

La Revista del Fórum del Café • Diciembre 2015 • Nº 63

Fórum *Café*

Mundo Barista
Final
X Campeonato
Nacional
de Baristas

p. 6

Mercado
La compra
de café
verde

p. 14

Tendencias
Australia
y el café

p. 48

PURE PASSION IS THE SECRET OF A PERFECT ESPRESSO



DIAMANT

Para los baristas más exigentes.
Su diseño y sus altas prestaciones
conseguirán sorprenderle.



ZIRCON

Nuestra nueva creación. Robusta
y tecnológicamente avanzada, esta
máquina destaca por su precisión y
sencillez funcional.



QUARTZ

Máquina completamente profesional
solo para cápsulas. Hace el trabajo
por usted, siempre con un resultado
perfecto.

Sumario

Editorial	4
Especial Campeonatos	
Final X Campeonato Nacional de Baristas, Málaga 2015	6
Entrevista a Damián Seijas	14
Entrevista a Javier Carrión	17
Especial Recetario Barista 2015	20
Mercado del Café	26
Descubierta nueva planta de café en Honduras	30
El proceso de compra	33
Consumo	
El mercado de café en España	36
Tendencias de consumo	40
Vending	
El origen del vending	44
Entrevista a Juan José Mach	46
Tendencias	48
Mundo Barista	51
Gestión	
Cómo anticiparse y adaptarse a los cambios	54
Steve Jobs, reflexiones para nuestro negocio	56
Café y Salud	58
Historias cafeteras	
Hugh Jackman, un actor solidario	60
Museos del café	63
Ferias	64
Cocina	65
Biblioteca	66



Revista del
Fórum del Café

Edita:



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

Diseño y maquetación
FermiCarré Comunicació
www.fermicarre.com

Impresión
Grupografico.com (G.R.G.F., S.L.)
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. **Imagen portada:** ©BH Yoo - Seoul Urban Sketchers

Editorial



Y casi sin darnos cuenta nos hemos plantado ya a finales del 2015. El tiempo ha pasado rápido y en estos doce meses el ritmo de actividad en **Fórum Cafè** se ha mantenido en los listones más altos de los últimos tiempos. Durante este año se ha ampliado la oferta de cursos de nuestra entidad, se han convocado nuevos seminarios y también nuevas ediciones de formaciones técnicas. Hemos crecido en número de socios, hemos elegido una nueva Junta, con Antonio Gros de presidente y nos hemos sumado, también, a la primera edición del Día Internacional del Café. Esto lo hemos hecho de la mano de un simpático granito de café arábica que se convirtió durante el 1 de Octubre en la imagen de perfil de cientos de profesionales y amantes del café de nuestro país.

En este 2015 hemos celebrado, también, la primera década del **Campeonato Nacional de Baristas Fórum Cafè**. Diez años ininterrumpidos de competición barista, de espectáculo ideado y desarrollado para contribuir a la divulgación de la cultura del café en nuestro país, para promocionar los cafés de calidad y para prestigiar a la figura del barista, ese profesional especializado en la preparación y servicio de café, capaz de prepararnos bebidas diferenciadas con este producto, asesorarnos sobre nuestra degustación y que siempre apostará por la calidad del café como sello de su profesionalidad.

Y todo esto en un marco de aparente estabilidad del mercado de café en España. A falta de conocer los datos de consumo, si disponemos ya de las estadísticas de comercio exterior, los cambios han sido pocos tal y como se puede ver en el reportaje sobre este tema que publicamos en esta revista. Vietnam retrocede ligeramente, mientras que Colombia sigue creciendo y también Brasil. A pesar de la estabilidad aparente, el mercado de café verde es realmente complejo. Dominar este terreno es básico para ajustar todo tipo de márgenes, calidades, precios... tal y como comprobamos en el reciente **Seminario sobre Mercado de Café Verde** que organizó nuestra entidad hace unas semanas de la mano de la experta en mercados de café Victoria Sainz de la Maza.

No quisiera acabar estas rallas sin un cálido recuerdo a nuestro primer director y uno de los ideólogos por excelencia de **Fórum Cafè**, el estimado Albert Solà, del que se han cumplido diez años de su fallecimiento.

Con la vista puesta en 2016, deseamos que estas fiestas sean una nueva oportunidad para degustar café en familia e, incluso, para levantar la taza y brindar por un feliz y próspero año de buen café.

¡Felices fiestas a todos!



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

Junta Rectora

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

Asesores

Josep Rovira
Iñaki Vidaurrazaga
Alejandro Salvo

Directora

Yolanda Bolaños Gámiz

Vocales

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



CON BRITA HAGO EL MEJOR ESPRESSO DE LA CIUDAD

Optimización profesional del agua para la preparación de café y especialidades de café.



Contacte con nosotros:
+34 93 342 75 70
o visite nuestra web:
www.profesional.brita.es





Final X Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café 2015

Málaga acogió a mediados del mes de Octubre, la Final del Campeonato Nacional de Baristas que en esta su décima edición ha proclamado como Mejor Barista de España al gallego Damián Seijas. Coincidiendo con la primera década de Campeonatos Barista en nuestro país, el sector cafetero respondió con una destacada presencia y participación en la capital de la Costa del Sol, donde baristas y café brillaron con luz propia

Las expectativas para la Semifinal y Final del X Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café eran muy altas, y todas, absolutamente todas, participantes, público, jueces, patrocinadores, organización, se han superado y con creces. Diez años de competición se merecían una fiesta como la vivida en Málaga los pasados 14 y 15 de Octubre. El espectáculo barista brilló por todo lo alto; el público disfrutó, saboreó y vibró cada una de las actuaciones de los 17 mejores baristas de España; el sector acudió masivamente al evento y el ayuntamiento de Málaga y de Torremolinos se sumaron entusiasmados al evento, brindando su colaboración.

