



NUEVOS PROCESOS PARA EL CAFÉ Y CONSUMO INTERNO

Convención Nacional del Café y Cacao
Carlos H. J. Brando
27 mayo 2022



SOBRE LA P&A



- Actuación global en diversos sectores del agronegocio
- Más de 25 años en el mercado
 - Carmomaq
- Áreas de actuación
 - consultoría
 - trading
- Empresas del grupo
 - GSB2
 - Qualicafex
 - Exotic
 - Finca Santana



CLIENTES DEL GRUPO P&A



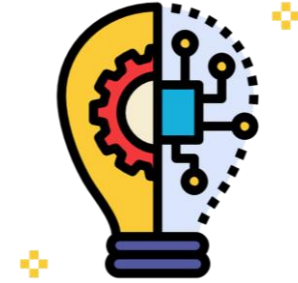
Conselho Nacional do Café



CALIDAD



TECNOLOGÍA



ECONOMÍA

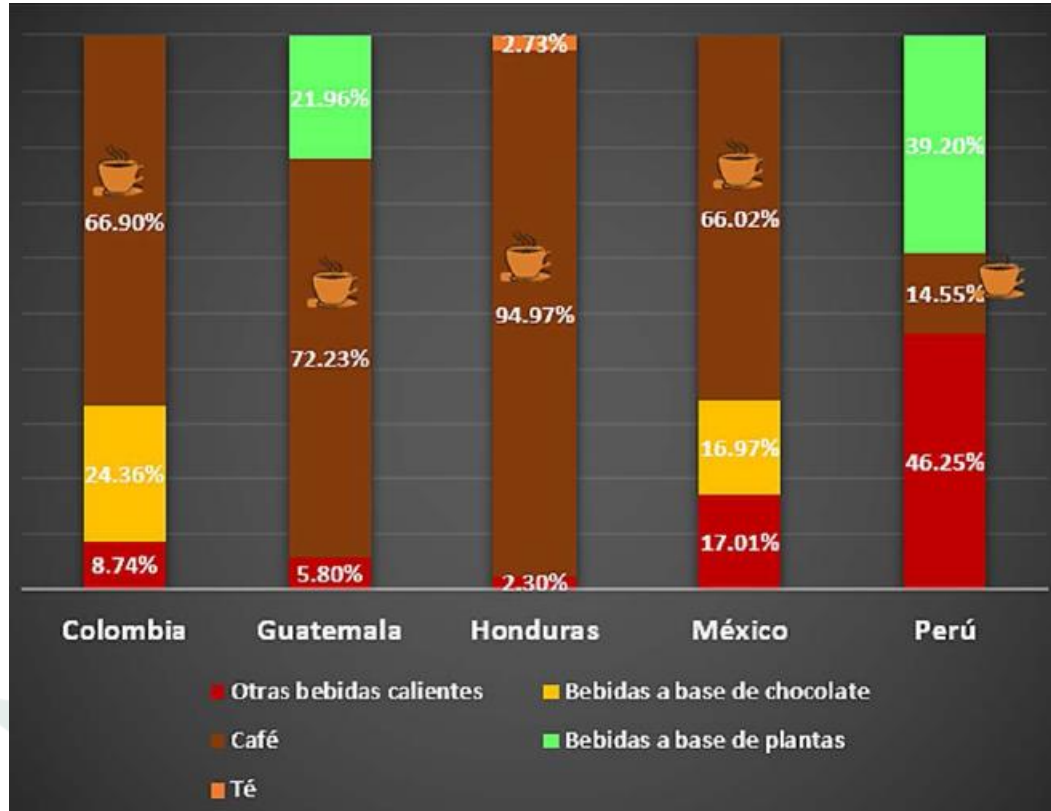


SOSTENIBILIDAD



CONSUMO EN PERÚ Y OTROS PAÍSES

Países productores selectos. Bebidas calientes. Composición de volumen de consumo (millones de litros) 2021



Elaborado por AMS 2021. Fuente: Euromonitor 2021

¿CUÁL ES EL MODELO PARA PERÚ: PAÍSES LATINOS, BRASIL, ASIÁTICOS?

LA ESCALERA DEL CAFÉ DE P&A



MERCADO DEL CAFÉ

ESPECIALES

- Calidad
- Fidelidad
- Consistencia

TIENDAS, TERCERA Y CUARTA OLAS

DIFERENCIADOS

- Volumen consistente
- Fidelidad/sociedad
- Calidad

CADENAS NACIONALES E INTERNACIONALES
MONODOSIS/CAPSULAS

COMERCIALES

SOSTENIBLES

MICRO
LOTES

¿MEZCLAS
MUNDIALES?

LAS OLAS DEL CAFÉ

1ª OLA

- Séc XIX y XX
- Popularización del café
- Café como coadyuvante
- Café con la comida
- Espresso surge en Europa (años 60)



2ª OLA

- 1980 - 2000
- Tiendas de café se popularizan
- Una nueva manera de consumir café
- Nuevas bebidas
- Baristas se destacan



LAS OLAS DEL CAFÉ

3ª OLA

- Valoración de la experiencia
- Granos de alta calidad
- Microlotes / orígenes / tuestión
- Consumidores + informados
- Nuevos métodos de preparación



4ª OLA

- Consumidor más cerca del productor
- Control y procesos en la finca...
... pueden influir en la bebida/taza
- Café producido por encargo



