

Líder **En** Cereales

VOLUMEN 2, 2007

El reconocimiento de marcas le agrega valor a los clientes del CWB

Los proyectos de coparticipación de marcas son una forma más en que el CWB puede agregarle valor a sus clientes, dice David Burrows, director de promoción de marcas del CWB.

El CWB ha creado una serie de logotipos para comunicarle a los consumidores que el producto que están comprando es superior porque está hecho en un 100% con trigo, durum o cebada del oeste de Canadá. Los logotipos dicen, en inglés, español, portugués, mandarín o japonés, *Trigo canadiense para productos de alta calidad* o *El trigo canadiense lo hace bueno*.

“El trigo, durum y cebada canadienses son sinónimos de excelente calidad y servicio” declaró Burrows. “El valor adicional es lo que nos distingue de otros que venden granos en todo el mundo. Nuestros clientes lo entienden. Este es el momento de ayudar a los

consumidores de los productos de nuestros clientes a que aprecien la calidad superior de los granos canadienses y de los productos alimenticios hechos con estos granos”.

Si bien es cierto que los proyectos de coparticipación de marcas le ayudarán al CWB a capturar y expandir mercados para el trigo y la cebada canadienses, lo harán sólo por la inherente ventaja ofrecida a los fabricantes y procesadores internacionales de productos alimenticios.

“Los molineros, productores de pasta y otros fabricantes cuyos productos están hechos en un 100% con granos canadienses, podrán beneficiarse bastante de la coparticipación de marcas,” dijo Burrows. “Nuestros nuevos logotipos son un sello de alta calidad fácil de notar, una manera rápida y fácil de decir Ud. está comprando un gran producto”.

Un importante molinero japonés promueve el 100% de harina canadiense



El usuario final y consumidor japonés es conocido por su insistencia en la calidad. Nitto-Fuji Flour Milling Co. ha respondido a esta demanda con la intensa promoción de una harina hecha en un 100% con trigo canadiense.

“La industria molinera japonesa es muy competitiva; cada molino busca una ventaja sobre sus competidores,” dijo Derek Sliworsky, gerente general de la oficina del CWB en Tokio. “Estamos orgullosos que Nitto-Fuji haya decidido concentrarse en un producto hecho en un 100% con trigo

canadiense, y que esté viendo resultados en lo que a preferencia de consumidores y compras se refiere.”

Desde el 2005, el CWB y Nitto-Fuji, uno de los cuatro molinos de harina más grandes de Japón, han colaborado en una promoción que incluye cooperativas de consumidores en Tokio. Cuando los miembros de la cooperativa compran de la Nitto-Fuji una cierta cantidad de harina exclusivamente canadiense para consumo doméstico, pueden participar en una rifa cuyo premio es una tabla para cortar con la marca CWB hecha en Canadá. La promoción se expandió este año a una cooperativa en la Isla de Shikoku.

Nitto-Fuji es una de varias compañías que promueven harina exclusivamente canadiense. La harina es producida bajo la marca privada de la cooperativa.

El trigo durum produce excelentes fideos asiáticos

Tanto el trigo durum como los fideos asiáticos han existido durante mucho tiempo pero, hasta hace poco, no habían tenido nada que ver entre ellos. Earl Geddes, vice-presidente de promoción de productos y apoyo de marketing del CWB, dice que, ahora que han sido presentados, el trigo durum y los fideos asiáticos tienen el potencial de una larga y próspera relación.



Esey Assefaw, técnico del CIGI, examina productos de fideos asiáticos en la empresa Indofoods, en Jakarta, Indonesia

Como parte de su compromiso con los clientes y los agricultores, el CWB investiga y busca nuevos usos y nuevos mercados para el trigo, el durum y la cebada cultivados en el oeste de Canadá. Apoya la investigación para el desarrollo de nuevos productos y productos tradicionales hechos con ingredientes no tradicionales.

A través de su organización asociada, el Instituto Internacional de Granos de Canadá (CIGI), el CWB apoyó una evaluación de harina fina de trigo durum para el procesamiento de fideos alcalinos amarillos hecha por el Dr. Bin Xiao Fu, jefe de tecnología de fideos y pan al vapor del CIGI y sus colegas. Los resultados de un estudio del CIGI que evalúa el uso de harina fina de trigo durum en el procesamiento de fideos alcalinos se presentan en el ejemplar de julio/agosto de 2006 de *Cereal Foods World*, una publicación de AACC International.

“Los resultados fueron muy promisorios y también sorprendentes”, declaró el Dr. Fu.

“Incluso utilizando harina completa de durum, los fideos alcalinos tuvieron un color amarillo muy brillante, con muy poca descoloración y los fideos cocinados resultaron firmes, con muy buenas propiedades de retención de la textura.”

“Estas son muy buenas noticias para los agricultores y para nuestros clientes,” dijo Geddes. “La harina fina de durum con una tasa de extracción de 70% puede ser usada para reemplazar a la harina especial con una tasa de extracción de 35%, para producir fideos alcalinos de alta calidad. Esto le ayudará a los agricultores y a sus clientes a ganar mucho dinero.”

El oeste de Canadá dispone de una región productora de trigo durum de más de 5 millones de acres (2 millones de hectáreas). Es una región semi-árida, de suelos de color café y café oscuro, que produce más de la mitad de las exportaciones mundiales de durum – unos 4,1 millones de toneladas anuales.



Los fideos asiáticos hechos de (izquierda a derecha) harina comercial para fideos de Asia, Trigo Durum Ámbar del Oeste de Canadá (CWAD) y Duro Blanco de Primavera del Oeste de Canadá (CWHWS)



Demostración de preparación de fideos en el Bogasari Baking Center, en Jakarta, Indonesia.