Durante los dos días de competición y lejos frases hechas o giros periodísticos fáciles, podemos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que Málaga fue la capital española del café. La atención cafetera se desplazó a la Costa del Sol y representantes de empresas cafeteras de todo el país acudieron a Málaga para seguir en directo la competición. Lo hicieron, también, diversos profesionales del barismo, además de estudiantes de escuelas de hostelería y medios de comunicación.

Un campeonato espectacular

Todos fueron el público de un campeonato de excepción en el que el gallego, Damián Seijas fue coronado Mejor Barista

de España. El nuevo campeón consiguió con una inmejorable técnica y un ejercicio impecable, de espressos perfectos, atractivos lattes y extraordinarios combinados de café - con licor de cereza y mermelada de ciruela, por un lado; y café con infusión de mango, jengibre, salsa de caramelo y clara de huevo, por otro- subir a lo más alto del podium. Tanto es así, que Seijas, además del título absoluto, se llevó el premio a la Mejor Bebida de Especialidad y al Mejor Latte Art.

El campeón de la comunidad valenciana, Javier Carrión, por su parte, se proclamó por segundo año consecutivo subcampeón nacional, correspondiendo el tercer lugar de la competición a Rabi Aouam, campeón barista andaluz. Por su parte, el canario Rayco Jesús Paz, campeón de Baristas de Canarias se llevó el premio al Mejor Espresso de la competición.

La actuación de todos ellos fue todo un espectáculo, igual que la del resto de sus compañeros y compañeras, los cuales, uno tras uno, no hicieron más que demostrar que la profesión ha crecido y evolucionado notoriamente desde la primera edición del Campeonato Nacional en 2006, rozando los ejercicios, en la práctica totalidad de los casos, la perfección. Cafés de Guatemala, Gheisa Panamá, de Costa Rica, Kenya, Uganda, Etiopia o Colombia sobre la mesa; sorprendentes maridajes de café con moniato, castañas, cava, y todo tipo de frutas; uso de cafeteras de



Fórum Café
FORUM CAFE
10 años
CAMPEONATOS
FÓRUM

Patrocinadores

QUALITY ESPRESSO
Capture the Essence

BRITA Professional

COMPAK
COPPE BARCELONA COMPANY

eunasa

AZACONSAS

CHOCOLATE
Reyfrut

MONIN

Leche Pascual
superada

ICONA

Coorganizadores

calento

SANTA CRISTINA

Drongdaria

Amoroso

GRUPO CAFÉS BATALLA

ORIBEN

Emicela

Colaboradores

BEYON

DANZHEE

Málaga, 14 y 15 de Octubre de 2015



todas las clases para la elaboración de bebidas de especialidad con café y técnicas culinarias aplicadas al café, han sido protagonistas de un campeonato en el que hemos visto desde baristas ofreciendo clases magistrales, pizarra en mano, a jueces con collares Lei [hawaianos], participantes escanciando sidra en directo,... y un largo etcétera de sorprendentes preparaciones y propuestas entorno al café, todas, fruto de la magia barista.

Profesionalidad barista

Ningún ejercicio pasó desapercibido y todo y cada uno de ellos sorprendió por algún aspecto concreto o por su conjunto en general. Café presentado en estuche de puros, bebidas servidas en el interior de cáscaras de frutas, en copas y vasos de todos los diseños imaginados y por imaginar, lattes art de magia,... y sobretodo, cafés de muy alta calidad han sido la tónica de un campeonato en el que los baristas han cuidado al detalle sus puestas en escena y en el que ha quedado claro el importante desarrollo vivido por la técnica barista en nuestro país y, sobretodo, la tremenda especialización de esta profesión.

En esta edición han participado en la Semifinal del Campeonato Nacional de Baristas un total de 17 as-

pirantes al título. Once lo hacían como vigentes campeones baristas de sus Comunidades Autónomas: Laura Fuentevilla (Cantabria), Adrián Rodríguez (Castilla y León), Mario Vidal (Euskadi), Luis Eduardo Torrealba (Comunidad de Madrid), Rayco Jesús Paz (Islas Canarias), Javier Carrión (Comunidad Valenciana), Damián Seijas (Galicia), Miguel Pérez Anes (Asturias), Ivette Vera (Cataluña), Lidia Gabarrón (Comunidad de Murcia) y Rabi Aouam (Andalucía). Por su parte, Taia Zahariya y Oscar Solorzano lo hacían en calidad de representantes de sus Comunidades, Aragón y La Rioja, respectivamente, ya que en ambas plazas este año no se consiguió el número mínimo de participantes para celebrar una competición barista convencional – para acceder a la Semifinal, Taia y Oscar fueron evaluados por un comité de jueces que certificaron su nivel para participar-. Completaban el grupo de 17 baristas semifinalistas, Juan José Rodríguez (Castilla y León), Marcos González (Galicia), Vanesa Artime (Asturias) y Daniel Ojeda (Cataluña), los cuatro mejores segundos clasificados a nivel nacional y que cubrían las plazas de Navarra, Extremadura, Castilla La Mancha y Baleares donde no se ha convocado campeonato autonómico este año o donde los baristas presentados a evaluación no superaron la nota mínima de corte para acceder a la Semifinal.



