

# CONFIDENTIAL

**SU MEJOR FUENTE DE INFORMACIÓN SOBRE EL NEGOCIO BRASILEÑO DE CAFÉ... Y MUCHO MÁS. EN ESTA EDICIÓN:**

- ¿CÓMO HACER QUE LA "IDENTIDAD DE SU CAFÉ" LLEGUE AL CONSUMIDOR FINAL? (pg. 3)
- ¿UN CLASIFICADOR DE TAMAÑO (Y FORMA) PARA CADA ORIGEN? (pg. 4)

## **ALERTA DE HELADAS EN REGIONES CAFETALERAS DE BRASIL**

Las principales regiones cafetaleras brasileñas fueron golpeadas por una helada de moderada a baja intensidad a finales de Junio. Los daños ocurrieron en las regiones norte de Paraná y suroeste de São Paulo, en especial en las tierras bajas. Algunas plantaciones localizadas al Sur de Minas Gerais y en la región de Mogiana de São Paulo también reportaron daños menores en áreas de baja altitud. De acuerdo a los expertos, los productores deben estar alerta a nuevas heladas en Julio, poniendo especial atención en las nuevas plantaciones.

Fuentes: Iapar, Estado de São Paulo y P&A



## **HOMBRE Y TECNOLOGÍA JUNTOS EN FERIA EXPOCAFÉ 2011**

La mayor feria brasileña de tecnología cafetalera, celebrada anualmente en la municipalidad de Três Pontas, Minas Gerais, convocó a más de 20.000 visitantes este año. Las transacciones comerciales alcanzaron R\$ 228 millones (US\$ 150 millones), un incremento de 145% en comparación con 2010. El tema especial de este año fue "hombre y máquina en la riqueza nacional". Diferentes tipos de maquinaria como cosechadoras y equipo de procesamiento pos-cosecha fueron presentados durante el evento. Los productores tuvieron la oportunidad de ver los equipos trabajando en más de 20 pruebas en campo que tuvieron lugar durante el evento.

Fuentes: CNC y Polo de Excelência de Café



## **PINHALENSE ESPERA VENTAS RECORD GENERADAS EN EXPOCAFÉ**

Pinhalense tuvo un stand grande en ExpoCafé en donde exhibió una amplia gama de maquinaria desde desbrozadoras a equipo de procesamiento de café. Las ventas de Pinhalense relacionadas con su participación en el evento deben exceder los US\$ 15 millones, un monto mayor que en previos ExpoCafés. La innovación tecnológica y los altos precios del café están empujando las ventas de Pinhalense a niveles sin precedentes.

Fuente: P&A

## **CONSUMO FUERA DEL HOGAR EN ALZA EN BRASIL**

El último estudio de ABIC sobre las tendencias de consumo de café en Brasil revela que cada día más gente está bebiendo café en las calles. El consumo fuera del hogar ha crecido de 14% en 2003 a 57% en 2010. El hábito de beber café en panaderías se ha incrementado en más de 300% a lo largo de los últimos ocho años. El estudio también muestra que 90% de los jóvenes colocan el café entre sus bebidas favoritas; a los jóvenes consumidores en las ciudades más grandes les gusta tener bebidas calientes y frías de café, preferiblemente en cafeterías.

Fuentes: Peabirus y Portal Espresso

## **MARCA DE COSMÉTICOS KAPEH ABRIRÁ TIENDAS**

Kapeh, la línea brasileña de cosméticos fabricados con café, planea abrir tiendas exclusivas en 2012, comenzando en Minas Gerais. Hoy, el portafolio de la compañía incluye 50 tipos de productos entre jabones, lociones y champú vendidos en 16 estados en Brasil, además de en su tienda virtual.

Fuente: Brasil Econômico

## **BRASIL DUPLICA EXPORTACIONES DE CAFÉ DE ALTA CALIDAD**

De acuerdo con CeCafé, las exportaciones brasileñas de cafés de alta calidad se han duplicado en los últimos cuatro años, de 1,9 millones de sacos en 2006 a 3,9 millones de sacos en 2010. Los Cafés de Brasil son usados en mezclas refinadas alrededor del mundo, siendo Brasil el principal suplidor a compañías tostadoras de alta calidad como Illycaffé.

