

# fórumcafé

Fórum Cultural del Café

coffee  
time

Origen  
El Café  
de  
Nicaragua

p. 6

Informe  
La  
importancia  
de la  
granulometría

p. 18

Tendencias  
El comercio  
electrónico

p. 54

# PERFECT ESPRESSO EVERY TIME



En nuestra gama de máquinas espresso encontrarás máquinas para cápsulas, tradicionales y automáticas. En cualquiera de ellas obtendrás un café espresso perfecto – **justo como a ti te gusta**

EXPOBAR®

*spengler*

[www.creminternational.com](http://www.creminternational.com)

# Sumario

Editorial .....	4
Café origen	
Nicaragua .....	6
Calidad	
Aldea Global .....	14
Informe	
La importancia de la granulometría .....	18
Formación - Entrevista	
¿Qué nos cuenta el genoma del café? .....	24
Mundo Barista	
Entrevista a Jordi Roure, Presidente de FELAC y Presidente del comité organizador de Hostelco .....	28
Fórum Café en Hostelco .....	32
Patrocinadores y coorganizadores .....	34
Viaje a Colombia .....	38
Mercado del Café	
Mercado del café .....	44
La niña, a punto para actuar .....	48
Tendencias	
El color de la taza .....	52
Actualidad	
Comercio electrónico, hoy .....	54
Degustación .....	58
Café y Salud .....	60
Curiosidades .....	64
Ferias .....	64
Cocina .....	65
Biblioteca .....	66



## Revista del Fórum del Café

Edita:

**fórumcafé**  
Fórum Cultural del Café

## Redacción y Coordinación

Susanna Cuadras **Directora**

## Administración y Publicidad

Pl. R. Berenguer el Gran, 2, Esc. Esq., E. 5 bis  
08002 Barcelona (España)  
Tel. 93 310 38 33 • info@forumdelcafe.com

[www.forumdelcafe.com](http://www.forumdelcafe.com)

## Diseño y maquetación

FermiCarré Comunicació  
[www.fermicarre.com](http://www.fermicarre.com)

## Impresión

Gráficas Gómez Boj  
Dep. legal: B-25082/2000

*Fórum Cultural del Café, como editor de la revista "Fórum Café" no se hace responsables de las opiniones expresadas en los artículos firmados por nuestros colaboradores, con las cuales necesariamente no coincidimos.*

# Editorial



Cursos, campeonatos, seminarios, colaboración en medios de comunicación, relaciones con instituciones de índole diversa, participación en eventos feriales, ... son frentes abiertos y en pleno desarrollo en **Fórum Café**, y que día a día ayudan a consolidar la idea original de nuestra entidad: participar activamente en todo aquello que tenga relación con el café. Una de las citas más inmediatas, en este sentido, es la decimoctava edición del Salón *Hostelco*, que se celebrará en Barcelona del 23 al 26 de octubre.

**Fórum Café** ha sido invitado, de nuevo, por la organización del Salón a dinamizar **Área Café**, el espacio temático sobre el café en *Hostelco* y con este objetivo y ánimo de aprovechar la excelente oportunidad de llevar, de forma directa, la cultura del café a los profesionales de hostelería y restauración, celebraremos aquí la final del **XI Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café** y dos nuevos campeonatos, uno de aeropress y otro de cata, además de un concurso de coctelería con café, una especialidad que crece poco a poco y que se está demostrando una buena vía de atracción de nuevos consumidores de café, entre ellos los jóvenes.

Una batalla que debemos ganar es la de la fidelización de las nuevas generaciones a nuestro producto. Son los consumidores del mañana y debemos llamar su atención con bebidas que les resulten atractivas; transformar la degustación del café en una experiencia, al modo que exige esta nueva generación en prácticamente todo lo que emprende y hace. Los jóvenes quieren mostrar su café al mundo y compartir su taza en las redes sociales; buscan en su bebida una historia; exigen productos con un compromiso social; quieren interactuar, quieren información, ... quieren que su café sea diferente al de sus padres. El reto lo tenemos delante y superarlo no puede por más que asegurarnos un nuevo e importante avance del café en nuestro país.

No me gustaría acabar esta editorial sin un sentido recuerdo hacia Ángel Pinto, un hombre de café que repentinamente nos dejó el pasado mes de mayo. Al recordarle me vienen a la memoria las buenas sobremesas que compartimos durante tantos años, su carácter afable, optimista y resolutivo y mismo temple que el del viejo alcalde de Horcajo de la Sierra. Vicepresidente de la Federación Española del Café, organizador de los Congresos del Café, Presidente de Comercial de Materias Primas, Presidente de la Asociación Madrileña de Industriales del Café, gerente de Cafés Pozo, ... Ángel Pinto ha sido un hombre de café y el sector del café lamenta su pérdida. Adiós, Ángel.

Jordi Codina

**fórumcafé**  
Fórum Cultural del Café

Pl. Ramon Berenguer el Gran, 2  
Esc. Esq., E. 5 bis  
08002 Barcelona (España)  
Tel. 93 310 38 33  
Fax 93 268 42 57  
info@forumdelcafe.com  
[www.forumdelcafe.com](http://www.forumdelcafe.com)

#### Junta Rectora

Antonio Gros • **Presidente**  
Fernando Navarro • **Vicepresidente**  
Jordi Codina • **Secretario**  
Josep Casasayas • **Tesorero**

#### Asesores

Josep Rovira  
Iñaki Vidaurazaga  
Alejandro Salvo

#### Directora

Yolanda Bolaños Gámiz

#### Vocales


Salvador Sans  
Ricardo Oteros  
Andrés Bermúdez  
Alejandro Rodríguez  
Carlos Manuel Rodríguez  
David Tomás  
Emiliano Arencibia  
Javier Batalla  
Charo Baqué  
David Portero

# ¿Cuál es el mejor formato de azúcar?

Materiales: ¿Papel o Polipropileno?

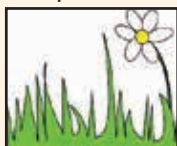


Estudio realizado en Junio de 2014 por la empresa independiente, GESTIONA XXI CONSULTING, S.L.

CUADRO COMPARATIVO FORMATOS/CRITERIOS		Material	Higiénico-Sanitario	Impacto Medioambiental (residuos)	Soporte Publicitario	Novedad	Apertura y emboque	Competitividad en Precio
	Terrón	Papel	Deficiente	Bajo	Malo	No	Malo	Muy Baja
	Sobre Tradicional	Papel	Suficiente	Alto	Bueno	No	Malo	Alta
	Tubo-Stick	Papel	Suficiente	Normal	Malo	No	Excelente	Normal
	Tetraedro-Pirámide	Papel	Suficiente	Alto	Malo	Si	Malo	Baja
	Tubo-Stick	Polipropileno	Sobresaliente	Bajo	Regular	Si	Bueno	Baja
	Sobre 35mm	Polipropileno	Sobresaliente	Bajo	Muy Bueno	Si	Excelente	Alta



Este estudio posiciona el **Formato 35mm envasado en Polipropileno** como el más competitivo



Además de que el formato ofrece un menor impacto medioambiental, el 100% del Polipropileno que empleamos es **Oxobiodegradable**.

Tras realizar una inversión cercana a los 2 millones de euros, **Navarest** se ha convertido en el envasador nº1 en Europa de este formato. Desde el diseño y la impresión, hasta el envasado, todos los procesos están certificados y garantizados.

Sin duda alguna la **mejor opción** para aquellos torrefactores que deseen añadir valor a su producto.





# Nicaragua

**El café en Nicaragua cuenta con los factores básicos para obtener un buen café ya que se encuentran en tierras fértiles con alturas adecuadas, cultivos en sombra, abundante mano de obra para las labores agrícolas y suficientes precipitaciones para el crecimiento de los cafetos**

El café en Nicaragua es, actualmente, el producto agrícola más importante con una destacada repercusión tanto social como económica. El sector da empleo a más de 332.000 personas, o lo que es lo mismo, un 15% del total del mercado laboral y un 54% del empleo en el sector agrícola.

Según datos del ministerio nicaragüense de agricultura existen 44.519 productores de café, de los que un 97% son pequeños productores, con fincas de una a catorce hectáreas de media. El resto son productores medianos a grandes, con fincas de 14 a 30 hectáreas.

Una parte muy importante de los pequeños productores, alrededor del 40%, están organizados en cooperativas. Estas entidades impulsan la producción de café orgánico y ecológico, y promueven su café para el Comercio Justo ("fair trade"). Los productores medianos y grandes, afiliados a la Asociación de Cafés Especiales de Nicaragua, también promueven el café ecológico y dedican parte de sus ingresos a servicios sociales y a la promoción de prácticas ambientales sostenibles. El trabajo y empeño de unos y otros ha favorecido que Nicaragua sea hoy día uno de los países centroamericanos más activos en cafés certificados tanto fair trade, como orgánicos, Rfa y Utz y Cafes especiales.

La tradición cafetera en el país es larga, aunque en los últimos años el esfuerzo de productores, autoridades y, también, la cooperación internacional han ayudado a posicionar el café de este origen en el mercado.

## El café nicaragüense

El 87% del café producido en Nicaragua es café Arábica, cultivado en su gran mayoría bajo sombra en la región norte central del país.

La variedad de cultivo típica de Nicaragua es mayoritariamente la caturra con el 72% del total de la producción.

El 28 % restante es café Bourbon, Pacas, Catui, Catimore, Maragogype y Pacamara.

Según fuentes del Ministerio de Agricultura, el mapa cafetero lo componen cerca de 127.000 hectáreas de las que un 95% llegan a ser recolectadas por completo. De ellas, unas 1.600 son hectáreas de Robusta y el resto de café Arábica. Según fuentes del Gobierno nicaragüense, el rendimiento medio por hectárea se situó el pasado año en 552 kg/0,7 hectáreas. El mismo informe recoge que la calidad media del café en este ciclo ha sido entre el 91 y 92% de calidad exportable.

A rasgos generales, la taza arábica nicaragüense destaca por su buena calidad. Destacan su acidez media, cuerpo medio alto y un ajustado contenido en cafeína.

## Mapa cafetero

La inmensa mayoría del café de Nicaragua es, como ya se ha indicado, Arábica, concentrándose su producción en la región central y norte del país con alrededor del 63% de la producción total del país.

### Región Central

Las principales localizaciones de cafetales en la zona central son la Cordillera Isabela, San Juan de Río Coco, Wiwili y Apanásen en el Departamento de Jinotega (35% de la producción del país); la Cordillera Dariense, Apante y Aranjuez en Malagalpa (28% de la producción del país), y San José en Boaco. Aquí, el café se cultiva entre los 365-800 metros de las zonas más secas a los 1.500 metros de altitud de las zonas más húmedas

Todas estas zonas presentan unas condiciones agroecológicas excepcionales para la producción del café. Los suelos de las zonas más altas son de origen volcánico, mientras que el resto son terrenos formados por sedimentos fluviales. En conjunto son tierras extremadamente fértiles,



con gran cantidad de nutrientes.

En Jinotega todo el café que se produce es de la calidad SGH (Stricly High Grown) o tipo de grano estrictamente de altura, con una taza perfectamente balanceada.

#### **Región del Norte**

La región noroeste, por su parte es responsable del 24% de la producción nacional, concentrándose el cultivo de café en los departamentos cafeteros de Madriz, Nueva Segovia y Estelí. En ellos se cultivan algunos de los cafés nicaragüenses de más alta calidad reconocidos a nivel internacional. Se trata, concretamente, de las zonas de Dipilto, San Juan de Río Coco y Miraflores. Otras áreas cafeteras de esta región son Jalapa, Pueblo Nuevo, Las sabanas, Somotoviejo y Telpaneca.

Los terrenos de la región del norte están configurados básicamente por mezclas de sedimentos fluviales, rocas y tierra de origen volcánico, situándose los cultivos entre los 490 y 1.550 metros de altitud, en tierras fértiles, y con climatología favorable.



CAFÉ ORIGEN

#### **Región del Sur**

Las zonas cafetaleras de esta región incluyen los departamentos de Carazo, Granada, Masaya, Managua y Rivas. Las principales localizaciones de cafetales son Jinotepe, San Marcos, Diriamba, El Cruce, Masatepe, la Concha, los volcanes de Mombacho y Casitas y la Isla de Ometepe en el Lago Nicaragua. En esta zona se concentra la producción de café Robusta del país, representando el 13% del total de la producción nacional del café. Este café es utilizado, básicamente, con destino final al mercado doméstico.

La primera plantación de café en esta región se remonta a 1825. Desde entonces, el café ha sido el principal motor económico y de desarrollo de la zona. Actualmente, sin ir más lejos, este cultivo es el principal ingreso para los habitantes de la región, aunque últimamente se ha empezado a promocionar la zona como destino turístico, gracias sobre todo al atractivo que presentan las zonas de playa, los grandes lagos y sus montañas.



**Saeco**

**NEXTAGE**

2 Tipos de café, chocolate, espresso, cortado, café con leche, cappuccino, café latte, etc. ¡Con leche fresca!

La inteligencia de la sencillez  
El placer de escoger  
La fuerza de la personalización  
El don de la facilidad  
aplicada al sector Ho.Re.Ca.



Saeco Ibérica, S.A.  
P.L. Alameda C/Sant Ferran, 34-36 08940 Cornellà de Llobregat (Barcelona)  
Tel: 934740017 Fax: 934740434  
e-mail: saeco.sscoiberica@philips.com  
Web: www.saecovending.es



## Historia del café en Nicaragua



Los primeros datos del uso y siembra del café en Nicaragua los encontramos a partir de 1820. En esos años, el comerciante y aventurero inglés Orlando Roberts escribió haber tomado café en Nicaragua todavía en tiempos de la colonia española, cuando el gobernador de la “Provincia de Nicaragua” era Miguel González de Saravía.

Según explica Roberts en su libro publicado en Londres en 1827, durante su periplo desde el puerto de San Juan del norte, donde fue apresado por las autoridades españolas creyéndole un espía inglés, hasta los calabozos de la ciudad de Granada (Nicaragua) descubrió la afición de los locales por el café. Explica que lo vendían en las casitas de los indios y que a él se lo ofrecieron en diversas ocasiones tanto en Matagalpa como en León y también en Managua, donde Policarpo Irigoyen le invitó a cenar y a tomar café.

Por lo que Roberts recoge en su libro, se deduce que el gusto por el café en Nicaragua era grande y se consumía en diferentes momentos del día... “Poco después del amanecer tomábamos media pinta de excelente chocolate o café fuerte con una rebanada o dos de pan. A las ocho desayunaban carne de pescado o de ave, torta de huevo, tortilla y pan. A medio día toman sopa de carne con verdura y luego una taza de café fuerte. Luego del almuerzo viene la siesta, que consiste en dormir un rato, interrumpiendo toda actividad y quedando todo tranquilo como si fuese medianoche...”.

El mismo autor inglés describe también el comercio de café y lo lucrativo de este en esos momentos. Refiriéndose a Granada escribe: “esta gente abre una tienda temporal para la venta de sus “commodities”, y generalmente obtienen ganancias del 100% al 150% en sus ventas de café o cacao”.

La mayoría de los cafetales de esta zona están situados entre los 420 y 933 metros de altitud y están en manos de pequeños productores, quienes realizan varias cosechas al año, en cada una de las cuales únicamente se recoge el grano maduro. Asimismo, y a diferencia del resto del país, todo el café cosechado, independientemente de la finca de origen, se traslada de forma conjunta para ser introducido en el circuito de venta.

Los suelos de la región sur son también de origen volcánico combinado con sedimentos fluviales, muy especialmente en las zonas cercanas a las montañas que discurren paralelas a la costa del Pacífico.

En general, el café, en Nicaragua –al igual que en unos pocos países centroamericanos–, se cultiva bajo sombra, es decir, protegido del sol por árboles en pequeñas extensiones montañosas. Dichos árboles, en muchas ocasiones, son seleccionados para obtener la luminosidad adecuada y suelen ser productivos –cacao, laurel, banano... –, con lo que se contribuye a la reforestación y fertilidad de los suelos y se obtiene un mayor rendimiento. Además, con ello se mejora la biodiversidad, al servir de nicho ecológico para gran variedad de aves.

### Producción

La estimación final de la presente cosecha 2015/2016 una vez revisada el pasado mes de mayo, es de 1.879.000 sacos de 60 kilos, frente a los 2.175.000 de la temporada anterior.

La razón de esta reducción no es otra que las inclemencias meteorológicas protagonistas de los últimos tiempos y que han dado lugar a un tiempo inestable, con escasez de lluvia cuando era precisa, así como a temperaturas elevadas en momentos no oportunos. A ello deben sumarse el efecto aún latente de la plaga de roya que tanto daño hizo ya a la anterior cosecha. Según Conacafe (Consejo Nicaragüense de Café) esta afectación representa aproximadamente entre un 5% a un 13% de la reducción estimada para la presente temporada, lo que se puede considerar como normal y aceptable.

Ya en vistas de la próxima, este mismo organismo oficial se muestra mucho más optimista y ha estimado una cosecha de 2,2 millones de sacos para la temporada 2016/17. La estimación se basa en las mejoras de las condiciones climatológicas habidas hasta la fecha.



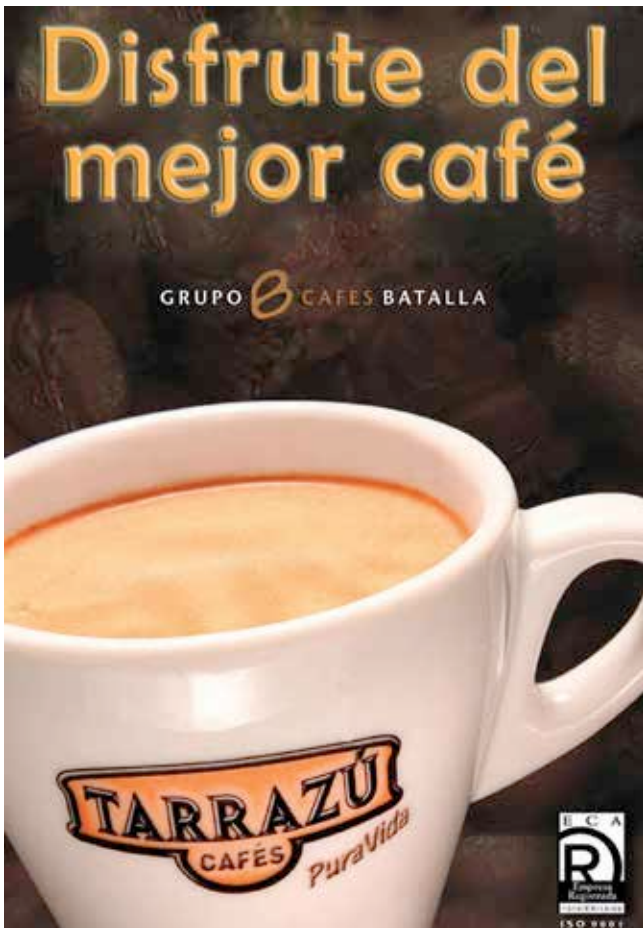


### El consumo de café en Nicaragua y su venta al exterior

El consumo per cápita de café en Nicaragua es de apenas 2 Kg. por habitante/año. La realidad es que aun con la vocación cafetalera y la tradición del café, el país no ha alcanzado altos índices de consumo, aunque la mejora de la calidad de la producción nacional, está favoreciendo el crecimiento del mercado interno. Este mismo incremento de calidad es el que también ha permitido abrir nuevos

mercados al café nicaraguense como Finlandia, Japón, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam, Jordania y China.

Durante el 2015, Nicaragua exportó, según datos de la Organización Internacional del Café, 1.861.000 sacos de café de 60 kilos (a nivel internacional todo este café se comercializa por sacos de 60 Kg., aunque su medida de comercialización en Nicaragua es de quintales oro, equivalente a 46 Kg). En divisas esta cantidad de café vendido a terceros ha supuesto para el país 393 millones dólares de entrada.



**sucrefi**

## Azúcar

<b>Bolsita</b>	<b>Tubo</b>	<b>Piramidal</b>	<b>Con agitador</b>	<b>Terrón</b>
----------------	-------------	------------------	---------------------	---------------

**Tipos de azúcar:**

- Blanco
- Moreno
- De colores
- Ecológico
- Comercio Justo
- Con Aromas
- Funcionales

Envasado en polipropileno blanco, transparente o biodegradable, y papeles obtenidos de madera sostenible con certificado FSC.

### Edulcorantes tradicionales y de Stevia



\* Todos los productos están fabricados con las máximas exigencias de Seguridad Alimentaria bajo la certificación internacional IFS.



La transformación del grano con destino al exterior se inicia en la misma unidad productiva, donde por lo general tiene lugar el beneficio húmedo, aunque en algunas cooperativas se hace de forma centralizada; la transformación continúa con el beneficiado seco, concluyendo con ésta etapa el proceso de transformación para la exportación.

Dadas las características de la producción cafetalera nicaragüense, el pequeño y mediano productor suele vender la mayor parte de su producción ya beneficiada a intermediarios, reservando otra parte para la venta del producto en cereza. Esto lo hacen para solventarse económicamente, pagar deudas y terminar de financiar la cosecha.

Entre los principales destinos del café de Nicaragua destaca Estados Unidos, con algo más de 900.000 sacos, Venezuela por encima de los 178.000 sacos y Alemania con más de 110.000. En España, el total de café nicaragüense registrado en el periodo de octubre 2014 a septiembre de 2015 fue de 11.348 sacos de 60 kilos.

### La Calidad del Café

La calidad del café de Nicaragua ha mejorado mucho en los últimos 20 años, alcanzando hoy, estándares realmente altos. Actualmente, muchos lotes de este origen son comercializados en el mercado de café de especialidad y en certámenes como la Taza de la Excelencia llegan a conseguir puntuaciones destacadas.

En aras de asegurar la calidad de su café, en Nicaragua se aplica la norma técnica obligatoria NTON 03 025-11, que tiene como objeto establecer la clasificación, especificaciones de calidad y referenciar los métodos de análisis y muestreo, en la comercialización de café verde, para la exportación y comercialización, también, a nivel nacional. Según se recoge en esta norma, las preparaciones de café con destino a Europa implican tener una muestra de café verde menor o igual a 8 defectos, y un tamaño de criba de 15/5,953 mm para arriba. La calidad de la taza debe ser siempre limpia.

Las especificaciones, características y métodos de análisis para la comercialización de Café verde son recogidas en esta norma, en el marco de la cual, se establecen, también, el color, el secado, la humedad, el escogido y la variedad del grano. La NTON 03 025-11 también establece los parámetros con los que se calculan los números de defectos del café.

La certificación de la calidad del café verde para la exportación está a cargo del Organismo Nacional de

Certificación de la Calidad del Café (ONCC) del Consejo Nacional del Café (CONACAFE), el cual supervisa periódicamente dicha certificación para asegurarse que se ajusta a los requisitos de esta Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense.

La mejora de la calidad ha logrado construir y fortalecer en este tiempo el “direct trade” o “comercio directo”. Este tipo de relación comercial se ha fomentado de tal manera, que no son pocos los japoneses o europeos que viajan al país, van a las fincas y cierran contratos de compra directa con los productores y sus cooperativas, lo que permite disfrutar en destino de cafés realmente únicos.

En este tiempo, los pequeños productores han logrado mejorar su posición gracias a la consolidación de la organización cooperativa, una relación más directa con el mercado, su capitalización, la mejora de la calidad y la integración vertical en la cadena. Se estima que alrededor de unos 10,000 pequeños productores se están beneficiando de esta mejora.

Paralelamente, además, el certamen de la Taza de la Excelencia ha sido un buen revulsivo para la “internacionalización” del café de este país. Este año, sin embargo, Nicaragua ha sido uno de los países donde la organización del evento ha decidido no celebrar la competición y esperar al nuevo diseño del concurso para reanudar el certamen.

Mientras, CAFENICA -Asociación Civil sin ánimos de lucro, integrada por 11 organizaciones de café - está implementando “Parcelas de Variedades” en las fincas de algunos productores con áreas demostrativas, con el objetivo mantener la producción de café de calidad en el país. Éstas parcelas se siembran diferentes variedades de café como: Catuai Rojo, Paca, Caturra estrella, Catrenic, Parainema, Icatu, previamente identificadas y seleccionadas priorizando el equilibrio entre calidad y resistencia a posibles nuevas plagas como la de roya sufrida recientemente no sólo en Nicaragua sino en buena parte de Suramérica.

En estas parcelas, los investigadores observarán el comportamiento de los cafetos y el resultado en cosecha, según la fisiología del suelo y características de la parcela donde se están sembrando.

El Centro Internacional de Agricultura Tropical, CIAT ha identificado en Nicaragua, al menos cinco zonas que mantienen cada año elevados niveles de calidad de café y que son potenciales para alcanzar una indicación geográfica o una denominación de origen. Según el CIAT, son Dipilto (incluye Dipilto, Macuelizo y Mozonte), Las

## El gran reto del cambio climático

El cambio climático representa un gran reto para la caficultura a nivel mundial, y Nicaragua está dando los primeros pasos para asegurar e incluso expandir su cuota de mercado con la puesta en marcha del primer proyecto de producción masiva de plantas de café haciendo uso de nuevas técnicas de cultivo.

El proyecto, bautizado como "Transplanta" se ha centralizado en el municipio de Sébaco en Matagalpa, desde donde anualmente se distribuirá a los productores nicaragüenses unos 10 millones de plantas de café.

En contra de la habitual bolsa de plástico y sustrato de tierra, en el enorme invernadero de Transplanta se usarán bolsas de papel biodegradables y sustrato vegetal, todo ello en un ambiente controlado.

A través de este proyecto y también del programa estatal de renovación de los cafetales, que acompaña a los caficultores nicaragüenses en materia de asistencia técnica y acceso a la tecnología, el país se propone incrementar su producción de café en los próximos 8 años, y pasar de la producción actual entorno a los 2 millones de quintales a 5- 6 millones.

Sabanas (Las Sabanas, San Lucas y Pueblo Nuevo), San Juan de Río Coco (San Juan de Río Coco y Telpaneca), Jinotega (Jinotega, Datanlí-El Diablo y Peñas Blancas) y San Rafael del Norte (San Rafael del Norte y San Sebastián de Yalí).

Los cafés nicaragüenses que más opciones tienen de obtener esos reconocimientos son los que se producen en Dipilto, porque el principal requisito es tener reputación, y ese municipio, con menos de tres mil hectáreas de cafetales, ha sobresalido en los últimos tres años con 29 cafés ganadores del concurso Taza de la Excelencia, los cuales se han vendido en la subasta electrónica con precios récord.

A pesar de ello, y de los esfuerzos realizados años atrás para conseguir ese reconocimiento para el

café nicaragüense, hoy día, el sector productor de Dipilto y el de todo el país en general, ha decidido centrar sus esfuerzos en otras prioridades, como contrarrestar la roya que ha atacado fuertemente a los cafetales en los últimos años. Esta política ha dejado, de momento, a Nicaragua el único país de Centroamérica que no tiene los reconocimientos de denominación de origen e indicación geográfica para su café.