Damián Seijas



Adrián Rodríguez



Javier Carrión



Laura Fuentesvilla



Luís Torrealba



Daniel Ojeda



Ivette Vera



Juanjo Rodríguez



Lidia Gabarrón



Marcos González

En la mayoría de los casos, estos baristas participaban esponsorizados por diferentes empresas tostadoras, como Cafés Dromedario, Cafés Baqué, El Pozo, Tirma, D-Origen Coffee, Cafés Batalla o Cafés Carambuco, firmas todas ellas abanderadas de la apuesta por la divulgación de la cultura del café y que junto con el resto de las que han contribuido en la esponsorización de los cerca de 200 baristas que este año han participado en los campeonatos provinciales y autonómicos, demuestran día a día el giro hacia la calidad que está dando el sector cafetero español.

Durante el campeonato, cada participante contó con 16 minutos de tiempo para preparar 4 Espressos, 2 Cappuccinos Latte art y 4 Bebidas Fantasía, 2 con alcohol y 2 sin alcohol, cuya base y sabor dominante debía ser el café espresso. Todas estas preparaciones, así como la técnica de cada uno de los participantes fue valorada por un equipo de jueces técnicos y sensoriales, supervisados por un juez líder y apoyados por varios jueces de control.

Tras una primera jornada muy intensa, de 9 horas seguidas de espectáculo barista, con tan sólo una para el receso, las

puntuaciones conseguidas por los semifinalistas determinaron el pase a la final del día siguiente, de Vanesa Artime, Damián Seijas, Javier Carrión, Rayco Jesús Paz, Daniel Ojeda y Rabi Aouam. Los aplausos para todos ellos igual que para el resto de participantes fueron en forma de ovación, en lo que fue una muestra más del entusiasmo del público por lo visto sobre el escenario.

Al día siguiente, los seis baristas clasificados hicieron honor a su calidad de finalistas y bordaron uno tras uno su actuación frente a los jueces y el público, llevándose el honor de ser proclamado Mejor Barista de España, Damián Seijas. El campeón, ha recibido como premio, un viaje a Colombia por gentileza de Icona Café, que tal y como hizo el año pasado en Uganda, invita al campeón español a recorrer las principales zonas cafetaleras colombianas. El viaje está previsto para mitad del mes de junio de 2016 y estará abierto a todas aquellas personas que quiera acompañar al campeón.

Damián Seijas, además, ha recibido de Quality Espresso, principal patrocinador del X Campeonato Nacional de Ba-

Un campeonato redondo



En esta edición del X Campeonato Nacional de Baristas, Fórum Café ha contado con la colaboración de Andabarista, la Asociación de Baristas Andaluces, una organización radicada en Andalucía, cuya labor es difundir la cultura del café, las buenas prácticas en tecnología del café, el arte latte, así como el desarrollo técnico y especializado del barista. Durante los días de la competición, miembros de esta entidad fueron los encargados de atender el área de degustación de café del Village del Campeonato, con cafés cedidos por las tres empre-

sas andaluzas coorganizadoras de la final, Café Carambuco, Cafento y Santa Cristina, y de preparar la degustación de cafés de Colombia, tanto durante la cena conmemorativa del décimo aniversario de los campeonatos Fórum Café, como también durante el último día de competición, en el que se invitó a todo

el público a saborear cafés de este origen, destino del viaje patrocinado para el ganador del Campeonato por Icona Café.

El público asistente a la competición pudo, pues, degustar cafés de alta calidad, vibrar con un gran espectáculo barista y también disfrutar de la actuación de la compañía de baile Danzarte dirigida por la coreógrafa Encarna Rodríguez Oliva, quien preparó para la ocasión un espectáculo inédito de danza española, homenaje a la ciudad de Málaga y la profesión hostelera en particular.



Mario Vidal



Oscar Solorzano



Rayco J. Paz



Vanesa Artime



Miguel Pérez Anes



Rabi Aouam



Taia Zahariya

ristas el primer ejemplar de su nueva máquina de café White Ruby, mientras que Compak, otro de los principales patrocinadores del evento, ha regalado al barista gallego, un molino E10 Conic, el mismo que se ha utilizado durante la competición.

Tanto Seijas como el resto de participantes recibieron, también, diversos obsequios del resto de empresas patrocinadoras del Campeonato y las felicitaciones, también, de las más altas autoridades del Ayuntamiento de Málaga, en la persona de su Teniente de Alcalde, Julio Andrade, quien participó en la entrega de premios del Campeonato, congra-

tulándose por las dos jornadas cafeteras vividas en Málaga y la sintonía establecida con el sector cafetero de todo el país.

Finalmente destacar, un año más, la excelente sintonía, demostrada, entre todos los baristas participantes y también entre los muchos profesionales del barismo presentes en el auditorio, que han sabido crear a través del café y la pasión por su profesión un sólido nexo que no hace por más que fortalecer el futuro del mundo barista en nuestro país en general, y del café en particular.

Susanna Cuadras

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

comercial **VIPASA** DOLÇ 3^e

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

Disfrute del mejor café

GRUPO **B** CAFES BATALLA

El Campeonato en los medios de comunicación



Coincidiendo con el décimo aniversario del Campeonato Nacional de Baristas y previa a la celebración de la Semifinal y Final Nacional, Fórum Café convocó en el mítico Café Central de Málaga, una rueda de prensa de presentación del evento a los medios, los cuales respondieron de forma entusiasta, con la presencia in situ de representantes de los principales periódicos, radios y televisiones de la ciudad. Durante la presentación, el presidente de Fórum Café, Antonio Gros, acompañado por los representantes de las tres empresas andaluzas coorganizadoras de la Final Nacional, Cafés Carambuco, Cafento y Santa Cristina, explicó los motivos de la elección de Málaga como sede de la competición, reconociendo no sólo la excelente candidatura presentada por estas tres compañías, sino también, el esfuerzo de los tostadores, baristas y establecimientos de la zona por prestar, cada día más, un servicio de excelente calidad. Estas palabras fueron agradecidas por el concejal de Turismo y Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Málaga, Julio Andrade, presente en la rueda de prensa, quien aseguró "que citas como estas se celebren en Málaga, donde sus establecimientos siempre priman un servicio de calidad y donde el café siempre ha sido de vital importancia en el servicio a los clientes y turistas, es un orgullo".