LAS OLAS DEL CAFÉ

1ª OLA



2ª OLA



3ª OLA



4ª OLA



Café en los hogares

Tiendas Especiales

Experiencia

LAS DISTINTAS REALIDADES DEL CONSUMO

1ª OLA



2ª OLA



3ª OLA



4ª OLA



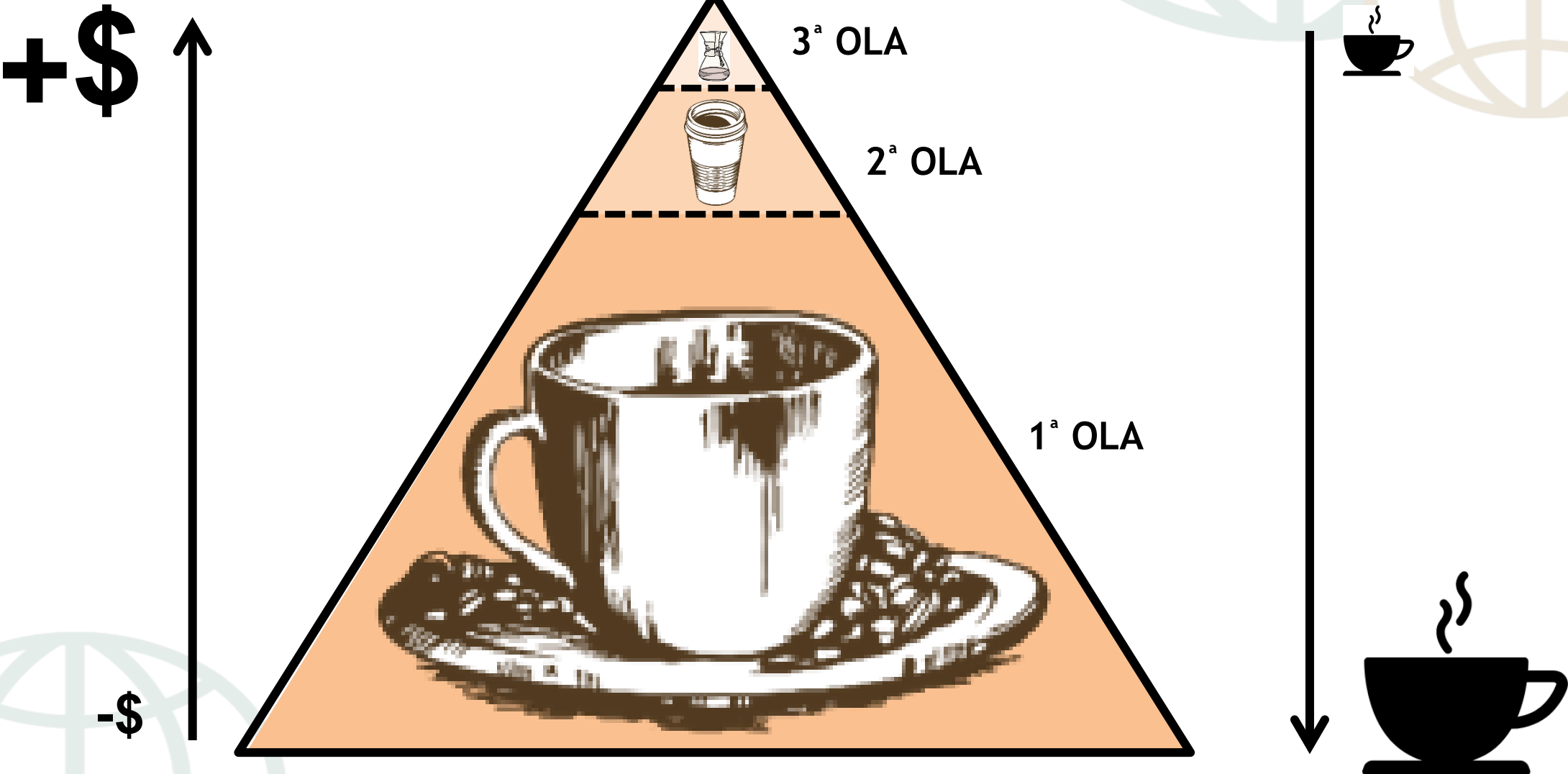
Países con poca cultura del consumo de café