### Las leyes del café

Nicaragua tiene en vigor dos leyes fundamentales que regulan la producción de café.

La primera es la ley del café (Ley 368) aprobada el 19 de diciembre del año 2000. El proceso de

# BATAVIA

PREMIUM ARABICA COFFEE





## La importancia del Café para Nicaragua

- El café es el producto de mayor importancia del sector agrícola de Nicaragua, ocupa el sexto lugar en el PIB nacional y, hoy por hoy, es el principal producto de exportación de este país con un 18.2% de las exportaciones totales.
- El cultivo del café genera aproximadamente 332.000 empleos directos, lo que representa el 54% del total de los empleos del sector agropecuario y el 15% del total de empleo nacional.
- El sector cafetero está compuesto por 44.519 productores que cultivan 127.036 hectáreas de café. De estos productores, el 97% tienen fincas con un máximo de 3,5 hectáreas.

### Consumo interno de café en Nicaragua (en sacos de 60 kg)

Temporada	Miles de sacos
1980/81	153
1990/91	34
1995/96	112
2000/01	181
2002/03	185
2005/06	190
2010/11	197
2013/14	210
2014/15	210

Fuente: ICO y otras

### Producción de café de Nicaragua (en sacos de 60 kg)

Temporada	Miles de sacos
1980/81	994
1990/91	420
1995/96	898
2000/01	1.445
2002/03	978
2005/06	1.718
2010/11	1.536
2013/14	1.823
2014/15	1.861

Fuente: ICO y otras

### Principales destinos del café de Nicaragua. Del 10/2014 al 09/2015 (en sacos de 60 kg)

País	Sacos
EE.UU	914.927
Venezuela	178.804
Alemania	110.181
Bélgica	103.497
Canadá	86.826
Italia	68.333
Suecia	37.469
Inglaterra	30.285
Noruega	29.282
Taiwán	28.833
Japón	26.924
Australia	26.603
Finlandia	16.094
España	11.348
Otros	97.188

Fuente: Centro de Trámites de la Exportación (CETREX)

### Medidas de equivalencia del Café de Nicaragua

Peso - 1 quintal oro = 46 Kg  
Superficie - 1 manzana = 7.049,61 m<sup>2</sup>

aprobación de esta ley estuvo precedido por fuertes polémicas entre las organizaciones de exportadores, básicamente, la Asociación de Exportadores de Café de Nicaragua (Excan) y las de productores, de forma especial, la Unión Nicaragüense de Cafetaleros (Unicafé). Los primeros argumentaban el escaso valor de la norma, creada, bajo su punto de vista para incrementar el control del comercio exterior del grano, mientras que los caficultores si bien le reconocían un importante componente de regulación, también identificaban en ella una herramienta de fomento de la caficultura nacional, aunque para asegurar su eficacia, requería, según su opinión, incrementar las ayudas a los productores más allá de la serie de exenciones fiscales ya contempladas en sus inversiones en la producción de café.

Todo ello promovió la redacción de una segunda ley, la 833, llamada "Ley para la transformación y desarrollo de la caficultura", en diciembre 2013. Esta ley pretende la renovación y transformación del sector a través de un fondo que permita la renovación de las plantaciones viejas. Para ello, prevé el pago por parte de los productores de una prima modesta de 1 a 4 dólares. Dicha prima es de 1 dólar en tanto el mercado no exceda de 140 centavos, 2 dólares siempre que el mercado cotice entre 141 y 165 centavos y hasta 4 dólares cuando el mercado cotice por encima de 185 centavos.

Susanna Cuadras Fuentes: Icona Café, Cafés de Nicaragua, Christian Rivas, Summa, Albert Solà, Centro de Inteligencia do Café, Goliath, Business knowledge on demand; Orlando Roberts. Narrative of Voyages and Excursions on the East Coast and the Interior of C.A., 1827

Q10 SERIES

# Robusto Rápido *Intuitivo*



El molino más rápido del mercado:  
una o dos dosis al instante.



Pantalla táctil de fácil manejo.



4 colores, elegante en cualquier espacio.



Mira el vídeo Q10 en YouTube.

Nos vemos del 23 al 26 de octubre  
de 2016 en Barcelona  
Pabellón 2 Nivel 0 Calle F Stand 670

**HOSTELCO**  
THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW



**QUALITY ESPRESSO**  
*Capture the Essence*

Motors, 1 - 9 • 08040 Barcelona, Spain  
T +34 933 946 305 • F +34 933 322 111  
E [info@qualityespresso.net](mailto:info@qualityespresso.net)  
[www.qualityespresso.net](http://www.qualityespresso.net)

En Quality Espresso Barcelona fabricamos todas nuestras máquinas de forma tradicional,  
logrando un producto profesional, adaptable, innovador y de calidad.

# Aldea Global, café especial, rentable y sostenible

**Las cooperativas son el eslabón clave de la producción de café de especialidad en Nicaragua. Su trabajo está resultando clave en el posicionamiento de este país en el mercado de cafés especiales, además, de en la mejora de condiciones de vida de muchos productores del país**

En Nicaragua, el desafío que representa una estructura productiva muy fragmentada es compensado por el hecho de que prácticamente la mitad de los productores están organizados en cooperativas cafetaleras que concentran el 29% del total de las exportaciones de café nicaragüense. Estas entidades son responsables, además, de alrededor del 88% de la producción total de cafés especiales.

Una de estas cooperativas es Aldea Global, ubicada en Jinotega, con cerca de 5.000 asociados y la particularidad de concentrar en su entidad un total de 1.640 cooperativistas mujeres.

Aldea Global nació en 1992 con apenas 22 socios que crecieron hasta 123, en el año 2000, momento a partir del cual ha registrado una progresión imparable. Actualmente, tienen 24 fincas certificadas RFA - Rainforest Alliance - y 86 de café orgánico.

Esta asociación es la novena exportadora del país y la tercera entidad de pequeños productores nicaragüenses, habiendo resultado tres veces ganadora de la Taza de la Excelencia. En la cosecha 2014/2015, Aldea Global produjo 20.850 sacos de café, la práctica totalidad de la cual vendidos como café diferenciado - 27% Fair Trade, 11% RFA y RFA Fair Trade, 5% orgánico y orgánico FT, 5% especial Colibrí Azul y 4% Tierra Madre-.

Warren Armstrong es el actual gerente de la cooperativa Aldea Global. De origen norteamericano, lleva 35 años trabajando en el ámbito de los cafés especiales, los últimos 26 como productor en Nicaragua. En el año 2000

asumió la gerencia de esta entidad y dos años después, Aldea Global entró en el mercado de cafés especiales de la mano de dos de sus miembros que se hicieron con el primer lugar de la primera edición de la Taza de la Excelencia de Nicaragua. Con él hemos conversado sobre la tarea de su cooperativa, su café, premiado y reconocido a nivel internacional y el trabajo e incidencia de estas entidades en la caficultura nicaragüense.

Proporcionamos a nuestros miembros el capital de trabajo necesario para iniciar o hacer crecer su negocio rural

## **¿Cuál es la misión y función de Aldea global?,**

Somos una asociación que aglutina pequeños y pequeñas productores y productoras del norte de Nicaragua. Nuestra asociación vela por sus miembros y nuestros valores como organización contemplan la equidad de género, la armonía con el medio ambiente y la solidaridad.

Apoyamos, a nuestros productores en la búsqueda de nuevos mercados y en la comercialización y exportación de su producto a mercados especializados como: de cafés especiales, café orgánico o raíces tropicales. Además, les proveemos con diversidad de servicios, desde la asistencia técnica a la ligada con temas concretos como los agro-negocios, o la incidencia gremial.





Warren Armstrong,  
gerente de la cooperativa Aldea Global



## Colibrí Azul, calidad SHG 17/18

Origen: **Nicaragua SHG Colibrí Azul 17/18**

Región: **Jinotega**

Productor **Cerro Dantali-El Diablo: Reserva forestal de amplia diversidad biológica, con 250 especies de aves, cuatro de ellas en peligro de extinción, como el colibrí azul.**

Cooperativa **Aldea Global: 1890 miembros caficultores, 47% mujeres**

Variedad: **Bourbon**

Altura: **1100-1650 m.s.n.m**

Proceso: **lavado y secado al sol**

Producción: **baja a mediana**

Oferta: **limitada**

Score: **86,00**

de los cafetales con plantas más resistentes a la roya, y el productor ha aprendido a manejarse mejor contra la prevención de esta plaga. A todo ello, debemos sumar la incorporación de nuevos cooperativistas. El conjunto está favoreciendo una producción mucho más alta, actualmente alrededor del 69% más que en la temporada anterior. Las previsiones son exportar 68.750 sacos de 69kgs de café especial en la temporada 16/17.

Estas son las expectativas, sin embargo, no debemos pasar por alto la preocupación por la broca que se genera tras altas temperaturas. Los cambios bruscos climatológicos, con lluvias intensas y posteriores días de altas temperaturas afectan, definitivamente, la formación del grano y el rendimiento final.

Si estos cambios bruscos de climatología se producen y hay una plaga de broca.

### ¿Cómo han pensado hacer frente a este ataque?

Cuando la roya comenzó hace cuatro años, Aldea Global estaba preparada ofreciendo a sus miembros financiación para el cuidado preventivo y también renovar sus cafetales afectados por la roya. Por ende, los y las asociados/as no resultaron tan afectados por este hongo.

Esperamos que la experiencia de la pasada cosecha en

relación con la broca nos permita una reacción igual. La temporada anterior, la infestación del insecto de “la Broca” fue generalizada en muchos cafetales de todo el país. Ahora con la nueva cosecha, nuestros miembros están alerta. Desde Aldea Global estamos difundiendo la información sobre diferentes maneras de controlar la broca a nuestros asociados y asociadas siendo el objetivo principal minimizar las consecuencias de un problema como este que afecta seriamente los rendimientos del pequeño/a productor/a.

### ¿Cuentan con la ayuda del gobierno en este y otros aspectos relacionados con la investigación caficultura?

El gobierno no ha invertido en investigación lo que debía y más, teniendo en cuenta que cobra un impuesto al productor quien, sin embargo, no acaba de percibir beneficio alguno.

### Uno de sus cafés más valorados es el Colibrí Azul, calidad SHG 17/18. ¿Cómo es este café?


Es un café excepcional. Su calidad es consecuencia directa de las condiciones micro-climáticas de la zona donde se produce: altura, variedad de flora y fauna de la región, temperatura, humedad, y el cuidado y conservación que brindan los asociados/as a esta reserva específica.

Hablar, además, de la calidad el Colibrí Azul es medir la relación que existe entre los factores ambientales, la trazabilidad y el resultado en taza. Es un café producido en condiciones climáticas idóneas, con un buen manejo de sombra de parte del productor/a, quien realiza todos los esfuerzos necesarios para que se cosechen solamente los granos maduros. El cuidado del grano de café durante todo el proceso, desde la finca hasta la exportación, es sello de identidad de este café.

### ¿Cuál es el destino de este café?

Desde el año 2015, la empresa española Icona Café importa en régimen de exclusiva el café Colibrí Azul de la Cooperativa Aldea global que es comercializado en la línea de cafés especiales que ofrece esta firma a sus clientes tostadores.





Un exquisito  
secreto

*Specialty*  
by ICONA

Solo para los más exigentes y cuidadosos tostadores, solo para aquellos que saben poner el mismo cuidado y mimo que nuestros productores seleccionados, solo para ellos existe la selección SPECIALTY by ICONA.

Solo el trato directo y sostenible, la trazabilidad y los expertos controles saca a saca en origen y destino, nos permiten asegurar una preparación premium tanto en aroma como en equilibrio, acidez, cuerpo, retrogusto y dulzor.

Solo una selección de cafés con una puntuación SCAA superior a 83 pueden formar parte de la gama SPECIALTY by ICONA dirigida a esos profesionales que aprecian y son capaces de aportar a este exclusivo producto todo el sabor, la intensidad y los matices que merece.

Solo SPECIALTY by ICONA te trae el mejor NICARAGUA COLIBRÍ AZUL de la Asociación Aldea Global Jinotega.

Un exquisito secreto



[www.iconacafe.com](http://www.iconacafe.com)

# La importancia de la **granulometría** del **café molido**

**El control de la granulometría en la molturación es uno de los pasos críticos para la preparación de un buen café. Cada cafetera requiere de una medida de partículas determinada para asegurar una extracción perfecta. No sirve la misma molturación para preparar un espresso que para un café de filtro**

Prácticamente desde el inicio de la popularización del café como bebida, se descubrió que el café tostado, si se muele, da como resultado una infusión más aromática, agradable e intensa. Si nos trasladamos a la cuna del café en Etiopía, donde todavía hoy se realiza la ceremonia del café, al estilo de como se hacía en esos primeros años, podremos observar en directo la importancia y protagonismo del proceso de molturación.

Todo empieza con el tueste del café. Las mujeres son las encargadas de colocar los granos sobre cualquier superficie plana, como una plancha metálica o, en el mejor de los casos, una sartén, y tostarlos sobre fuego de leña. Una vez tostado, lo pasan a una especie de mortero y lo machacan con un pilón hasta que adquieren una consistencia harinosa. Después, con mucha paciencia, calientan el agua en una vasija y le añaden el café molido. Cuando el agua y el café han pasado por su primera ebullición, se sirve una pequeña cantidad al invitado.

Previamente se han preparado unas tazas acompañadas de palomitas o, también, cardamomo en una bandeja adornada con flores. Cuando el café está hecho, se ofrece a los invitados y después al resto de personas de la casa. Posiblemente la preparación es muy rudimentaria y rompe muchos esquemas si la comparamos a cómo preparamos hoy día el café con sistemas mucho más sofisticados, pero el frescor del producto, el ambiente y, también, la ilusión de participar en una de estas ceremonias, seguro que nos hará creer que hemos tenido el privilegio de gozar de una de las mejores tazas de café que hemos tomado nunca.

De cualquier manera, lo que está claro es que utilicemos los equipos más avanzados o los sistemas más tradicionales, lo que siempre necesitaremos es molturar el café para su infusión.

## La molturación

De forma general e independientemente del sistema empleado para moler los granos, definiremos la molturación como el proceso de transformar y reducir la estructura del grano de café compacto en miles de partículas, incrementando, así, la capacidad de la extracción para poder sacar el máximo de sus mejores excelencias. Y ¿por qué molido se incrementa esta capacidad? Pues porque gracias al molido, se amplía la superficie de contacto del café con el agua que pasa a través de él, consiguiendo

extraer mayor número de propiedades que las que pudiéramos obtener de un grano entero.

Ahora bien, al moler siempre perdemos una parte importante de los aromas del café que ha sido previamente tostado. Se calcula que esta pérdida puede llegar hasta el 65% de los aromas y gases. Es por ello, que el café molido no debe permanecer en el dosificador durante largos periodos pues, cuanto más tiempo pase allí, la pérdida de aromas será mayor, la oxidación más importante y la desgasificación más rápida con el consecuente inicio del deterioro del producto en sí.

La recomendación es pues, en este sentido, moler sólo la cantidad de café necesaria, hacerlo con la mayor rapidez y procurar que transcurra el menor tiempo posible entre la molturación y la preparación de la taza. Esto nos lleva a desaconsejar dejar por la noche el café en la tolva o en el dosificador y aún menos durante los fines de semana, en el caso de los locales que cierran esos días.

## Sistemas de molturación

### Pilón y molinos de piedra

Al inicio de este artículo hacíamos referencia quizás, al más tradicional de los métodos de molturación del café. El utilizado por las mujeres etíopes y también en zonas rurales de muchos otros países productores, que machacan los granos con un pilón hasta conseguir una consistencia similar a la harina. Algunas variantes de este sistema, diseñados para conseguir granulometrías muy finas, son los molinos de piedra – actualmente, en muchos casos, de acero- que se utilizan, por ejemplo, para preparar el café tipo turco. Este sistema y el del pilón, son válidos sólo para las preparaciones en las que el agua empapa el café y extrae sus sabores a través del movimiento y no de la presión como sucede en otros métodos.

### Sistema de rodillos y fresas o muelas

El sistema de rodillos y el sistema de fresas o muelas son los más empleados para la molturación del café. El destino del café, hogar o hostelería y, sobretodo, el tipo de equipo con el que vaya a ser preparada la taza determinarán el mejor sistema para cada caso.

El sistema de rodillos es el utilizado, generalmente, por la industria tostadora y se emplea, básicamente, para café destinados al consumo en el hogar y para las cápsulas,

herméticamente cerradas, y que no son sometidas a ninguna presión manual antes de extraerlas. En el caso de los cafés con destino al uso doméstico, se presentan en bolsa a las que se le ha aplicado el vacío o bien en bolsas con válvula para garantizar su conservación.

Las partículas resultantes con molinos de rodillos son bastante más regulares que las que se obtienen por molturación de fresas o muelas. Los equipos de este tipo suelen estar preparados con sistemas de refrigeración específicos, con el fin de evitar que el frotamiento alcance temperaturas superiores a 40°, para minimizar, de este modo, nuevos factores de deterioro del café más allá de la oxidación.

El sistema de fresas o muelas es más popular para la molturación en la hostelería y a diferencia del de rodillos, las partículas resultantes no son tan perfectas, lo que permite aplicar presión manual o mecánica al café molido antes de la extracción. Esto es posible porque nunca cerraremos perfectamente el paso del agua.

Además de estos dos sistemas, existen otros para moler café, como el de martillos Fitzpatrick, común en muchos pequeños molinos eléctricos domésticos, y que basa su funcionamiento en unas cuchillas que golpean los granos. Otro sistema es el del molino Entolator, que actúa imprimiendo una gran velocidad a los granos, estrellándolos contra una superficie metálica.

### Punto de molturación

Independientemente del tipo de molino utilizado, lo que es obvio es que la función más importante

que deben realizar y garantizar estos equipos es ofrecernos una granulometría adecuada al tipo de café que trabajamos y al tipo de máquina que empleamos.

En el caso de los molinos de muelas, los más utilizados en hostelería y entre el colectivo barista, el control de esta variante se realiza regulando la distancia entre las fresas. Si antes, esta operación se debía hacer enroscando y desenroscando físicamente las muelas por parte del operador, hoy día, los equipos incorporan una ruedecilla numerada que realiza la misma misión. En la mayoría de los molinos, girando esta pieza en sentido de las agujas del reloj, es decir, aumentando la numeración, conseguiremos una mayor separación de las fresas y por tanto un café molido más grueso, mientras que si realizamos la operación al revés, en sentido anti-horario, obtendremos un molido más fino.

Atendiendo pues, al tipo de café, el grado de tueste, la humedad relativa, el tipo de preparación a realizar y el equipo a utilizar, regularemos el molino para obtener nuestro punto de molido ideal de partículas o menos grandes, según nos convenga.

A modo de guía, un espresso perfecto se consigue con el punto de molienda que nos ofrece en taza, 25 ml de bebida en 25 segundos de extracción, utilizando entre 7 y 8 gramos de café para su preparación. Es misión del Barista completar esta ecuación con el grado de molienda que nos proporcione una granulometría capaz de asegurar el cumplimiento del resto de parámetros. Si no conseguimos el resultado deseado, deberemos corregir el punto de molido a otra posición. Otra opción para saber si esta molturación es correcta es analizando la granulometría del café que hemos molido.

Administración Central | Avda. Prat de la Riba 186 - Nave 9 | 08780 Pallemà - Barcelona  
Tfnos.: 93 663 34 91 | 93 663 34 92 | Fax: 93 663 34 66  
e-mail: vipasa@vipasa.net

comercial **VIPASA** DOLÇ 3<sup>e</sup>

Lo que hacemos...  
Lo hacemos bien

Azúcares  
Edulcorantes  
Cafés solubles  
Cafés liofilizados  
Monodosis café

Servimos al torrefactor

Delegación | Tribunal de les Aigües, 9 | 46450 Benifaió - Valencia  
Tño.: 96 178 48 43 | Fax: 96 179 46 75

## EL MAGNÍFICO

Café tostado en Barcelona

Seleccionamos  
y tostamos cafés  
de alta gama con  
trazabilidad o blends  
personalizados  
para la hostelería  
más exigente  
e innovadora.

ARGENTERIA, 64  
T. 93.319.39.75  
CAFES EL MAGNIFICO  
CAFESLMAGNIFICO.COM



## ¿Qué es y cómo se hace un análisis de granulometría?

Este análisis se puede realizar por diferentes métodos, algunos muy simples y otros más complejos y sofisticados:

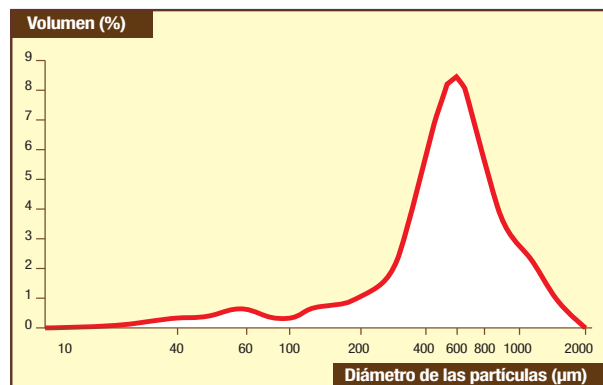
**Sistema manual.** Este se basa en un sistema de mallas y consiste en ir pasando el café molido por los cedazos de las distintas mallas. Este sistema no es muy repetitivo ya que los movimientos son manuales y el resultado puede tener lecturas variables. Como alternativa, existen la torre de cedazos maniobrados por vibración mecánica, las cuales nos facilitarán una lectura un poco más fiable, aunque las mismas partículas pueden quedar atrapadas en los agujeros de los cedazos y falsear el resultado final.

**Sistema de aspiración de mallas.** Este sistema de forma unitaria ofrece unos resultados más reales, aunque es un sistema lento ya que lo habitual es hacer pasar el café por seis cedazos de distintas mallas y esta operación comporta una media de cinco minutos por malla.

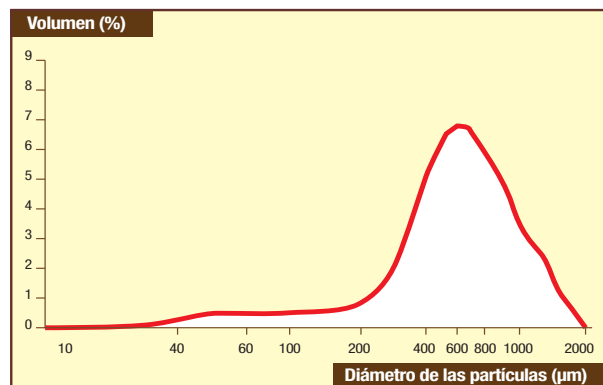
**Rayo láser.** Sin duda, el sistema más preciso es el de la lectura de la granulometría por rayos láser que mide todas las partículas de forma unitaria. Estos equipos nos ofrecen resultados exactos de la distribución de las partículas en poco más de 30 segundos y acompañan esta información con una gráfica en forma de campana de Gauss en la que aparece representado un dibujo perfecto del análisis y la media total obtenida.

### Comparativa Campana de Gauss:

#### Molido en cilindro



#### Molido en fresas

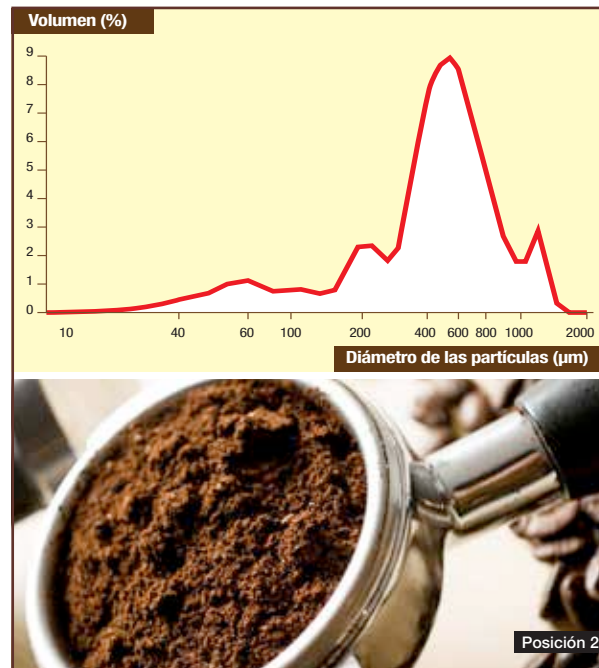


Con el propósito de conocer la influencia de la granulometría en la extracción de la taza, el Departamento Técnico de Fórum Café ha analizado diversas muestras de café molido con un medidor de partículas láser de la marca americana Coulter y las ha relacionado con los sistemas de extracción de café más habituales. En este ensayo se han analizado todas las posiciones de un molino con gama de 9 puntos de molienda, tanto para café molido de hogar como para

hostelería. La única posición que no se ha analizado es la 1, por ser las partículas resultantes de este punto de molido demasiado finas, incluso para el espresso.

## Resultados análisis de granulometría

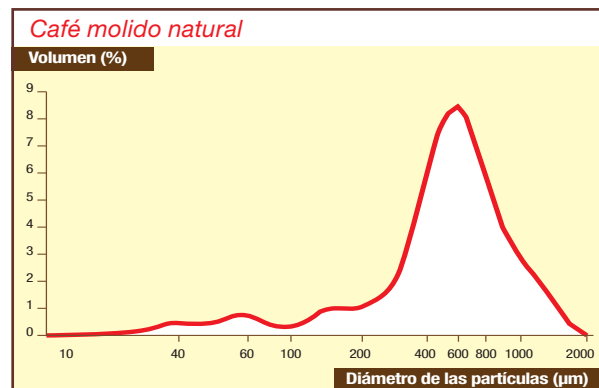
La **posición 2**, es decir, con las muelas del molino muy cerradas es la que ha ofrecido los resultados óptimos para la preparación espresso de hostelería, de 25 segundos de tiempo de erogación y 30 ml. de café extraído. El análisis nos ha indicado un promedio de 435 micras, siendo la desviación de 284 micras.