Este primer encuentro con la prensa finalizó con una degustación de cafés y lattes preparados por Rabi Aouam, Campeón de Baristas de Andalucía. Aouam sorprendió a la prensa con su dominio de la técnica del latte art y también con una degustación de cafés preparados en Chemex y servidos en copa de vino, algo que sorprendió a los periodistas, incrementando su curiosidad por saber lo que una semana después iban a presentar sobre el escenario los 17 baristas de la Semifinal Nacional.

Diversos medios se acercaron hasta el Palacio de Congresos de Málaga para seguir in situ el Campeonato. Además, otros muchos, se han hecho eco del evento a

través de las notas de prensa enviadas y, también, los amplios resúmenes distribuidos por las principales agencias de noticias de nuestro país, EFE y Europapress que incluyeron las informaciones sobre la competición barista de Fórum Café en sus boletines de noticias.

Destacar de entre las apariciones en medios, el reportaje elaborado por el equipo de España Directo capitaneado por Imanol Durán, que nos acompañó durante toda la mañana de la Final Nacional demostrando en todo momento un gran interés por la competición.

La televisión andaluza también realizó una conexión en directo el día de la Semifinal, y diarios tan importantes como El Diario Sur, dedicaron la contraportada al campeonato. Otros medios, como La Vanguardia, La Voz de Galicia, El Faro de Vigo, La Voz de La Palma, la cadena SER, Onda Azul y otros muchos más también se han hecho eco del Campeonato.

Entre las cuestiones sobre las que más han solicitado información los medios ha sido sobre la calidad de los cafés en nuestro país, las bebidas más demandadas, las características de una taza de café perfecta, coincidiendo, buena parte de ellos, en la sorpresa al conocer los datos reales de consumo de café en nuestro país y constatar que son uno de los ratios más bajos de Europa.

A esta repercusión se debe sumar la conseguida durante todo el año a través de los campeonatos autonómicos, en los que la presencia de la prensa ha sido, también, una constante. Fruto de este contacto en estas competiciones, Fórum Café ha conseguido cerrar nuevos reportajes e informaciones sobre café en algunos de estos medios, como ha sido el caso de Televisión Española que conocida la figura del barista a raíz de la presencia del programa España Directo en el Campeonato de Baristas de la Comunidad de Madrid, dedicó un reportaje a esta profesión en su programa "Aquí hay trabajo".

Natalia Roig, cine, televisión,... café



En esta décima edición de la Final del Campeonato Nacional de Baristas, la presentación del evento corrió a cargo de una de las actrices andaluzas más populares del momento, Natalia Roig. Gran amante del café, la actriz es

conocida por sus papeles en diferentes series de éxito en televisión, como, "Con el culo al aire", "Policías", o "Compañeros" y también por su intervención en la galardonada película de Pedro Almodóvar, "Volver". La simpatía de Roig hizo que rápidamente conectara con el público y también con los baristas, asegurando la actriz, haber quedado sorprendida por la gran maestría de todos ellos en su manejo del café. Roig, que fue reconocida por la mayoría del público, una buena parte de él, con residencia en Andalucía donde la actriz es muy popular, fue el blanco de muchas fotos que compartidas en la red, consiguieron llevar aún más lejos si cabe el X Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café.



Jueces de campeonato

Su trabajo no es fácil nunca y en esta Final del X Campeonato Nacional de Baristas lo ha sido todavía más. La calidad de los baristas españoles no para de crecer y ello se traslada a la competición en forma de ejercicios de altísimo nivel a base de propuestas muy atractivas e innovadoras, a través de las cuales, de todas todas, queda demostrado que el café es mucho más que una taza de espresso o incluso que un bonito latte art.

Es misión de los jueces, valorar técnica y sensorialmente todas estas preparaciones, primando por encima de todo, la calidad del café y las habilidades baristas de cada uno de los participantes.

Así lo han hecho durante todo el año, la más de una cuarentena de jueces que han actuado en los diferentes campeonatos autonómicos y también los dos equipos de jueces que han juzgado en Málaga a los participantes de la Semifinal y Final del X Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café: David Tomás y Rubén Sanz lo han hecho como jueces líderes. Imma Borrego, Pere Montañá, Carolina Hernández y Alejandro Basset, como jueces sensoriales; Mikel Alonso, Marcos Saña, Xavier Iglesias, María José García y Manel Batet, como jueces técnicos; y Eva Díaz, Alfonso Aguado y Javier Moya como jueces de control.

Durante las dos jornadas, estos jueces, divididos en dos equipos, se alternaron la tarea de juzgar a los baristas participantes, habiendo pasado para ello antes, por un concienzudo ejercicio de calibración, tanto interno entre los jueces de un mismo equipo como comunitaria entre todos los jueces de los dos equipos. De este modo, se garantiza un mismo criterio y rango de puntuación durante la evaluación de los ejercicios.

Como ya ha sucedido en ocasiones anteriores, Fórum Café ha recibido las felicitaciones por el trabajo de estos profesionales en su tarea de juzgar y elegir al Mejor Barista de España. La importancia de su trabajo es esencial para el éxito de los Campeonatos Baristas y lo es tanto sobre el escenario, como después de acabada la competición. Y es que de acuerdo con la filosofía del Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café, estos eventos, más allá de una competición convencional, son una herramienta más de divulgación y formación entorno al café, en la que los baristas tienen la oportunidad de revisar su ejercicio con los jueces para conocer cuáles han sido sus errores durante la competición, y averiguar que deben de mantener y que cambiar para asegurarse la preparación y servicio de cafés perfectos.

