

SOBRE EL CONSUMO DE CAFÉ SOLUBLE (INSTANTÁNEO) Y EL CAFÉ ROBUSTA EN MÉXICO

CNOC - 21 DE MAYO DEL 2010

En marzo del 2010, en la Conferencia Mundial del Café en la Ciudad de Guatemala, Carlos Brando consultor y elaborador de la guía de promoción del consumo de café de la O.I.C., manejo en una presentación sobre las tendencias del consumo mundial de café, que el café instantáneo (soluble), era más común en países de nuevo consumo, los cuales después, una vez que los consumidores aprenden mas, se convierten en mercados “más maduros”, y pasan a un mayor consumo de café tostado y molido.

El mayor consumo de café soluble en México, parece ser una excepción, ya que en EE.UU., Brasil y otros países latinoamericanos, el consumo de este café es menor al 10%. México debería ser un mercado “maduro”, pero el consumo de soluble llego a ser no menor al 70%.

Durante el periodo de mayor consumo de café soluble en México, el porcentaje de consumo per cápita era muy bajo. El consumo se duplica en México en la última década cuando se establecen miles de cafeterías que venden café tostado y molido, de arábigos lavados, de mayor calidad y mejor preparado. Además también en restaurantes y otros puntos de venta, (utilizando más el método de expreso que es una extracción del sabor más completa por presión).

El consumo actual de café soluble seria de alrededor del 50% del total. Los cálculos más altos son del 57%.

Puede concluirse que el consumo de café soluble no generaba confianza en muchos consumidores. Es una presentación que puede mezclarse más con otros productos, tener conservantes y saborizantes y con un procesamiento mas industrial.

Por otra parte, en la mayoría de los restaurantes, se preparaba café al estilo americano (por goteo) muy recalentado (quemado), que no es aceptado por los consumidores. Esto también impedía un mayor consumo.

La industria de café soluble tiende a utilizar más café robusta, porque es más barato, más fuerte, con mas rendimiento en la solubilizacion y puede mezclarse más con leche y otros productos, manteniendo mas cierto sabor del café que los arábigos lavados.

La NESTLÉ construyo en México un nicho de venta de café soluble que le deja muchas ganancias; con la ventaja todavía de que parece un café más barato, una especie de café para personas de menos ingresos (para pobres), cuando en los demás países latinoamericanos consumen café tostado y molido y tienen menos ingreso per cápita que en México. Esto fue posible también por un gran poder de mercadotecnia, que fue más dominante mientras los consumidores no tenían acceso a un café de mayor calidad y mejor preparado.

¿Porque requiere más café robusta la NESTLÉ en México?

Lo que manejan es que pretenden exportar más café soluble a los EE.UU., al mercado de mexicanos, ligado a otras marcas que produce la NESTLÉ. Dicen que aprovecharían la nostalgia por productos mexicanos. Que necesitarían cuando menos 500 mil sacos y en México se producen 150 mil y la diferencia la importaron el año pasado.

Actualmente el café robusta es más barato ya que cuesta alrededor de 70.00 dólares las 100 libras, cuando los arábigos lavados cuestan más de 170.00 dólares.

Probablemente la NESTLÉ quiere más café robusta por que ha encontrado que puede competir con las nuevas presentaciones en cafeterías y restaurantes, con un café más barato, mezclado con leche y otros productos, con un sabor especial a partir de un café mas fuerte utilizando robusta.

Basta ver el café capuchino que venden en los Oxxos a 15 pesos el “jumbo” que parece atractivo a muchos consumidores, ya que algunos pensaran que es leche, cuando la mayor parte es agua, con café soluble de robusta procesado en Chile y que fue importado de Brasil.

Mediante un fuerte trabajo de mercadotecnia han logrado que esta presentación sea aceptada por muchos consumidores.

¿Es aceptable que la NESTLÉ promueva una mayor producción de café robusta en México, para sustituir mayores importaciones de esta variedad?

Pese a que se han invertido recursos importantes en los últimos años para aumentar la producción de robusta en México, esta no ha crecido, debido a los mayores costos de producción y recolección.

Actualmente buena parte del café robusta en México se compra por arriba del precio del mercado internacional, a no menos de 100 dólares el quintal, más bien como un natural de arábigos y como un café más fuerte para mezclas.

En el actual ciclo 2009-10, ya existe a nivel mundial sobre-producción de café robusta. La producción en los últimos 5 años paso de 42.0 millones de sacos a 51.0 millones de sacos, principalmente por el aumento de la producción en Indonesia. Para la cosecha 2010-11 que inicio en abril. En Indonesia y Brasil (segundo y tercer productores después de Vietnam) se prevé una cosecha de robusta que podría llevar la producción de esta variedad por arriba de los 55.0 millones de sacos. Sin duda esta es la causa de la disminución del precio del café robusta de 130.00 dólares a 63.00 dólares las 100 libras en marzo del 2010. Solo hasta que Vietnam anuncio la retención de 3.3 millones de sacos, los precios de este café detuvieron su caída y mejoraron ubicándose en la tercera semana de mayo a 70.00 dólares las 100 libras.

Un aumento de la producción de robusta en México de los 150 mil sacos actuales a 500 mil ó 750 mil sacos, contribuiría a una mayor sobreproducción mundial que además bajaría los precios de los arábigos que representan el 96% de la producción en México.

Por ejemplo en Filipinas la NESTLÉ tiene un convenio con el Ministerio de Agricultura para distribuir plantas y aumentar la producción.

La NESTLÉ dice que pagaría un sobreprecio, pero que pasaría si los precios descienden a 40.00 ó 50.00 dólares, no importaría que paguen un 50% ó 100% de sobreprecio, sería un precio bajo.

Cabe recordar que en el 2002, en un periodo también de sobre producción de café robusta por una fuerte aumento en Vietnam, los precios de esta variedad llegaron hasta los 20.00 dólares las 100 libras y los arábigos a 50.00 dólares llevando a la mayor crisis de la Cafeticultura mundial incluyendo México.

Puede decirse que no cuadran los intereses de la empresa NESTLÉ en México, con los de la mayoría de los productores, que les interesa que se aumente la producción y el

consumo de cafés arábigos del tipo de lavados y que se busquen mayores precios en los mercados especiales como los de origen, alta calidad, comercio justo, orgánicos y otros.

Es claro que el manejo de café soluble en México, no ayuda a que los consumidores conozcan más los sabores de los cafés de mayor calidad y un factor que impide un mayor aumento del consumo.

Se entiende que la NESTLÉ, ve viable el plan de mayor producción de robusta, si hay recursos fiscales para las nuevas plantaciones, paga un sobrepeso y el Gobierno Federal aparece como garantía ante los productores de que daría apoyos adicionales si se presentan problemas.

Lo mejor para los productores de café en México, sería que la NESTLÉ tienda a vender menos café soluble y mas tostado y molido, con menos robusta y mas arábigos lavados y como está haciendo la industria brasileña con mucho éxito, se comprometa a utilizar un sello de pureza que garantice que no se utilizan cafés dañados (de granos verdes, sobre fermentados, sobre secados).

Debería tenderse también a que se venda menos café mezclado con azúcar ya que esto permite ocultar más la utilización de cafés dañados.

En México debería promoverse un mayor consumo de cafés arábigos lavados, atrayendo a más consumidores con más calidad y mejor preparación, con presentaciones más atractivas y claro también con precios no tan altos.