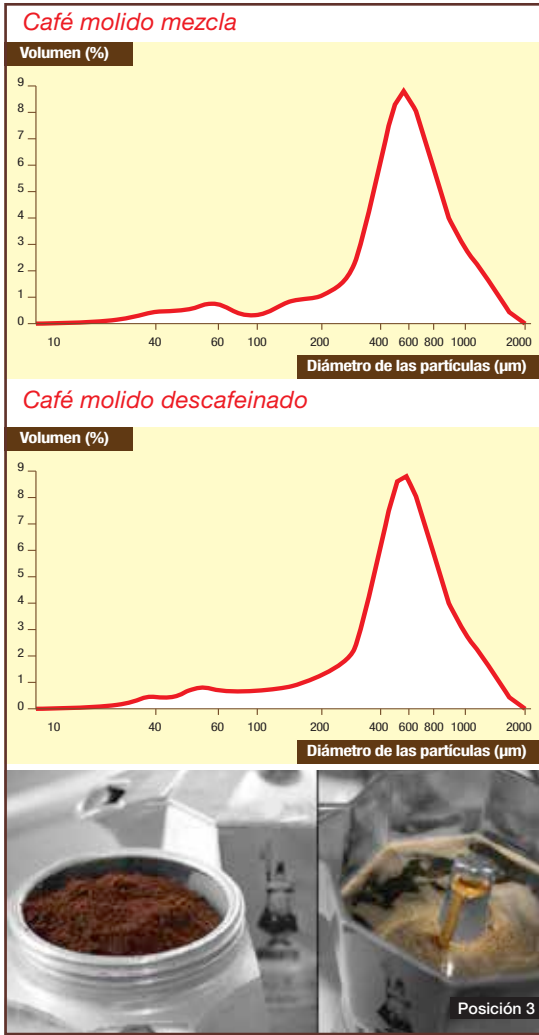


La **posición 3** ha resultado, por su parte, la molienda más adecuada para el café de cafetera italiana tipo Moka. El promedio del análisis ha dado un resultado de 570 micras, siendo la desviación de 368 micras entre la partícula más gruesa a la más fina. Aunque esta misma medida se puede adaptar a otras cafeteras, lo cierto es que el resultado del resto de muestras demuestra que existen otras posiciones más adecuadas a estos otros sistemas de extracción.

El café analizado para esta posición 3 han sido paquetes de molido al vacío de marcas líderes en el mercado.

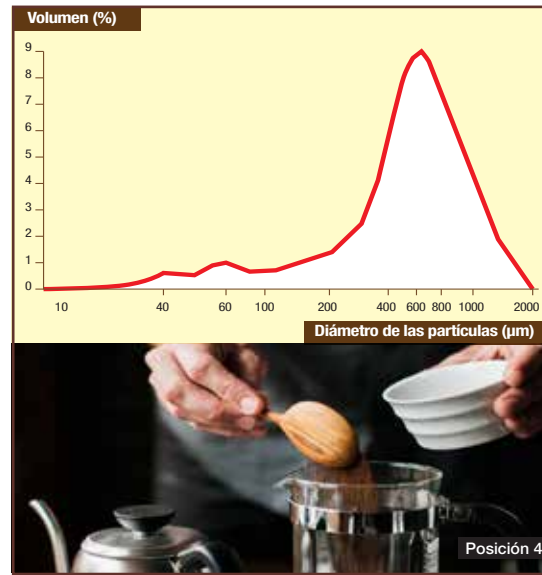
Con el café molido en esta posición y la cafetera tipo moka utilizada –seis tazas–, el tiempo de extracción, desde que el café empieza a subir al cuerpo superior de la cafetera hasta que se da por concluida la operación es de alrededor de 2 minutos. Los posos del café deben quedar húmedos pero sin agua estancada.





Moviendo el molino a la **posición 4**, la granulometría del café resultante es el que ha resultado más adecuado para la preparación en cafetera de émbolo, también conocida como French Press. El promedio de partícula en este caso es de 650 micras y la desviación de 351 micras.

En este caso, para preparar la taza, se debe mezclar en el cuerpo de la cafetera, el agua con el café y dejar reposar el conjunto durante 3-4 minutos. Transcurrido este tiempo, la extracción es inmediata. Para ello deberemos deslizar el émbolo suavemente hasta el fondo. Si encontramos mucha resistencia es que no ha transcurrido el tiempo necesario o bien que el café utilizado contenía demasiado gas.



## LOS MEJORES CAFÉS DEL MUNDO TIENEN **MEDALLA DE ORO**

Medalla de Oro, la marca premium de Cafés Brasilia y Cafés Santa Cristina, te ofrece la gama más amplia de cafés para hostelería, con variedades de todo el mundo.

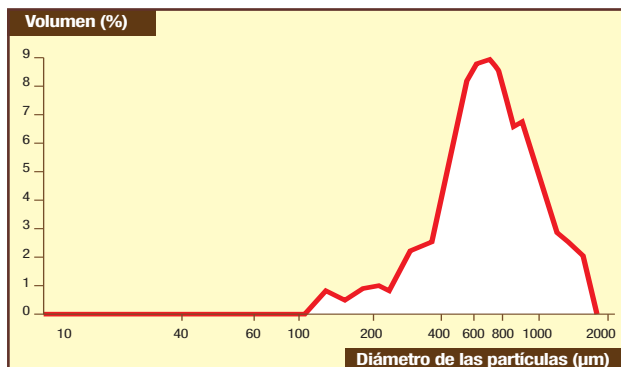


## INFORME

El análisis de la granulometría del café obtenido de la molienda en la **posición 5**, ha resultado, por su parte, es el más adecuado para el sistema de goteo eléctrico. El promedio de partícula en este caso ha sido de 774 micras, siendo la desviación estándar de 342 micras.

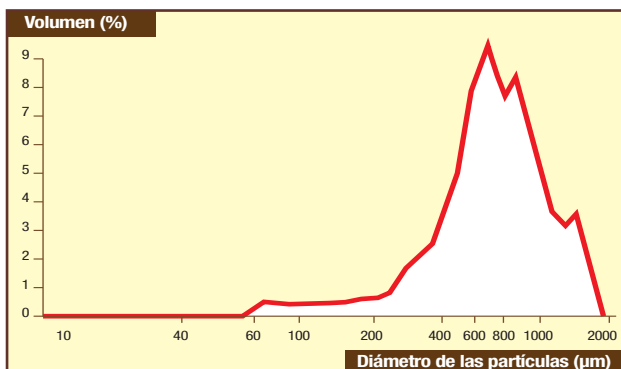
En este caso, el tiempo de extracción del café es variable en función de la cantidad de café que se prepara. A modo orientativo, para 500 grs de café, el tiempo de extracción estimado se sitúa en torno a los 4 a 5 minutos. Si la cantidad a preparar es de un litro, el tiempo de extracción se incrementará a 7-8 minutos.

En una extracción correcta, los posos deben estar ausentes de agua encharcada, pero húmedos. Si por el contrario el nivel de los posos ha superado de forma significativa el nivel del café molido, es señal de que la granulometría utilizada no era la correcta, estaba demasiado fina. Si por el contrario, estos posos están demasiado secos, es que están poco extraídos.

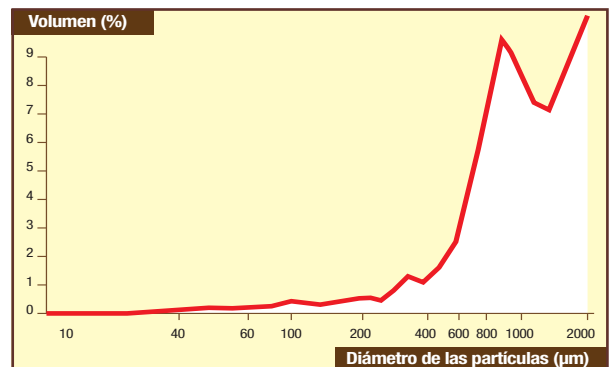


A medida que vamos subiendo de posición, la granulometría obtenida es cada vez más gruesa. En la **posición 6** la medida de las partículas es visiblemente mayor, concluyendo el análisis y pruebas, que el molido en esta posición resulta el más adecuado para la preparación de café con cafetera Chemex. La media de partícula es de 875 micras y la desviación standard de 409 micras.

Al igual que en el sistema anterior, goteo eléctrico, se puede ensayar con diferentes granulometrías. La ventaja es que podemos direccionar el agua para que la extracción sea más homogénea



Las **posiciones 7 y 8** son demasiado gruesas para las máquinas anteriores y poco utilizadas ya que no coinciden con las necesidades de granulometría de los métodos más habituales. Por el contrario, la **posición 9**, la de granulometría más gruesa sí que se utiliza de forma más general, si bien no a nivel de consumidor, si a nivel de industria, ya que es la posición adecuada para conseguir la granulometría adecuada para la cata brasileña.



Para la **AeroPress** podemos jugar entre las posiciones 5 y 6. Estas y como consecuencia su granulometría, son recomendadas y podemos experimentar con medidas cercanas en función del perfil de producto que deseamos obtener.

Si el filtro lo ponemos, por ejemplo, en la posición 4 en lugar de la 5, utilizando un mismo café y la misma cantidad de dosificación, la taza resultante tendrá un perfil más fuerte, con más cuerpo y más amargo, mientras que el agua que queda encharcada en el filtro estará muy cercana a rebosar, con lo cual se pueden originar pasos de partículas de café que posteriormente encontraremos en el café. El tiempo de extracción será más largo.

Si lo que hacemos es moler el café en el punto 6, la taza resultante será de una bebida de color más claro y de un perfil más suave, menos amargo, con menos

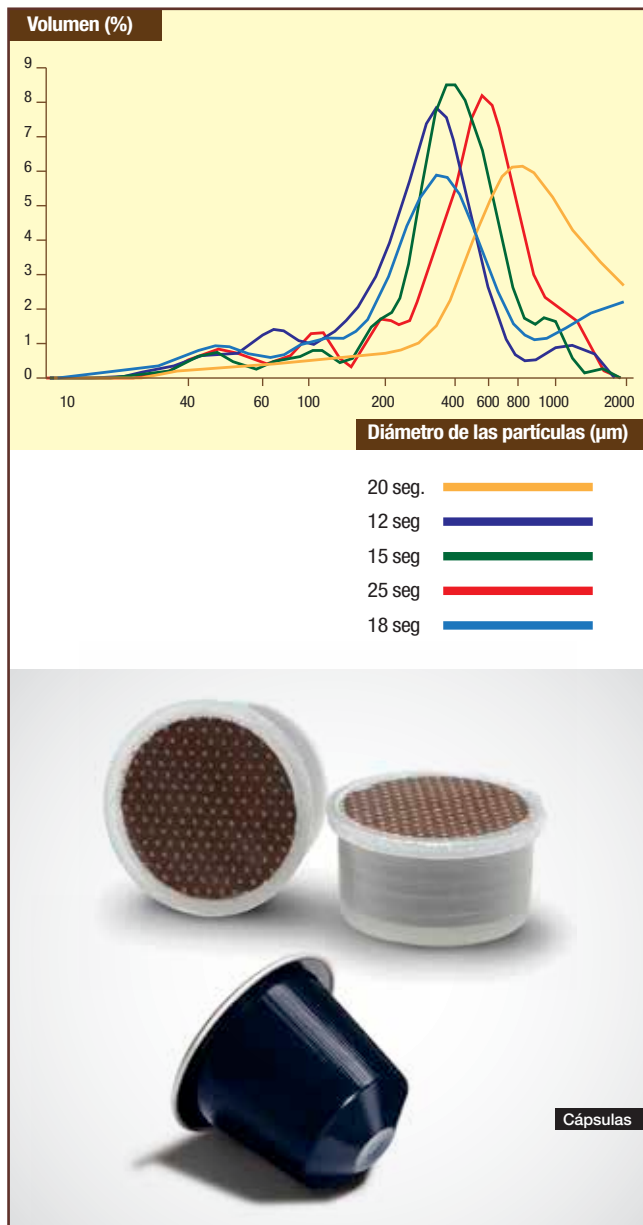
cuerpo y, seguramente, más rico en sabores, los cuales habrán sido, seguramente, mucho más difícil de distinguir en el perfil más fuerte.

Este mismo juego lo podemos hacer valer para los otros sistemas de extracción excepto en el caso del espresso que, tal como hemos explicado, requiere una molturación perfecta y precisa para obtener una buena taza de café.

El caso de las cápsulas y/o monodosis resulta mucho más difícil de estandarizar, ya que la granulometría va ligada al tiempo de extracción y este varía, bastante, según cada fabricante. Así, encontramos extracciones de 10 a 12 segundos, de 15 a 18 segundos, y de 20 a 22 segundos, con lo cual la campana de Gaos varía en cada uno de ellos.

Además, las máquinas, aunque sean compatibles tienen sus diferencias en formato, materiales y el sistema de perforación de los envases en los que se presenta el café molido lo cual, también, se traduce en nuevas y pequeñas variables.

Teniendo en cuenta todo ello, en este caso se han analizado y comparado cápsulas de entre 5 y 5,5 gramos de café, con extracciones medias de 10, 12, 20 y 25 segundos.



Departamento Técnico Forum Café

**caFina**

**ANIMO**

*Victoria Arduino*

**Master of the black beans**

Difrate del café con nuestras cafeteras profesionales.

Melitta® Cafina® XT4

Cafina C35

Black Eagle GRAVITECH

**tecnimel**  
maquinaria para hostelería

CENTRAL MADRID Telf. +34 91 644 81 30 Fax. +34 91 644 81 31

DELEGACIÓN CANARIAS Telf. +34 928 49 30 08 Fax. +34 928 49 30 09

tecnimel@tecnimel.com www.tecnimel.com



# ¿Qué nos cuenta el genoma del café?

**La secuenciación del genoma del café ha demostrado que los milenios se han ocupado de perfeccionar el cafeto de forma natural. El hecho de que el material genético del café sea único y que su evolución haya sido más selectiva, solo indica que el café es un producto excepcional**

Una de las investigaciones más exitosas entorno al café realizadas estos últimos tiempos es la secuenciación del genoma nuclear de la especie de café *Coffea canephora*, un importante descubrimiento que ofrece nuevas y precisas herramientas para la mejora genética del cafeto.

Julio Rozas, Catedrático de la Universidad de Barcelona (UB) e investigador ICREA Academia ha participado en el consorcio internacional que ha realizado por primera vez esta secuenciación. La aportación de Rozas y su colaborador, el investigador postdoctoral de la UB, Pablo Librado se materializó en un potente programa bioinformático de creación propia, BadiRate, que permitió a los investigadores analizar la ganancia y pérdida de genes a lo largo de la evolución y determinar el tipo de genes que han incrementado significativamente su número de copias en el linaje del café.

Con el tiempo evolutivo, el genoma del café, con 25.574 genes, no se triplicó como en sus parientes, por ejemplo, el tomate y el chili, manteniendo una estructura genómica similar a la de la uva.

La diversificación evolutiva del genoma del café fue impulsada probablemente, según se expone en las conclusiones de este estudio, por duplicaciones de genes particulares, en lugar de duplicaciones del genoma entero. Esto es algo extraño, teniendo en cuenta que la duplicación del material genético es un hecho común en la evolución y que el hecho de que el café haya sido más selectivo solo indica que es un producto excepcional.

Estos resultados contrastan con lo observado en otras plantas, para los que se ha sugerido que la diversificación de las especies se debe a la presencia de duplicaciones o triplicaciones de todo el genoma. “El café forma parte de la familia de plantas Rubiaceae, que tiene cerca de

13.000 especies y es la cuarta más grande del mundo; por lo tanto, sin la duplicación del genoma en su origen, el café parece romper con la idea de una relación entre la duplicación del genoma y la alta biodiversidad”, explica, France Denoeud, investigador del CEA-Genoscope y miembro del consorcio internacional que ha secuenciado por primera vez el genoma del café.

En la investigación, también se demuestra que en el genoma del café aparecen expandidas familias concretas de genes relacionados con la defensa de la planta y con sustancias que ésta utiliza para interactuar ecológicamente con el entorno. “Esto tiene implicaciones directas en la mejora de los mecanismos de resistencia a hongos, por ejemplo, y sirve para moldear la composición química del grano”, señala Carretero-Paulet, otros de los firmantes de la investigación (Universidad de Búfalo). En el transcurso del estudio, los investigadores compararon la planta del café con otras como la vid o el tomate, descubriendo que el café.

La secuenciación del genoma del *Coffea canephora* demuestra, también, que los genes responsables de la cafeína en el café evolucionaron independientemente de los genes con funciones similares en el té o en el cacao. Esto quiere decir que el cafeto es único en la historia. En comparación con otras especies de plantas, incluidas la uva y el tomate, el café alberga, además, un mayor número de genes conectados con la producción de alcaloides -principales responsables del sabor amargo del café- y flavonoides- sustancias antioxidantes naturales-, los compuestos que aportan cualidades tan apreciadas en esta bebida como el aroma del café, tal y como nos explica el catedrático Julio Rozas en la siguiente entrevista donde da cuenta de los detalles y conclusiones de la investigación de la secuenciación del genoma del café.





## Julio Rozas

Catedrático de Genética de la Universidad de Barcelona desde el año 2009 especializado en la investigación de los mecanismos subyacentes a la evolución -principalmente a nivel molecular-, tanto a nivel del ADN, del genoma, de familias multigénicas, como el de las innovaciones genéticas.

Para ello utiliza metodologías experimentales (incluyendo las "ómicas"), bioinformáticas (incluyendo el desarrollo de herramientas para genómica comparada y de poblaciones), analíticas y teóricas. Esta investigación, que actualmente está centrada en el sistema quimiosensorial de los artrópodos, se ha realizado tanto en el seno del grupo de investigación del catedrático Rozas, o participando en diversos consorcios genómicos como el que ha secuenciado y analizado el genoma del café, y se ha financiado por diversos proyectos competitivos, siendo galardonada con el premio ICREA-Academia.

El catedrático Julio Rozas ha publicado en torno a 90 artículos científicos, tanto en revistas de interés general (Nature, Science, PLoS Biol o PNAS) como en revistas especializadas (Mol. Biol. Evol., Genome Biol. Evol., Genome Research, Bioinformatics o Genetics); estas publicaciones han recibido más de 20.000 citas.

### **¿En que radica la importancia de la secuenciación del genoma del café?**

Cuando decimos que hemos determinado la secuencia genómica, no sólo queremos decir la secuencia del ADN de la planta del café, sino también la secuencia, estructura y posición cromosómica de sus genes, información que tiene una gran relevancia para futuras investigaciones. La investigación ha generado tanto conocimiento básico, como un conjunto de herramientas genéticas que podrán ser

### **¿Cómo se planteó y desarrollo la investigación?**

Es una iniciativa internacional, liderada por el Instituto de Investigación para el Desarrollo de Francia (IRD), el Centro Nacional de Secuenciación de Francia (CEA-Genoscope) y la Universidad de Búfalo (USA). El consorcio internacional nos contactó para participar en el análisis de la secuencia genómica del café ya que habíamos desarrollado un software bioinformático (BadiRate) que podía ser muy útil para estudiar la importancia biológica y evolutiva de

# MONTECELIO

*Disfruta de cada momento.*



**cafento**

Momentos únicos  
servidos con pasión

[www.cafento.com](http://www.cafento.com)



**¿Cómo ha contribuido usted y la UB?**

Nuestro grupo contribuyó en la determinación de que familias de genes se habían expandido de manera específica en el linaje del café. Este conocimiento nos ha servido para aumentar nuestro conocimiento de las particularidades y evolución molecular de la planta del café.

**¿Cómo es el genoma del café?**

Hemos determinado que el genoma del café (de la variedad robusta, *Coffea canephora*, que representa el 30% de la producción mundial del café) tiene unos 710 millones de pares de bases en su ADN y codifica para unos 25.000 genes.

Hemos identificado varias familias de genes que mostraban una expansión específica en el genoma del café; entre ellas, las N-metiltransferasas, que codifican para enzimas implicados en la producción de la cafeína. Además, hemos podido establecer que los genes responsables de la síntesis de la cafeína han evolucionado de forma independiente en las plantas del café, té y cacao.

**¿Esta secuenciación es la prueba definitiva de que la cafeína del café no comparte un ancestro común con la del té y cacao?**

Sí. Nuestro estudio confirma, y con resultados muy contundentes, que las vías de la síntesis de la cafeína han tenido orígenes independientes.

**¿Cuáles son las principales diferencias entre ellas?**

Todavía no conocemos los detalles de las diferencias entre las diferentes vías biosintéticas. Para ello deberemos realizar nuevos estudios.

**¿Los resultados posibilitan la mejora genética del café a partir de ahora? De ser así, ¿qué tipos de mejoras serían posibles?**

Sí que lo posibilitan. El hecho de disponer de la secuencia genómica, y de la descripción de los genes, podrá acelerar mucho los trabajos actualmente en curso. De hecho existen todo un conjunto enorme de posibilidades, desde intentar conseguir variedades que proporcionen una bebida con mejor sabor, más aroma, más o menos amarga o más dulce, plantas que por ejemplo puedan dar un café con unas propiedades organolépticas deseables, o plantas más resistentes a la sequía o a parásitos.

**¿Qué efectos puede tener este trabajo en la industria del café? y, ¿en el consumidor?**

Aquí también se abren múltiples posibilidades, tanto para las empresas dedicadas a la mejora genética del café (por la disponibilidad de un gran conjunto de nuevas herramientas genéticas), como para el consumidor (quizás se le puedan ofrecer bebidas con aromas nuevos).

**¿Cuándo se podrán ver los “efectos” de la aplicación de este descubrimiento sobre el terreno?**

La transferencia de este conocimiento a la sociedad puede ser relativamente rápido. Casi todas (o todas) las empresas que actualmente trabajan en la mejora genética del café probablemente están utilizando ya la información genómica.

**¿Será posible en un futuro cafetos a la carta que nos aseguren perfiles de taza determinados?**

En principio es posible.

**¿Podremos modificar el sabor y el aroma?**

También es posible. Si disponemos del genoma se pueden realizar cruzamientos dirigidos que permitan, por ejemplo, obtener variedades que mejoren el sabor del café -más menos amargo, aroma o la resistencia a plagas.

**¿Qué es lo que más le sorprendió durante su investigación?**

Quizás lo más sorprendente fue descubrir los detalles moleculares de como la evolución ha modelado el genoma.

**¿Cuál es el siguiente paso relacionado con esta investigación?**

En este momento estamos implementando nuevos modelos genético-evolutivos a nuestro software BadiRate, y esperamos poder aplicarlos a otros genomas.

**¿Qué otras investigaciones relacionadas con el café tiene en marcha su departamento?**

En estos momentos, sobre el café en particular no estamos llevando a cabo ninguna investigación. Actualmente nos hayamos centrados en nuestra participación en los análisis evolutivos de la secuencia genómica de la planta carnívora *Cephalotus follicularis*.

**¿Es consumidor de café? ¿Cuántos cafés al día toma? ¿Cómo le gusta el café?**

Pues sí. Soy un gran consumidor de café, de café solo; fácilmente puedo tomar más de 4 cafés al día. Me gustan los cafés intensos, de gran aroma y un ligero sabor amargo.

# HOSTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

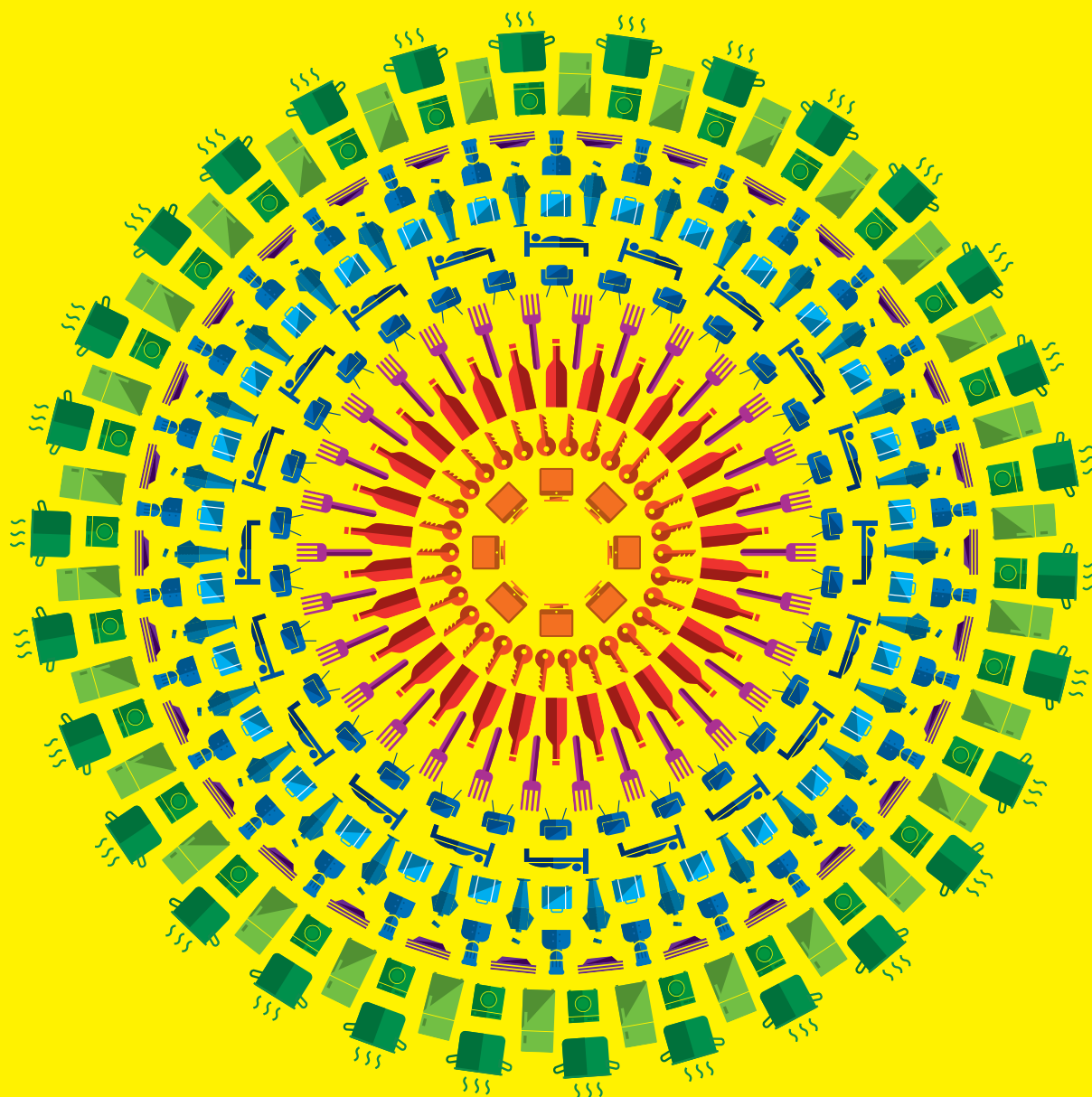


Fira Barcelona

**23 - 26 OCTUBRE 2016**

RECINTO GRAN VIA - BARCELONA

[www.hostelco.com](http://www.hostelco.com)



**HOSTING INNOVATION  
CREATING SOLUTIONS**

BARCELONA HOSTING WEEK

HOSTELCO | FÒRUM GASTRONÒMIC | CONGRESO RESTAURACIÓN COLECTIVA



**Jordi Roure,**  
*Presidente de FELAC y  
 Presidente del comité organizador de Hostelco*

“**Hostelco 2016** se plantea como un **centro de actividad y oportunidades** para que el sector no quiera ni pueda desaprovechar”

Hostelco, el salón del equipamiento, maquinaria y servicios para hostelería y colectividades, que se celebra en Barcelona del 23 al 26 de octubre, ultima ya detalles de una nueva edición que se presenta llena de novedades. La oferta del salón se amplía con nuevos sectores y programas especiales dirigidos a los profesionales de la hostelería y la restauración, siendo uno de los principales objetivos del evento contribuir a la dinamización de un mercado nacional, cada vez más activo gracias al buen comportamiento del turismo. Junto a Área Café, el Fórum Gastronómico y al Congreso de Restauración Colectiva, Hostelco integrará la Barcelona Hosting Week, una gran plataforma sectorial de la industria gastronómica que incluirá toda la cadena de valor del sector, desde el equipamiento hasta la elaboración y distribución del producto.

