

# CONFIDENTIAL

SU MEJOR FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE EL NEGOCIO BRASILEÑO DE CAFÉ. EN ESTA EDICIÓN:

- PROMOVRIENDO EL CONSUMO COMO REMEDIO PARA LOS BAJOS PRECIOS DEL CAFÉ Y LA DECAYENTE SOSTENIBILIDAD... REVISITADO (pag. 3)
- NUEVO SISTEMA DE CONTROL DE SECADO PINHALENSE CON TRES PUNTOS DE MEDICIÓN DE TEMPERATURA (pag. 4)

## JOYAS Y OBJETOS DECORATIVOS CON DESECHOS DE CAFÉ

Una diseñadora brasilera ha estado creando accesorios conocidos como bio joyas y también objetos decorativos que sosteniblemente reúsan los desechos de café molido generados por las cafeterías. Se le agregan resinas vegetales a los desechos para convertirse en zarcillos, gargantillas, brazaletes, bandejas, ollas, y hasta material de revestimiento de paredes en un proceso en frío, que no requiere uso de energía. El trabajo artesanal recoge 15kg de desechos de café cada semana y los transforma en 50 piezas que son vendidas en-línea y en tiendas en Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas y Ribeirão Preto.

Fuente: ABIC



## COSECHA RÉCORD NO DEJA STOCK

Aunque Brasil registró una cosecha récord in 2018, las exportaciones y la demanda doméstica también han sido altas. Con las exportaciones estimadas en 38 a 40 millones de sacos en el ciclo 2018/2019 (julio a junio) y el consumo absorbiendo 22 millones de sacos, no habrá mucho café disponible en breve. La participación actual de Brasil en el mercado global de café es de 35%, de acuerdo a la Asociación Brasileira de Exportadores de Café (Cecafé).

Fuentes: CaféPoint y Folha de São Paulo

## EN 5 AÑOS BRASIL EXPORTA EQUIVALENTE A PRODUCCIÓN MUNDIAL

Las exportaciones brasileiras de café alcanzaron 174,25 millones de sacos y generaron un ingreso total de US\$ 28,62 billones en los últimos cinco años, 2014 a 2018. Las exportaciones de 2017 totalizaron 31 millones de sacos con un ingreso de US\$ 5,25 billones, mientras que 35,6 millones de sacos fueron exportados en 2018, 15% más pero con un menor (casi igual) ingreso de US\$ 5,15 billones. A pesar de la falta de crecimiento en el ingreso entre 2017 y 2018, el café aún se encuentra entre los cinco primeros productos en el ranking brasileiro de agro-exportaciones: soya, carne, caña de azúcar, productos forestales y café.

Fuente: Embrapa Café

AÑO	SACOS (MILLIONES)	TOTAL (US\$ BILLÓN)	US\$/SACO	US CENTAVOS/LB
2014	36,43	6,61	181	1,37
2015	37,02	6,16	166	1,26
2016	34,27	5,45	159	1,20
2017	30,93	5,25	170	1,29
2018	35,61	5,15	145	1,10
TOTAL	174,25	28,62	---	---

## SISTEMAS DE IRRIGACIÓN DISPONIBLES PARA PEQUEÑOS PRODUCTORES

Una presentación en FENICAFE, Feria Nacional de Irrigación de Café, que se celebró del 19 al 21 de Marzo en Araguari, Minas Gerais, mostró como productores pequeños y de mediano tamaño pueden adoptar sistemas de ferti-irrigación para aumentar la productividad y bajar los costos de producción. En general, un productor tradicional de café puede cosechar de 30 a 40 sacos por hectárea en Brasil, mientras que con un paquete tecnológico incluyendo irrigación puede cosechar hasta 120 sacos/ha. Se requiere tecnología para hacer que los pequeños productores sean rentables y la irrigación es una forma de lograrlo.

Fuente: Fenicafé

## EMBRAPA RONDÔNIA PRESENTA NUEVOS CULTIVARES HÍBRIDOS

Diez nuevos cultivares híbridos clonales de café desarrollados por Embrapa Rondônia para la región Amazónica, que resultaron del cultivo de plantas de los grupos Robusta y Conilon, serán presentados a los productores de café, propietarios de viveros y técnicos, en abril. La meta es unir fuerzas de investigación, extensión rural, gobierno estatal y productores para desarrollar aún más el café en la región y aumentar la producción sostenible. Los nuevos clones híbridos son adaptados a las condiciones de la cuenca del Amazonas y presentan alta productividad – más de 100 sacos/ha – y son resistentes a la Roya.



