

“Vendemos 20 millones de tazas de café al día”, Miguel Moreno, Grupo Nutresa

Editorial La República S.A.S.

El Grupo Nutresa destacó la importancia de su marca café sello rojo en Ecuador

Sebastián Montes - smontes@larepublica.com.co

De los \$1,77 billones que , según Euromonitor, movió el negocio de café en el mercado colombiano el año pasado, el Grupo Nutresa facturó \$600.000 millones con cuatro marcas que tiene en su portafolio: Sello Rojo, Colcafé, La Bastilla y Matiz.

Para entender mejor esta cifra, Nutresa (con sus cuatro marcas) vende 20 millones de tazas de café al día, lo que los deja en una posición importante de la categoría. Precisamente, por la trayectoria y el amplio portafolio que mantienen, el presidente del negocio de cafés del Grupo Nutresa, Miguel Moreno, dijo que la clave es seguir invirtiendo en un mercado donde el consumo per cápita es de 1,6 kilogramos.

¿Cuántas tazas de café del Grupo Nutresa se consumen al día en Colombia?

Todas las marcas que hacemos en nuestro negocio, que son Café Sello Rojo, Colcafé, La Bastilla y Matiz, llegan a más de 20 millones de tazas que vendemos al día como negocio de café de Nutresa. Solo de Café Sello Rojo, se consumen 14 millones de tazas al día según nuestras cuentas.

¿Cómo está Nutresa en materia de exportación de café?

La parte internacional tiene un balance entre los negocios industriales y los negocios de marca. Este último viene desarrollándose muy bien en Ecuador, que es donde registramos más negocios con marca, además de Panamá, Costa Rica y Guatemala. Tenemos otros negocios donde vendemos la marca, donde destaco Estados Unidos y Perú, pero los primeros países que mencioné son donde mejor viene el desarrollo, no solo de Sello Rojo, sino de la marca Colcafé. El café Sello Rojo se vende más en Ecuador y Panamá fuera del país, y la marca que más exportamos dentro del Grupo Nutresa es Colcafé.

¿Cómo están las ventas anuales de café de Nutresa?

Todo el negocio de café del Grupo Nutresa el año pasado reportó \$1 billón en Colombia y otros países. Al menos, 60% es de Colombia, entonces el negocio de café en el país es cercano a \$600.000 millones. 40% de los ingresos viene de afuera.

¿Qué razones hacen a Ecuador un mercado clave para el portafolio de café del Grupo Nutresa?

Ecuador es un mercado donde desde hace muchos años hemos montado un modelo similar al que tenemos en Colombia, con un equipo de distribución muy profundo al que llegamos a casi todos los puntos de venta con un portafolio muy amplio.

¿Invertirán en Ecuador?

No, pues no tenemos activos. Será en las marcas y el mercado, más que en activos.

El producto más novedoso dentro del portafolio

El nuevo producto que ayer presentó Nutresa en esta categoría fue Café Sello Rojo Vive. Según Moreno, “es un café que tiene cuatro veces más antioxidantes que los tradicionales, lo que favorece a la salud cardiovascular disminuyendo el riesgo de padecer enfermedades del corazón a quienes lo consumen”. Además, el directivo resaltó que este es el primer café de Colombia fabricado con esas condiciones, “por lo que se encuentra avalado por la Fundación Colombiana del Corazón. Una bolsa de 450 gramos costará \$9.500 en el mercado”. Moreno dijo que

seguirán trabajando en cápsulas y café premium.

GUARDAR