Hostelco 2016 recogerá las novedades de 11 sectores, el más representado de los cuales será el de equipos y maquinaria de hostelería. Les siguen los ámbitos de Menaje y servicio de mesa; Gestión, control informática y seguridad; Textil y uniformes; Empresas de servicio; Mobiliario y decoración; Limpieza, equipos y productos para lavandería, tintorería, higiene y limpieza en general, y el Área Café, además de los nuevos sectores de Pastelería, Panadería y Heladería.

Como novedad, además, se habilitará una zona dinámica e interactiva dedicada a las novedades, donde estarán expuestos no sólo los productos más innovadores presentados por las empresas expositoras, sino también las tendencias más en boga a nivel mundial 'rastreadas' por los 'hunters' del sector seleccionados entre los mejores expertos, cazadores de tendencias y bloggers.

Jordi Roure es, desde el 2007, presidente de la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de

Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (FELAC) y presidente del comité organizador del Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hotelaría y Colectividades, Hostelco.

Profesional del sector de las máquinas de café desde 1974 y presidente de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de Máquinas Españolas de Café y Similares (MACAFE) desde el 2006, conoce muy bien el sector del café.

En la próxima edición de Hostelco, Área Café será el protagonista. Está prevista la exposición de empresas relacionadas con la preparación de la taza, desde café verde a los complementos servidos habitualmente con la infusión, pasando por máquinas de café, molinos, tostadores, artículos barista, de coctelería,... Un espacio dedicado en exclusiva al café.

***A pocas semanas de la inauguración de Hostelco, ¿Cuáles son las expectativas para esta edición?***

Hostelco volverá a reunir en su 18ª edición la mayor oferta de equipamiento, maquinaria y servicios para la hostelería y colectividades de la mano de las principales empresas del sector, el 20% de las cuales serán extranjeras.

En el certamen se mostrarán las novedades de 11 sectores: equipos y maquinaria de hostelería; menaje y servicio de mesa; gestión, control informática y seguridad; textil y uniformes; empresas de servicios; mobiliario y decoración; limpieza, equipos y productos para lavandería, tintorería, higiene y limpieza, y el Área Café, además de los nuevos sectores de pastelería, panadería y heladería.

Hostelco 2016 se ha focalizado en la atracción de compradores estratégicos como son distribuidores nacionales y cadenas hoteleras, de restauración y de

# HOSTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW



## Hostelco, Salón del equipamiento, maquinaria y servicios para hostelería y colectividades

Edición: 18ª

Periodicidad: Bienal

Carácter: Profesional

Fechas: Del 23 al 26 Octubre 2016

Horario: De 10:00 a 19:00h.

Organiza: Fira de Barcelona y la Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines (FELAC) con la colaboración de la Federación Española de Hostelería (FEHR)

gestión de servicios españolas y extranjeras. En este sentido, se ha diseñado un programa dirigido a los distribuidores clave nacionales con facilidades e incentivos para impulsar su presencia en el salón, así como encuentros directos entre la oferta y la demanda. Asimismo, los nuevos sectores de panadería, pastelería y heladería serán los protagonistas de 'La Plaza', un espacio que acogerá actividades relacionadas con estos productos. El objetivo consiste en dar a conocer a profesionales y propietarios de hoteles, cafeterías o restaurantes cómo producir estos alimentos en el mismo establecimiento de forma artesanal y las ventajas del proceso, tanto desde el punto de vista de la rentabilidad como de la calidad del producto.

**¿Cuál es el panorama actual del sector de fabricantes de equipos para café en hostelería de nuestro país?**

El sector está en un buen momento con el turismo empujando y una hostelería en crecimiento que solicita nuevos equipos y con más prestaciones para adaptarse a las necesidades del momento.

**¿Cuál ha sido la evolución de esta última década?**

En la última década, los tostadores se han vuelto más exigentes con los fabricantes de máquinas de café al encontrarse ante una demanda más amplia de productos para satisfacer nuevas necesidades. Esto les ha llevado a mejorar la calidad del café y de su servicio. También han tenido que hacer frente a la irrupción de la cápsula en la hostelería.

**¿Y las tendencias actuales hacia dónde van?**

Las tendencias son muchas y variadas. El sector de fabricantes de equipos está inmerso en una evolución constante. Las últimas tendencias están

Cafés gourmet  
Maquinaria para hostelería  
Servicio técnico propio

Calle Castelar, 62.  
50.013 Zaragoza  
Tlf. 976 411 937 - Fax 976 411 447  
cafes-ays@cafes-ays.com  
www.cafesays.es

cafés  
**Cornellà**



“Una manera especial de entender el mundo de la cafetería”

MUNDO ESPRESSO



cafés  
**Cornellà**

C/ Llevant, 4-6 17459 Fornells de la Selva GIRONA (Spain)  
Tel. +34 972 476 300 Fax +34 972 476 617  
www.cafescornella.com

## El sector hostelero en vías de recuperación

### Las ventas nacionales de maquinaria para hostelería se incrementan

El buen comportamiento del turismo junto al dinamismo del mercado interior han marcado un cambio de tendencia en el ámbito del equipamiento y servicios para la hostelería, que ahora vuelve a poner el foco en la demanda interna para explorar nuevas oportunidades, sin perder de vista el negocio internacional que mantiene su trayectoria ascendente.

El global del sector de la hostelería consolidó en 2015 su recuperación y dio empleo a un total de 1.505.150 profesionales según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística. De éstos, 344.325 encontraron ocupación en la hotelería y 1.160.825 en la restauración, cifra récord que superó por primera vez los resultados de 2008, precedentes a la crisis.

Según el estudio de Fehrddata sobre el 'Universo del consumo fuera del hogar 2016', en España existen más de 391.000 establecimientos de hostelería, un 1,9% más que en 2015. De éstos, 151.000 son bares y cafeterías; 97.000 restaurantes (+0,3%); 13.000 locales de ocio (discotecas, juegos); 31.000 alojamientos; 42.000 establecimientos de restauración social (+0,2%); 4.000 catering y servicios de hostelería; y 51.000 comercios, como pastelerías, panaderías o áreas de servicios. Estos últimos son los que más han aumentado, registrando un incremento del 17% con respecto al ejercicio anterior.

El turismo, que supone ya el 11,2% del PIB español, proporciona la mayor parte de la actividad hostelera, aunque hay evidencia de la recuperación del consumo interno, sobre todo en los horarios de la comida (21,4% de las visitas) y de la merienda, que ha aumentado de un 2,2% con respecto a 2014 y ya supone el 22,5% de las visitas a bares y restaurantes abiertos durante una amplia franja horaria, en la que el consumo de café es un clásico (fuente: NPD Crest, Informe sobre Restauración en España 2015).

dando mucho protagonismo a las máquinas de café espresso, unos equipos de diseños vanguardistas cada vez más sofisticados que aumentan las prestaciones para el usuario y que han incorporado la tecnología digital, la cual ha marcado un antes y un después en el mundo del espresso.

Hasta ahora, máquina espresso y molino de café eran los reyes del equipamiento para el sector. Las nuevas tendencias nos traen nuevos formatos de preparación de café y con ello nuevos equipos y también nuevos artículos. ¿En qué punto de desarrollo está la actividad I+D+i en el sector del equipamiento para el café en hostelería en nuestro país?

## El barista ha obligado a los fabricantes a evolucionar sus equipos adaptándolos a la actual demanda

Invertir en I+D+i es el camino a seguir por todos los fabricantes de máquinas de café, de modo que captar las necesidades de los usuarios es el primer ejercicio que ha de realizar un departamento de estas características para, posteriormente, implantar nuevos sistemas que cubran esas necesidades.

Los fabricantes, cada vez más innovadores, han dado un salto cualitativo en las últimas décadas gracias a la inversión en I+D+i, pero esta es una cuestión en la que se debe continuar poniendo el máximo empeño. Una de las novedades importantes son los sistemas de control sobre los equipos, que pueden ofrecer toda aquella información de interés para el comprador de estas máquinas.

Siendo un país, el nuestro, en el que el servicio de hostelería está ampliamente arraigado, ¿los profesionales del sector muestran interés por la novedades en equipamiento?

Los profesionales de la hostelería muestran mucho interés en todo lo que sean novedades y se preocupan por estar bien informados, sobre todo en lo que se refiere

a nuevas prestaciones. A su vez ha aparecido un nuevo tipo de usuario, cuyo producto estrella es el café, y que es mucho más exigente tanto con los orígenes del producto, como con la calidad y prestaciones de los equipos para conseguir su objetivo, la excelencia en cada taza.

### **¿El parque de equipos para el café en la hostelería española que edad media tiene? ¿Cada cuánto tiempo es conveniente renovarlos?**

La edad media del parque de equipos para el café en la hostelería española está en torno a los 7-8 años. Lo ideal sería sustituir la máquina alrededor de los 5 años, tiempo en que suele estar amortizada por el tostador. Los costes de los mantenimientos de las máquinas serán el indicador que definirá cuando conviene cambiarlas. Otra causa que puede originar la renovación de los equipos son las innovaciones que periódicamente salen al mercado y que el cliente final solicita.

### **Hasta ahora, lo habitual en el sector ha sido que los tostadores hayan facilitado máquina de café y molino a los hosteleros a cambio de contratos de fidelización. ¿Es un patrón con futuro?**

El que en España los tostadores faciliten las máquinas y los molinos a sus clientes a cambio de contratos de fidelización es un patrón que apareció en los años noventa. Está muy arraigado y se aplica en la mayoría de los casos, por lo tanto es difícil que vaya a cambiar a corto plazo. Tan solo la restauración sería capaz de cambiar este patrón, asumiendo la inversión que supone equipar sus establecimientos con esta maquinaria y negociando la compra de café de una forma distinta. Si echamos un vistazo a otros mercados de espresso en el mundo, podemos observar que hay distintos patrones.

### **¿Son competitivas las empresas españolas de fabricación de equipos para café en hostelería fuera de nuestras fronteras? ¿Qué porcentaje de negocio representa la venta al exterior para las empresas del sector?, ¿Qué mercados son los principales clientes de equipos para café en hostelería?**

Los fabricantes españoles de máquinas de café son muy competitivos, y cuentan con una buena imagen gracias a la calidad de sus productos. Sus ventas al exterior representan el 50% de su facturación global, y sus principales mercados son Europa, Asia, Norte América y Oceanía.

### **¿En qué tipo de equipos destacamos?**

Si las máquinas de café espresso son clasificadas en superautomáticas, tradicionales y de café filtro, podemos afirmar que los fabricantes españoles destacan en máquinas de café espresso tradicionales.

### **¿Qué ha significado para el sector la aparición de profesionales especializados en la preparación y servicio de café?**

Ha comportado un avance muy positivo en todos los segmentos, obligando a los fabricantes a hacer evolucionar sus equipos adaptándolos a la actual demanda, desarrollando nuevos sistemas de extracción, sistemas de cápsulas y mecanismos más eficientes para el trabajo diario. Por otro lado, se está mejorando la calidad del grano que consumimos, y se está educando al cliente final con el objetivo de que sepa apreciar y exigir tazas de café correctamente elaboradas.

Gran parte de esta evolución viene dada por la labor que organizaciones como el Fórum Café están realizando en los últimos años.

### **¿Existe una buena conexión oferta-demanda por lo que se refiere al equipamiento para el café en hostelería?**

Se puede decir, sin ningún lugar a dudas, que sí. La oferta es muy amplia, con muchos fabricantes tanto nacionales como extranjeros dispuestos a ofrecer sus productos en nuestro país poniendo énfasis tanto en las prestaciones como en el diseño de sus máquinas para satisfacer al máximo las necesidades del mercado.

### **¿Cómo valora la colaboración entre el Fórum Café y Hostelco? ¿Hacia dónde cree que se debe continuar trabajando en esta relación?**

El café es uno de los protagonistas más importantes de la hostelería, y ha tenido siempre una presencia muy relevante en Hostelco, sobre todo en el ámbito de la maquinaria. El Fórum Café ha sido clave en aumentar el prestigio de este producto en Hostelco, especialmente por lo que se refiere a la divulgación de la cultura del café, gracias a actividades como el Campeonato Nacional de Baristas o las catas y conferencias sobre las múltiples características y matices de los diferentes cafés del mundo.

La colaboración Fórum Café – Hostelco juega un rol estratégico en el certamen, que redundará en beneficio de todos los operadores y profesionales del mundo del café generando formación y conocimiento. El objetivo de nuestra colaboración sigue siendo el mismo: seguir divulgando las propiedades de los diferentes tipos de producto, las diversas maneras de elaborarlo y consumirlo en el mundo. Es un tema fascinante, que merece toda la atención de los consumidores y de los profesionales que forman parte de la cadena de valor del café, desde la plantación hasta la taza.



Lata de 1 Kg

## CHOCOLATE TRADICIONAL



Bolsa 1 Kg



Estuche 40 sobres



## CACAO PURO especial Baristas

## CHOCOLATINAS



T. 902 12 21 12

[www.chocolatereybar.com](http://www.chocolatereybar.com)

#reybar





# Fórum Café en Hostelco

**Fórum Café contará una edición más con un espacio destacado en Área Café de Hostelco, donde celebraremos la Final del XI Campeonato Nacional de Baristas y las tres nuevas competiciones entorno al café que estrena este año nuestra entidad**

Un año más, Fórum Café volverá a ser protagonista, a la vez que responsable principal de la dinamización de Área Café, el espacio del Salón del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades de Barcelona, Hostelco, dedicado monográficamente al café. La cita será del 23 al 26 de Octubre próximos en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona y para la ocasión, Fórum Café ha preparado un programa que respira café de inicio a fin, con la Final del XI Campeonato Nacional de Baristas, como protagonista principal.

Como novedades destacadas de la participación de Fórum Café en Hostelco, apuntar el lanzamiento de dos nuevas competiciones por parte de nuestra entidad, el I Campeonato Nacional de Cata, el I Campeonato Nacional de Aeropress. Además se estrena un nuevo diseño de la Final del Campeonato Nacional de Baristas, que este año pasa a tener dos días de semifinales, en vez de uno como hasta ahora, y se ha programado, también, un cocurso de coctelería con café.

Todas estas actividades se anuncian como propuestas destacadas en Hostelco el salón más importante del

sector del equipamiento hostelero en España y el segundo de Europa, estando prevista la presencia y visita de destacados operadores del sector.

## **Semifinales y Final XI Campeonato Nacional de Baristas**

Tal y como sucede cada dos años, cuando se celebra este Salón, Fórum Café organiza la Final del Campeonato Nacional en el marco de este evento, rotando la competición el resto de años a otras ubicaciones, tal y como sucedió el pasado año, por ejemplo, cuando la Final se celebró en la ciudad de Málaga. Otras ciudades que han acogido la Final del Campeonato Nacional a lo largo de sus once años de historia han sido, San Sebastián, Zaragoza, Madrid y La Coruña.

En todo este tiempo, desde 2006 hasta ahora, la competición barista Fórum Café ha crecido y se ha convertido en punto obligado de atención para el sector del café. En la presente edición se han celebrado un total de cinco campeonatos provinciales y doce autonómicos (tres de ellos por celebrarse al cierre de esta edición), en



## Programa Fórum Café en Hostelco 2016

### 23 de Octubre

De 11:00 a 15:00 h. **1ª Semifinal XI Campeonato Nacional de Baristas**  
 De 15:30 a 16:30 h. **Degustación de cafés especiales por gentileza de Icona Café**  
 De 17:00 a 18:00 h. **Semifinal I Campeonato Nacional de Aeropress**

### 24 de Octubre

De 11:00 a 15:00 h. **2ª Semifinal XI Campeonato Nacional de Baristas**  
 De 15:30 a 16:30 h. **Clasificación y sorteo Final XI Campeonato Nacional de Baristas**  
 De 17:00 a 18:00 h. **I Campeonato Nacional de Cata**

### 25 de Octubre

De 11:00 a 12:00 h. **Final I Campeonato Nacional de Aeropress**  
 De 12:00 a 13:00 h. **Entrega premio I Campeonato Nacional de Aeropress con cóctel gentileza de Icona Café**  
 De 14:00 a 15:00 h. **Final XI Campeonato Nacional de Baristas**  
 De 17:30 a 18:00 h. **Entrega de premios XI Campeonato Nacional de Baristas**  
 De 18:00 a 20:00 h. **Barista Party**

### 26 de Octubre

De 11:00 a 15:00 h. **Concurso de coctelería con café**

## Baristas finalistas

**José Alexis Rodríguez**, patrocinado por **TIRMA**. *Campeón de Canarias*  
**Pedro José Mateo**, patrocinado por Esc. **Hostelería de Cartagena**. *Campeón de Murcia*  
**Rafael Veitia**, patrocinado por **Cafés Foronda**. *Campeón de Euskadi*  
**Willy Gómez**. *Campeón de Galicia*  
**Héctor Machín**, patrocinado por **Cafés Dromedario**. *Campeón de Castilla y León*  
**Karla Ximena Chiry**, patrocinada por **Cafés Dromedario**. *Campeona de Cantabria*  
**Rayco Jesús Paz**, patrocinado por **Supracafé**. *Campeón de la Comunidad de Madrid*  
**Javier Carrión**, patrocinado por **D-Origen Coffee**. *Campeón de la Comunidad Valenciana*  
**David Ruiz**. *Campeón de Andalucía*

Además de estos campeones, se suma a la lista la barista **Taia Zahariya**, patrocinada por **Grupo Cafés Batalla** quien una vez evaluada ha sido calificada como ápta por el Comité de Jueces Fórum Café para ejercer de representante de la Comunidad de Aragón en la Semifinal del XI Campeonato Nacional de Baristas.

La lista de baristas semifinalistas se completará con los campeones de Asturias, La Rioja y Cataluña (campeonatos a celebrar a finales de julio). Las cuatro plazas que completan las 17 de la Semifinal Nacional se cederán a los cuatro segundos mejores clasificados de todos los campeonatos autonómicos baristas celebrados este año.

los que han participado sobre el escenario más de 130 baristas y más de 200 teniendo en cuenta, las eliminatorias previas celebradas en el ámbito de muchas escuelas para elegir sus representantes en los campeonatos provinciales o autonómicos. Las empresas coorganizadoras también han hecho lo propio, formando a numerosos baristas y eligiendo a los mejores para competir.

Toda esta preparación y trabajo tiene sus frutos y según apunta todo lo visto hasta el momento en las competiciones provinciales y autonómicas celebradas este 2016, nos esperan en octubre unas Semifinales y Final nacional de altísimo nivel. El dominio de la técnica barista, los conocimientos sobre café y la complejidad de las bebidas presentadas por los baristas no hacen más que incrementarse de edición a edición, demostrando el interés de las empresas tostadoras, profesionales hosteleros y estudiantes por ofrecer, cada vez más, una experiencia única a los consumidores en su degustación del café.

Como novedad de esta edición, la semifinal del se celebra a lo largo de dos jornadas, los días 23 y 24 de octubre, mientras que la gran Final se llevará a cabo el día 25, por la tarde.

### La competición

En cada una de las jornadas de la semifinal actuarán 9 baristas, los 17 clasificados divididos en dos grupos, más el actual Campeón Nacional de Baristas Fórum Café 2015, Damián Seijas, quien realizará una exhibición especial, previo al inicio de la competición el día 23 de octubre, la cual servirá como presentación del campeonato y ejercicio de calibración para los jueces participantes.

Como marca la reglamentación del Campeonato, los baristas serán juzgados por dos jueces sensoriales, dos jueces técnicos y un juez líder. Mientras que los jueces de control, velarán por el cumplimiento de todos los requisitos justo antes y después de la finalización de la actuación de cada participante.

(continúa en la página 36 >)

# Campeonatos Autonómicos de Baristas Fórum Café 2016

Desde su creación, los Campeonatos Baristas Fórum Café cuentan con el patrocinio, coorganización y colaboración de numerosas empresas del sector del café y afines, que en sintonía con los objetivos de Fórum Café de difundir la cultura del café, favorecer la formación de los profesionales de la hostelería en materia de café y prestigiar la figura del barista, apuestan y ofrecen su apoyo a las competiciones baristas que nuestra entidad organiza en todo el país. Así lo han hecho y han sido patrocinadores oficiales en la presente edición de campeonatos autonómicos:

**crem**<sup>®</sup>  
INTERNATIONAL

QUEBEN EXPOBAR spengler  
Strong brands of Crem International

Fabricante de una amplia oferta de máquinas de café. Todos sus equipos comparten tecnología vanguardista y son desarrollados y fabricados en las tres plantas de la firma. "En Crem International (EXPOBAR) somos conscientes de que los campeonatos baristas están dando como resultado, auténticos especialistas en la materia. Y es por ello que Crem International (EXPOBAR) llevamos ya unos años apoyando a la cultura barista. Como amantes del café, nos enorgullece formar parte de este gran equipo, y contribuir en la gran labor que se está llevando a cabo".

[www.creminternational.com](http://www.creminternational.com)



Empresa especializada en ofrecer soluciones de filtraje de agua. Gracias a los filtros Brita Purity C se consigue desplegar todo el aroma y apreciar el sabor de una buena taza de café. "Un año más desde Brita hemos querido apoyar a los jóvenes talentos mediante el patrocinio de los Campeonatos".

[www.brita.es](http://www.brita.es)

**eunasa**  
ACCESORIOS PARA BARISTAS

Grupo empresarial mayorista que se dedica principalmente a la venta de recambios y accesorios para maquinaria de hostelería, con una gran diversidad de productos en stock y las primeras marcas del sector barista como Cafetto, Pullman, Motta, Espresso Gear, JoeFrex, Chemex, Hario o Tiamo entre otras. Actualmente Eunasa tiene presencia en 60 países.

[www.eunasa.com](http://www.eunasa.com)



Empresa especializada en envasado de azúcar, edulcorante, chocolate, café en cápsulas y monodosis, además de en la fabricación de envases metálicos para café. Su experiencia en producción y en soluciones efectivas adaptadas a las necesidades de las empresas tostadoras de café, de hoteles, caterings y restaurantes de todo el mundo. "Tenemos la satisfacción de este año celebrar nuestro 50 aniversario y queremos aprovechar para agradecer la confianza a todos los clientes, empresas y marcas de café que nos han acompañado".

[www.promerca.com](http://www.promerca.com)



Se fundó en 1950 cuando se patentó el proceso de obtención del chocolate a través de la lanza de vapor de las máquinas de café espresso. Especializada en chocolates a la taza, cubre todas las necesidades de los establecimientos hosteleros con un amplio abanico de productos que va desde el chocolate "tradicional" al nuevo chocolate "gourmet". Dispone, también de chocolates de sabores, formulados con mayor cantidad de cacao y combinados con sabores puros y naturales y chocolatinas especiales para acompañar el servicio del café. Ha diseñado especialmente un bote de cacao puro con dispensador para que los Baristas puedan espolvorear sus capuchinos y otras creaciones.

[www.chocolatesreybar.com](http://www.chocolatesreybar.com)



Leche Pascual Extra Creme es la variedad más Premium de Calidad Pascual, con extra de proteína, facilita la emulsión y aporta un valor diferencial posicionándose así como la leche ideal para hostelería y restauración. "Es la leche perfecta para conseguir capuccinos con gran volumen, dulces y cremosos, y permite dibujar con siropes sobre su superficie, logrando así una bebida de la mayor calidad y con una presentación inmejorable" Adrián Fernández, Campeón de España de Baristas 2014 y Mejor Latte Art de España 2014.

[www.calidadpascual.com](http://www.calidadpascual.com)

**COMPAK**<sup>®</sup>  
COFFEE GRINDING COMPANY

Empresa especializada en la fabricación de molinos de café. Con la pasión y un concepto inalterable y mediterráneo por obtener el café perfecto, Compak fabrica todos sus molinos de forma artesanal, uno a uno, cuidando hasta el más mínimo detalle, y siguiendo unos estándares de calidad absolutamente rígidos con el fin de obtener productos altamente fiables, capaces de soportar las condiciones de trabajo más duras. Actualmente, la firma cuenta con sedes en España (Barcelona), Estados Unidos y Australia y distribuye sus productos a más 70 países.

[www.compak.es](http://www.compak.es)



Nace en 2001 de la experiencia de dos empresas pioneras en España en la elaboración de máquinas y molinos de café espresso. Con los conocimientos y el liderazgo en el mercado aportados por Gaggia y Faema, y el prestigio de marcas como Futurmat, Visacrem, Italcem y Mairali. Esta firma, además, es uno de los líderes en fabricación de equipos a nivel internacional.

[www.qualityespresso.net](http://www.qualityespresso.net)



Empresa dedicada a la elaboración y envasado para uso alimentario, presente en el mercado desde 1870. Ha llevado a cabo la implantación de la más avanzada tecnología en el campo del envasado de infusiones y edulcorantes. "Garantizamos nuestro compromiso de calidad y servicio, que constituye el objetivo común de todas y cada una de las personas que componemos el equipo humano de Azaconsa".

[www.azaconsa.com](http://www.azaconsa.com)



Su historia económica data desde 1916 cuando se inauguraron las primeras instalaciones junto al manantial denominado Fuente Agria de Teror. Declarada de Utilidad Pública e Interés Social en el año 1994 y ha recibido el Roque Nublo de Gran Canaria en 2006, así como la Medalla de Oro de Canarias en el año 2014.

[www.aguasdeteror.com](http://www.aguasdeteror.com)



Empresa de capital netamente canario, creada para cubrir la demanda existente en el campo del embalaje flexible. Especialmente orientada al sector de la alimentación, utiliza el sistema de impresión flexográfica de alta calidad, dispone, también, de departamento propio de preimpresión y fotomecánica para la realización de sus propios polímeros.

[www.embaflex.com](http://www.embaflex.com)



Empresa importadora independiente de café. La filosofía de Ibericafé está basada en el conocimiento, en la pasión y en el respeto a sus clientes y, por supuesto, a los productores cafeteros que se esfuerzan en producir las mejores cosechas. "Del origen a su fábrica, servicio y producto de calidad, este es nuestro lema".