Fuente: Embrapa

## PREVENCIÓN CONTRA NEMÁTODOS EN PRODUCCIÓN DE PLÁNTULAS DE CAFÉ EN RONDÔNIA

La Agencia de Agricultura, Silvicultura, y Protección Sanitaria de Ganadería de Rondônia ha implementado un programa de prevención para controlar la diseminación de los nemátodos (*Meloidogyne* spp.) vía plántulas de café. Efectos positivos tales como mejoramientos en la estructura física y en las prácticas culturales adoptadas por los productores de plántulas, ya han sido observados. Mientras que aproximadamente 5% de las plántulas de café no estuvieron aptas para su comercialización debido a la contaminación por nemátodos en 2017, ese número cayó a 1% en 2018, una clara indicación de los beneficios del programa.

Fuente: Notícias Agrícolas

## CADENA BRASILEIRA DE TIENDAS INVERTIRÁ EN OPERACIÓN DE TOSTADO

Santo Grão, una cadena brasileira de cafés especiales, invertirá R\$ 1 millón (US\$ 265.000) en una planta de tostado en las afueras de la ciudad de São Paulo. La idea es suministrar el producto tostado a sus ocho tiendas y también tostar para otros clientes. La operación tendrá la capacidad para procesar 20 toneladas de café al mes, de las cuales 6 toneladas irán a la cadena misma. Santo Grão subcontrató el tostado hasta ahora; su expectativa es mejorar la ya alta calidad del café que sirve contando con su propia operación de tostado.

Fuente: Valor

## GCP BRASIL PRESENTA LOGROS Y PLANES EN SEMINARIO DE SOSTENIBILIDAD OIC-GCP EN NAIROBI

Marcos Matos de Cecafé expuso la Iniciativa de Miembros brasileira de la Plataforma Global del Café sobre el uso Responsable de Agroquímicos, y el consultor Aguinaldo Lima de ABDI reportó sobre el singular plan para crear la primera Indicación Geográfica Sostenible que usará el Currículo Brasileiro de Sostenibilidad del Café de GCP.

Fuente: CeCafé

## PROMOCIÓN DE CONSUMO DE CAFÉ PARA SUPERAR CRISIS

Hubo una propuesta en el previamente mencionado evento de FENICAFE para establecer una estrategia enfocada en la promoción del consumo en asociación con otros países productores para contrarrestar los actuales precios bajos del café. La promoción del consumo debería ser la forma de movilizarse porque los excedentes de suministro son cíclicos y las soluciones milagrosas no funcionan. La crisis de precios también fue un tema importante en las reuniones de la OIC en Nairobi, donde las delegaciones de los países exportadores/productores enfatizaron la importancia fundamental de la promoción del consumo doméstico para contrarrestar los bajos precios. El Foro Mundial de Productores de Café, a celebrarse en Campinas, Brasil en julio, ha escogido la promoción del consumo como el tema de uno de sus tres principales paneles.

Fuentes: ABIC y CNC

## Precios Brasileños

Principales Regiones Productoras / Puerta de Finca

29 de Marzo de 2019

Arabicas Naturales (R\$/sacos de 60 kg)		Conilon / Robusta (R\$/sacos de 60 kg)		[B]3 ex-BM&F (US\$/60kg Arabica)		Real R\$ / Dólar US\$	
Cerrado MG	380,00 ↓	Colatina-ES calidad mediana	296,00 =	Mar 2019	115,00 ↑	29 Mar 2019	3,92 ↑
Mogiana	375,00 ↓			Sep 2019	117,70 ↓		
Sur de Minas	375,00 ↓			Dic 2019	120,90 ↓		
Arabicas Semi-lavados (R\$/sacos de 60 kg)							
Cerrado MG	395,00 ↓						
Sur de Minas	390,00 ↓						

+ 5.3%

Fuente:

www.qualicafex.com.br

## PROMOVIENDO EL CONSUMO COMO REMEDIO PARA LOS BAJOS PRECIOS DEL CAFÉ Y LA DECAYENTE SOSTENIBILIDAD... REVISITADO

La promoción del consumo como un antídoto para los actuales bajos precios del café, con énfasis en el potencial de crecimiento en China e India, fue a menudo mencionada en las recientes reuniones de la OIC sostenidas en Nairobi. El Comité de Promoción y Desarrollo de Mercado de la OIC recomendó que la organización debería actualizar su Guía para Promover el Consumo de Café en Países Productores, originalmente creada en 2004.

