ª Feria Internacional del Café (Ficafé) en Jacarezinho, en Noviembre 2008. La iniciativa viene de la Asociación de cafés Especiales del Norte Pioneiro de Paraná y apunta a agregar valor a la producción local, asociando la nueva marca con los cafés de alta calidad de la región. La región del norte Pioneiro representa 40% de la producción total de Paraná, con una producción anual de 1 millón de sacos.

Fuente: Folha de Londrina



STARBUCKS ABRIRÁ EN RIO DE JANEIRO

Con 13 cafeterías en São Paulo y una en Campinas, Starbucks ahora abrirá su primera tienda en Rio de Janeiro. A pesar de los problemas de la compañía en todas partes, el negocio en Brasil va bien. Starbucks planifica abrir tres tiendas más hasta el final de 2008, totalizando 17 tiendas en el país. Para los propietarios locales de cafeterías en Rio, la llegada del gigante del café será una oportunidad para crear más conciencia acerca del café y los nuevos consumidores, tales como los jóvenes y los turistas que visitan la ciudad.

Fuente: Jornal do Comércio / RJ

Imágenes del mes



ENCAFÉ 2008: Nathan Herszkowicz presentando el "Super Café" y Carlos Brando hablando del "nuevo consumidor" al rededor del mundo



Imágenes enviadas por GSB2 (www.gsb2.com.br) de Espírito Santo do Pinhal - Brasil
GRACIAS!

Por favor, envíe su imagen a nosotros: confidential@peamarketing.com.br

¿TRAERÁ LA CRISIS GLOBAL EL DESENLACE DE LA PARADOJA DEL CAFÉ ESPECIAL Y PRESENTARÁ NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTORES?

En años recientes los productores han sufrido de lo que yo he llamado “la paradoja del café especial”. El volumen del café especial vendido por los productores a importadores está creciendo lentamente pero el volumen del café especial comprado por los consumidores en países importadores está creciendo rápidamente. ¿Cómo puede ser esto posible? ¿Cuál es la razón para esta paradoja? La explicación se sostiene en las diferentes definiciones de lo que es el café especial.

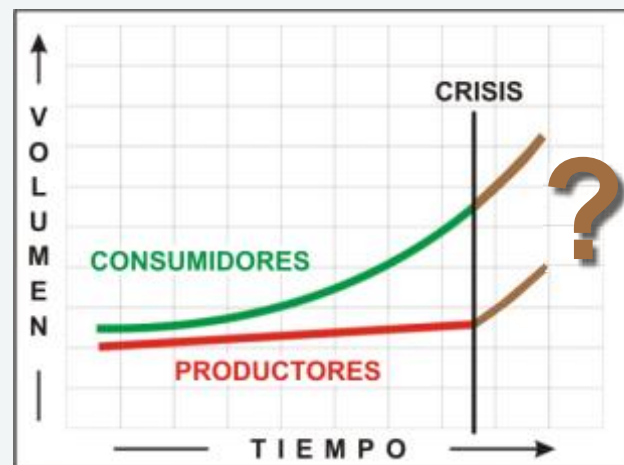
Los compradores, comercializadores y los importadores, le dicen a los productores que los cafés especiales están definidos por su calidad en la taza, por ejemplo, cafés que alcanzan los 80 puntos o más de acuerdo con la escala de cotación de la SCAA. No obstante, para los consumidores la definición de café especial se asocia a la forma en que el café es vendido y presentado. Para muchos consumidores todas las bebidas espresso, todo el café vendido en cafeterías y las nuevas bebidas de café se consideran como cafés especiales y estos consumidores están preparados a pagar más por estas bebidas, aunque su calidad no esté por arriba de los 80 puntos de la escala de la SCAA, tal como sucede usualmente.

Existe una acumulación de alto valor y gran crecimiento del lado del consumidor pero baja acumulación de valor y bajo crecimiento del lado del productor. De hecho hay una transformación de cafés comerciales a “cafés especiales”. ¿Cómo se puede resolver este problema para ayudar a que la acumulación de valor llegue al productor y hacer del mercado del café uno más sustentable?

Actualmente hay interesante evidencia preliminar con respecto a que la crisis global pueda reducir los impactos de la paradoja y produzca mejoras al productor. Aunque puede ser muy prematuro llegar a conclusiones, una tendencia ya detectada en los Estados Unidos indica que los consumidores están bebiendo más café de menor costo por taza en casa, en detrimento de las bebidas de café de mayor precio ofrecidas en las cafeterías. Durante los tiempos de crisis los consumidores tienden a prestar más atención al factor costo y no resulta difícil concluir que los ahorros obtenidos por el cambio al consumo en casa hace posible adquirir una máquina de espresso y consumir café especial de alta calidad expendido por kilo que comprarlo por taza. Esto puede llevar a un consumo más alto de cafés especiales de alta calidad por personas y por el desagüe, queriendo decir el café que es colado en casa y desechado porque no ha sido consumido.

El incremento en el consumo real de café especial tendrá que estar reflejado en cantidades mayores de importación de cafés especiales, por tanto restringiendo el proceso de transformación de los cafés comerciales a pseudo-café especiales. Este cambio en los patrones de consumo creará oportunidades interesantes para los productores de cafés especiales mientras que hará a la paradoja del café especial menos prevalente como resultado de la crisis global.