Nueva Web

www.eunasa.com

- PRECIOS NETOS ·
- BÚSQUEDA AVANZADA ·
- FILTRA TUS RESULTADOS ·

 /eunasa



Buscador predictivo
 Búsqueda por referencia
 Búsqueda por marca
 Búsqueda por modelo
 Búsqueda por tipo de producto
 Búsqueda por tipo de máquina & más...

Despieces
 Búsqueda por marca y modelo
 +10000 despieces de maquinaria

Referencia de fabricante
 Busca la referencia de fabricante de la marca que estás buscando
 +750 marcas

 /eunasaspareparts

eunasa
 La pieza que te falta

- STOCKS EN TIEMPO REAL ·
- COMPRUEBA EL ESTADO DE TUS PEDIDOS ·

 /eunasa

Celebración del décimo aniversario del Campeonato Nacional de Baristas

Tal y como se merecía la ocasión, Fórum Café organizó en Torremolinos una cena conmemorativa con motivo de los diez años del Campeonato Nacional de Baristas. El encuentro reunió a cerca de un centenar de socios y amigos de Fórum Café, todos profesionales del sector del café, tostadores, máquinas de café, equipos, baristas, café verde,... en el restaurante Juan de esta población malagueña. La celebración fue presidida por el alcalde de Torremolinos, José Ortiz y el presidente de Fórum Café, Antonio Gros, quien en su intervención destacó la importancia de una primera década de campeonatos baristas

Fórum y también de la contribución que estos eventos hacen a la divulgación de la cultura del café en nuestro país. El alcalde de Torremolinos, por su parte, además de felicitar a nuestra entidad por los diez años de competición, se mostró entusiasmado por todo lo que había aprendido aquella velada sobre café y no dudó en abrir las puertas de su ciudad a futuros eventos de Fórum Café. Ortiz recibió como obsequio y recuerdo de la onomástica un ejemplar del libro **Sabor de Café** de **Albert Solà**. La celebración del décimo aniversario de competiciones baristas Fórum Café finalizó con un brindis frente a la playa.





LA FICHA

Nombre: **Damián Seijas**

Lugar de nacimiento:

Chantada (Lugo)

Edad: **28 años**

Inicios como barista: **2008**

Reconocimientos baristas:

- **Campeón Nacional de Baristas Fórum Cultural del Café 2015**
- **Campeón Barista de Galicia Fórum Cultural del Café 2012 - 2015**
- **Campeón Nacional SCAE Coffee in Good Spirits 2013**
- **Campeón Nacional SCAE Latte-Art 2011**

Ocupación actual:

Gerente en Bartequiques Academy

Café preferido: **Kenia AA**

Método de preparación preferido: **V60**

Cafés al día: **4 + 1/2l. de filtro**

Damián Seijas,

Campeón Nacional de Baristas 2015

Damián Seijas tiene 29 años, es de Chantada (Lugo) y el nuevo Campeón Nacional de Baristas Fórum Café. Accedía a la Semifinal Nacional como Campeón de Baristas de Galicia. Su buen hacer frente a la máquina de café y sus conocimientos sobre la preparación y servicio de este producto le han valido el título nacional, además de los premios a la Mejor Bebida de Especialidad y Mejor Latte del Campeonato Nacional. Damián Seijas cree en la formación y la especialización como elementos básicos para el futuro de la profesión barista



Damián Seijas con Juan Perán de Icona Café



Damián Seijas con Marcos Saña de Compak



Damián Seijas con Josep Casasayas de Quality Espresso

¿Cuáles fueron tus inicios en el mundo barista?

Fue casi por casualidad. Estudié cocina y para complementar mis estudios con la ilusión de algún día montar mi restaurante, decidí cursar servicios de restaurante y bar en la Escuela de Hostelería de Vilamarín (Ourense). Allí, el Señor Augusto Morales, presidente de la Asociación de Baristas de Galicia, acudía para dar una charla informativa a profesores y alumnos, sobre qué era un barista, porque nadie sabía lo que era eso. Nos dijo que iba a celebrarse un campeonato de escuelas y al final de la charla nos puso un video de latte art. Desde ese momento, yo quise aprender, y gracias a mi profesora María Rey y al centro que pusieron todo a mi disposición, pude ir a dicho campeonato. De la Escuela de Hostelería de Vilamarín cambié al CIFP Compostela, donde tuve el privilegio de ser elegido para ir los dos años siguientes al campeonato y así mantenerme en contacto con el mundo del café hasta día de hoy.

Tu primer recuerdo del café...

Intensamente desde los 11 años, cuando pasé al instituto y éste estaba pegado a un tostadero de café. Todas las semanas se inundaba el patio con ese rico aroma.

Cuándo explicas que eres barista, ¿saben de qué les hablas?

En la actualidad, la verdad, es cada vez más habitual que la gente lo sepa, aunque también, es cierto, que otros muchos nunca han escuchado esa palabra, no saben de qué va esta profesión y tienes que explicarlo.

¿La gente de Chantada, es consciente que les prepara el café el Mejor Barista de España?

Hay de todo pero rápido se corre la voz y la verdad es que sí. Le estoy muy agradecido a la gente de este pueblo porque admira mucho este trabajo y siempre están pendientes de mí.

¿Empieza a ser más fácil ser barista en España?

Cada vez más, el cliente es exigente y los empresarios se dan cuenta de que es necesario tener a un barista detrás de la barra. Ciertamente es que se abren nuevas vertientes con respecto a esta profesión y el barista ya no solo está detrás de la barra.

Una parte de tu trayectoria profesional la has desarrollado en un establecimiento gastronómico. ¿Para cuándo el reconocimiento del café como ingrediente de cocina?