Fuente: Folha de São Paulo

## **CRECEN LOS MERCADOS PARA EL ROBUSTA BRASILEIRO**

Pareciera que Brasil será el principal candidato para suplir al creciente mercado de cafés Robustas mundialmente. Aunque el área plantada con Conilon se ha mantenido estable en el país, los rendimientos han crecido considerablemente en años recientes debido a mayores inversiones en desarrollo, tecnología e irrigación. La producción de Robusta en Brasil puede subir a 17 millones de sacos de los actuales 11 a 12 millones de sacos. Vietnam, el principal productor de Robusta hoy día, está mostrando señales de estabilidad, con la necesidad para renovar sus plantaciones.

Fuentes: 4º Brazilian Coffee Dinner y Forum

## **PRODUCTORES DE CAFÉ INVIERTEN EN CALIDAD Y RENDIMIENTOS**

Los productores de café en diferentes regiones de Brasil se están beneficiando de los altos precios para invertir en tecnología para mejorar la calidad y los rendimientos. De acuerdo con CEPEA, un instituto investigativo ligado a la Universidad de São Paulo (USP), el grueso de las nuevas inversiones está yendo a tecnología con los productores en sólo algunas áreas, por ejemplo, en el Cerrado de Minas Gerais, invirtiendo en nuevas áreas cafetaleras.

Fuente: CEPEA

## **ESCASEZ LABORAL ALCANZA AL ESTADO DE ESPIRÍTO SANTO**

Antiguamente restringida a los estados de São Paulo y Minas Gerais, la falta de mano de obra para cosechar el café ha alcanzado al estado productor de Robusta de Espírito Santo. De acuerdo a las cooperativas locales, el problema es causado por la competencia con los trabajos mineros y urbanos. En Minas Gerais, los trabajadores ganan 46% más por día trabajado que en la cosecha de 2010.

Fuente: Folha de São Paulo

## **NUEVA GENERACIÓN DE PRODUCTORES DE CAFÉ**

Un grupo de jóvenes empresarios en Brasil está reinventando las formas de hacer negocios en café. Los hijos e hijas de los productores tradicionales de café, han crecido en grandes ciudades, fueron a la universidad y regresaron para comenzar sus propios negocios en el campo. Esta nueva generación está manejando con éxito compañías tostadoras y de comercio, hasta tiendas virtuales que venden café y accesorios. Estos jóvenes han encontrado una forma de agregar valor al café producido por sus padres y abuelos y antes vendido como café verde.

Fuentes: Isto É Dinheiro Rural y P&A



## **REGIÓN DE POÇOS DE CALDAS TIENE EL CLIMA IDEAL PARA VARIEDAD BOURBON**

Durante un reciente evento en Brasil, el director de Nespresso para América Latina dijo que la región alrededor de la municipalidad de Poços de Caldas, Minas Gerais, es la mejor del mundo para la producción de café de la variedad Bourbon. Los suelos volcánicos y la altitud son las principales razones, pero el compromiso de los productores y su "know-how" también son muy importantes. Como parte del evento, "Fazenda Recreio", una finca en la circundante municipalidad de São Sebastião da Gramma, estado de São Paulo, recibió visitantes en sus plantaciones centenarias de café.

Fuente: Hoje em Dia

## **BRASIL TIENE EL MENOR AUMENTO EN CONSUMO DE PESTICIDAS**

En el período de 2004 a 2009, Brasil fue el país que registró el mayor incremento en producción de alimentos, 44,5%, mientras que el consumo de pesticidas creció sólo 1,5%. Rusia estuvo en segundo lugar, incrementando su producción en más de 22%, pero con un aumento de 28% en el uso de pesticidas. Los avances en la producción brasilera de alimentos ocurrieron a causa de los mayores rendimientos, ya que el área cultivada creció sólo 4% en el mismo período.

Fuente: Folha de São Paulo



## Fotos del mes

### 28 DE JUNIO - DAÑOS DE LA HELADA EN BRASIL



Fuente: Cafépoint. Fotos de Marco Antonio Jacob. Campestre - Minas Gerais.