[www.ibericafe.com](http://www.ibericafe.com)

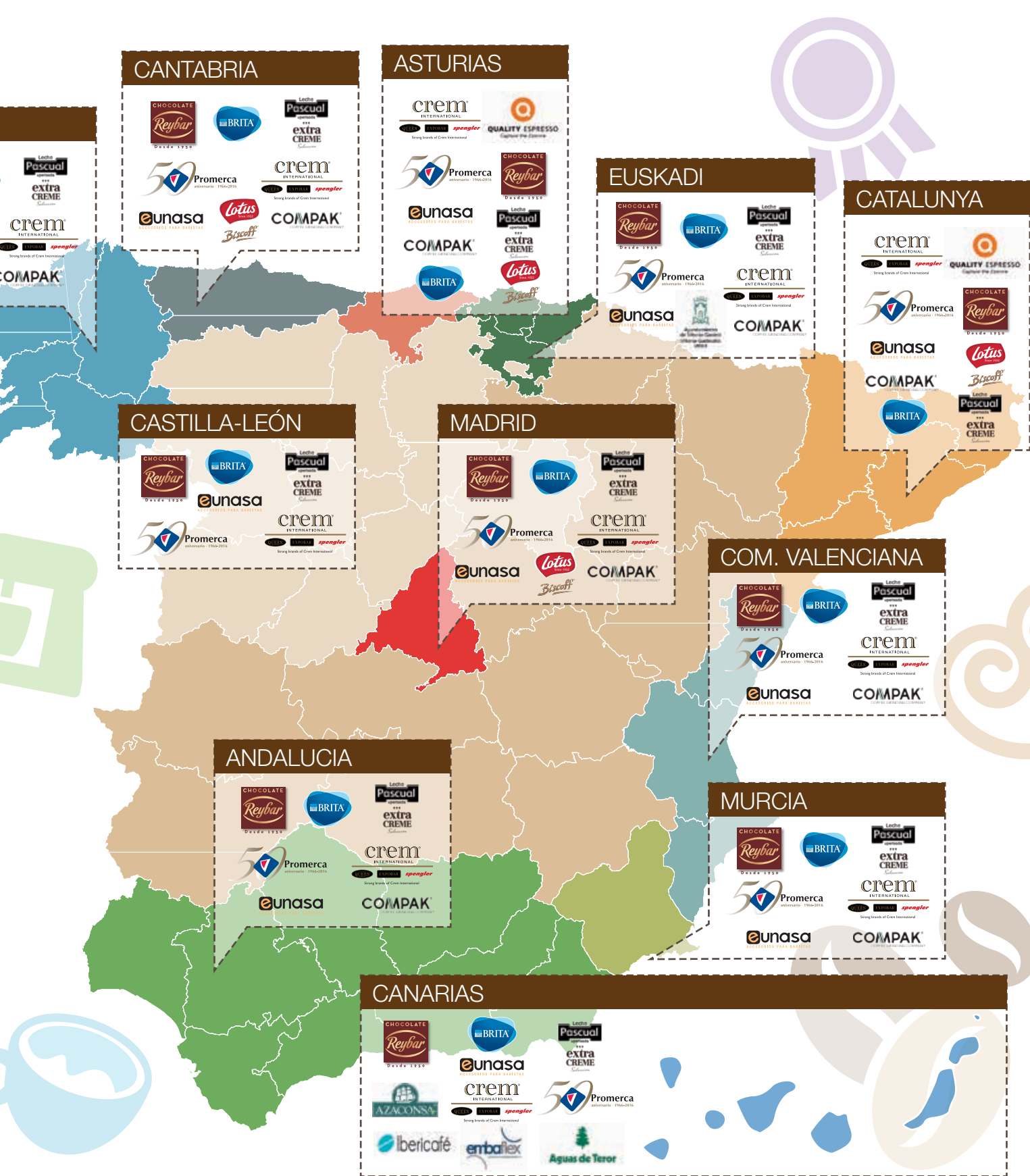


Fabrica Galletas Caramelizadas (Speculoos), Gofres, Galletas de Jengibre y especialidades de Pastelería. En el mundo del café son por todos conocidas y apreciadas sus galletas caramelizadas de sabor único. Desde Lotus Bakeries se da una gran importancia al servicio a hostelería, y es por ello que ofrece una selecta gama de productos especializados con formatos adaptados. "Los baristas están encantados principalmente con la Galleta Caramelizada Lotus ya que con ella fidelizan a sus clientes y aumentan el número de cafés servidos".

[www.lotusbakeries.es](http://www.lotusbakeries.es)

GALICIA





## Coorganizadores Campeonatos Autonómicos



Faltan los coorganizadores de los campeonatos de Cataluña y La Rioja, todavía no celebrados.



## PREMIOS XI CAMPEONATO NACIONAL DE BARISTAS



Máquina de café Office Leva EB-61  
2 Calderas con motor rotativo  
de **Crem International/Expobar**



Molino de Café E10 Conic  
Essential On Demand  
de **Compak**

Cada participante dispondrá de 15 minutos de tiempo para dejar a puntu su estación barista y mesa de presentación de jueces y de 16 minutos más, para preparar cuatro cafés espressos, dos cappuccinos latte art y dos bebidas de especialidad, una de café con alcohol y la otra sin alcohol.

Tras la celebración de las Semifinales, los 6 mejores baristas clasificados pasarán a la Final Nacional del día 25 de Octubre, en el que será proclamado/a el Mejor Barista de España.

### Los premios

Como es habitual en el Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café, el primer premio de la competición será, además del título de Campeón Nacional de Baristas, un viaje a un país productor, en esta ocasión a Brasil, por gentileza de Icona Café. Allí el campeón/a nacional visitará diversas plantaciones y vivirá en primera persona la producción de café.

Además, el campeón/a recibirá una Máquina de café Office Leva EB-61 2 Calderas con motor rotativo obsequio de Crem International/Expobar y un Molino de Café E10 Conic Essential On Demand regalado por Compak.

El campeón, y todos los participantes, recibirán, también, diferentes obsequios por parte de los patrocinadores del XI Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café.

### Los patrocinadores

La competición barista de Fórum Café cuenta con el apoyo de las empresas del sector que en forma de patrocinio colaboraran en el éxito de esta final, y en su mayoría, también, en el de todas las competiciones autonómicas y locales que se celebran en las diferentes Comunidades españolas. Tras el periodo habilitado para la recepción de ofertas, las empresas que patrocinarán la Final del XI Campeonato Nacional de Baristas y a las que Fórum Café agradece su apuesta son:

*Máquinas de Café:* **CREM INTERNATIONAL**

*Molinos:* **COMPAK COFFEE GRINDERS**

*Filtros de Agua:* **BRITA PROFESSIONAL**

*Menaje Barista:* **EUNASA**

*Leche:* **CALIDAD PASCUAL**

*Azúcar:* **PROMERCA**

*Galletas:* **LOTUS BAKERIES**

*Chocolate:* **REYBAR**

*Consultoría de Café:* **COFFEE CONSULTING**

*Café Verde:* **ICONA CAFÉ**

# ICONA CAFE



Viaje a Brasil  
con Icona Café

# HOSTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

En el marco del acuerdo de Fórum Café y Hostelco, el Salón ofrece a todos los seguidores de nuestra entidad, la posibilidad de conseguir su pase gratuito para visitar la próxima edición del Salón del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades de Barcelona, del 23 al 26 de octubre próximo y asistir a las Semifinales y Final del XI Campeonato Nacional de Baristas y resto de actividades organizadas por Fórum Café.

Para conseguir este pase es necesario acceder a la web de Fórum Café ([www.forumdelcafe.com](http://www.forumdelcafe.com)) y acceder a la sección "Eventos" y seguir las indicaciones recogidas en la entrada Hostelco 2016, indicando en el momento del registro el código B0041CDF, o a través de este QR:



¡Te esperamos!

## I Campeonato Nacional de Cata

Fórum Café convoca en el marco de Hostelco la primera edición del Campenato Nacional de Cata. Esta competición está abierta a profesionales y amateurs de la cata de café los cuales se enfrentarán a ocho pruebas de catas triangulares, de dos cafés iguales y uno diferente.

El objetivo del campeonao es que los participantes puedan utilizar sus habilidades gustativas y olfativas para identificar la taza especial de las tres de cada serie. Es decir, se puntuará su capacidad para distinguir los cafés diferentes, no para identificar su calidad, origen, etc.

Todos los participantes tendrán un máximo de 8 minutos para catar los cafés. El competidor que identifique la mayoría de las tazas "impares" de los ocho conjuntos será declarado ganador/a.

## I Campeonato Nacional de Aeropress - Premio Icona Café

Acorde con las nuevas tendencias en la preparación de cafés, Fórum Café convoca la primera edición del Campeonato Nacional de Aeropress, el sistema de preparación de café a través de dos cilindros de

plástico que juntos funcionan como una jeringuilla que introduce aire a presión sobre la mezcla de agua y café molido para filtrar el café a través de un filtro de papel o de metal cilíndrico.

Durante el campeonato, los aspirantes dispondrán de 8 minutos para prepararse, hacer la extracción y presentar una taza, como mínimo de 200 ml de café. El café utilizado por todos los participantes será facilitado por Icona Café y será el mismo para todos los baristas.

Tres jueces catarán a ciegas las tazas que tendrán el nombre del concursante en su base. Estos jueces buscaran la extracción perfecta, aquella que haya conseguido el mejor aroma, sabores agradables, que haya extraído la dulzura del café, una acidez balanceada, y presente retrogustos agradables y duraderos.

Una vez probadas las tazas, los jueces simultáneamente, apuntaran la taza que consideren la mejor, según su criterio. La extracción mejor valorada será la ganadora.

El barista campeón se llevará como premio una cafetera de goteo en frío - Cold Brew gentileza de Icona Café, empresa patrocinadora de este Campeonato.



# Viaje del Campeón Nacional de Baristas a Colombia

**Uno de los atractivos del Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café es su premio: un viaje a un país cafetero para conocer sobre el terreno la producción de café y el trabajo de caficultores y el resto de la cadena de valor en origen. Damián Seijas, Campeón Nacional de Baristas 2015 ha disfrutado de esta experiencia en Colombia**

Después de casi 7 meses de espera, dándole vueltas a la imaginación todos los días de cómo sería este viaje, puedo decir que nunca creí que resultaría tan y tan especial,... hasta el punto de haber llegado al convencimiento una vez de vuelta a casa, que a pesar de mis ganas, es imposible transmitir todo lo que allí conocí, descubrí y disfruté... ¡Hay que vivirlo!

Mi nombre es Damián Seijas y como Campeón Nacional de Baristas Fórum Cultural del Café, animo a todos los profesionales de la preparación y servicio del café, Baristas, a participar en esta experiencia. Si, digo experiencia porque como he podido comprobar durante todos estos meses y de forma especial durante este viaje, este Campeonato es mucho más y va más allá de una simple competición.... Este año, gracias a Fórum del Café y a IconaCafé he disfrutado de uno de los mejores viajes de mi vida: Colombia.

Han sido nueve días intensos de inmersión total en la cultura cafetera de este país, de descubrimiento y complicidad con la gente del país y de gran compañerismo entre todos los que hemos formado parte de la expedición. Un nada despreciable grupo de 34 personas que movidos por el denominador común de nuestra pasión por el café, hemos disfrutado juntos de todo lo allí visto y vivido.

El viaje empezó el día 11 de Junio y nuestro primer destino fue la ciudad de Popayán, donde aterrizamos después

de hacer escala en Bogotá y tras cerca de 12 horas de viaje desde Madrid.

La primera grata sorpresa al llegar a este bonito municipio, capital del Cauca fue el encuentro y recibimiento de Ricardo Oteros, Gerente de Supracafé, miembro de la Junta de Fórum Café y uno de los mayores expertos en Café de Colombia que tenemos en España. Oteros nos esperaba allí y tras la cena en el hotel, asumiendo las funciones de magnífico embajador, nos invitó a dar un agradable paseo por las calles y plazas de Popayán, una de las ciudades más antiguas y mejor conservadas de América, repleta de numerosas y reconocidas muestras de arquitectura colonial, muy especialmente bien conservadas.

El viaje acababa de empezar y sólo lo visto en esas primeras horas de estancia en Colombia ya auguraba lo mejor. Así que tras el paseo nocturno volvimos al hotel a coger fuerzas para iniciar al día siguiente nuestra ruta con más ganas, si cabe aún, de las muchas, muchísimas, que ya teníamos en ese momento.

Y la primera estampa del día no hizo por más que seguir incrementando el entusiasmo. A la puerta del hotel nos esperaba un "Chiva", un típico camión adaptado de forma artesanal para el transporte rural y que en determinadas zonas se utiliza para subir a los trabajadores a las fincas (y a los visitantes afortunados). Los "Chivas" se caracterizan por su gran colorido, y el nuestro no era una excepción!



Con este original transporte nos dirigimos al “Cerro El Morro”, donde pudimos disfrutar de unas bonitas vistas panorámicas de la ciudad, de edificios todos de color blanco y no más de dos alturas, para seguir luego hacia la sede del Comité Departamental de Cafeteros del Cauca, Caficauca, perteneciente a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Caficauca es una entidad con responsabilidad social, sin ánimo de lucro que garantiza al productor del Departamento del Cauca la comercialización permanente de su café a un precio justo y una pesa exacta, el suministro de insumos agrícolas y fertilizantes para la producción y un portafolio de servicios y beneficios sociales con el propósito de contribuir a mejorar el bienestar de sus asociados y sus familias.

En estas instalaciones de la cooperativa es donde se recepciona el café de todos los caficultores miembros, se trilla con una enorme máquina, se analiza y clasifica según las calidades, y se deja listo para la venta. Un trabajo que en su conjunto incluye un gran número de personas, para las cuales el café es básico para su economía familiar.

Y tras este primer contacto con el café de Colombia, pusimos rumbo al que iba a ser nuestra primera experiencia a pie de finca. Nos subimos a la Chiva y, tras unos kilómetros, de repente, se acabó el

asfalto... A partir de aquel punto nos adentramos por caminos difíciles para un vehículo de tales dimensiones como nuestra Chiva, sin que ello, fuera, sin embargo, impedimento alguno para llegar, aunque fuera despacito, a nuestro destino... las estaciones de validación tecnológica que Supracafé tiene en la meseta de Popayán.

Allí, pudimos ver los primeros de los muchos cafetos que hemos tenido la suerte de tocar durante este viaje. Nos mostraron las diferentes variedades de cafetos con las que trabajan habitualmente, plantados en terreno empinado rodeado de frutales como la guayaba, y también, la finca experimental que tienen en marcha y donde en colaboración con varias Universidades y CENICAFE se están validando más de 200 variedades de café arábica y produciendo microlotes de alta calidad y trazabilidad.

La experiencia continuó en la Hacienda Supracafé, situada en el Municipio de Cajibío. Hasta allí llegamos en nuestra fluyente Chiva, que eso sí, nos jugó la mala pasada de quedarse enbarrancada entre arbustos y con un freno roto poco antes de llegar a destino.

Desembarcados como pudimos de nuestro exótico autobús, pasamos a disfrutar de un estupendo y



*Damián Seijas con Ronald Valero, Campeón Nacional de Baristas de Colombia*

típico almuerzo de hacienda cafetalera colombiana por gentileza de Ricardo Oteros, el cual finalizó con una no menos espectacular degustación de cafés de la propia finca, de las variedades caturra y castillo, preparados en Chemex.

La visita a la Hacienda siguió con un recorrido por todas sus instalaciones de mano de Ricardo Oteros y César Augusto Augusto Echeverry, gerente de Supracafé en Colombia quien por la mañana ya nos había hecho un magnífico tour por Popayán, explicándonos con muchísimo cariño la historia de la ciudad y la importancia y significado del café para la gente de allí.

Ambos nos guiaron en el proceso completo desde la recepción de la cereza hasta el café listo para el envío, y nos mostraron las camas de secado, despulpadoras, desmucigaladoras, tanques de fermentación, trilladora, clasificadoras y los diferentes sistemas de procesado que trabajan. Vamos, que no lo estábamos pasando nada mal!... Además, durante su visita, nos mostraron los terrenos en construcción de su futuro centro tecnológico del café de 3.500 m<sup>2</sup>.

La jornada resultó muy interesante y como colofón, acabamos el día en el restaurante más prestigioso de Popayán, el Restaurante Carantanta, especializado en parrilla. Un festín en toda regla que nos animó a algunos a seguir descubriendo el país, y "sacrificar" algunas horas de sueño a favor de nuestro primer contacto con un bar típico de Salsa dónde "aprendimos" dos pasos para el resto del viaje.

La siguiente jornada nos deparaba nuevas sorpresas...

Ese día volamos pronto hacia la capital de Colombia, Bogotá, situada a 2.600 msnm. La ciudad es exageradamente grande y de ello te das cuenta cuando la observas desde el Cerro de Montserrate, a 3.200 msnm.

Desde allí y a pesar de la altura, sólo es posible ver el 40% de esta ciudad de más de 6,7 millones de habitantes y 1.587 km<sup>2</sup>. ¡Impresionante!

Ese mismo día visitamos la sede de la Federación Nacional del Café, bajo el símbolo nacional de Juan Valdez, su burro y sacos de café, y de fondo las montañas cafetaleras andinas. Santiago Echavarría Rojas, Coordinador de Relaciones Públicas y el Campeón Barista Nacional de 2014, Ronald Valero nos explicaron la misión de la Federación mientras compartíamos un delicioso tinto, café colombiano sin leche ni crema.

Ronald y yo mismo protagonizamos la segunda parte de la visita. Expusimos al grupo y a los colaboradores de la Federación nuestro punto de vista sobre la profesión barista y preparamos diferentes elaboraciones de café y también cocteles.

Acabada nuestra visita, nos dirigimos al hotel para ir a cenar, luego a "Andrés Carne de Res", un emblemático restaurante de Bogotá, muy popular por su llamativa decoración y excelente comida y que recomiendo a todos aquellos que quieran vivir una excelente experiencia gastronómica rodeados de cultura colombiana por los cuatro costados.

Tras nuestro paso por la capital del país, tomamos un nuevo avión, en esta ocasión con destino a Pereira, capital del departamento de Risaralda y la ciudad más poblada de la región del eje cafetero.

Allí fuimos invitados a visitar la sede de Cenicafe, el Centro Nacional de Investigaciones de Café, fundado por la Federación Nacional del Café (FNC), con el objeto de estudiar e investigar todos los aspectos relacionados con la producción de café en las fincas, la cosecha, el beneficio, la calidad del grano, el manejo y la utilización de los subproductos de la explotación cafetera y la



conservación de los recursos naturales de las zonas productoras. Actualmente Cenicafe es referente en la investigación cafetalera y un ejemplo para todos los países productores.

Buencafé, es otra de las iniciativas de la FNC con sede en Pereira y que también tuvimos la suerte de poder visitar. Se trata de una de las plantas de liofilizado más grandes del mundo y la única en Colombia. Mientras nos explicaban el proceso y veíamos como los tanques de infusión en red para extraer una pasta concentrada que congelaban a  $-50^{\circ}\text{C}$ , vivimos la única tormenta tropical de todo el viaje.

Tras este episodio meteorológico, que se agradece cuando uno viaja y quiere conocer todo, absolutamente, todo del país de destino, nos trasladamos a tres horas de carretera a un acogedor hotel familiar, alejado de toda civilización y rodeado de sus propios cafetales. Este fue nuestro centro de operaciones durante dos días.

Desde allí visitamos, por ejemplo, la Hacienda San Alberto, situada en el departamento de Quindío, en el municipio de Buenavista. Nuestro anfitrión fue Juan Pablo Villota, tercera generación responsable de la finca, junto con dos hermanos más.

Su equipo barista nos obsequió con una Chemex en la terraza de la finca. El café que probamos fue exactamente la mezcla preparada para la boda del hermano de Juan. Un blend con 60% de la variedad Castillo, un 20% de Geisha y un 20% Castillo-Paraguacito. Excelente, igual que el tour guiado por la finca, en el que además de ver los cafetales de bourbon, typica, caturras, geisha, nos enseñaron los semilleros y viveros, y su finca experimental. En las instalaciones de beneficiado nos explicaron como realizan este proceso y para despedir la visita nos propusieron una interesante cata brasileña de 3 variedades de cafés de la propia finca.

Con el buen sabor de boca que nos dejaron estos cafés y también la visita dedicamos la tarde a “volar” por encima de los cafetales en tirolina, concretamente en el “Canopy”, más largo y alto de Colombia, 25 metros de altura y 1.900 metros de longitud, divididos en 7 tramos de cables aéreos con sus respectivas plataformas de lanzamiento. El recorrido permite observar desde las alturas las plantaciones de café y en uno de sus tramos pasar por dos departamentos distintos.

Este día no pudo resultar más agotador de lo que fue, pero también, altamente gratificante.

Y como no era cuestión de perder ninguna oportunidad, al día siguiente, bien temprano, cinco privilegiados nos encontramos con el Señor Melandro, patrón de los jornaleros de la finca del hotel donde nos hospedamos, con la intención de aprender los trabajos que se estaban realizando en los cafetales. Melandro nos guió durante la visita y aprendimos un montón de cosas que en otras fincas no habíamos visto. Me gustaría aprovechar esta revista y estas rayas para agradecer a este señor su pasión y ganas para explicarnos todo lo que nos mostró y enseñó ese día. Melandro ha pasado media vida sin salir de los cafetales y nos consta que hizo un gran esfuerzo para que no perdiéramos ningún detalle. ¡Eternamente agradecido!



**eunasa**  
ACCESORIOS PARA BARISTAS

Patrocinador oficial de todos los campeonatos autonómicos y de la final nacional barista



**NUEVA GAMA DE...  
TAMPERS PULLMAN**

*El tamper que te falta*

- El tamper de los campeones ·
- Perfectamente equilibrado ·
- Base “Barista” de precisión ·
- Base con goma antideslizante ·
- Mango ergonómico ·
- Mezcla de estilo y durabilidad ·
- Garantía de por vida ·

[www.eunasa.com](http://www.eunasa.com)





Y tras tan alentador inicio de jornada, aún bien temprano iniciamos ruta dirección Santuario, en pleno eje cafetero. Este es un pueblo cafetero por excelencia, ideal para vivir una inmersión en el día a día de una comunidad ligada con el café. Este municipio forma parte del Parque Nacional Natural Tatamá y del Parque Municipal Natural Planes de San Rafael y es conocido por “La Perla de Tatamá”.

Por Santuario paseamos de la mano de Santiago Echavarría (FNC) y Ricardo Oteros (Supracafé), quienes nos facilitaron la tarea de conocer in situ la realidad de los caficultores colombianos.

La gran sorpresa de la jornada fue el recibimiento vivido en Santuario. Y es que tras dos horas de trayecto por medio de colinas sembradas de cafetos, plataneros, caña de azúcar y zonas de derrumbe... entramos en el municipio y empieza a sonar la música de la banda municipal para recibirnos,... una recepción que nos puso a todos los pelos de punta! La gente nos estaba esperando y tras un breve pasacalles llegamos a una plaza donde nos esperaba, todavía más gente, el alcalde. Nos prepararon café allí mismo, nos obsequiaron con un espectáculo de danzas regionales y el himno colombiano. El alcalde, además, nos dirigió unas palabras de bienvenida. Todo un honor.

La siguiente parada fue un coffee shop de seis amigos, jóvenes caficultores que se han unido para abrir este establecimiento y dar salida a sus propios cafés. Allí degustamos un excelente tinto y conocimos de primera mano los proyectos y ambiciones de este grupo de emprendedores, símbolo de una nueva generación de caficultores de Colombia.

Visitamos, también, la Cooperativa Departamental de Caficultores de Risaralda, CoopCafé, donde además de explicarnos sus sistemas de clasificación de café y su implicación en la actividad cafetalera de sus asociados, nos presentaron el trabajo de dos de sus miembros más destacados, “Asocafé Tatamá”, entidad que tienen por misión, por misión promover el desarrollo de procesos organizativos, productivos y ambientales que eleven la sostenibilidad de la caficultura y generen bienestar a las familias cafeteras del municipio de Santuario; y “Risaralda Diversidad de Perfiles”, asociación por su parte que trabaja a nivel internacional para mejorar la calidad del café y la vida de las personas que lo producen.

Y para conocer in situ como es la vida de estos y otros caficultores, nada mejor que conocerlos en personas. Para hacerlo, nos montamos en diversos Willys o

“mulitas mecánicas”– automóviles tipo Jeeps utilizados en Colombia para la carga de café y otros productos agrícolas- y pusimos rumbo a la Finca Atenas, propiedad de la familia de Cesar Augusto (Supracafé). Allí tuvimos de nuevo la suerte de ver sobre el terreno el trabajo de una finca y disfrutar, además, de un almuerzo típico de la zona, en mi caso “Sancocho”. Antes de irnos, el papá de Cesar Augusto nos dedicó unas emotivas palabras sobre sus sentimientos hacia esas tierras y el significado de la palabra familia.

La jornada ese día, acabó con un paseo por Santuario y el traslado en avión hasta Cartagena. Allí llegamos de noche, y sólo abrir la puerta del avión, quedó claro que el clima era totalmente diferente al experimentado hasta el momento.

En Cartagena el calor es notable, una humedad por encima del 70% que provoca que la ropa se te pegue al cuerpo y que la sensación térmica sea todavía más alta de la temperatura real. Es el segundo mayor puerto en movimiento de contenedores de Sudamérica y uno de los tres principales de café en Colombia, junto a Santa María y Buenaventura.

El Puerto de Cartagena se consolida día a día, como uno de los mejores puertos del Caribe y está trabajando para posicionarse como el Hub de transbordo más grande e importante de Latinoamérica. Actualmente exporta la mayor parte del café que se trilla en los departamentos de Antioquía, Santander, Norte de Santander, Magdalena y César, más del 50% de las exportaciones del país. Los principales destinos son Estados Unidos, Canadá, Norte de Europa, Europa Mediterránea y Japón.

Para conocer más de su actividad, visitamos las oficinas de inspección cafetera del Puerto, donde miembros de la FNC nos explicaron el proceso de exportación de café. Durante la visita vimos in situ, la capacidad de coordinación de descargue de mercancías de esta dársena, como se realiza el almacenaje, los pesajes, y las operaciones de carga y salida en buques...

Ese día, tomamos el almuerzo en el “Restaurante Marea” propiedad de los Hermanos Rausch con una exquisita propuesta gastronómica y una impresionante vista panorámica de la ciudad amurallada; la tarde la pasamos en busca de coffee shops; y aprovechamos la noche para conocer barras de coctelería y locales típicos de salsa y rumba... que no podían faltar.

Cartagena de Indias y sus alrededores es uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia. El turismo se



convirtió en un factor potencial de la ciudad gracias a sus atractivos naturales y su rica historia, por lo que no perdimos la oportunidad de disfrutar del fantástico entorno natural de la zona. Tomamos unas lanchas rápidas para ir a Isla del Rosario, un archipiélago de 24 islas en el Caribe colombiano donde vimos delfines, langostas, corales, estrellas de mar, iguanas... y disfrutamos de sus aguas. Bordeamos la Isla de Barú y la Isla Majagua y paramos en Tierra Bomba, Punta Arena, Caño de Loro o Bocachica, donde se ubican los fuertes de San José y San Fernando que en su momento defendieron Cartagena de los piratas.