La verdad es que lo estoy deseando. En cuanto acabe de instalarme, una parte de mi tiempo libre lo dedicaré a desarrollar este producto entre los fogones de la cocina.

Durante tus años de carrera profesional, ¿qué sorpresas te ha dado el café?

El café me da casi todo, mi vida gira en torno a él. Cuando empecé en hostelería, el café estaba tostado en el molinillo y bien molido y salía solo de la cafetera. Cuando llegué a mi primer campeonato no pude empezar porque no sabía que había que molerlo en su justo punto y yo no se lo encontraba. Desde ese día he ido descubriendo un montón de cosas sorprendentes, he conocido y vivido situaciones increíbles con compañeros, que de repente nos hacemos muy amigos; gracias a este producto he podido aprender y formarme no solo como profesional sino como persona.



Galicia, tierra de baristas

La Comunidad Gallega es una de las más dinámicas en cuanto a movimiento barista se refiere. Este año ha celebrado el décimo aniversario de su competición autonómica y en su haber cuenta con el honor de haber organizado en octubre de 2007, la final del segundo Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café en La Coruña. Tostadores y microtostadores de la zona empezaron hace ya años su cruzada a favor del café de calidad y también, la formación de todos aquellos que trabajan directamente con el café. Esta implicación también es, desde hace tiempo, sello de identidad de algunas de las Escuelas de Hostelería gallegas, como el IES de Foz, cantera de reconocidos baristas de nuestro país y artífice, junto a la Asociación Gallega de Baristas del Campeonato Internacional de Baristas de Escuelas de Hostelería, del Campeonato Internacional de Cafés de Escuelas de Hostelería y del Campeonato Internacional de Baristas Profesionales (España-Portugal).

A destacar, también, la cruzada emprendida por el barista Oscar de Toro a favor de la incorporación del café como ingrediente en la cocina y producto gastronómico.

Otra de las iniciativas baristas gallegas más exitosas son los Campeonatos Baristas Down. Esta iniciativa, pionera en el mundo, arrancó en Galicia en 2012 coorganizada por Cafento y la Fundación Down Compostela, y busca visibilizar al colectivo de personas con síndrome de Down en términos positivos; dar una formación profesional especializada a personas de este colectivo y facilitar su inserción en el mercado del trabajo con prácticas laborales en establecimientos de hostelería. Actualmente se celebran en más autonomías españolas y su éxito es tal, que estos certámenes han llamado la atención de la prensa especializada internacional, llegando la noticia a países como, Estados Unidos, Dinamarca, Italia o Canadá. En este último país, incluso, han "copiado" la idea y también convocarán campeonatos, además de crear un instituto de formación barista específicamente dirigido a personas con síndrome de Down.

La media de edad de los baristas españoles es joven, en cambio entre este colectivo de la sociedad, el café todavía es una bebida con pocos seguidores. ¿Cómo se puede conseguir esta conexión?

Los baristas vienen con mucha disposición e ilusión y eso el cliente lo nota. La formación es la base de todo y creo que vamos por el buen camino.

¿Cómo te has preparado para esta final? ¿Quién ha formado tu equipo y en que ha consistido tu entrenamiento?

El ejercicio estaba acabado en julio, a falta de decidir el café y algún detalle más. He estado probando cafés durante un mes hasta dar con el que quería. Willy Gómez, como siempre, estuvo a mi lado y pendiente de mí en todo momento para que esta vez no fallara nada. El último mes fue el más intenso y la última semana, aparte de entrenar todos los días, la preparación psicológica fue lo más duro.

¿Qué cafés llevaste al campeonato?, ¿por qué apostaste por estos orígenes/variedades?

Un Costa Rica White Honey de variedades Caturra, Catuai y Villalobos. Quise probar este café porque se está trabajando sobre estos procesos en Costa Rica y la verdad es que me sorprendió bastante.

Los jueces han premiado tu trabajo y conocimiento del café con el título de Mejor Barista de España y también con los de Mejor Bebida de Especialidad y Mejor Latte Art. ¿Nos explicas que preparaste para estas bebidas y qué tipo de leche y diseño elegiste para tus lattes?

En la bebida sin alcohol intenté realzar las notas de mi espresso con una infusión de mango con jengibre, una salsa de toffee para darle ese punto dulce y clara de huevo. Esto lo presenté en una bolsa de plástico transparente pensando en un formato de coctel take away. En la bebida con alcohol utilicé además del espresso, un licor de cereza con más de 150 años de antigüedad y una mermelada de ciruela intentando conservar al máximo el sabor de mi café. Nos encontramos en boca tres sabores claros en dis-

tintas fases del trago, siendo este muy fresco y agradable. Lo presenté en unos tubos de ensayo dentro de una caja de puros.

Para mi latte art los jueces han tenido que escoger unas cartas previamente y yo debería sorprenderles mediante el dibujo del capuccino adivinando sus cartas. En el primero se veía reflejado el 3 de corazones compuesto de un invertido con tres corazones a los lados y en el segundo fue una tulipa bordeando la taza de 6 corazones.

Hay quien asegura que la puesta en escena de un campeonato no es aplicable al día a día de un establecimiento. ¿Cuál es tu opinión al respecto?

Está claro que un campeonato no es la vida real y se adaptan muchas elaboraciones para ese evento. Yo intento que mis ejercicios sean lo más realistas posibles y siempre pienso en la miche-n-place para poder ejecutarlas en el establecimiento.

¿Cuál crees que es el mejor valor de la comunidad barista de nuestro país?

Las Ilusión y pasión que ponen todos los Baristas día a día y sobre todo, el compañerismo que se siente cuando nos juntamos.