## ¿CÓMO HACER QUE LA "IDENTIDAD DE SU CAFÉ" LLEGUE AL CONSUMIDOR FINAL?

Crear una estrategia de mercadeo para una finca cafetalera, un café de origen único, o inclusive para toda una región productora de café no es una tarea fácil. Uno de los errores más comunes es tratar una estrategia de mercadeo sólo como publicidad. El otro es usar estrategias que solamente son aplicables a productos industriales. La diferencia es que su marca, la "identidad de su café", tendrá que pasar por una larga cadena para alcanzar las tazas y las papilas gustativas de los consumidores finales.

También es común ver cooperativas, asociaciones y fincas tratando de comunicarse con los consumidores finales. Esto pareciera una buena iniciativa a primera vista pero usualmente resulta ingenuo, costoso y no suficientemente eficiente para capturar la atención de los consumidores quienes inclusive están cada vez más ocupados. Un mucho mejor planteamiento es comunicarse con su real cliente, ya sea la cafetería, el tostador, el importador o el exportador/comercializador, manteniendo en mente que lo más abajo que usted llegue en la cadena, mejor su mensaje será transmitido y mayor la prima para los precios.

Los mensajes se van quedando en el camino de la cadena porque los participantes/clientes, no pueden ver como sus valores esenciales, es decir, la identidad de su café, puede ayudarlos a agregar valor a su propia estrategia. Por supuesto, todos estamos de acuerdo en que los cafés especiales, con historia, valores compartidos y calidad, deberían contar con primas especiales para sus precios. Pero el precio con prima es el resultado final que sólo puede ser obtenido cuando sus clientes claramente perciben su valor, la identidad de su café.

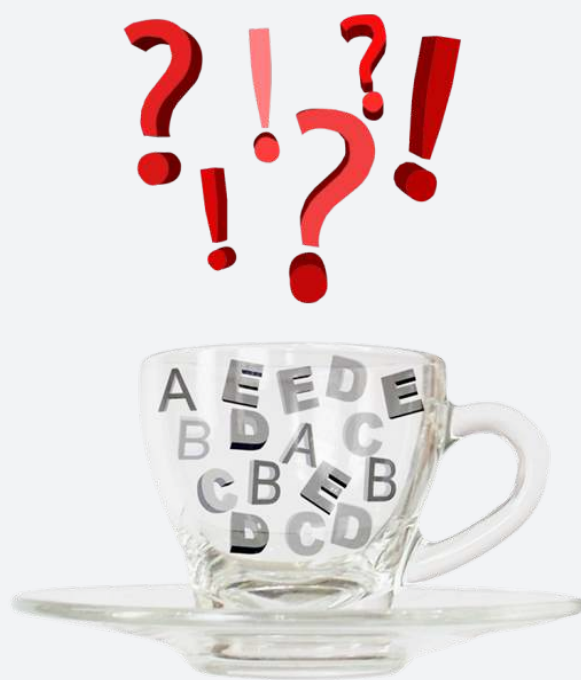
El primer paso para comunicarse con su mercado es entender lo que sus clientes verdaderamente requieren. Este es un asunto de posicionarse usted mismo como la mejor opción para responder a las demandas de sus clientes. ¿Necesita el mercado café para una mezcla? ¿Necesitan un café certificado/sostenible para mostrar compromiso a los consumidores? ¿Necesitan una opción rara de cafés especiales?

El segundo paso es ajustar su producción para no desviarse de los aspectos esenciales de calidad y suministro: (1) estabilidad del perfil de la taza, (2) consistencia en calidad y volúmenes en cada tipo de café producido; y (3) regularidad en la entrega, año tras año.

El tercer paso es mostrar a sus clientes que además de la calidad, su café también tiene valores. Es importante tener calidad, pero también es importante "vender" calidad, es decir, comunicarla adecuadamente al cliente. De igual importancia es entender que una vez usted comienza a vender su café, usted ya está mercadeando su producto y comunicándose con sus clientes de negocios. Por lo tanto, es mejor hacerlo de la forma correcta desde el comienzo.

Los consumidores perciben las diferencias en calidad en la taza y siempre tenderán a asociar estos atributos con el origen del producto, por ejemplo, vinos franceses, tabacos cubanos, cerveza alemana, etc. Si su estrategia de mercadeo es suficientemente exitosa para tener su origen (finca, asociación o región) identificada en el empaque, el consumidor será capaz de asociar los conceptos de marca y origen con los atributos de calidad. Los consumidores tienen disposición a pagar más por un café diferenciado, y cuando perciben claramente la identidad de su café, usted podrá recibir precios con primas.