Países en donde las tiendas se popularizan

Países con más cultura de consumo, consumidores exigentes

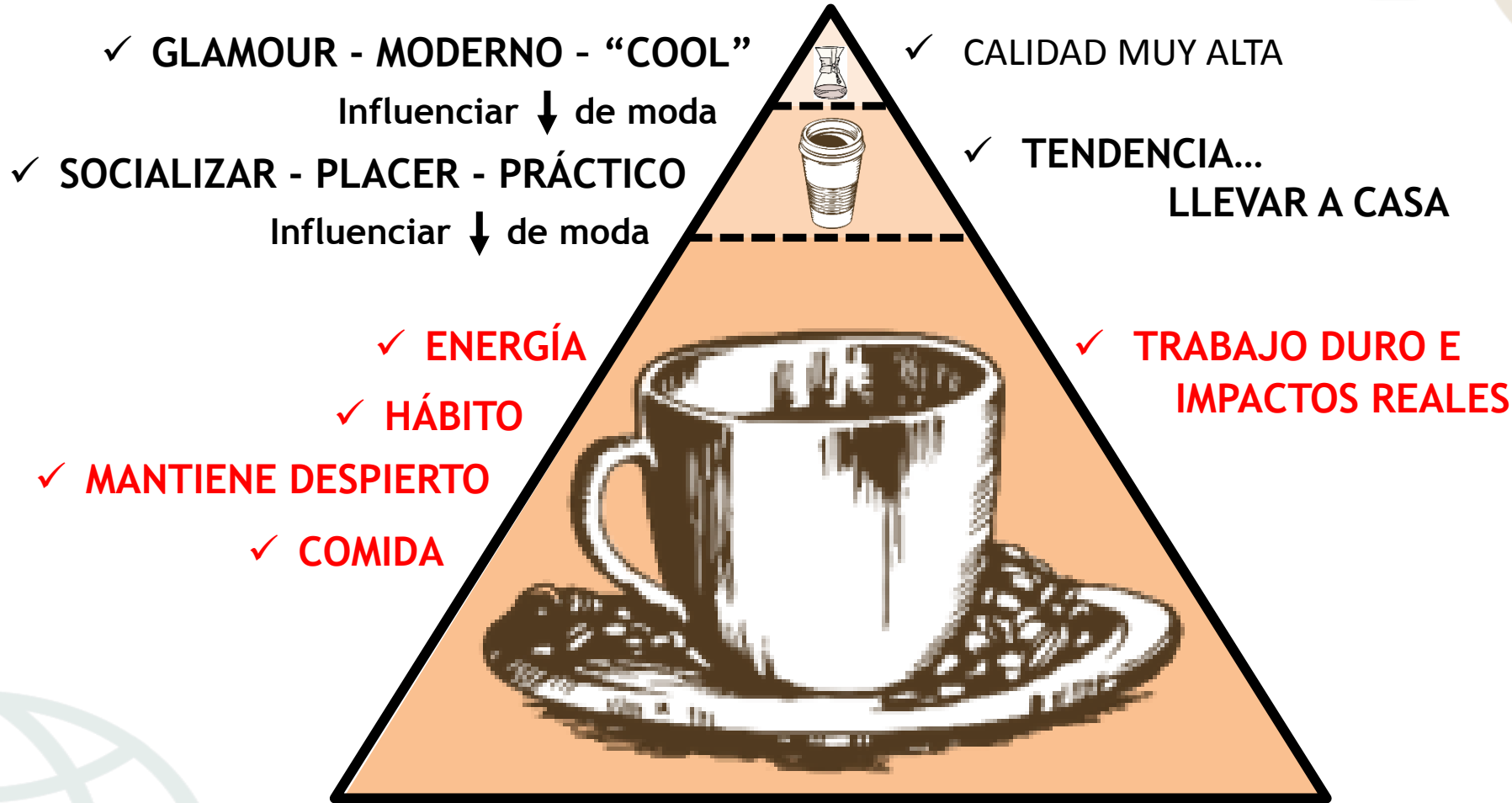
CONSUMIDORES ESTÁN EN DIFERENTES OLAS DEPENDIENDO DEL ESTRATO DE INGRESO

ROMPIENDO PARADIGMAS: ¿EN CUÁL OLA ESTAMOS?



PIRÁMIDE DE DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS

OLAS SUPERIORES INFLUENCIAN OLAS INFERIORES (¡HASTA CIERTO PUNTO!)



EDUCAR PARA MEJORAR LA CALIDAD
CALIDAD ES PROPORCIONAL AL INGRESO

UN BRAVO NUEVO MUNDO DE PROCESAMIENTO

-LAVADO

-DESPULPADO NATURAL/ HONEY

-VERDE Y SOBRE-MADURO DESPULPADO

-NATURALES EN TODO LUGAR

-NUEVAS FORMAS DE FERMENTACIÓN

ECOLÓGICO Y SOSTENIBLE

MITO:
"ESPECIALIZACIÓN"
- POR PAÍS
- POR REGIÓN

LAVADO

- Principal producto peruano
 - exportación
 - consumo local
- Remoción del mucilago
 - fermentación
 - mecánica
- Ahorro de agua
- Mercados
 - especiales
 - diferenciados
 - comerciales



HONEYS (DESPULPADOS NATURALES)

- Tipos
 - black • red • yellow
- Tendencia interesante
 - especiales
 - diferenciados
 - comerciales
(exportación y consumo local)
- Ahorro de agua
 - sin desmucilar
 - con desmucilaginado parcial
- Mercados
 - especiales
 - diferenciados



VERDES Y SOBRE-MADUROS DESPULPADOS

- Repasar / despulpar para aprovechar “desechos”
 - “desarrollar” calidad
- Juntar desechos de varios productores
- Mercado local
 - soluble
 - T&M
- Ahorro de agua





NATURALES

- Gran cambio
- Mercado
 - especiales
 - exportación
 - Perú
- ¿Valle la pena explorar?



NUEVAS FORMAS DE FERMENTACIÓN

- ¿Cuándo? ¿Qué producto?
 - café cereza recibido
 - pergamino
 - otro
- ¿Cómo?
 - aeróbica
 - anaeróbica
 - con o sin levaduras
 - otro
- Mercados
 - especiales
- Desafío
 - repetición
 - consistencia



¿POR QUÉ PROCESAMIENTO EN CONJUNTO?

GRANDES ECONOMÍAS DE ESCALA EN CENTRAL DE BENEFICIO HÚMEDO

(1) BUEN COMIENZO PARA UNIR
A LOS PRODUCTORES

- **BENEFICIO HÚMEDO**
- **SECADO**

(2) COMPRA DE INSUMOS Y
EQUIPOS EN CONJUNTO
VIENE A CONTINUACIÓN



(3) VENTA DE CAFÉ EN
CONJUNTO VIENE
GENERALMENTE POR
ÚLTIMO

ECONOMÍAS
DE ESCALA...
...Y MUCHO
MÁS

¿QUIÉN? GRUPOS DE PRODUCTORES, ACOPIADORES, COOPERATIVAS
COMERCIANTES O EXPORTADORES

GRANDES ECONOMÍAS DE ESCALA EN CENTRALES DE BENEFICIO HÚMEDO

EJEMPLO: 100 Y 200 PRODUCTORES PEQUEÑOS



100 O 200

DESPULPADORES PEQUEÑOS
(MANUAL O MOTORIZADO)

\$ 40,000 A \$ 160,000

CENTRALITA CON SEPARADOR
DE VERDES Y DESPULPADOR

\$ 10,000 A \$ 15,000

CENTRALITA CON SEPARADOR DE
VERDES, DESPULPADOR Y
DESMUCILAGINADORA

\$ 15,000 A \$ 21,000

CENTRALES DE BENEFICIO HÚMEDO CON TECNOLOGÍA DE AHORRO DE AGUA DE ÚLTIMA GENERACIÓN
CUESTAN 60 A 90% MENOS QUE EL DESPULPADO SEPARADO POR CADA PEQUEÑO PRODUCTOR

MINI CENTRALES ECOLÓGICAS DE BENEFICIO HÚMEDO

SIFÓN MECÁNICO

SEPARACIÓN DE:

IMPUREZAS

PIEDRAS

CEREZAS SOBREMADURAS Y SECAS



DESPULPADOR

SEPARADOR DE VERDES

ANTES DEL DESPULPADOR



SEPARAR CEREZAS

REMOCIÓN DEL MUCÍLAGO

FERMENTACIÓN



- ALTO CONSUMO DE AGUA
- ALTA NECESIDAD DE MANO DE OBRA
- TANQUES DE FERMENTACIÓN COSTOSOS
- **PÉRDIDA DE PESO**
- DIFICULTAD DE CONTROL