¿A quién te gustaría prepararle un café? y ¿con quién sentarte y degustarlo?

A cualquier persona que lo sepa disfrutar. Me encantaría sentarme con Josep Roca y poder conocernos. Aunque ya le preparé algún café...

¿Cuáles son tus proyectos más inmediatos relacionados con el café?

Estoy a punto de abrir una academia de formación Barista y Bartender, aunque entre mis prioridades está mi formación personal.

Un sueño por cumplir relacionado con el café...

Levantar el trofeo de campeón mundial.

Javier Carrión, Subcampeón Nacional de Baristas 2015

Cómo has vivido este año de subcampeón y como afrontas este segundo periodo en la élite del barismo?

Para mí ha sido todo un honor y un privilegio poder estar entre los mejores baristas de España. La verdad es que estoy muy agradecido a Forum Café por organizar este tipo de campeonatos, ya que hacen que nuestros clientes, nos valoren un poco más día a día. Juntos, organización, patrocinadores, jueces y baristas, hacemos que cada día crezca más el mundo del café. Esto nos tiene que permitir ofrecer a nuestros clientes un producto de calidad y que estos aprendan a valorarlo. Sinceramente creo que cada año, el nivel es mayor, eso significa que cada año, juntos, hacemos que el mundo del café este más reconocido.

Qué proyectos relacionados con el café has materializado durante este último año?

Gracias a nuestro esfuerzo a nivel de competición y reconocimiento nacional, hemos podido abrir un nuevo coffee shop en Villena, donde cada día la gente va conociendo que el café es todo un mundo.

¿Después de tu experiencia del año pasado, cómo has visto el nivel de la final de este año?

El año pasado estaba en una nube, ya que era mi primer nacional y no me imaginaba la repercusión que

genera poder estar en una final. Este año, con algo más de experiencia, he podido disfrutar aún más, y darme cuenta del gran nivel de todos y cada uno de los baristas. Se nota que en cada edición que pasa se preparan más y eso es muy bueno, ya que conseguimos que la competición gane prestigio e importancia, y nos obliga a todo a trabajar, a investigar sobre el café, a buscar nuevos métodos de elaboración y nuevas recetas con las que conseguir las máximas puntuaciones y con las que sorprender y hacer disfrutar a nuestros clientes.

¿Cómo ves al sector barista español?

Hace justo un año, pensaba pensaba que justo habíamos arrancado y que estábamos en un proceso de crecimiento, dándonos a conocer, pero a medida que han pasado los meses y he viajado por España, me he dado cuenta que ya hay muchísima gente que conoce lo que significa un barista y que dan ya mucha importancia al producto.

¿Cuáles son tus objetivos futuros?

Poco han cambiado desde que me inicié en este mundo... mis únicos objetivos son poder hacer disfrutar a mis clientes y poner un granito de arena para poder hacer que al café se le valore como se merece. Detrás de una taza de café hay muchísima gente que se merece el mismo protagonismo que nosotros los baristas.

café
Cornellà



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

MUNDO ESPRESSO



café
Cornellà

C/ Llevant, 4-6 17458 Formells de la Selva GIRONA (Spain)
Tel.: +34 972 476 300 Fax: +34 972 476 617
www.cafescornella.com

sucrefi

Azúcar

Bolsita Tubo Piramidal Con agitador Terrón



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.



Promerca
T. 902 12 21 12

comercial@promerca.com
www.promerca.com

Sigue a Promerca en:





El café del Campeonato Geisha Panamá, el cava del café

La variedad Geisha fue descubierta en Abisinia, suroeste de Etiopía en 1931, y fue importada a Panamá desde Costa Rica en 1963. En este país ha desarrollado su máximo potencial y actualmente el Geisha Panamá está considerado uno de los mejores cafés del mundo

Una edición más, la calidad de los cafés presentados en el Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café ha sido especialmente destacada. La apuesta de este año ha girado en torno a cafés de Costa Rica, Kenia, Etiopía, Colombia, Uganda y Guatemala, entre otros, además del Geisha Panamá, una variedad que coincidieron en elegir para su presentación más de un participante y con la que ganó el barista canario, el premio al Mejor Espresso del Campeonato.

El café Geisha es una variedad de café arábico originario de Etiopía. Fue introducido en Boquete en la provincia de Chiriquí (Panamá), en el año 1963 por Francisco Serracín, entonces director técnico de Hacienda La Esmeralda, buscando una variedad de mayor resistencia a la roya, enfermedad que afecta los cafetales.

Su condición de planta de porte alto, más complicada de manejar, y su bajo rendimiento —puede llegar a producir la quinta parte de lo que ofrecen otras variedades— nunca estimularon el cultivo. Ni siquiera cuando llegó a un centro de investigación en Turrialba, Costa Rica, en 1952. Tampoco en Panamá, donde creció sin mayor reconocimiento durante casi cuarenta años, hasta que una muestra de su grano fue llevada a la convención de la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA), en 2004. Allí la sorpresa fue mayúscula y todos los expertos coincidieron en destacar las extraordinarias características de este café: su sabor, con toques a mandarina, esencia de nueces, aceite de bergamota, jengibre, mora, mango maduro y canela; sus aromas a jazmín y toda clase de flores; su cuerpo ligero y su delicada acidez. Para trabajar el Geisha, aseguran, hay que entender su naturaleza la cual exige un trato sutil y respetuoso propio del té.

De Boquete al mundo

A partir de su reconocimiento, hace algo más de una década, el Geisha Panamá ha sido merecedor de un sinfín de premios internacionales que muestran que el impacto de esta variedad en el comercio de cafés especiales ha sido realmente fuerte. De hecho, la gran calidad del Geisha ha permitido a los productores locales colocar su producto a

buen precio y sin competencia en los mercados internacionales durante varios años.