Como no podía ser de otra manera en este escenario, tomamos el almuerzo a la sombra de una palmera,

rodeados de una flora y una fauna espectaculares. El menú excelente... pescado y mariscos frescos y jugosos servidos con muchísimo cariño, el mejor colofón para una experiencia única e irrepetible!

Agradecer a todas las personas que con tanta amabilidad nos atendieron en sus tierras y casas, la cosa que más me ha sorprendido de este viaje... cuanto nos falta por aprender!

Sin IconaCafé y el Fórum del Café nunca habría vivido una experiencia como esta. Gracias por este regalo y por el esfuerzo que esto conlleva. ¡Es fundamental que cualquier barista viva algo así!

**Damián Seijas**

Fotos: **Damián Seijas y Federación Española del Café**

**TÚ CONDUCES**  
*Cafe Racer by Sanremo*

**CULTURA  
CAFE**

cultura-cafe.es  
info@cultura-cafe.es



# Mercado del Café

**La climatología, la política y la economía son elementos claves del mercado internacional del café, el cual se rediseña día a día, en función de los cambios, decisiones y estrategias que se producen y vinculan a esta materia**

La situación y la evolución del mercado del café están directamente relacionadas con la producción de este producto, la situación política y económica global y, también, particular de los diferentes actores que actúan en este mercado. Es por ello que en esta ocasión iniciamos nuestro análisis periódico del mercado del café, repasando la evolución política, económica y financiera de Brasil, principal país productor de café del mundo - 30% de la producción mundial-, cuya cosecha y venta de café tiene consecuencias directas sobre el precio, oferta y demanda de café en el mercado internacional.

## Brasil

En estos últimos años, Brasil ha sido una de las economías emergentes más importantes del mundo, algo que, sin embargo, no parece haber sido suficiente para mantener la buena salud de las arcas públicas lo que ha llevado, supuestamente, al gobierno de la presidenta Dilma Rousseff, suspendida temporalmente, a realizar ciertas maniobras fiscales irregulares en 2014 y 2015, a fin de maquillar resultados, en los que parece se omitieron multimillonarias deudas con la banca pública.

Estos hechos han llevado a la imputación de la presidenta y han acarreado cierta inestabilidad en el país, traducida en forma de huelgas y también de caída, en primera instancia, en el cambio del Real frente al Dólar, lo que ha trastocado los precios del café, en una cosecha, la 2015/2016 que se presenta como muy buena en número de sacos de arábicas, aunque no de robustas que quedará mucho más ajustada - esta menor producción apunta que favorecerá el incremento de precios de los no lavados-.

En cifras absolutas, el abanico de pronósticos de producción, de menor a mayor, va de los 49,6 millones de sacos apuntados por CONAB a los 56,4 millones cifrados por la agencias Safras y Mercados, lo que deja un saldo nada despreciable de 7 millones de sacos en el aire.

Por lo que se refiere a la calidad de la cosecha, las voces también son dispares y algunas apuntan a una rebaja de la misma como consecuencia del retraso de la cosecha provocado por las lluvias abundantes registradas en los estados de Paraná, Sao Paulo, Sur de Minas y Río de Janeiro. Estas fuentes aseguran que muchas cerezas han caído al suelo y que otras tantas han quedado sin protección alguna al perder los cafetos parte de sus hojas a causa de las lluvias.

A pesar de esta situación, en las zonas interiores del país, el café ha conseguido incrementar su precio gracias, sobretodo, al avance, en las últimas semanas, del Real frente al Dólar -1% hasta los 3,4500 R/\$- después que el nuevo presidente del Banco Central de Brasil, Ian Goldfajn, renovara las esperanzas en el nuevo equipo del gobierno y su capacidad para lograr restablecer la confianza en la economía del país. El fortalecimiento del Real frente al Dólar, y el inicio de la temporada en que puede haber heladas que afecten a la cosecha del Brasil de 2016/17 ha favorecido una subida importante en los precios del café de este origen.

Paralelamente, la industria cafetera brasileña sigue adelante en su empeño de introducir nuevos productos en el mercado local y gracias a la autorización del gobierno de permitir la importación de café desde Perú, ya se ha iniciado la producción y venta de nuevos blends con destino a unos consumidores cada vez más exigentes que piden calidad, pero también, variedad. Y es que si bien, la cultura cafetera brasileña data del siglo XVIII, no ha sido hasta ahora, cuando esta demanda de mejores calidades se ha incrementado, y lo ha hecho coincidiendo con los últimos años de crecimiento de la economía local y la mejora de los ingresos de la población. Actualmente se cifra en 20,5 millones de sacos la demanda interior de café.

Y mientras todo esto sucede en Brasil, Europa intenta recuperarse del revés de la salida de Gran Bretaña de la Unión; España prueba a caminar hacia adelante, sin que la cuestión política favorezca para nada, una solución definitiva a la situación económica, la cual, no acaba de mejorar del todo, favoreciendo a que se mantenga los precios bajos de los productos elaborados.

En Estados Unidos, en estos momentos, todas las miradas están puestas en las próximas elecciones presidenciales del 8 de noviembre. Mientras el Dólar ha extendido sus beneficios y su valor en este momento oscila entre 1,2 y 1,1, una valoración ficticia que favorece sus exportaciones. En el marco de este contexto, la Bolsa de Café de Nueva York vive una actividad frenética empujada por los muchos y constantes movimientos de los fondos especulativos, cuya posición en el mes de junio ya se situaba en 26.000 lotes largos en Nueva York y 4.000 en Londres.

## Vietnam

En este país, los cambios climatológicos han sido protagonistas de la preocupación del sector caficultor.

Durante el mes de mayo, la sequía fue muy importante, afectando a la floración y el tamaño del grano, mientras que tan solo un mes después, las lluvias abundantes se generalizaron por diferentes áreas de producción, llevando con ellas la esperanza a muchos caficultores que esperan que el agua haya conseguido arreglar, cuanto menos algo, los “estropicios” causados por semanas seguidas de sequía.

Por mucho que el panorama cambie, lo que parece seguro es que la temporada 2016/2017 no será tan buena como la anterior, estimando los economistas del USDA, una reducción de unos dos millones de sacos, 27,28 millones de sacos de café (2016/2017) frente a los 29,30 del ciclo 2015/2016.

Sea como sea, lo cierto es que las reservas de café en los almacenes vietnamitas siguen siendo todavía ahora considerables y se estiman alrededor de las 322.000 toneladas (+28,4% que hace un año atrás). En su práctica mayoría corresponden a café de la anterior temporada retenido a consecuencia del cierre de exportaciones decretado por el gobierno del país durante el primer semestre de 2015 para conseguir incrementar su precio de venta en el mercado. Lejos de resultar un éxito, esta estrategia no ha hecho más que favorecer el incremento de presencia de cafés de otros orígenes en el mercado internacional, como es el caso de Indonesia que ha visto incrementada de forma notable sus exportaciones de café en los últimos meses.

Ante esta situación y la presión interna, el gobierno vietnamita autorizaba a los bancos a principios de este verano, a reanudar los préstamos en dólares a las empresas de exportación hasta finales de 2016. Este hecho aunque, evidentemente, ha favorecido cierto dinamismo en el sector -a finales de junio se había vendido entorno a un 5% más que en el mes de mayo, y un 3,8% más que un año atrás- lo cierto es que las actividades comerciales continúan muy tranquilas en esa zona.

Los escasos beneficios que está reportando el café a los agricultores vietnamitas por contra de la rentabilidad de otros productos está modificando, poco a poco, el mapa cafetalero del país. Actualmente Vietnam ya es el principal productor de

pimienta negra en el mundo y está expandiendo rápidamente el área cultivada a expensas del café. Ambos productos crecen en condiciones similares y la pimienta, al igual que el café, tarda 3 años en ofrecer una producción comercializable. Por contra, el precio de la pimienta negra ha subido 16% en lo que va del año, resultando de todas las, mucho más atractivo que el precio de café en este momento. El área de pimienta en Daklak, la principal zona cafetalera vietnamita, se ha duplicado desde 2012 y ya ocupa 16 mil hectáreas, lo que representa el 20% del área dedicada a este producto a nivel nacional.

### Centroamérica y Colombia

A principios de verano, todos los países centroamericanos tenían sus cosechas prácticamente vendidas. Tal es el caso de Honduras, Nicaragua y Costa Rica, por ejemplo. Otros como Guatemala o El Salvador cotizaban calidades finas con descuentos apreciables, en un mercado con cierta disponibilidad de cafés “reposados”, stock lots y calidades bajas, con poca salida, actualmente, aunque nunca se sabe...

Destacar el caso de Honduras con una buena previsión de cosecha según datos tanto del Instituto Hondureño del Café como de la USDA que cifran en 6,3 millones de sacos la actual cosecha, frente a los 5,9 millones de la anterior.

La actividad cafetalera de Honduras está en manos de unos 100.000 pequeños productores, estimándose la generación de empleo para el corte, beneficiado húmedo y seco, y el transporte del café para la presente temporada en un millón de puestos, de acuerdo al Instituto Hondureño del Café (Ihcafe). Este organismo recuerda que en la cosecha anterior las exportaciones hondureñas de café, el principal producto de exportación del país, subieron el 27,9 % en divisas y un 22,2 % en volumen, con relación a la temporada 2013-2014, augurando nuevos y prósperos incrementos para esta temporada, también.

Mencionar en este sentido, el precio obtenido por la productora hondureña Marysabel Caballero García quien rompió el record mundial en la subasta



INISSIA · U · CITIZ  
PIXIE · LATTISIMA  
ESSENZA · MAESTRIA



**NOVELL**  
L'ESPRESSO

**NUEVAS CÁPSULAS  
COMPATIBLES CON  
NESPRESSO®\***  
EL PLACER DE UN  
GRAN CAFÉ EN CASA



electrónica de la Taza de la Excelencia, al lograr que se le pagara 120,05 dólares por cada libra de café con el que compitió en la puja del pasado mes de junio. La productora es originaria de Chinacla, en el departamento de La Paz, al occidente de Honduras. Allí, en su finca El Puente, cultiva café de la variedad geisha, a una altura de 1.550 metros sobre el nivel del mar.

Según los expertos, el café que produce Caballero García se caracteriza por sus sabores a melocotón y frutas cítricas, canela y miel, así como una acidez brillante, cítrica, persistente, a la vez que un cuerpo cremoso y redondo. En la competición alcanzó una puntuación de 91,7.

Y mientras en Honduras los asuntos del café marchan a buen ritmo, en Colombia aparentemente las exportaciones siguen manteniéndose a niveles relativamente más bajos que años atrás, aunque todavía quedan cafés atrasados y que seguro, al final, permitirán hablar de una cosecha superior a la de la temporada anterior.

Según la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), la producción de café en Colombia fue de 1.158.000 sacos de 60 kilos en junio, lo que supuso una baja del 7% con respecto a los 1.240.000 sacos registrados en el mismo mes de 2015. Esta rebaja, la FNC, basándose en un estudio realizado en más de 7.000 fincas "era predecible tomando en cuenta las estimaciones de afectación de El Niño en frutos flotantes, frutos verdes y árboles con síntomas de marchitez". De hecho, los efectos de este fenómeno meteorológico se dejaron notar en Colombia muy especialmente en el segundo trimestre del año, a modo de una fuerte sequía que dejó en mínimos los niveles de los embalses y obligó a adoptar medidas para reducir el consumo de energía eléctrica a fin de evitar un racionamiento.

En línea con la caída en la producción, en junio las exportaciones de café colombiano fueron de 932 mil sacos de 60 kilos, frente al millón 6 mil sacos enviados al exterior en junio de 2015.

A destacar el problema sufrido con el transporte del café durante este período, cuando el país vivió diversos episodios de huelga de camioneros que protestaban contra los acuerdos del Gobierno sobre las tarifas de carga.

## Robustas

La actividad cafetalera en Uganda sigue con destacada vitalidad, aunque las lluvias de mayo-junio obligaron a retrasar las cosechas, posterior procesamiento del café y por tanto, también, entrega del grano para su exportación.

Los precios de los cafés de este origen se mantienen estables, resultando, hoy por hoy, más caros que Vietnam o India. Aún y así, las ventas de café con destino al exterior no paran de crecer. En el periodo mayo-junio de este año, Uganda exportó 326.793 sacos (222.748 robusta y 104.045 arábica), lo que representa un 25% más de café con respecto al mismo periodo del año anterior. Destacar en este caso, el progresivo crecimiento de producción de cafés arábicas de este origen, aunque lo cierto es

que todavía no han despertado el interés comprador del mercado, que si bien los tiene en cuenta, no parece apostar, de momento, por ellos.

Al contrario que en Uganda, en India lo que falta es agua, lluvias, y los productores de café esperan con devoción los monzones con la esperanza de evitar problemas de madurez y calidad a sus cafés de la cosecha 2016-2017. Mientras el agua llega a los cafetales, las ventas al exterior no han cesado su actividad ni un momento y como muestra el incremento del 20,4% en términos de volumen de las exportaciones, tanto de café verde como procesado, con origen en este país durante la primera mitad del año. Una fuerte demanda de las distintas variedades robusta y arábica, así como un aumento de las exportaciones de café soluble han contribuido a este aumento de embarques.

Esta buena actividad de venta al exterior se podría reducir el próximo año atendiendo a los pronósticos de producción del Coffee Board que hablan de reducción de producción para esta campaña 2016/2017. Concretamente las cifras indican una producción de 3300.000 toneladas (220.000 robusta y 100.000 arábica), frente a las 348.000 de la temporada anterior.

## Demanda/Industria

El consumo mundial de café sigue aumentando, aunque a un ritmo ligeramente más lento que hasta ahora, registrándose la demanda más dinámica en Asia y Oceanía, con una tasa media del 5,2%, muy por encima de la media mundial. Ese crecimiento proviene tanto de países productores como Indonesia, Vietnam y la India, como de países importadores como Turquía y Japón, todos los cuales siguen mostrando mercados internos dinámicos.

Norteamérica también muestra un crecimiento relativamente fuerte, del 2,8%, en los cuatro últimos años, en los que añadió una nueva demanda de 2,2 millones de sacos. Según la encuesta de tendencias en el consumo de café de la Asociación Nacional del Café de los EE UU, mucho de ese crecimiento se debió a que aumentó la preferencia de los consumidores más jóvenes por bebidas gourmet a base de espresso.

El crecimiento del consumo en Europa fue más modesto, a una tasa media del 0,4%, la misma que en Sudamérica, y la de América Central y México fue del 0,6%. Se revisó la cifra de demanda total en la UE y se bajó ligeramente a 41,6 millones de sacos, mientras que en Brasil, el segundo país consumidor del mundo después de los EE UU, se mantuvo, como ya se ha indicado anteriormente, la cifra de la demanda en 20,5 millones de sacos.

Por último, el consumo de café en África sobrepasó la tendencia mundial y ha registrado una tasa media de crecimiento del 2,6%. Una parte importante de este porcentaje tiene su origen Etiopía, donde existe una larga tradición de consumo de café. Parece haber indicadores de que está también aumentando el consumo en países en desarrollo como Kenya y Tanzania.

Jordi Codina.

Fuente: Icona Café, ICO.

# La Niña, a punto para actuar

**El Niño y la Niña son dos fenómenos meteorológicos cuyos efectos sobre la caficultura varían de región en región, pero que en general elevan y reducen las producciones en los territorios afectados. Si las previsiones no se equivocan, estamos a punto de vivir un nuevo episodio de La Niña. Los productores de café ya se preparan**

El Niño y la Niña son dos fenómenos meteorológicos propios de las regiones tropicales con influencia en las zonas colindantes. Tanto uno como el otro, causan cambios notables en las temperaturas globales, y especialmente en los regímenes de lluvias a nivel general. Dichos cambios se suceden alternativamente en períodos que varían promediadamente de los cinco a los siete años. Se tienen registros de su existencia desde épocas prehispánicas.

El Niño es conocido como el periodo cálido y La Niña como el frío. La Niña se caracteriza por temperaturas más bajas y perdurables, si se le compara con El Niño que suele hacer gala de temperaturas oceánicas inusualmente calientes sobre la zona ecuatorial del océano Pacífico.

Los episodios cálidos de El Niño y fríos de La Niña, forman parte del ciclo El Niño-Oscilación del Sur, ENOS. Estos ciclos tienen un período medio de duración de aproximadamente cuatro años, aunque en el registro histórico los períodos han variado entre 2 y 7 años.

Aunque no siempre un fenómeno está seguido del otro, los datos históricos de las temperaturas del Pacífico muestran que después de El Niño, las correspondientes anomalías positivas dan un giro de 360 grados para dar paso a las anomalías que caracterizan a La Niña, aunque, insistimos, no siempre se ha producido ese cambio. Desde principios de los años 70, se han formado 15 "Niños" de los cuales 11 de ellos fueron seguidos por "Niñas". El doceavo episodio de La Niña sería, pues, el que estamos a punto de vivir según la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica de Estados Unidos, que anuncia la más que probable llegada - 75% de probabilidades- de La Niña durante el último trimestre del año.

En el 2015 vivimos un fenómeno de El Niño de 2015 especialmente extremo, cuyas consecuencias en la caficultura se han arrastrado hasta bien entrado el 2016 - los efectos sobre la floración son los que se presentan durante la cosecha -. El anuncio, pues de la llegada de La Niña no ha hecho más que poner todavía más en alerta a los productores de café y muchas de las previsiones

de producción para las dos próximas cosechas ya se empiezan a dibujar atendiendo las posibles consecuencias de este nuevo episodio de La Niña para el que se le augura una vida de dos a tres años...

## La Niña cambia los patrones climáticos globales y es conocido como el periodo frío comparado con El Niño

Los cambios en las temperaturas planetarias causadas por "El Niño", ocasionaron pérdidas económicas globales estimadas en 12.000 millones de dólares tan sólo en 2015, según estimaciones de la aseguradora Múnich Re, citadas por diversos medios de comunicación; sin embargo, la Niña promete más trastornos económicos. La frecuencia de las tormentas tropicales y de los huracanes que golpean a Estados Unidos, y el daño que causan, aumenta sustancialmente durante su vigencia, igual que las precipitaciones en el sudeste de Asia y en partes de África y Brasil. Además las inundaciones en Australia resultan habituales bajo este fenómeno.

### El Niño y La Niña

El Niño, es un fenómeno cíclico, que se produce cada 3 ó 7 años, curiosamente coincidentes los episodios más pronunciados con la gota fría del Mediterráneo, lo cual, puede indicar algún tipo de relación.

Regularmente los eventos de El Niño ocurren más frecuentemente que los eventos de La Niña y este se activa -El Niño- cuando los vientos alisios, que soplan hacia el oeste en el Pacífico se debilitan o incluso se producen en sentido inverso, provocando un calentamiento dramático de la capa superior del océano en el Pacífico tropical central y oriental. En 2015, El Niño causó que la capa de agua caliente que normalmente se amontona alrededor



de Australia e Indonesia se redujera drásticamente, mientras que en el Pacífico tropical oriental, las aguas superficiales normalmente frías estaban cubiertas con una gruesa capa de agua caliente.

Esta redistribución masiva de calor provocó que las temperaturas del océano se elevaran desde el Pacífico central hacia América favoreciendo las lluvias intensas en el centro y este de esta área del planeta. Y es que las nubes y las tormentas siguen el agua tibia, bombeando calor y alta humedad a la atmósfera. Estos cambios alteran los caminos de la corriente y afectan a las rutas de las borrascas en todo el mundo. Las lluvias se intensifican en América, mientras que disminuyen en Indonesia, el Sudeste Asiático y el norte de la India, y todo ello con el consecuente efecto sobre la caficultura.

El fenómeno de la Niña presenta condiciones esencialmente contrarias a El Niño y es importante señalar que cuando finaliza un evento El Niño, no necesariamente se debe esperar que se desarrolle un episodio de La Niña, aunque en la mayoría de las veces esta transición si tiene lugar. La vigencia de La Niña puede ir de 9 meses a 3 años, siendo más fuerte su intensidad mientras menor es su duración. Su mayor impacto en las condiciones meteorológicas se observa en los primeros 6 meses de vida del fenómeno.

Durante un episodio de La Niña, los vientos alisios son más fuertes de lo normal, y el agua fría que normalmente existe en las costas de América del Sur se extiende hasta el Pacífico ecuatorial central. Los episodios de La Niña cambian los patrones climáticos globales y se asocian con menos humedad en el

aire sobre las aguas oceánicas más frías. Esto se traduce en menos lluvias en las costas de Norte y Sur América, el Pacífico central y oriental, y, en cambio, más precipitaciones en el Pacífico Occidental.

### Las consecuencias en la cosecha

En los episodios de falta de lluvias e incremento del brillo solar y temperatura, por ejemplo, el desarrollo del café y su floración se ven beneficiados, siempre y cuando, el suelo en los que se desarrollen estas plantas gocen de una buena humedad capaz de hacer frente a la falta de hidratación natural de agua de lluvia. Si estas condiciones no se dan, los déficits hídricos severos pueden afectar el desarrollo de los cafetos, dependiendo los daños finales en la cosecha del nivel de falta de agua durante la floración y etapa de formación de la cereza.

Una de las consecuencias más graves asociadas al incremento de temperaturas y falta de agua en la caficultura es además, el de la reproducción de la broca, un minúsculo insecto que se instala en el interior de las cerezas de café durante la época seca y que se reproduce con mayor facilidad cuanto más se alargue este periodo. Cuando llegan las primeras lluvias, vuela y afecta nuevos frutos, propagando su infestación de forma rápida y dramática.

Por contra de lo expuesto hasta el momento, allí donde se dan lluvias abundantes, se vive el efecto contrario. Según expertos meteorólogos, no quiere decir que llueva durante todo el día, sino que cuando hay precipitaciones, estas son muy fuertes, lo que da lugar a deslizamientos, inundaciones o avalanchas.

## SU MAJESTAD LA LECHE FRESCA.

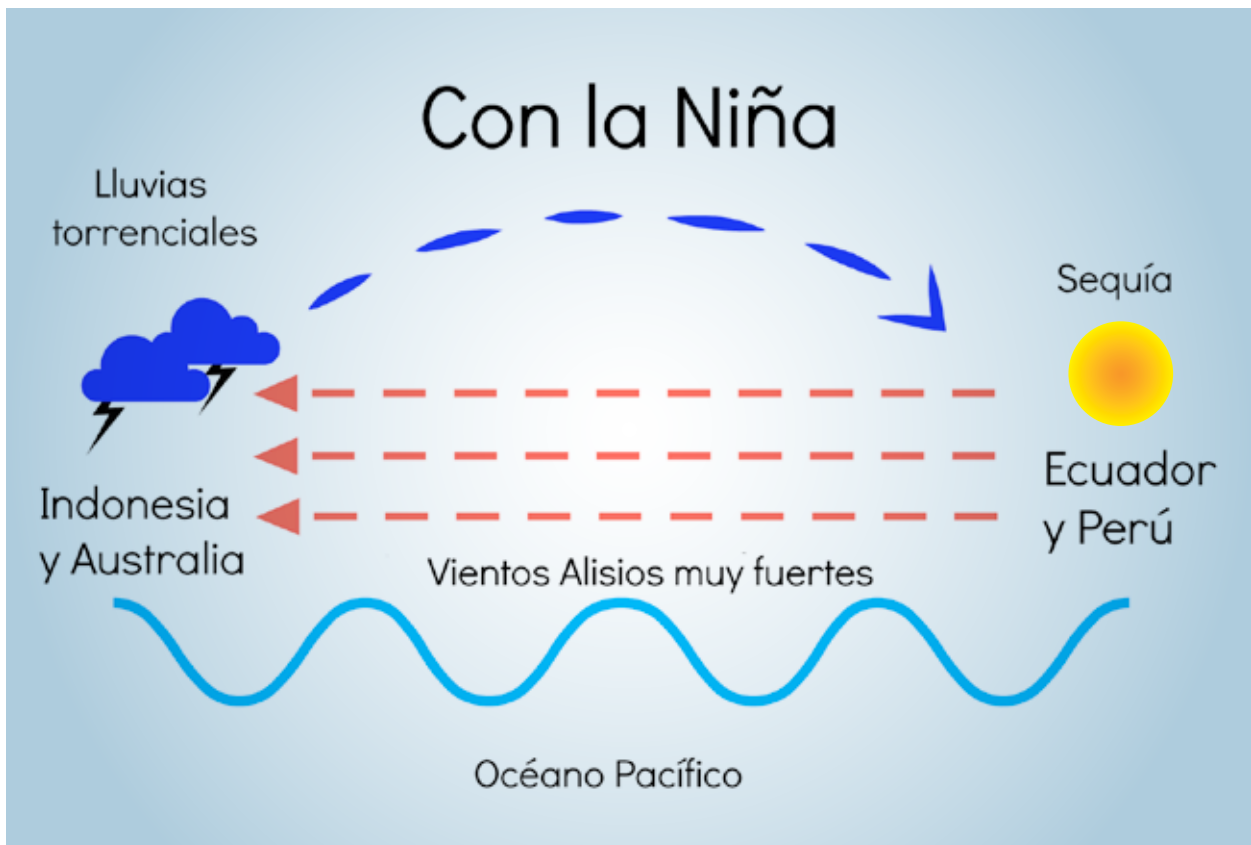


El café en grano y la leche fresca son sinónimos de calidad de la bebida en cada taza. Hoy, gracias a Necta y a su gama completa de máquinas superautomáticas se pueden obtener espressos, capuchinos y cafés cortados con la mejor tradición italiana, con sólo pulsar un botón. El diseño elegante, tamaño compacto y la flexibilidad de sus soluciones hacen de Koro, Korinto, Kobalto y Karisma que sean únicas y muy apreciadas para cualquier emplazamiento en el mundo de los hoteles y cafeterías. Entra y descubre nuestra gama en [www.nectahoreca.es](http://www.nectahoreca.es)



NECTA ES UNA MARCA DE





Un exceso de humedad en el suelo de los cafetales acarrea un desarrollo deficiente de la planta, defoliación, sequedad de ramas y frutos, baja producción, putrefacción de la raíz e incluso muerte del café. En estas condiciones, la floración suele resultar deficiente y dispersa. Además, la sensibilidad de las plantas pasa a ser mucho más alta a enfermedades y plagas como la roya, favoreciéndose, además, el ataque de babosas que, sobretodo, ocasionan daños tremendos en los cafetos más jóvenes.

A favor de los episodios de lluvias abundantes, decir que recuperan, aunque no en toda su magnitud, los impactos negativos generados por los episodios de falta de las mismas, como el retroceso intenso de los glaciares. Además, los caudales se incrementan para una mejor navegabilidad y hay mejores condiciones para fauna y flora acuáticas y, por tanto, para la oferta pesquera.