El cambio de cafetería al consumo en el hogar también es positivo porque indica que los consumidores no estarían buscando sustitutos de café o reduciendo su consumo sino más bien procurando maneras para mejorar los costos para mantener su consumo. Puede ser muy temprano para predecir si la crisis global reducirá el vigoroso crecimiento en el consumo mundial de café de años recientes. Sin embargo el escenario es muy diferente comparado con situaciones pasadas cuando el consumo cayó como consecuencia de las heladas o las sequías, que causaron que se incrementaran los precios del café de forma dramática. Los impactos de la actual crisis se expandirán sobre todas las bebidas, pero el café ahora es un sabor adquirido y un hábito mucho más fuerte que nunca antes.



Precios Brasileños

28 de Noviembre, 2008

Principales Regiones Productoras / Puerta de Finca

Arabicas Naturales (R\$/ sacos de 60kg)	
Cerrado-MG, calidad promedio buena T.6	267,00
Mogiana-SP, calidad promedio buena T.6	267,00
Sur de Minas, calidad promedio buena T.6	265,00
Arabicas Semi-lavados (CD) (R\$/ sacos de 60kg)	
Cerrado-MG	275,00
Sur de Minas	275,00

Conilon/ Robusta (R\$/ sacos de 60kg)	
Colatina-ES calidad promedio buena	220,00

BM&F (US\$/ 60 kg)	
Dic 2008	121,00
Mar 2009	130,00
May 2009	132,90

Real R\$/ Dólar US\$	
28 de Noviembre	2,31

TECNOLOGÍA DE ELEVADOR DE CANGILONES Y EL RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN

Los elevadores de cangilones son usualmente conceptuados como componentes menores en las plantas procesadoras de café, y la mayor atención es puesta en la selección de las máquinas mismas. Por supuesto la maquinaria es el corazón de cualquier planta procesadora de café - beneficio húmedo, secado, beneficio seco - pero sin elevadores eficientes la operación toda de la planta puede estar comprometida, con riesgos que van desde daño físico a los granos de café a paradas frecuentes y reducción de la producción.

Los elevadores de cangilones son equipos mucho más sofisticados de lo que usualmente se piensa. Considerando el alto precio del café en comparación con otros granos, resulta importantísimo evitar el daño físico en su transporte de una máquina a otra. Esto requiere control de la velocidad de la correa del elevador, diseñar apropiadamente el sistema de alimentación y descarga (por ejemplo, la base y el cabezal) y la adecuada escogencia de las poleas. La capacidad y eficiencia de un elevador también están relacionadas a los parámetros de diseño mencionados arriba, en especial la forma del cangilón y el sistema de alimentación. Finalmente, los diferentes productos de café - cereza, pergamino u oro, húmedo o seco - requieren un criterio de diseño diferente.

No es de sorprender que Pinhalense tenga varias líneas de bases y cabeza de elevadores, una amplia gama de poleas con diferentes diseños y materiales, y diferentes tipos de cangilones. Estos elementos se conjugan para crear los elevadores que mejor se adaptan a los diferentes tipos de café a ser transportados. No es inusual tener dos o hasta tres tipos de elevadores en la misma planta procesadora porque los productos de café a menudo cambian como resultado de su procesamiento, por ejemplo, de pergamino húmedo a seco, café pergamino a café oro, etc.

El número de escogencias mencionadas arriba y la necesidad de individualizar los elevadores en relación a los productos de café para ser transportados, indican cuan ingenuo puede ser el uso en un beneficio de café de elevadores de cangilones que han sido diseñados para granos u otros productos. Asimismo, es ingenuo, más bien preocupante, que se tengan elevadores hechos por un taller no especializado con el objetivo de ahorrar dinero. Este tipo de actitudes puede comprometer la inversión en maquinaria sofisticada y retrasar el tiempo de retorno de la inversión.

Otro aspecto de la tecnología de los elevadores de cangilón se refiere a como los mismos son acoplados a las máquinas que alimentan o reciben el café. Algunos parámetros deben ser considerados: tipo de producto de café, nivel de humedad, grado de impurezas presentes, puntos de alimentación y descarga y sus respectivas alturas, capacidad de producción de la máquina, etc. Si estos parámetros no se toman en serio existe un alto riesgo de que la maquinaria no operaría a completa capacidad o hasta se atoraría y pararía la línea completa de producción.

Existen muchas plantas procesadoras de café que tienen silos los cuales no pueden ser llenados a su completa capacidad y máquinas que no pueden entregar su completa producción debido a problemas relacionados con una pobre selección o diseño de los elevadores de cangilón. A lo mejor deberíamos en un próximo número de Confidential ahondar en detalles y explicar porqué los elevadores Pinhalense algunas veces son referidos como muy altos cuando de hecho tienen la altura correcta para así asegurar la optimización de las máquinas las cuales conectan.



Para mayor información contáctenos
P&A International Marketing
E-mail peamarketing@peamarketing.com.br

Número telefónico 55-19-3651-3233
Fax 55-19-3651-2887
Praça Rio Branco, 13 - Caixa Postal 83
13.990-000 - E. S. Pinhal - SP - Brasil