DESMUCILAGINADORA



+
?
0

- BAJO CONSUMO DE AGUA
- SIN PERDIDA DE CALIDAD
- PROCESAMIENTO CONTINUO
- SIN PERDIDA DE PESO
- CONSISTENCIA DE CALIDAD
- CONTROL TOTAL

MITO:
CAFÉ LAVADO
TIENE QUE
FERMENTAR

CENTRAL DE SECADO PARA NANO, MICRO, PEQUEÑOS, MEDIOS Y GRANDES LOTES DE CAFÉ

SOLUCIONES
ORIENTADAS AL CLIMA

TAMBOR PEQUEÑO

TAMBOR DIVIDIDO

SILOS SUPERIORES DE
PRE-SECADO

CONTROL DIGITAL

- CURVAS DE SECADO



CENTRAL DE BENEFICIO SECO PARA NANO, MICRO Y PEQUEÑOS LOTES DE CAFÉ



HOMOGENEIZAR LOTES

PERSONALIZAR LOTES

- MERCADO EXTERNO
- CONSUMO LOCAL

CAPACIDAD DE AJUSTAR MÁQUINAS PARA PEQUEÑOS VOLÚMENES DE CAFÉ

MISMA TECNOLOGÍA Y CALIDAD DE MÁQUINAS MÁS GRANDES



MEJOR ACCESO AL MERCADO PARA GRUPOS DE PRODUCTORES

CENTRAL DE BENEFICIO Y SOSTENIBILIDAD

CONCENTRADO (VS. DISTRIBUIDO)