“Los clientes que visitamos durante nuestra reciente misión técnica al sudeste asiático demostraron mucho interés en lo que pudimos contarles sobre este nuevo uso del trigo durum del oeste de Canadá,” dijo Earl Geddes, vice-presidente de promoción de productos y apoyo de marketing del CWB.

Geddes dirigió una misión técnica a Indonesia, Malasia y Singapur a comienzos de marzo. Su equipo contó con científicos y personal técnico del Instituto Internacional de Granos de Canadá y del Laboratorio de Investigación de Granos.

“Esta información sobre el potencial del durum está siendo compartida también con otros mercados en que los fideos alcalinos son populares,” dijo Geddes. “Estamos recibiendo las mismas respuestas positivas de éstos.”

El factor etanol: Mercados volátiles en los próximos meses

El etanol ya ha causado un gran impacto en los mercados mundiales y su potencial de tener una influencia en el futuro es aún mayor. Según muchos observadores de la industria, la demanda por maíz debida al etanol en Estados Unidos constituye el mayor cambio individual que los mercados globales han tenido que enfrentar en 30 años.



Esto no es porque la demanda por etanol de Estados Unidos esté basada en el mercado. No lo está. Por el contrario, la demanda por maíz se debe casi exclusivamente al apoyo del gobierno de Estados Unidos a los bio-combustibles. Es una política

que está resultando popular entre los agricultores, inversionistas y consumidores y, por lo tanto, no se espera que cambie en el corto plazo. En realidad, los analistas concuerdan en que el gobierno norteamericano puede pronto decretar un aumento en la producción de etanol.

Según Rick Steinke, director de análisis de mercados del CWB, el gobierno de Estados Unidos ha aumentado significativamente la producción de etanol por tres razones. La primera y más importante es reducir la dependencia de la energía extranjera importada, lo que tiene serias ramificaciones de seguridad para Estados Unidos. La segunda es que crea empleos y es buena para la economía rural, lo que la hace muy popular en el Senado, que está fuertemente influenciado por estados principalmente rurales. La tercera es que esto es bueno para el medio ambiente, lo que lo hace atractivo para muchos electores urbanos.

En 2005, Estados Unidos pasó una Ley de Energía que especificaba claramente los requerimientos para la producción de bio-combustibles hasta el año 2012. Estados Unidos otorga un crédito de impuestos para etanol de US\$ 0,51 por galón (garantizado hasta el año 2010). Además, se exige a los exportadores mundiales de etanol que paguen un derecho de US\$ 0,54 por galón cuando venden el etanol al mercado de Estados Unidos.

La meta de la Ley de Energía era producir 7,5 billones de galones de etanol para el año 2012. “Pero la industria del etanol ha sido tan rentable para los inversionistas que es posible que la meta de 7,5 billones de galones sea alcanzada en el 2007,” dice Steinke.

El CWB está proyectando que el maíz consumido para etanol en el año de cultivo 2007-08 alcanzará las 73,6 millones de toneladas, lo que es un 29% del consumo nacional de Estados Unidos. Con el barril de petróleo transándose a más de US\$ 60, estas plantas de etanol son todavía muy rentables, aunque el precio del maíz a futuro esté actualmente a US\$ 3,80 por bushel. (Precio al momento de la impresión)

Esta nueva demanda por maíz para etanol ha reducido significativamente las reservas de maíz de Estados Unidos. Se proyecta que en 2006-07 las reservas de maíz de Estados Unidos serán menos de 22 millones de toneladas, que es lo más bajo que han estado en más de una década. En el año de cultivo de 2007-08, Estados Unidos necesita producir una cosecha récord de maíz para evitar que las reservas sigan disminuyendo aun más.

“Se esperan mercados muy volátiles en los próximos meses en que los comerciantes tratarán de evaluar cuánto será la producción de maíz,” dice Steinke. “Cualquier problema en la plantación o producción de la cosecha de maíz de Estados Unidos con seguridad provocará un alza en los precios.”

La planta de etanol de la Husky en Lloydminster, Saskatchewan





Earl Geddes, vice-presidente de Promoción de Productos y Apoyo de Marketing del CWB, con mascotas de Pastas Doria en Bogotá, Colombia



Bert Sukhai, de Namilco (izquierda), y Trevor Nero, de la Banks Bakery, muestran pan hecho con trigo canadiense en Georgetown, Guyana



Representantes del CWB y de CIGI con Alejandro Roca Iglesias, Ministro de Nutrición e Industrias de Cuba (centro) y personal del ministerio



(izquierda a derecha) Andrés Borasino y Attilio Cogorno Cogorno, de Cogorno S.A., en Perú con Erik Ordóñez y David Burrows del CWB



Rhyl Doyle, gerente ejecutivo de marketing del CWB (izquierda), con Jamie Marks, presidente de Molinos de Puerto Rico



Representantes del CWB con los propietarios de Anita Foods, en Perú: (izquierda a derecha) David Burrows, director de promoción de marcas del CWB, Óscar Salomón, Erik Ordóñez, gerente de marketing del CWB, y Jaime Salomón



Líder en Cereales es una publicación del Consejo Canadiense de Trigo (CWB). *Líder en Cereales* ha sido diseñada para mantener informados a nuestros socios de la industria de granos acerca del sistema canadiense de comercialización de granos, de las iniciativas del CWB y de los factores que inciden en la comercialización del trigo y de la cebada del oeste de Canadá.

Se invita a los lectores a enviar sus preguntas y comentarios a:

Heather Frayne, Editora, *Líder en Cereales*, The Canadian Wheat Board, P.O. Box 816 Station Main, Winnipeg, Manitoba, Canada R3C 2P5
Teléfono: (204) 983-8620, Fax: (204) 983-4678, heather_frayne@cwbc.ca