¿Cuáles son sus valores esenciales, la identidad de su café? Si no los conoce aún, ya es tiempo de que comience con su tarea...



### Precios Brasileños

30 de junio, 2011

#### Principales Regiones Productoras / Puerta de Finca

Arabicas Naturales (R\$/ sacos de 60kg)	
Cerrado-MG calidad promedio buena T.6	485,00 ↓
Mogiana-SP calidad promedio buena T.6	480,00 ↓
Sur de Minas calidad promedio buena T.6	480,00 ↓
Arabicas Semi-lavados (R\$/ sacos de 60kg)	
Cerrado-MG	535,00 ↓
Sur de Minas	530,00 ↓

+ 10.3%

Conilon/ Robusta (R\$/ sacos de 60kg)	
Colatina-ES calidad promedio buena	215,00 ↓
BM&F (US\$/ sacos de 60 kg)	
Jul 2011	337,20 ↓
Sep 2011	336,55 ↓
Dic 2011	335,60 ↓
Real R\$/ Dolar US\$	
30 de junio	1,56 ↓

Fuente: www.qualicafex.com.br

## ¿UN CLASIFICADOR DE TAMAÑO (Y FORMA) PARA CADA ORIGEN?

Pinhalense no ha ido tan lejos como ofrecer un clasificador específico para cada país productor, pero sí ha personalizado la clasificación para responder a condiciones de producción y mercadeo de café alrededor del mundo.

La forma en que los cafés son mercadeados, en especial, pero también la distribución del tamaño, densidad y contenido de defectos afectan la clasificación y el tipo de clasificador a ser usado. Esta es la razón por qué Pinhalense ha mejorado a lo largo de las décadas sus líneas de clasificadores de tamaño y forma, desde la introducción de nuevas máquinas a nuevas características agregadas a las máquinas existentes. Las ventas de Pinhalense y su exposición en más de 80 países en los 5 continentes, así como el completo conocimiento del procesamiento de café que ha adquirido en estos orígenes, han sido esenciales para este proceso de continuo desarrollo.



Pinhalense ofrece hoy líneas de clasificadores con flujo descendente o ascendente, caja doble o individual para una carga simple, doble o cuádruple, 3 a 8 cribas clasificadoras (redonda, ranurada o especial) organizadas en una variedad de formas, y capacidades que van desde 0,3 a 14 toneladas/hora. Desde la capacidad a la precisión de clasificación a soluciones para problemas específicos, Pinhalense ofrece clasificadoras que acomodan todas las necesidades de sus clientes.

Por favor contacte al experto Pinhalense más cercano si usted está confundido por las tantas opciones mencionadas. El representante Pinhalense analizará sus propias necesidades de clasificación de café y, conjuntamente con el Departamento Técnico de Pinhalense, suministrará la mejor solución y recomendará la clasificadora Pinhalense adecuada para sus condiciones y retos específicos.

Los expertos Pinhalense también le mostrarán como usando la clasificadora Pinhalense adecuada puede ayudarlo a mejorar la eficiencia de la separación densimétrica y la clasificación por color para remover los defectos y categorizar aun más su café de acuerdo a la calidad. Su inversión en seleccionadoras electrónicas – la máquina individual más costosa en la cadena de procesamiento del café – puede ser dramáticamente reducida usando la clasificadora Pinhalense escogida para las condiciones específicas de su país y sus cafés y los requerimientos de sus mercados. La elección correcta de las clasificadoras puede dejar una gran impresión en sus clientes y reducir el riesgo de rechazo de los lotes de café.

Los cafés de África, Asia, Latinoamérica y otros lugares tienen retos de clasificación específicos. Los cafés de la mayoría, si no de todos los países, tienen requerimientos que son únicos. Los mercados destino por el contrario, tienen sus propias especificaciones de clasificación. Combine todas estas necesidades y cada caso es una problemática en sí: ¡Pinhalense está lista para abordar su propio caso!

**Más información acerca de las máquinas Pinhalense en el sitio: [www.pinhalse.com.br](http://www.pinhalse.com.br)**