- CONSUMO DE AGUA
- CARGAS CONTAMINANTES

TECNOLOGÍA DE
TRATAMIENTO Y
RECICLAJE MÁS
AVANZADA



MEJOR GESTIÓN

LOTES MAYORES

- CAFÉS DE CALIDAD
- OTROS PRODUCTOS

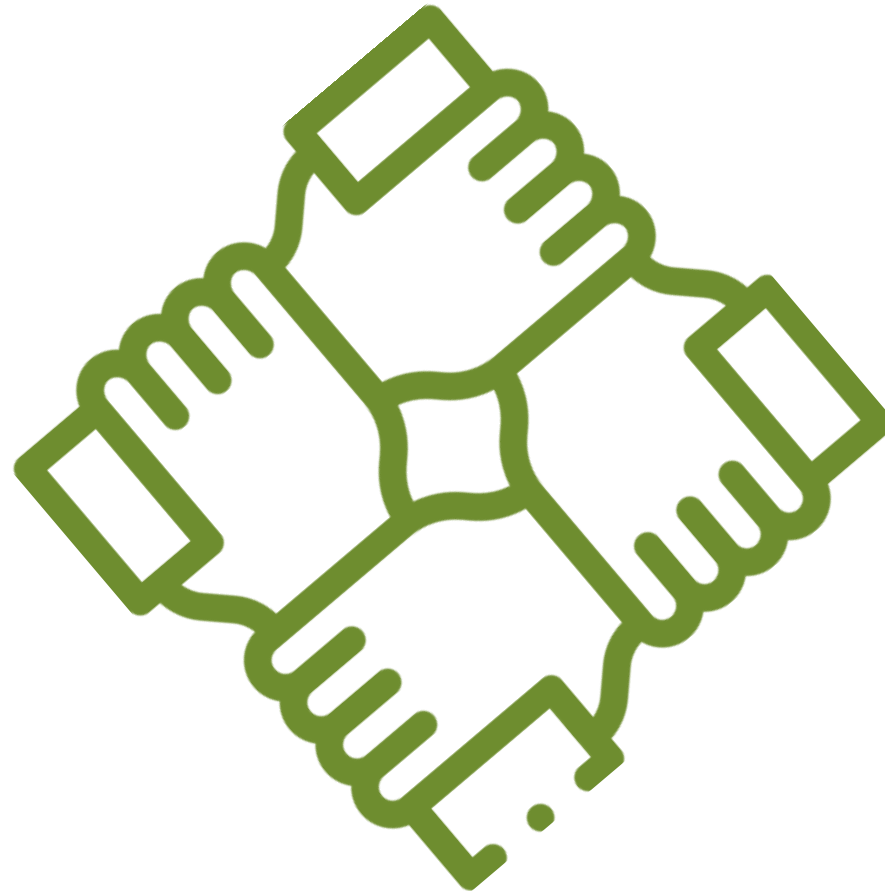
MAYOR ACCESO AL MERCADO

- CAFÉ
- INSUMOS

CENTRAL DE BENEFICIO Y SOSTENIBILIDAD

VENTAJAS FINANCIERAS

- FLUJO DE FONDOS
- CAPITAL DE TRABAJO
- MENOS RIESGO
 - FINANCIERO
 - CLIMATICO



MEJOR GESTIÓN

OTRAS VENTAJAS

- MÁS TIEMPO DISPONIBLE
 - PRODUCCIÓN
 - GERENCIAMIENTO
 - FAMILIA
 - RECREO / DESCANSO

MINI CENTRAL DE BENEFICIO HÚMEDO ECOLÓGICO, SECADO Y TRILLA



**PÁTIOS DE SECADO SOBRE
BENEFICIOS HÚMEDO ECOLÓGICO Y SECO
LABORATORIO DE CALIDAD SOBRE EL ÁREA DE
ALMACENAMIENTO**

HÚMEDO: 1 A 2 TON CEREZA / HORA

SECO: 300KG ORO / HORA



TOLVA - SIFÓN MECÁNICO - DESPULPADOR (DETRÁS DEL ELEVADOR)
TANQUES DE FERMENTACIÓN - DESMUCILAGINADORA



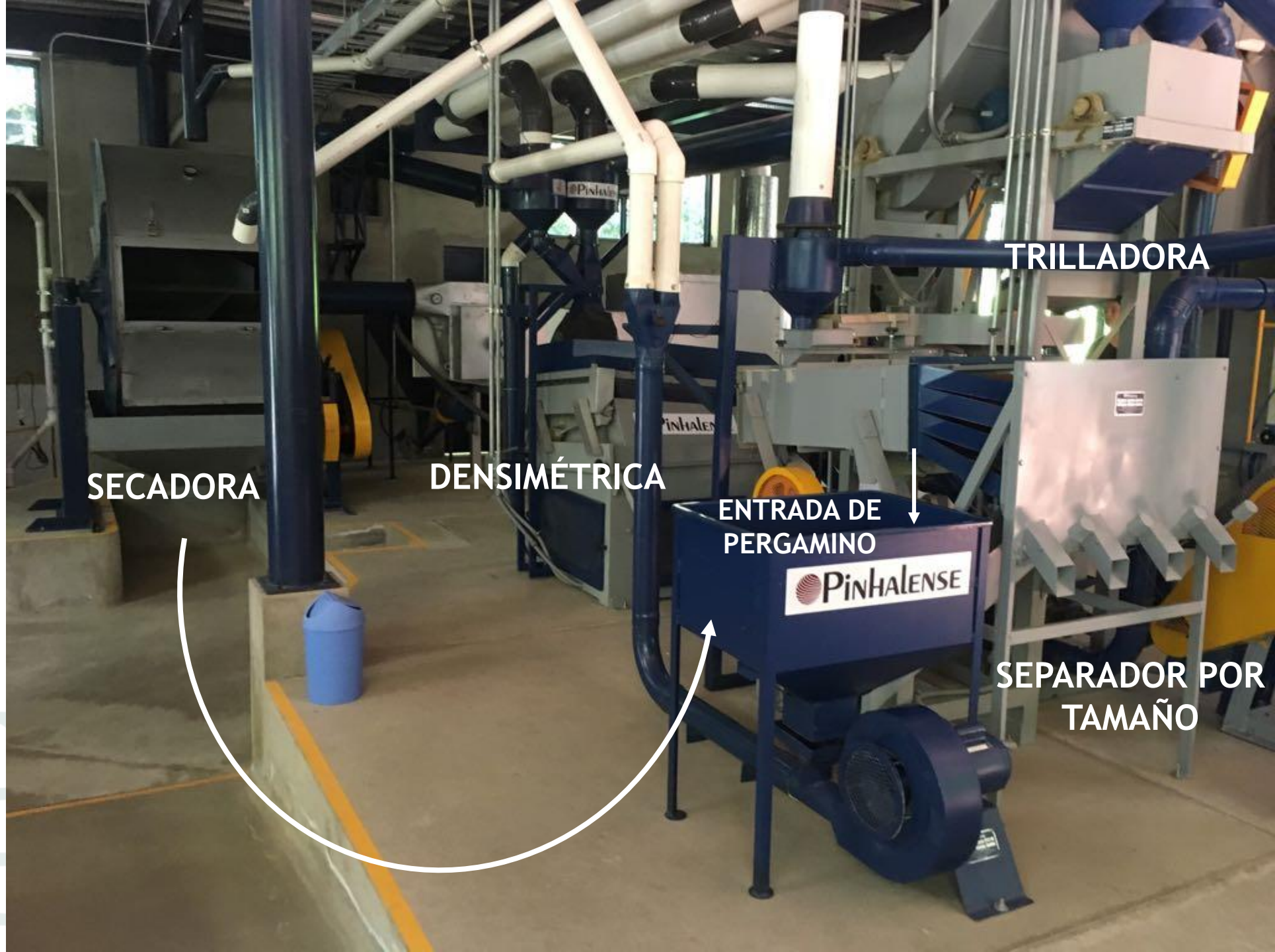


SIFÓN MECÁNICO - DESPULPADOR -
TANQUES DE FERMENTACIÓN - DESMUCILAGINADORA





SECADOR SRE-025 CON HORNO Y QUEMADOR DE CISCO



SECADORA

DENSIMÉTRICA

ENTRADA DE PERGAMINO

TRILLADORA

SEPARADOR POR TAMAÑO

Pinhalense





PULIDORA

SEPARADOR POR
TAMAÑO

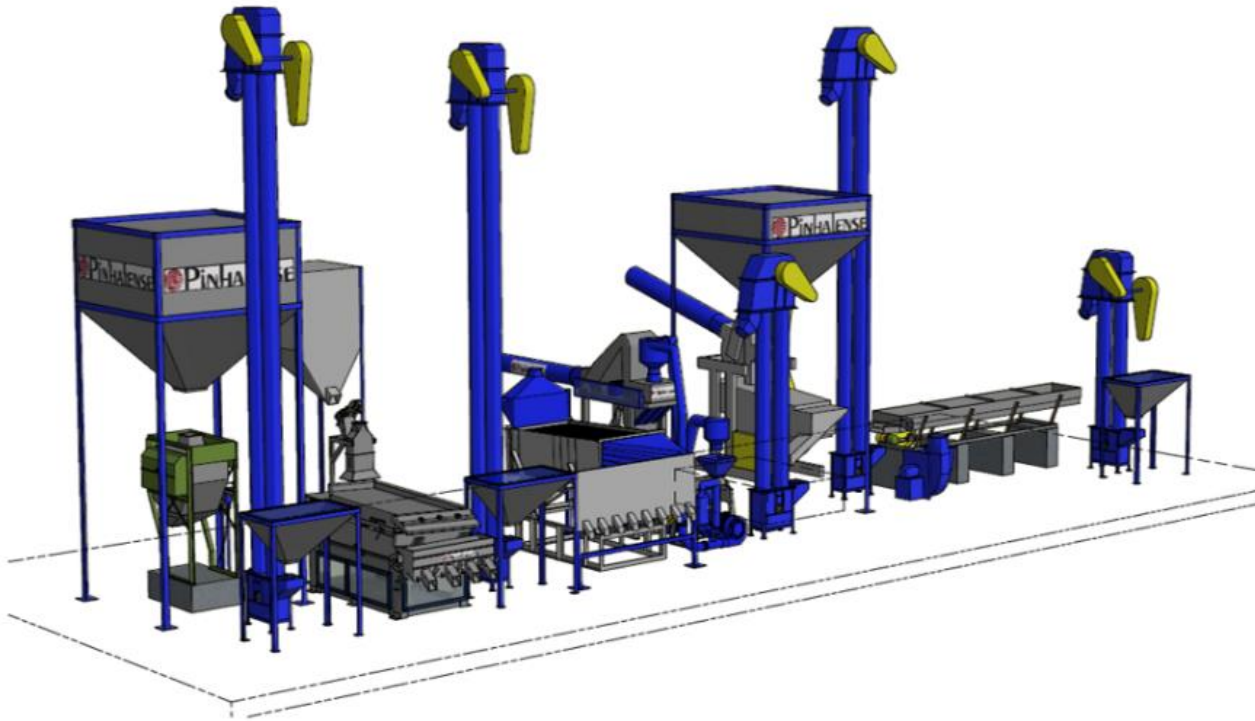


CENTRALES: BENEFICIOS HÚMEDOS, SECADO Y BENEFICIOS SECOS

- Consumo interno
 - se puede incluir el tostado y molido
- Cafés diferenciados
- Cafés especiales
 - nano lotes
 - micro lotes
 - otros