### Caso práctico: Colombia

Como ejemplo, de todo ello, tomaremos como muestra los efectos de los fenómenos de El Niño y la Niña en Colombia, tercer máximo productor mundial de café, no sin antes insistir, de nuevo, que ninguno de estos dos fenómenos afecta por igual a todos los países, e incluso lo llega a hacer de diferente manera según regiones concretas de cada país productor. Tal es el caso de la propia Colombia, aunque en este caso intentaremos ofrecer una visión general, sin pasar por alto, claro está, los fenómenos que provocan esta diferencia de afectación en las regiones cafetaleras.

El fenómeno del Niño altera las condiciones climáticas en Colombia, aumentando el brillo solar y la temperatura, y disminuyendo, entre un 20 y un 40%, las lluvias en la región andina, donde se ubica el grueso más importante de cafetales el país. El origen volcánico de la mayoría de los suelos de esta zona, sin embargo, y su capacidad para retener un alto volumen de humedad, sumado al

tiempo más seco propiciado por El Niño, favorecen la floración de los cafetos durante los episodios de este fenómeno meteorológico. Por contra, una vez formada la cereza, los problemas de la broca aumentan y las regiones como Huila, Cordillera Oriental, Cauca o Nariño donde la deficiencia hídrica suele ser mayor, la situación, según los casos, puede resultar crítica.

Cuando el fenómeno que se da es el de La Niña, el aumento de lluvias en las zonas cafetaleras del país se sitúa en el margen de +5% a +58%, disminuyendo el brillo solar y la temperatura. En regiones con baja lluvia anual (menor a los 1.500 mm), el aumento de lluvia favorece el desarrollo y crecimiento de los cafetos y otros cultivos, pero en regiones con alta lluvia anual (mayor a los 2.500 mm), La Niña golpea la producción de café y eleva la incidencia y severidad de enfermedades y plagas como la Roya.

### La prevención, única arma de defensa

El origen del nombre “El Niño”, hace referencia a la llegada del niño Dios, ya que los pescadores peruanos descubrieron en la época de Navidad, a finales de 1800, una corriente anormalmente cálida, que se desplazaba de norte a sur, paralela a la costa de América del Sur, provocando alteraciones en la fauna marina tan importantes, como para afectar a la producción pesquera.

Actualmente existe una investigación en curso en la Universidad de Columbia (EUA) que está estudiando el fenómeno de las transiciones Niño-Niña, Niña-Niño sobre la producción de cultivos anuales en América del Norte y América del Sur. El objetivo de esta investigación es ilustrar cómo han sido dichas transición en los últimos 60 años, estudiarlas, y avanzar en su comprensión con ánimo de colaborar en la predictibilidad de ambos fenómenos y de sus posibles efectos sobre el clima de diferentes regiones del mundo con muchos meses de anticipación.

Àngela d’Areny



Ofrece la gama más completa de soluciones para el tratamiento profesional del agua, garantizamos la calidad del agua en más de **50 millones de cafés al día en toda Europa**

**Tenemos UNA SOLUCIÓN  
A SU MEDIDA**





# El color también importa

**Los sentidos son los que mandan y pueden cambiar en un momento dado el sabor por mucho que el producto sea exactamente el mismo. El material, el diseño y está comprobado, también, el color del envase, influyen**

Desde hace ya algún tiempo todo el mundo tiene claro que la calidad del café ya en taza, depende de su perfecta manipulación a lo largo de toda la cadena, desde el cafetal hasta que llega a la mano del barista. En este punto final, la correcta conservación del café, el punto de molido, el prensado son cuestiones básicas que se deben cuidar para conseguir el resultado deseado. En esta operación, debemos tener en cuenta, también, el diseño y material de la taza que nos ayudaran a conservar y favorecer determinados aspectos del café, a la vez que nos facilita el poder disfrutar de una buena experiencia de degustación.

Y si todos estos eran hasta el momento los principales elementos recogidos por la mayoría de manuales para la preparación correcta de un café, los resultados de un estudio de la Escuela de Ciencias de la salud de Australia, añaden una variable más a la ecuación... el color de la taza, entendida esta, como el recipiente donde se deposita el café para su degustación. Según la investigación liderada por el científico australiano George Van Doorn, el color de la taza afecta sutilmente nuestra percepción del sabor del café.

Por surrealista que parezca a primera instancia esta pesquisa, lo cierto es que los resultados han corrido como la pólvora entre muchos fabricantes, tostadores y baristas y diversas publicaciones científicas se han hecho eco del mismo.

El líder de la investigación, el científico australiano George Van Doorn, emulando al reconocido Louis Cheskin, psicólogo y especialista en marketing que logró disparar las ventas de margarina el año 1940 proponiendo únicamente un cambio de color del producto, de blanco a amarillo, sugiere hacer algo similar con las tazas y

asegura que baristas, hosteleros y fabricantes pueden, también, incrementar sus ventas, si saben elegir bien el color de sus recipientes donde servir el café a los clientes.

También en la Universidad Politécnica de Valencia se argumenta que el color de los recipientes donde se sirven bebidas puede alterar sus atributos tanto en sabor como en aroma.

La importancia del color, y no solo del olfato o el gusto es clave en la percepción y aceptación de los alimentos

## Efecto psicológico

No hay una teoría que argumente dichos hechos pero, lo cierto que varios estudios realizados ante un gran número de personas, coinciden. De la mente sabemos muy poco pero el cerebro capta e integra información visual tanto de los alimentos como del envase y de la codificación que hagamos cada uno de nosotros depende como los percibamos.

La realidad, por supuesto, es que la influencia del color sobre nuestra percepción del sabor no es más que un efecto psicológico, y nada tiene que ver con que el color cambie el sabor real de la bebida, aunque bien es sabido por todos que lo que nos dice nuestro cerebro es lo que sirve, así que vale la pena tener en cuenta los detalles de este estudio.

Los investigadores realizaron varias pruebas con voluntarios a los que sirvieron el mismo café en tazas



de porcelana blanca, de cristal transparente y de cristal azul oscuro. Tras la prueba se les hicieron diversas preguntas sobre su percepción de aspectos concretos del café como su intensidad, aroma, amargor, calidad y aceptabilidad global de la bebida, resultando a opinión de los encuestados, el café de la taza de porcelana blanca, el más fuerte y menos dulce.

## El color de la taza puede marcar diferencias sutiles en la percepción del sabor, la dulzura y la temperatura del café

Con intención de descartar que el material de las tazas fuera el motivo de la divergencia en las percepciones de los voluntarios, los investigadores volvieron a repetir la misma prueba, pero en esta ocasión con tres tazas iguales, de cristal, una transparente, la otra blanca y la tercera azul. El resultado fue el mismo, por lo que Van Doorn y su equipo sugieren que la taza blanca mejora la "intensidad" del sabor del café y hace parecer menos dulce a la bebida. La taza azul por su parte, es la que a percepción de los consumidores hace el café más dulce.

### Contraste de color

Los investigadores asimilaron al contraste entre el color del café y el tono de la taza, los cambios sutiles en el sabor del café detectados por los participantes de la prueba, concluyendo que los colores claros hacen que el café parezca más oscuro, y que por tanto se perciba como más intenso. De igual manera, los colores oscuros reducen ese contraste y crean el efecto de que el café es más suave y dulce en la mente del que lo toma.

Este no es el primer estudio que investiga nuestra percepción de los alimentos según las características de su elemento contenedor y viene a sumarse a las investigaciones que remarcan la importancia del

color, y no solo del olfato o el gusto en la percepción de los alimentos.

En este sentido, una investigación anterior, basada en este caso en cuatro tazas de porcelana de colores diferentes: crema, azul, amarillo y rojo, demostraba que el 75% de los participantes percibían el café de la taza crema como el más fuerte. Por contra, al de la taza azul se le atribuía un aroma más suave; al de la taza amarilla se le suponía un café de más baja calidad y a la taza de color rojo, una complejidad más alta.

Otro trabajo de hace tres años, por ejemplo, concluía que el consumidor percibe un mejor sabor del chocolate cuando este está servido en tazas de color naranja o tonos crema y que este ganaba en dulzor cuando era presentado en tazas de color crema.

En el momento de la presentación de este estudio ya se apuntó que estos efectos se reducían notablemente cuando las tazas utilizadas mantenían su parte interior blanca, sin detrimento que la exterior apareciera coloreada de azul, rojo, amarillo, naranja o cualquier otro color. Lo mismo, pues, se podría asimilar, muy probablemente, al estudio del café.

Además del efecto psicológico del color de la taza sobre nuestra bebida, también se han realizado estudios la correlación entre el color y la percepción de la temperatura de la bebida, presuponiendo los consumidores participantes en el ensayo, la temperatura más baja al café de la taza azul, seguido del verde y el amarillo. El color percibido como más caliente era el rojo.

Dependiendo, pues, del color de nuestra taza y su contraste con la bebida, la percepción humana sobre el sabor o temperatura del café puede cambiar, siempre de forma muy sutil, entre una persona y otra. No por ello, sin embargo, debemos pasar por alto este dato y conociéndolo podemos utilizarlo como una nueva herramienta para asegurar a nuestros clientes una taza de café perfecta.

Àngela d'Areny



# Comercio electrónico, una oportunidad... ¡hoy!

**El e-commerce ha venido para quedarse y crecer y el comercio on-line especializado en alimentación, aún más. Este es uno de los segmentos que ha incrementado, su cifra de negocio en Internet, y los expertos le auguran un buen futuro en el canal de negocio digital**

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tienen un papel fundamental en la sociedad actual y su vida cotidiana: su impacto no solo ha cambiado la forma de interactuar entre las personas sino que también ha supuesto una revolución para el sector empresarial en todo lo relacionado a la comercio de productos y servicios. Este tipo de transacción y relación comercial se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de la transformación digital de muchísimas empresas, pequeñas, medianas y grandes de nuestro país.

Desde 2013, la venta on-line se ha consolidado en España, con un ratio de crecimiento acumulado en 2015, del 53%, según el Estudio eCommerce de ese año de IAB Spain, la asociación que representa el sector de la publicidad en medios digitales en nuestro país. Actualmente, la mayoría de las empresas de retail ofrecen la posibilidad de adquirir sus productos tanto de forma online como off line y la tendencia, se asegura desde el Observatorio eCommerce, es que el comercio electrónico siga creciendo, conquistando cuota de mercado y restando competitividad a aquellas empresas que no sean capaces de ofrecer este servicio.

En este sentido y según estimaciones de The Boston Consulting Group, las ventas por Internet alcanzarán en 2016 un volumen de negocio en España de 24.700 millones de euros, 21 millones según e-commerce Foundation, lo que supone triplicar la cifra de 2009. El consumidor está cambiando sus hábitos de compra.

“Podemos decir que el e-commerce en España goza de buena salud y aunque tenemos cosas que mejorar, sobre todo en temas de exportación y logística, es uno de los pocos sectores que se mantiene con buenos crecimientos año tras año, tanto en volumen de facturación como en

número de operaciones y en número de compradores online, gracias a la entrada en el mercado de las nuevas generaciones digitales y a la aparición de los grandes players en el e-commerce, como Zara o Amazon, que han generado la confianza necesaria para que nuevos usuarios den el paso a empezar a comprar online y que otras empresas les sigan los pasos, apostando, también, por la apertura de tiendas on-line”, explica **Carlos Andonegui**, *PROFESOR DE MASTER EN MARKETING ONLINE Y COMERCIO DIGITAL*.

Hasta hace poco tiempo, la venta electrónica parecía reservada únicamente a grandes compañías y firmas. Esto, sin embargo, también está variando y ya son muchas, muchísimas las pequeñas y medianas empresas que han desdoblado su actividad comercial en Internet. “La inversión de los minoristas en mejorar la experiencia de la compra ‘on line’ y en realizar una segmentación más sofisticada de sus clientes está generando claros beneficios. Los consumidores compran a través de la red cada vez con más frecuencia y por importes más elevados, de modo que inciden en gran medida en el aumento de los beneficios y de la cuota de mercado de los minoristas con presencia virtual”, asegura el informe de RetailMeNot, donde se identifica a nuestro país como uno de los más dinámicos en el crecimiento del comercio electrónico.

En este cambio, ha resultado decisivo el impulso de Amazon con su desembarco en España hace cuatro años, aunque el creciente interés de las empresas españolas para ofrecer este servicio ha sido también, vital. La llegada del gigante americano con sus precios competitivos y su afinada logística ha obligado al resto de actores, según los analistas “a ponerse las pilas para no quedarse rezagados”.



La venta de productos y servicios a través de internet ofrece según estas mismas fuentes, ventajas para todo tipo de negocios, incluido la venta de café, conduciendo a incrementar la rentabilidad y a disminuir los costes de las empresas. Para los clientes, por su parte, los principales motivos de la compra online son económicos (ofertas solo online o mejores precios), comodidad (practicidad y casualidad), confianza (en webs y en amigos) o la falta de alternativa (tienda cerrada o lejana).

### **Ventajas competitivas del comercio on-line para la empresa**

- El comercio electrónico pone al alcance de la empresa, clientes potenciales a nivel global, multiplicando así las oportunidades de venta. La tienda-online está operativa y abierta al público las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Rentabilidad de costes de instalaciones y su mantenimiento. La tienda on-line no necesita de grandes instalaciones y puede aprovechar los espacios del negocio convencional, como los almacenes, para su operativa.
- Reducción de los costes de procesamiento de pedidos que se harán de forma automática, con una mínima intervención de personal sólo al final del proceso de venta, cuando se prepara el envío.
- El sistema de comercio electrónico obliga al pago mediante transacciones en línea, e incluso podemos vetar la formalización del pedido si antes no tenemos la seguridad de que el pago se ha realizado con éxito. De esta forma se minimizan los posibles problemas de retrasos de cobro e impagos.
- El seguimiento de los hábitos de compra de los clientes de la tienda electrónica permiten adaptar y mejorar las ofertas de la empresa según los patrones observados. Los datos se recogen automáticamente con cada pedido. Además, con herramientas de análisis concretas podremos

conocer no sólo el comportamiento de los que han comprado, sino también de los que simplemente nos han visitado, lo cual nos permitirá afinar aún más, nuestra estrategia.

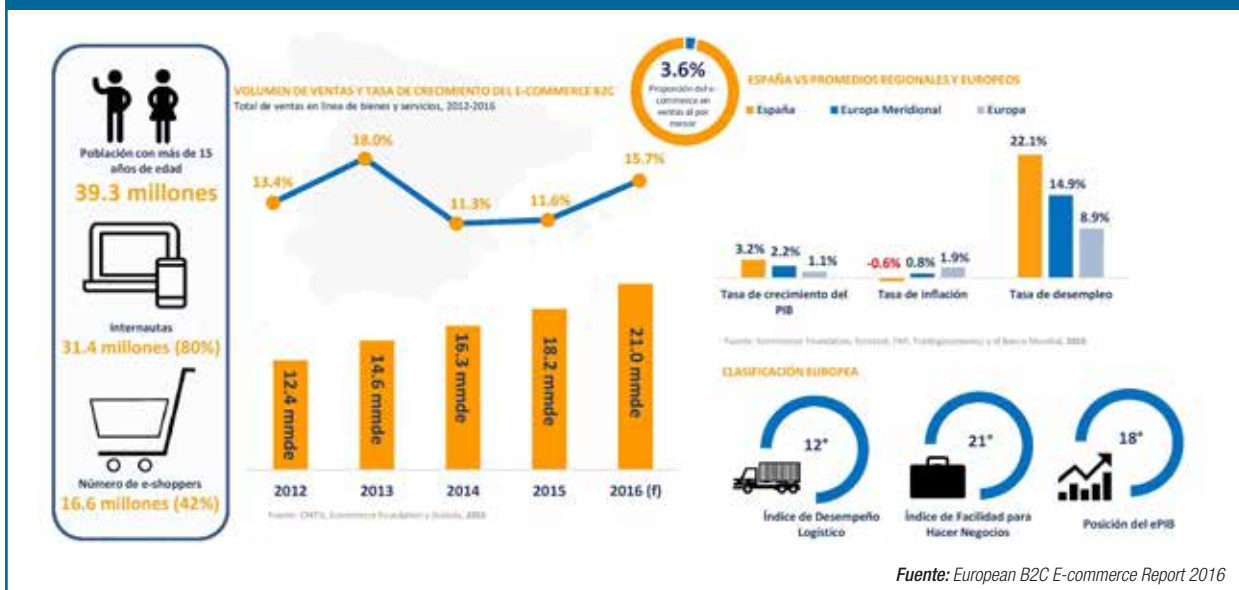
- La tienda on-line funciona como un escaparate virtual de todos los productos de una empresa, y hace las veces de catálogo “onmipresente” para todos nuestros clientes, que saben que pueden acceder allí y consultar los productos, con independencia de que luego los compren on-line o contacten con su comercial para adquirirlos.

### **Puntos críticos del comercio electrónico**

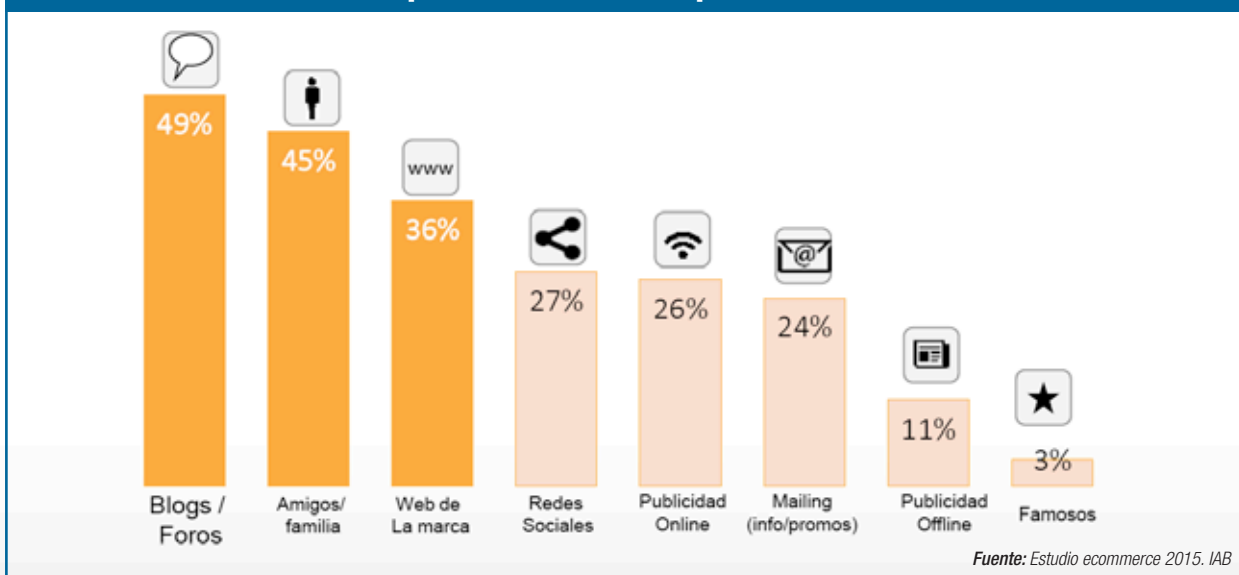
Ahora bien, como en todo, las tiendas electrónicas también tienen sus desventajas, algo que deberemos tener en cuenta e intentar minimizar si nuestra intención es el éxito de nuestro proyecto:

- La competencia es global, mucho mayor que en el comercio convencional, llegando, incluso, al ámbito mundial, según el caso. Para hacer frente a esto, la especialización se presenta como una de las mejores armas, igual que el valor añadido que podemos ofrecer a nuestros productos. En el caso del café, por ejemplo, la venta cruzada con productos complementarios o necesarios para preparar la taza puede ser una vía.
- La logística debe ser entendida como principal factor de éxito del eCommerce y cuidarla como ventaja competitiva en el negocio. Para evitar los fallos, las empresas deben dar con una solución adecuada que tenga en cuenta el tipo de usuario, el destino del envío y el tipo de paquete. La entrega de productos sin errores, en perfectas condiciones y en el plazo estipulado es fundamental; lo que se traduce en una buena experiencia de compra y un diferenciador fundamental frente a la competencia.
- Es fundamental contar con una estrategia de organización y gestión de los pedidos muy bien

## Mercados del E-commerce en España



## Influenciadores en el proceso de compra on-line



definida, que permita un control del estado del envío en todo momento y, en especial, una atención al cliente excepcional, rápida y eficaz. Si se cuenta con una herramienta que permita acceder de manera integrada en una sola plataforma a la mejor oferta de los principales transportistas del mercado, se puede convertir el proceso logístico en un proceso “inteligente”.

- Como en cualquier comercio, la venta electrónica debe contemplar una política de devoluciones clara y establecer, en este caso, más que nunca, quién corre con los portes de una devolución.
- Para empezar a vender a través de Internet, necesitaremos ser visibles, posicionarnos en los buscadores y creamos una buena reputación on-line.

Según el estudio de IAB Spain la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España, el usuario busca información directamente en la web de la tienda (56%), en buscadores (51%), webs agregadores de ofertas (34%), foros y blogs (30%), webs comparadoras (29%) y la tienda física (21%).

Sin embargo, a la hora de establecer que fuentes son las que más le influyen, los blogs y foros adquieren una especial relevancia (49%), seguido de la familia y amigos (45%), la web de la marca (36%), las redes sociales (27%), la publicidad online (26%), el email (24%), la publicidad offline (11%) y los famosos (3%). En el caso del email, el 78% de los compradores online recibe correos con cupones o descuentos y, de éstos, la gran mayoría (el 91%), los utiliza, tanto en web (81%) como en tienda física (54%).

### A tener en cuenta

- En el momento de diseñar una tienda on-line, es importante plantear muy bien el catálogo de productos. Se obtendrá un mejor rendimiento si cuenta con productos bien definidos o servicios que se pueden vender con la mínima intervención de personal en el proceso de venta, para no incrementar costos.

- De 2014 a 2015 el incremento de ventas on-line de productos de alimentación ha crecido en valor medio por compra, de 30,81 a 92,66 €, lo que apunta a una apuesta del cliente por las compra a través de la web.





Una de las noticias del verano en el ámbito del mercado del café ha sido el anuncio de que Amazon ha empezado a trabajar y vender su propia marca de café. La puesta en marcha de la iniciativa, su aceptación y la reacción de los tostadores convencionales que también utilizan esta plataforma para vender sus cafés han sido motivo de comentario, sobretodo, a través de las redes sociales y blogs especializados.

Lo cierto es que la compañía estadounidense de comercio electrónico con sede en Seattle -igual que la cadena de cafeterías más importante del país con establecimientos en todo el mundo- ha optado por no hacer mucho ruido con este lanzamiento, aunque la peculiaridad de la noticia ha hecho que muchos otros si lo hayan hecho.

El café de Amazon se llama Happy Belly Coffee y se publicita como un café comercial de calidad preparado con pequeños lotes de café 100% arábica Fairtrade- y cafés orgánicos certificados de lugares no revelados de Centroamérica y Suramérica.

En las descripciones de las diferentes presentaciones de sus cafés, Amazon incluye una breve guía de preparación, notas de cata y tueste y sugerencias de almacenamiento.

El lanzamiento del café de Amazon se enmarca en una nueva estrategia de la compañía que prevé la

salida al mercado de toda una línea de productos propios que incluirá, además, del café, nueces, especias, comida para bebés, vitaminas, jabón en polvo y té, “todos los productos que no pueden faltar en ningún hogar”, asegura la compañía. Según The Wall Street Journal Amazon trabajaba desde hace ya varios años esta nueva línea de marca blanca para no perder competitividad con otros minoristas que cuentan con la suya propia. El siguiente paso, podría ser, según algunas fuentes, su propia marca de ropa a bajo coste y solo para socios.

Paralelamente a estos lanzamientos, Amazon, propiedad de Jeff Bezos también ha anunciado la puesta en marcha de “Dash button”, un nuevo sistema de pedidos que se activa simplemente con apretar un botón y que se aplicará a cerca de medio centenar de productos, incluidos cafés de marcas alternativas a la suya.

El objetivo de Amazon es convertirse en el super almacén de conveniencia para la nueva generación de compradores conectados. Debemos esperar un tiempo para saber si el café de Amazon logra el éxito. De momento, está aguantando más que los pañales para bebé que lanzó la empresa norteamericana de venta on-line y que tan sólo estuvieron a la venta una semana por la escasa o nula aceptación por parte de los clientes.

M.M.

- Las acciones de fidelización para clientes nos ayudarán a mantener la atención de los compradores sobre nuestros productos. Las grandes marcas, por ejemplo, llevan tiempo utilizando internet como forma de comunicación con el cliente, con una web corporativa dónde transmiten sus valores y acciones, vídeos promocionales en YouTube, campañas en redes sociales en las que consiguen engagement con la marca y fans de sus productos que luego venden en su tienda on-line.

- Los cupones de descuento en la venta electrónica funcionan. Según el estudio de la asociación de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España, el, el 78% de los compradores online recibe correos con cupones o descuentos y, de éstos, la gran mayoría (el 91%), los utiliza, tanto en web (81%) como en tienda física (54%).

- En internet el público con intención de compra es muy inferior al que busca información. Por ello es importante aportar contenidos útiles para el consumidor que al final le lleven a conocer mejor

la marca y productos. Podremos comunicar los beneficios de una forma mucho más clara y visual que tradicionalmente pero tenemos que asumir que el proceso de decisión es muchas veces más lento aunque llevará a una fidelidad con la marca y producto, mucho mayores.

## El m-commerce, ya está aquí

Según los expertos, 2017 será el año de las ventas por Internet que usan el móvil como soporte principal. Y es que aunque el PC sigue siendo el dispositivo preferido (83%) para finalizar la compra, las estimaciones apuntan que el próximo año, el 40% de las ventas por Internet se harán a través del Smartphone, lo que representa un crecimiento del 23% desde 2015. Las previsiones, apuntan, además, que las aplicaciones móviles dirigidas a la venta, se incrementarán de forma notable.

Marc Muñoz

Fuentes: IAB Spain, Jaime Lamo de Espinosa, Zuzel Amelia Gorostiaga; Digital, Social and Mobile report (2015)



# El café del verano

**El creciente interés de los jóvenes por el café está favoreciendo la aparición de nuevas bebidas entorno a este producto, primando en todas ellas las características que más encajan en el paladar de los más jóvenes**

La canción del verano, el culebrón del verano, el fichaje del verano... y ahora, también, ¡¡¡el café del verano!!! La creciente aparición de establecimientos especializados en la preparación y servicios de café y el también creciente interés de los consumidores por este producto ha favorecido que este año podamos hablar ya del café del verano, unas preparaciones que por su alto grado de aceptación popular en estos meses de canícula extrema se han hecho un hueco en la carta de muchos establecimientos de café de diferentes partes del mundo.

Nos referimos, por ejemplo, -seguro que muchos lo habrán adivinado ya- al famoso cucurucho de café de Dayne Lavinrad, el barista sudafricano que desde su cafetería en Johannesburgo ha conseguido llamar la atención de la propia CNN, después de que la cadena descubriera más de un millón de fotos del café en cucurucho de helado de Lavinrad.