Como lo presenté al Comité, ha llegado el momento de actualizar la Guía para incorporar experiencias de programas y acciones que lo usaron; para dar cuenta de los cambios en el “ambiente” – mundo digital, mercado de café, preparación del café y demografía –; y para beneficiarse de otras tendencias y oportunidades, por ejemplo, los factores detrás del crecimiento en países que no tienen programas para promocionar el consumo, y el posible uso de la sostenibilidad para estimular el consumo. Tan larga como esta lista puede ser, merece mucha consideración.

¿Es la sostenibilidad un argumento válido a ser explorado para promover el consumo de café? Mientras que la sostenibilidad a menudo se aborda desde su perspectiva negativa de no estar contemplada en la producción en algunas áreas, quiero tener una visión positiva y argumentar que el mundo se pudiera mejorar si se consumiera más café. Cuanto más café se consume, mayor la oportunidad de que el precio pagado por el consumidor ayude al productor y a los trabajadores detrás de las 12 millones de fincas de café en el mundo a producir más sosteniblemente, económicamente, social y ambientalmente. ¿Resulta esto muy difícil?

¿Pueden, las mismas exitosas coaliciones pre-competitivas de la industria que estuvieron detrás de los programas exitosos para promover el consumo del café en países productores como Brasil, Colombia y otros, ser usadas en mercados tradicionales, consolidados como Europa, donde tasas de crecimiento del consumo son las menores de cualquier región? ¿Es esto alcanzable? ¿Cuáles son las precondiciones para hacer esto? Los esfuerzos precompetitivos de estas coaliciones pueden ser críticos para apoyar ideas promocionales, tales como los beneficios de la sostenibilidad en áreas productoras de café o los impactos positivos del consumo de café sobre la salud y el bienestar.

Volviendo a los países productores. ¿Es el papel de los productores y sus asociaciones iniciar programas, o esto debería ser hecho por la cadena de suministro como un todo, con la industria y los minoristas al frente, como propuesto por la Guía de la OIC? Tan importante como es que la industria lidere los esfuerzos en los países productores, esto es mucho más crucial aún en China e inclusive en India, donde el tamaño del consumo potencial puede bien extrapolar la producción local. Así mismo, los esfuerzos no deberían estar restringidos a estos países, sino incluir otras áreas como África, donde una población joven y en rápido crecimiento ligada a un bajo consumo per cápita apunta hacia un gran potencial de crecimiento.

En último lugar, pero no de menor importancia, es crucial entender en cuál ola u olas de café se encuentra un país y cuáles ingresos disponibles están a la orden para sintonizar adecuadamente los programas de promoción a las expectativas del consumidor, así como la disponibilidad para pagar, a fin de que estas iniciativas no fracasen por completo o no alcancen los resultados que pudieran lograrse.

A pesar de lo difícil que pueden ser los desafíos, existe suficiente evidencia a escala real para justificar enfrentarlos. Estos son los casos de Brasil, cuya exitosa experiencia motivó la preparación de la Guía de la OIC en primer lugar; Colombia, cuyo uso ejemplar de la Guía demostró que funciona; y Estados Unidos e Indonesia, donde el consumo recientemente ha aumentado de forma considerable sin programas de promoción. Las estrategias para crecimiento sin programas deberían también estar incluidas en la Guía actualizada de la OIC.



## NUEVO SISTEMA DE CONTROL DE SECADO PINHALENSE CON TRES PUNTOS DE MEDICIÓN DE TEMPERATURA

- Simulación de condiciones de secado al sol en un ambiente controlado
- Control automático de temperatura en la masa de café
  - menor oscilación de temperatura
  - curvas de temperatura personalizadas
- Mejor control de la calidad del café
- Menor tiempo de secado
- Menor consumo de combustible

**VÉALO TRABAJANDO  
EN EL STAND DE PINHALENSE NR. 770  
EN LA SCA**