USO MÚLTIPLE Y DIVERSIFICADO DE LOS MISMOS EQUIPOS

MICRO LOTES Y TOSTADO



TOSTADO PARA EL CAMPO, PUEBLOS PEQUEÑOS, CENTROS REGIONALES... Y LA CAPITAL, INCLUSIVE TIENDAS



- entrega
- sector informal
- tiendas (de esquina, supers, cafés)

- con o sin marca

CADENAS DE TIENDAS DE CAFÉ NECESITAN CALIDADES CONSISTENTES

- Mini-centrales de beneficio húmedo y secado
- Centrales pequeñas y medianas de beneficio seco
- Ventajas de juntar productores
 - comprar insumos juntos
 - procesar café juntos
 - vender café juntos
 - entrenamiento para
 - aumentar productividad
 - mejorar calidad

**GRUPOS Y ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES / COOPERATIVAS O ASOCIACIONES /
TRADERS / EMPRESARIOS**

MEZCLA DE PRODUCTOS EN EL MERCADO



SOLUBLE, TOSTADO Y MOLIDO, MONODOSIS
 MARCAS GLOBALES, NACIONALES Y REGIONALES

CONSUMO EN EL CAMPO, PUEBLOS PEQUEÑOS, CENTROS REGIONALES... Y LA CAPITAL

- Beneficiar, tostar y vender donde es producido
 - entrega (“delivery”)
 - sector informal
 - tiendas de esquina (abarrotes)
 - otros canales
 - sin o con marca
- Explorar el parroquialismo
 - local
 - regional
- Cafés de calidad más baja crean oportunidades

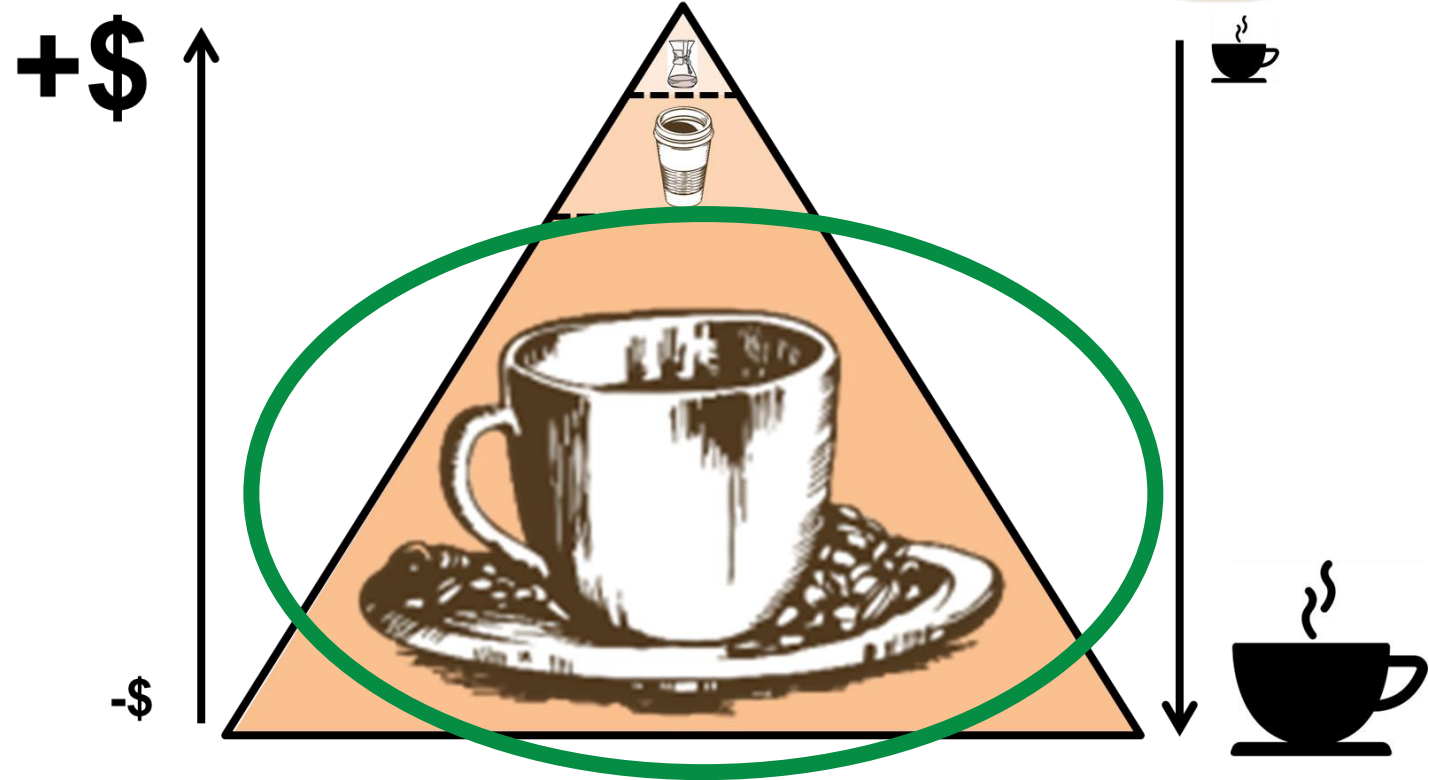
MINI CENTRALES DE BENEFICIO Y TOSTADO

CENTRALES DE BENEFICIO AYUDAN A PROMOVER CONSUMO LOCAL

BASE DE LA PIRÁMIDE

- soluble
- tostado y molido competitivo
- marcas nacionales / regionales / locales