## #coffeeinacone

El café en cuestión se compone de un cono elaborado con cuatro capas de chocolate sólido y una de barquillo con el mismo formato que el de un cucurucho de helado convencional. La bebida se presenta en su interior coronada, siempre con un bonito diseño de latte art. La estructura del cono permite un tiempo aproximado de 10 minutos para la degustación, momento a partir del cual, las capas de chocolate empiezan a derretirse y mezclarse con el café, aportando a la bebida un nuevo sabor.

El barista sudafricano lanzó su "invento" poco antes del verano y en meses ha consiguió que su #coffeeinacone sea el café más popular de Instagram, también de su ciudad y país. Los clientes, asegura, le llegan ya de fuera de Johannesburgo y el interés por su café en cono ha hecho que haya patentado incluso su receta,

la cual, recuerda, ideó con su madre en un intento de ofrecer algo nuevo y diferente que hiciera de su cafetería, recién inaugurada en enero de este año, una alternativa con personalidad propia en su ciudad, la más grande y poblada de Sudáfrica. "Siempre parece imposible hasta que se hace", escribe Lavinrad en su cuenta de Instagram The Grind Coffee Company

El "invento" del barista sudafricano ha corrido como la pólvora y en ciudades como Los Angeles la competencia entre algunas cafeterías por servir el mejor café en cono ha sido feroz estos meses. Alfred Coffee parece haber ganado la batalla y lo ha hecho con una versión personalizada del cono, de formato menor y servido en plato.

## Nitro Café

Otra moda viral y veraniega que ha pegado fuerte estos últimos meses de canícula extrema, ha sido el nitro café, el café frío combinado con nitrógeno, del que ya dábamos cuenta en la sección tendencias de nuestro anterior número.

El "Nitro Café" es una bebida refrescante, ideal para tomar en cualquier momento del día, con el aspecto de una cerveza y el sabor de un café. La personalización de la bebida depende del tipo de café elegido para realizar la extracción en frío, base de la preparación, a la que se le añade el nitrógeno líquido para conseguir el aspecto y sabor característicos de esta receta.

El Nitro Café se sirve en lata, envasado al estilo de un refresco gaseoso convencional o desde un grifo tipo cerveza, resultando en copa -no se sirve en taza, una bebida más suave que un café espresso convencional, más ligera y más dulce, con una consistencia cremosa y suave fruto del efecto del nitrógeno líquido.



## Cold Brew Coffee, y Raf

Y todavía daremos cuenta de dos bebidas más de café que han triunfado este verano, el Cold Brew Coffee, y el Raf.

El primero, se ha revelado para muchos como una bebida nueva e innovadora, aunque lo cierto es que ya existe constancia de la patente de un sistema de preparación de café en frío en 1952. La novedad más grande del momento, pues, no sea su preparación pero si su presentación, en botellines de diferentes medidas y diseños realmente atractivos y muy llamativos.

Para preparar el café frío, este se extrae a temperatura ambiente y no con agua caliente, como suelen hacerse todas las otras infusiones. El café permanece en contacto con el agua durante mucho más tiempo – de 5 a 20 horas, según el equipo utilizado. Al no estar esta caliente, la disolución de los componentes de café se demora mucho más e incluso algunas de ellas no llegan a disolverse.

El resultado es un café más dulce y complejo, con poca acidez – en algunos casos hasta un 70% menos- lo que permite a la lengua poder percibir mejor el resto de atributos del café, que afloran en forma de agradables notas de sabor. Las notas amargas, en este escenario, desaparecen ya que al no someter al café a alta temperatura, los aceites no se liberan lo cual evita la aparición del amargor. El sistema de extracción en frío también da como resultado tazas con menos cafeína, siendo la sensación global, la de estar un un whisky aguado, que parece liviano, pero también tiene cuerpo.

Y por último comentar también, la buena acogida del Raf, una preparación de origen en Rusia, la única caliente de las cuatro mencionadas en el presente artículo pero que por su dulzura y sabor ha sido también capaz de aparecer rotulada en más de una pizarra de establecimientos de café de todas partes

del mundo, de Australia a Estados Unidos, pasando por Corea o Inglaterra.

La preparación en cuestión consiste en un combinado de un shot de espresso, dos cucharaditas de azúcar, una convencional y otra de vainilla y unas gotas de crema de leche, todo emulsionado con la lanza de vapor de la máquina de café espresso. El resultado es una bebida dulce y agradable al paladar, generalmente servida en tazas tipo mug, acompañadas con alguna galleta o bombón.

El Raf ya cuenta con su propia colección de fotografías y pósters en bancos de imágenes de venta por Internet y numerosas nuevas versiones e la bebida, la cual ha demostrado aceptar muy bien, los siropes y jarabes entre sus ingredientes.

Y si a todas estas bebidas debemos buscarles un denominador común, este no es otro que su público objetivo, jóvenes que buscan y quieren una experiencia con el café diferente a la de generaciones anteriores. En su mayoría huyen de las preparaciones negras, fuertes y amargas y buscan cafés mucho más suaves, aromáticos y sobretodo dulces.

Todas estas preparaciones cumplen los parámetros y confieren además a sus consumidores un punto de diferenciación y originalidad vital para una generación que cuenta todo lo que hace y comparte sus gustos y criterios a través de las redes sociales, donde les gusta, además, mostrar y demostrar que están a la última en todas las experiencias de consumo,... tecnología, ocio, y también café.

Y como muestra de este interés creciente, las cifras que indican que a nivel mundial, el grupo de consumidores que más está creciendo es el de edades comprendidas entre los 18 a los 27 años, dibujando un panorama alentador sobre las oportunidades de mercado, tanto para los tostadores como para baristas y hosteleros.

Susanna Cuadras



# Efectos del café soluble en la salud

**El café verde y el café tostado son los formatos más habituales que aparecen en las investigaciones sobre los efectos del consumo de este producto en la salud, aunque, últimamente, también han crecido los estudios sobre otras variantes, como el café soluble o instantáneo**

Aunque el café instantáneo no puede igualar ni en sabor ni en aroma a un café fresco recién hecho, su fácil preparación ha hecho que a lo largo de su historia se haya convertido en un producto muy atractivo en muchos países, donde, incluso, el ratio de consumo es más alto a la del café convencional. Se da la circunstancia, además, que el café soluble ha contribuido al desarrollo del consumo del café en ciertos territorios tradicionalmente bebedores de té, como Japón o Gran Bretaña, país, este último, máximo consumidor europeo de café soluble. Concretamente en Gran Bretaña, el 90% del café consumido hasta hace unos pocos años era del tipo soluble, algo que poco a poco empieza a variar hacia otros formatos, gracias, sobre todo, a la creciente divulgación de la cultura del café en el país y también, la proliferación de nuevos establecimientos especializados en este producto.

## ¿Qué es el café soluble?

El café instantáneo es el polvo o granulado que queda después de que al extracto de café se le ha retirado el agua. A diferencia del café tostado, cuando el café instantáneo es empaquetado es capaz de mantener su calidad durante mucho más tiempo, pues es menos vulnerable a procesos de oxidación. Este tipo de café se prepara muy fácilmente con sólo añadirle agua o leche sin necesidad de máquinas con filtros o alta presión.

Para la producción de café soluble siempre se parte de café tostado. Este se muele con una granulometría

bastante gruesa para poder extraer la mayor cantidad de sólidos solubles. Para conseguirlo se utiliza agua a alta temperatura y a presión, con lo que se obtiene una extracción líquida, la cual es sometida posteriormente a un sistema de desecación que da lugar al producto soluble instantáneo.

Una taza de café soluble contiene menos cafeína porque se utiliza menos cantidad de café para prepararla

La calidad de este producto depende de varios factores como el blend o mezcla de café verde, el tiempo y color de tueste, el sistema que se usa para obtener el café soluble y la dosificación.

Hay dos sistemas de secado del café líquido para convertirlo en café soluble. El más empleado es el llamado Spray Dry, secado con vapor. El otro es el método de liofilización o Freeze Dry, secado por congelación, que se empezó a utilizar en los años 60 del siglo pasado. La diferencia fundamental entre ambos sistemas es que en el proceso de secado por liofilización no se somete el extracto de café a una agresión térmica tan alta.



## Origen del café soluble

El primer café soluble fue inventado en 1901 por un químico japonés-americano afincado en Chicago llamado Satori Kato. Su comercialización, sin embargo, no llegó hasta unos años después y no a cargo de este, su primer inventor, sino de otro químico, esta vez un británico que vivía en Guatemala llamado George Constant Washington. El descubrimiento lo hizo cuando estaba en su jardín esperando a su esposa para tomar café. La espera se hizo un poco larga y George se percató de que en el pico de la cafetera de plata en la que había preparado el café y debido posiblemente a la condensación se había formado un polvo muy fino. Este hecho despertó su curiosidad y después de investigar durante algún tiempo, por fin en 1906 logró hacer la primera producción de café soluble poniendo el invento a la venta en 1909.

En 1930, el gobierno de Brasil se puso en contacto con Nestlé para poder producir café soluble y de esta manera, en años de buenas cosechas, poder regular las acumulaciones y evitar, así, la caída de precios del mercado. Una buena cosecha o una helada en Brasil tenía y tiene inmediatamente consecuencias en los precios del café en el mercado mundial.

Tras ocho años de investigación se consiguió un polvo de café que al ponerlo en contacto con el agua caliente se disolvía y mantenía un buen gusto. A partir de aquí la popularidad del café soluble no paró de crecer, con importantes puntos de inflexión como la Segunda Guerra Mundial. Los soldados norteamericanos llevaban una ración diaria de café soluble en sus mochilas y ello ayudó a popularizar esta presentación en Europa. Cuando muchos de estos soldados regresaron a su país, siguieron consumiendo café soluble.

Para preparar el café instantáneo en taza, haya sido producido por uno u otro sistema, bastará con disolverlo en agua tibia.

## Efectos del café soluble en la salud

### **Antioxidantes y nutrientes**

El café instantáneo, al igual que el café convencional, es rico en antioxidantes e incluso, algunos estudios como el realizado por diversos investigadores de la Universidad de Zagreb (Croacia), afirman que pueden contener más que otros tipos de presentaciones, gracias a la forma en la que se procesa. El café soluble también nos aporta potasio, cromo, magnesio y niacina (vitamina B3). Según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, una taza de café instantáneo de 8 onzas (236 ml), contiene, aproximadamente 72 mg de potasio y 57 microgramos de boro.

### **Menos contenido de cafeína**

Una taza de café instantáneo de unos 150 ml contiene como media unos 65 mg de cafeína mientras que en un café convencional preparado en cafetera de goteo o de filtro, en igual cantidad, 150 ml, los valores rondan los 80-115 mg, según datos de la Organización Internacional del Café - El tipo de granos de café y métodos de preparación influyen en el contenido de cafeína -.

El café instantáneo o soluble, pues, ya en taza, contiene en general menos cafeína que el café tostado y molido. Esto se debe, básicamente, a que en la preparación del café soluble sólo utilizamos algo más de dos gramos de café, frente a los 7-9 gramos, por ejemplo de un espresso. Este bajo contenido de cafeína en taza del café soluble es totalmente inverso a lo que sucede durante su fabricación, cuando, el contenido de esta sustancia multiplica la del café convencional, ya que, recordemos, el soluble se elabora a partir de una concentración de café tostado.

En cualquier caso, y recuperando el café soluble en taza, los expertos advierten que si bien es cierta la menor cantidad de cafeína en los cafés solubles, la costumbre de sus consumidores de utilizar más gramaje del convencional para preparar tazas más grandes o incrementar el número de tazas diarias con respecto al café convencional, puede provocar que en el cómputo total, la ingesta total de cafeína sea mayor en un consumidor habitual de café soluble que no, en un consumidor de café convencional. Es por ello que recuerdan que en cualquiera de los casos es recomendable no superar los 300 mg diarios de cafeína, lo que vendría a corresponder a 3-4 tazas de café convencional y unas 5 de café instantáneo, del cual, por cierto, también existen versiones descafeinadas en el mercado.

## Jornada sobre Café y Salud en la Cámara Argentina del Café



La Cámara Argentina del Café convocó a finales de junio un evento especial dedicado a los efectos del café sobre la salud. En la sesión no se dio cuenta de ningún descubrimiento nuevo pero los científicos que intervinieron dejaron claro que el consumo responsable de café puede resultar un buen aliado para nuestra salud.

Así, el científico Diego Golomek, doctor en Biología que trabaja como profesor titular regular de la Universidad Nacional de Quilmes e investigador principal del CONICET destacó, por ejemplo, durante su intervención los usos médicos del café que dijo, resulta un excelente ayudante en tratamientos para la migraña por sus propiedades analgésicas, permitiendo su consumo disminuir, incluso, la ingesta de algunos medicamentos para combatir estos los episodios agudos de dolor de cabeza.

Golomek subrayó, además, que el café se utiliza, “aunque experimentalmente, para tratar problemas respiratorios, sobre todo la obstrucción de los bronquios o la tráquea, y cierto tipo de Parkinson”. Según el científico argentino, “el café asociado a grandes cantidades de agua funciona, también, en el tratamiento de los cálculos biliares y, además, hay evidencia de que es un protector contra la demencia, como una patología generalmente relacionada con la edad”.

### Mayor cantidad de acrilamida

La acrilamida es una sustancia química que se crea de forma natural en productos alimenticios que contienen almidón durante procesos de cocción a altas temperaturas. Su contribución global a la exposición a través de la dieta es limitada si se sigue una dieta normal y variada y por tanto, aunque las autoridades sanitarias advierten de su peligro consumido a grandes cantidades, no la señalan como un riesgo real por su baja incidencia en la dieta.

Entre los alimentos que favorecen el desarrollo de esta sustancia química, el café y el café soluble, donde su presencia puede llegar a ser hasta dos veces superior a la del café convencional. Aún y así, tanto en el caso del café soluble como en el convencional, las cantidades son tan pequeñas que no resultan ningún peligro ni perjuicio para nuestra salud.

La nutricionista Andrea Rochaix, por su parte, destacó en su intervención que “Hoy está catalogado como un alimento saludable junto con las verduras, frutas, cereales y lácteos descremados. El consumo de café puede reducir en un 70% el riesgo de tener diabetes 2, que es una epidemia a nivel mundial y apuntó que las personas que suelen beberlo “son más longevas”.

En cuanto a su contenido nutricional, detalló que sus cantidades de grasas son “despreciables” y que tiene una buena cuota de potasio -mineral que ayuda en la contracción y relajación de los músculos- y una buena proporción de magnesio, responsable del factor protector sobre la diabetes 2.

El café también aporta “vitamina B3, que reduce el colesterol y es necesaria para quemar carbohidratos, proteínas y grasas. Tres tazas diarias aportan el 20 % de la ingesta diaria recomendada de este nutriente”, indicó la nutricionista. Con tres tazas al día también se cubre el 15% de la dosis diaria recomendada de magnesio, un componente de huesos y dientes, que además es necesario para la transmisión de impulsos nerviosos y para el funcionamiento del corazón.

Andrea Rochaix acabó su intervención recordando que “en nutrición no hay un único elemento salvador, hay que apuntar a un equilibrio, y en ese equilibrio entra el café”.

### Nuevas investigaciones

Poco a poco, casi todos los fabricantes han iniciado procesos de producción propios de café soluble, de modo que actualmente es posible encontrar en el mercado distintas marcas y distintas variedades, en respuesta a las diferentes preferencias de los consumidores.

Paralelamente a esta diversificación de la producción de café soluble, los fabricantes no han dejado de investigar y aplicar cuantos avances les ha ofrecido la moderna tecnología para mejorar el producto final y para que este conserve, hasta el momento de su consumo, los más penetrantes y sutiles aromas de los granos utilizados para su preparación. Como en el caso del café convencional, no se ha descrito ninguna afectación de esta presentación sobre la salud, recomendándose en cualquier caso su consumo moderado. Todos los excesos, de café o de cualquier otro producto, pueden ser perjudiciales.



# WEGA SLAYER

LA COMBINACIÓN PERFECTA



EXPERIENCE COFFEE CUP

Entra en [www.experiencecoffeecup.com](http://www.experiencecoffeecup.com) y descúbrelo

SLAYER

WEGA®



## ¿Lo sabías?...

### El edificio original de la Bolsa de Nueva York era una cafetería de Wall Street

La Bolsa de Nueva York comenzó a funcionar en la "Tontine Coffee House", una cafetería que abrió en 1794 en un local de la esquina de la calle Wall and Water, antes de que un incendio la destruyera en 1835. El negocio, que llevaba el nombre del banquero napolitano Lorenzo di Tonti, era un lugar de reunión para "agentes de seguros, corredores de bolsa, minoristas, negociantes y políticos, que vendían, compraban, traficaban o aseguraban; unos leían, otros devoraban las noticias", según detalla un artículo de 1807.

La cafetería Tontine fue un centro de negocios hasta 1817, cuando las operaciones se trasladaron a un edificio del número 40 de Wall Street. En aquella época, la asociación se llamaba "The New York Stock & Exchange", hasta que en 1863 se eliminó el símbolo "&"; aumentó el volumen de mercado y el edificio dejó en un segundo plano los intercambios a los que se dedicaba anteriormente.

Actualmente la Bolsa de Nueva York es una de las dos en el mundo, junto con la de Londres donde se cotiza el café. En la Bolsa estadounidense solo se comercia café Arábica y tiene una participación de mercado del 90% del volumen total de contratos de café.

La Coffee, Sugar and Cocoa Exchange de Nueva York, CSCE funciona como una unidad independiente de futuros NYBOT, con opciones sobre café, azúcar y cacao y el índice de materias primas S & P. La actividad se realiza por viva voz, de 8 am a 2:45 pm, de lunes a viernes

El precio del café especial se fija en función de la calidad de taza pero también de la calidad física del grano. En el sistema comercial de cafés especiales los precios son establecidos entre el productor y el tostador, tomando como criterio referencial los precios de café de la Bolsa de Nueva York.

# Calendario ferias

## COTECA

Feria del Café, Té y Cacao  
Hamburgo (Alemania)  
**Del 7 al 9 de septiembre**  
[www.coteca-hamburg.com](http://www.coteca-hamburg.com)

## EXPOESPECIALES

Feria de Cafés Especiales  
Bogotá (Colombia)  
**Del 4 al 7 de Octubre**  
[www.espoespeciales.com](http://www.espoespeciales.com)

## SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA

San Sebastián  
**Del 2 al 5 de Octubre**  
[www.sansebastiangastronomika.com](http://www.sansebastiangastronomika.com)

## NEW YORK COFFEE FESTIVAL

Nueva York (EUA)  
**Del 16 al 18 de Septiembre**  
[www.newyorkcoffeefestival.com](http://www.newyorkcoffeefestival.com)

## CÓRDOBA, CALIFATO GOURMET 2016

Córdoba  
**Del 22 al 26 de septiembre**  
[www.cordobacalifatogourmet.com](http://www.cordobacalifatogourmet.com)

## SIAL

Feria de la industria alimentaria  
París (Francia)  
**Del 16 al 20 de Octubre**  
[www.sialparis.com](http://www.sialparis.com)

## TRIESTESPRESSO EXPO

Salón del Café Espresso  
Trieste (Italia)  
**Del 20 al 22 de Octubre**  
[www.triestespresso.it](http://www.triestespresso.it)

## HOSTELCO

Final XI Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café

I Campeonato Nac. de Cata Fórum Café  
I Campeonato Nacional de AeroPress  
Barcelona  
**Del 23 al 26 de Octubre**  
[www.hostelco.com](http://www.hostelco.com)

## FÓRUM GASTRONÓMICO

Barcelona  
**Del 23 al 26 de Octubre**  
[www.forumgastronomicbarcelona.com](http://www.forumgastronomicbarcelona.com)

## GASTRONOMA

Foro de la Gastronomía  
Valencia  
**Del 19 al 21 de noviembre**  
[www.feriavalencia.com](http://www.feriavalencia.com)

## FIBEGA

Feria Iberoamericana de Gastronomía  
Mérida (Cáceres)  
**Del 20 al 22 de noviembre**  
[www.fibega.org](http://www.fibega.org)



# Hoy cocina

## Michael Solomonov

Premio James Beard, al Mejor Chef de la Costa Atlántica de Estados Unidos



Desde que en 2008 inauguró su restaurante Zahav en Philadelphia no ha parado de recibir reconocimientos por su particular e innovadora reinterpretación de la cocina israelita. Original de Savyon (Israel), actualmente afincado en Estados Unidos, concretamente en Philadelphia donde es propietario, junto a su socio Steven Cook, de diversos restaurantes.

La andadura de Solomonov en la cocina se inició en los fogones de un restaurante italiano, pero cuando su hermano murió durante la celebración del Yom Kippur de 2003 mientras formaba parte de un grupo de voluntarios judíos, decidió cambiar radicalmente de temática y dedicar toda su atención a la cocina israelí y judía.

Desde entonces se ha dedicado a reinterpretar múltiples recetas, a trabajar y dar nuevas formas a productos típicos de estas cocinas, y de sus vecinas, hasta el punto de que en los círculos gastronómicos es conocido como el genio de la cocina judía.

Hace unos meses, Solomonov ha celebrado la publicación de su primer libro: "Un mundo de cocina israelí", que compiló junto con su compañero Steven Cook. En esta obra, una de las recetas destacadas es el helado de café turco, una combinación perfecta entre amargo y dulce que homenajea a la preparación original del café turco con muchos aficionados entre la población israelita.

## Helado de café turco

### Ingredientes

2 tazas de crema de leche  
2/3 taza de leche  
1/4 taza de café turco  
5 vainas de cardamomo  
6 yemas de huevo grande  
3/4 taza de azúcar



### Preparación

#### Para el café turco

Verter aproximadamente 50 ml de agua en el cezve por cada taza, añadir azúcar al gusto y remover hasta que esta se haya diluido. Entonces llevar la mezcla a ebullición y justo en ese momento, retirar el recipiente del fuego y añadir una cucharadita de café por persona (más una cucharadita extra). Este café debe haber sido molido en partículas muy finas.

Herviremos entonces el conjunto por dos veces consecutivas, retirando, eso sí, el cezve del fuego entre ebullición y ebullición.

Tras la segunda ebullición el café estará listo para servir. En ocasiones se agrega en este punto un poco de agua fría. El motivo es acelerar el depósito de polvo de café en el fondo para poderlo servir rápidamente en la taza sin filtrarlo y por tanto con el mínimo posible de partículas flotando.

#### Preparación del helado

Empezamos la preparación mezclando la crema, la leche, el café y el cardamomo en una cacerola mediana. Utilizaremos fuego medio alto y llevaremos el conjunto hasta el hervor. Alcanzado este punto, retiraremos el recipiente de los fogones y lo dejaremos reposar durante 10 minutos.

Mientras, aprovechamos para trabajar el resto de ingredientes. Para ello necesitaremos otro recipiente en el que mezclaremos las yemas y el azúcar. Cuando ambos ingredientes estén combinados llevaremos el conjunto al baño maría, revolviendo sin parar, hasta que el azúcar se disuelva y la mezcla espese. Esto nos puede llevar, aproximadamente, unos dos minutos.

Conseguida la textura deseada, agregaremos a este segundo recipiente, la mezcla de crema, removiendo, de nuevo, de forma constante para evitar que se hagan grumos.

Colamos entonces, los posos del café y los agregamos al conjunto que dejaremos toda la noche en un bowl cubierto en la nevera.

Por la mañana la preparación ya estará punto para, en una máquina de helado, preparar el nuestro. Para ello sólo deberemos seguir las instrucciones indicadas por cada fabricante. El resultado debería ser el mismo... un delicioso helado de café turco!!!

#### Degustación

La degustación de este helado se recomienda acompañada de una taza de café turco especiado con canela, cardamomo o cualquier otra de las sugerencias típicas de esta preparación.

# Biblioteca

## ¡AL GRANO! La guía para comprar, preparar y degustar el mejor café

**Kim Osseblok**

Anaya Multimedia  
Madrid, Junio 2016  
Castellano. 176 páginas



El café, como el pan o el vino, ya forma parte de los alimentos gourmet. Las variedades, procedencias, métodos de cultivo, tuestes y preparaciones son solo algunos de los factores de influencia en su calidad. Sus cientos de aromas, sabores y texturas lo convierten en el nuevo oro negro por su consumo mundial.

A través de las páginas de este libro, Osseblok ofrece las claves al lector sobre cómo elegir un mejor café, como disfrutar de la experiencia de compra del grano en el tostador local, como preparar ese café con varios métodos de infusión y como reproducir algunas de las recetas con café más populares. Osseblok no descuida en este recorrido, los utensilios, las cafeteras y los secretos para

### **Kim Osseblok**

“Educar es la mejor manera de aprender.” Desde hace diez años me dedico a la formación en el sector de café. La gratitud que percibo cuando alguien se agradece por haber entendido un concepto, mismo siendo muy sencilla, es enorme. Poder inspirar a personas con cursos, consultorías individuales,...es un lujo. Pero siento que el trabajo de los productores de café y de toda la cadena productiva del café, se puede y se debe valorar mucho más. Y si conseguimos llegar a más personas, tendremos un impacto más grande en la evolución del café de especialidad. Por esto no dude un segundo cuando la editorial Anaya Multimedia me propuso escribir un libro de café.

emular en casa al mejor baristas ya que como el propio autor asegura, “cuántos más detalles tienes sobre un café, mayor probabilidad tienes de probar algo especial.

Prologado por Txaber Allué, autor del videoblog de cocina más popular de España, “El cocinero fiel”, y por Ricardo Oteros, director general de Supracafé, el libro incorpora, además, bonitas fotografías a color que muestran, paso a paso, los diferentes métodos de preparación del café y el resultado final de las diferentes preparaciones.

Prepárate un café para despertar tus sentidos... y vamos directo ¡AL GRANO!

Kim Osseblok belga asentado en Barcelona es Formador Autorizado SCAE, Licenciado Q Grader, Tercero del Mundo en el Cup Taster Championship 2012 y subcampeón en el Campeonato Español de Cata de Café 2015. Osseblok ha desarrollado su carrera profesional como consultor y formador para grandes empresas de café. Con el paso del tiempo ha emprendido su propio servicio de consultoría independiente y su blog baristakim.es, uno de los más visitados por baristas y profesionales de café.



**QUE EL TAMAÑO NO TE ENGAÑE**

**E5 ESSENTIAL OD**

PANTALLA TÁCTIL

7Gr 2,5Seg

FRESAS PLANAS Ø58MM

**COMPAK®**  
COFFEE GRINDING COMPANY



Leche  
**Pascual**  
uperisada

\*\*\*  
**extra  
CREME**  
*Selección*



NUESTRA MEJOR LECHE,  
PARA EL MEJOR CAFÉ.

Leche  
**Pascual**  
uperisada

Leche oficial 2016