-
- verdes y sobre-maduros despulpados
 - granos más chicos
 - “desecho” del beneficio seco



CONSUMO PRINCIPAL

CENTRALES DE BENEFICIO AYUDAN A PROMOVER CONSUMO LOCAL

TOPO DE LA PIRÁMIDE

— cafés especiales

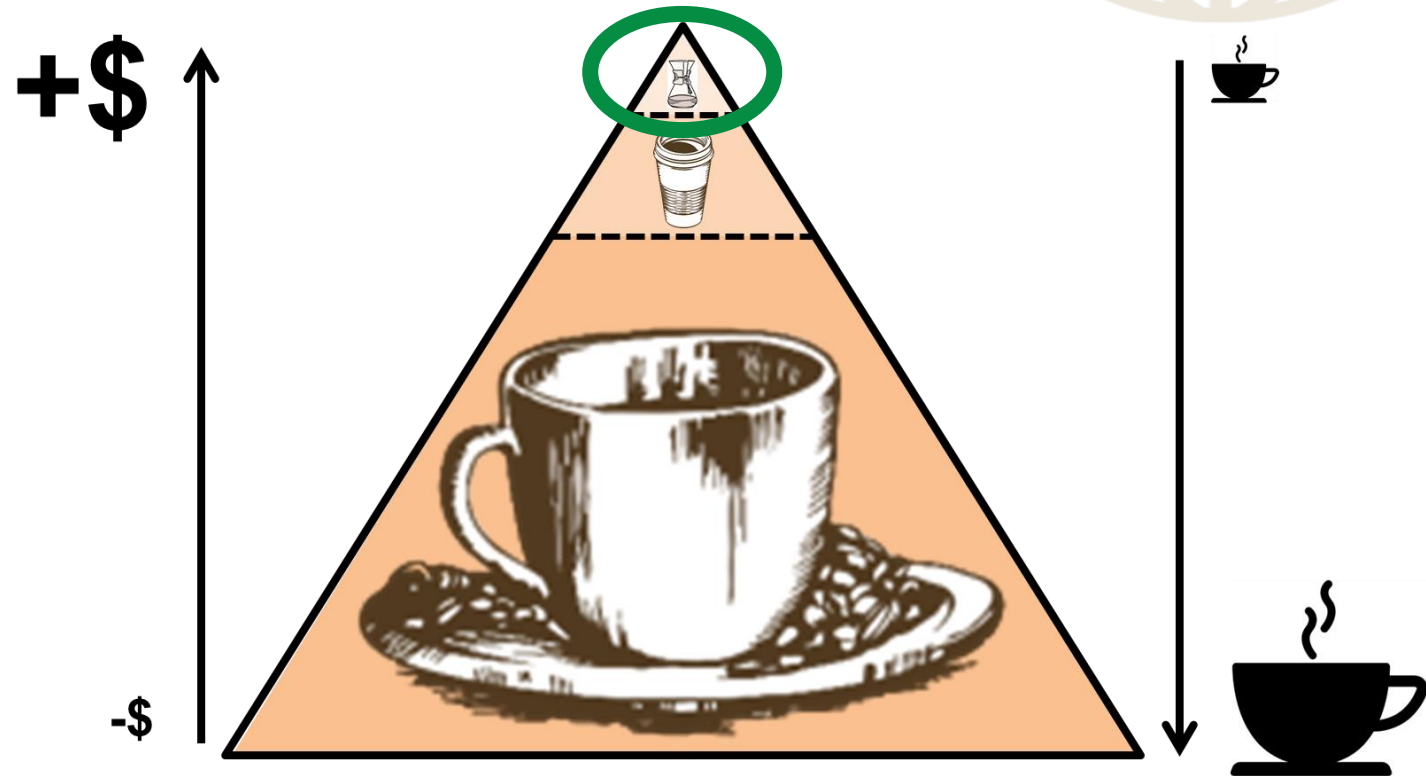
- T+M
- espresso
- filtro
- capsulas

— lavado

— honey

— natural

— fermentación



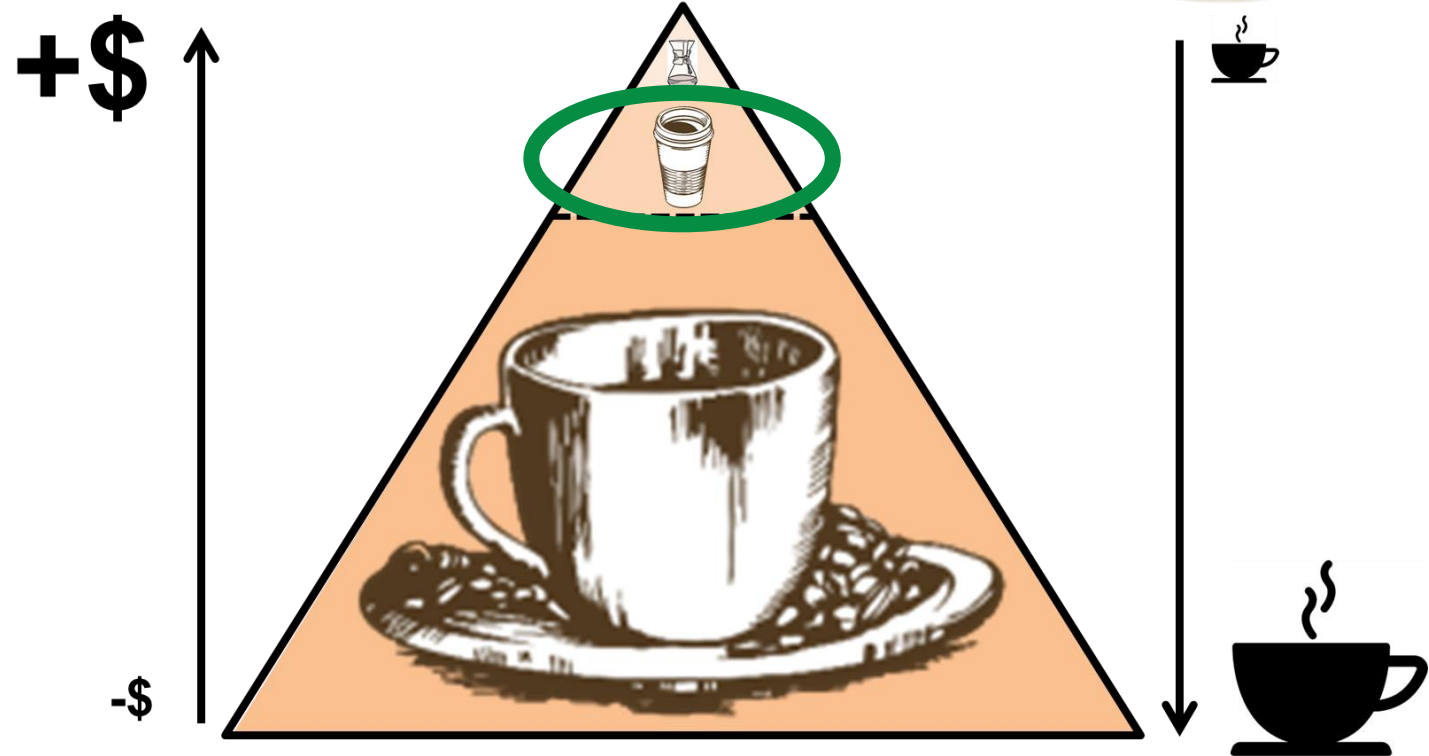
INFLUENCIADORES (“INFLUENCERS”)

CENTRALES DE BENEFICIO AYUDAN A PROMOVER CONSUMO LOCAL

MEDIO DE LA PIRÁMIDE

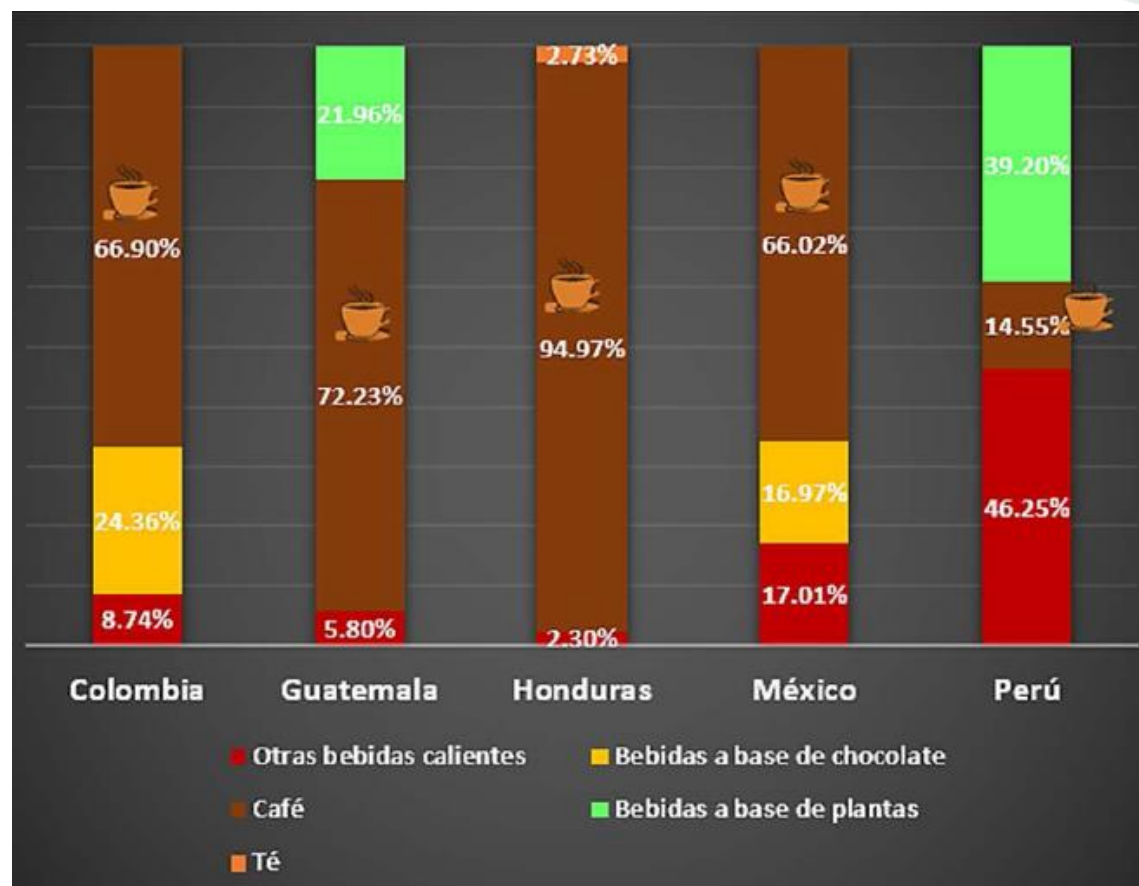
- tostado y molido
- espresso
- monodosis
- soluble mejor
- marcas nacionales / regionales / locales

-
- lavado
 - honey



MEZCLA DEL TOPO Y BASE

¿CÓMO PROMOVER EL CONSUMO EN PERÚ?



EL GRAN RETO ES TENER MÁS CONSUMIDORES DE CAFÉ

ROL ESPECIFICO PARA CADA PRODUCTO
AYUDAR A PONER EL CAFÉ DE MODA

ROL ESPECIFICO PARA CADA PRODUCTO AYUDAR A PONER EL CAFÉ DE MODA

- Crear estrategias propias para Perú
 - mezcla de otros países
 - con ideas nacionales
- Condiciones específicas
- Estrategias
 - nacionales / del negocio café peruano
 - para productos
 - soluble
 - tostado y molido
 - marcas nacionales, regionales y locales
 - tiendas
 - oficinas
- “Competir colaborando”





**¡MUCHÍSIMAS GRACIAS
A TODOS!**

Envíenos un correo para recibir nuestro boletín mensual

CONFIDENTIAL

peamarketing@peamarketing.com.br

www.peamarketing.com.br