Pero recientemente, productores de Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Colombia y México han incursionado en este segmento del mercado, abriéndose paso en el cultivo de cafés gourmet, especialmente el Geisha. No obstante, los expertos aseguran que todavía ninguno ha alcanzado el potencial de calidad del grano panameño, algo, probablemente, propio a su clima, su tierra volcánica y su altitud, además de a las prácticas agrícolas-forestales aplicadas y a los cuidados que le dedican tanto los productores como los expertos recolectores Gnobé Bugle, los nativos panameños que por décadas han migrado de sus hogares en las montañas de su Comarca situada al Este de Chiriquí para trabajar en las fincas de café en las faldas del Volcán Barú.

El sabor especial del Geisha panameño se debe especialmente a los microclimas que se forman entre los 1,200 y 1,800 metros sobre el nivel del mar en las fincas de áreas montañosas y terrenos de origen volcánico ubicados en Volcán, Renacimiento y Boquete, en la provincia de Chiriquí, que lideran actualmente la producción y venta de estos cafés locales.

Wilford Lamastus, PRODUCTOR Y MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN DE CAFÉ ESPECIAL DE PANAMÁ, considera que el país ha logrado su sitial: 'Somos la única oferta con aproximadamente ocho años de experiencia y un café especial de muy alta calidad, pues nuestros cafetos han madurado. Vendemos más caro que nuestros vecinos, pero a la larga los precios van a bajar'.

Pero mientras que aumenta la competencia con la región centroamericana y México, en Panamá también la producción se expande a medida que 'más personas están interesadas en producir cafés especiales, principalmente Geisha', explica Lamastus.

'Este grano especial de calidad no solo es más fácil de vender, sino que nos deja un margen de ganancia interesante. Es lo que pasa cuando cuentas con un producto de calidad', aclara.



Costes y producción

A nivel de producción de café, Panamá ocupa un puesto discreto en el ranking internacional. Sin embargo, la buena calidad de sus granos le ha valido un puesto destacado en el panorama cafetero mundial.

Aualmente, este país exporta a mercados internacionales entre 800 y 1.000 toneladas de café especial; otras 100 toneladas se venden localmente.

El café especial es producido por unas 40 haciendas, entre ellas Don Pachi Estate, La Esmeralda, Mama Cata, Elida Estate, Finca Auomar, El Burro Raíces, Carmen Estate y Finca Hartmann.

Además del Geisha, se cultivan también otras variedades del café fino como Pacamara, Catuai, Caturra, Bourbon o Typica. En general, las características organolépticas de estos cafés producidos en Panamá conforman un producto muy equilibrado, sin estridencias de ningún tipo. Sobresalen los aromas florales como el jazmín y los cítricos. Además suelen ser melosos, avainillados y achocolatados. Su cuerpo es medio y su acidez bastante pronunciada.

Se estima que poner a producir una hectárea de café gourmet tiene un coste 2,000 dólares el primer año, por los gastos de preparación de la tierra, semilla y la compra de fertilizantes, entre otros. Posteriormente, se requieren otros 2,000 dólares anuales para su mantenimiento.

Boquete, la cuna del Geisha Panamá

El fresco y pintoresco valle de Boquete es la cuna de la industria del café en Panamá. Allí llegaron a finales del siglo XIX un nutrido grupo de inmigrantes europeos, básicamente suizos, yugoslavos, suecos y alemanes que, conocedores de los excelentes resultados que estaba generando el cultivo de café en zonas cercanas –Panamá perteneció a Colombia hasta 1903 –, decidieron dedicarse a la producción de este grano. Actualmente se calcula que en la zona de Boquete están activas entre 50 y 75 fincas cafetaleras y unos 15 beneficios.

El territorio boqueteño abarca una superficie de 514 km². En él viven cerca de 15.500 habitantes, dedicados principalmente al cultivo de café, flores, frutas cítricas, fresas y una gran variedad de hortalizas.

La mayor parte de los cafetales de esta zona están situados a unos 1.600 metros sobre el nivel del mar. Prácticamente la totalidad de estos terrenos son de suelo volcánico muy rico en nutrientes, con lo que la correcta "alimentación" del café queda asegurada. El clima es fresco y algo seco, a pesar que a diario, especialmente durante el verano, el Bajareque, una especie de niebla en forma de imperceptible lloviz-

na, envuelve los cafetales. Esta mezcla de lluvia y viento es la responsable de la lenta maduración de las cerezas de café en Boquete.

Durante la cosecha, de septiembre a diciembre, los cafetales se llenan de grupos indígenas denominados Ngobe Bugle, popularmente conocidos por los latinos como Guaymies (ellos llaman al latino "Suliá", que significa cucaracha). La mayoría de estos indios viven en la cordillera central de Chiriquí donde llegaron, desde hace dos siglos, tras su progresiva expulsión de las tierras de los valles fértiles. Durante los tres o cuatro meses de recolección viven en barracones, donde se traslada la familia al completo. Su pericia en la selección de granos les ha otorgado una excelente fama como cosechadores, y no son pocos los casos en los que reciben salarios superiores a la del resto de personal. Los Guaymies se distinguen, además, por la confección de sus coloridas chaquiras -collares hechos de cuentas-, sus trabajos de cestería y el Original o Nahua, el vestido autóctono de las indias de la región.

Recolección y proceso del café

Durante el tiempo de cosecha, cada arbusto suele recibir entre 8 y 10 visitas del

cosechador. Para ello se marcan los cafetos con banderolas que señalan las zonas de la finca que deben ser recolectadas. Los sacos de cerezas son contabilizados por volumen, a excepción de algunas fincas, en las que el control se hace por peso.

A los panameños les gusta su café

A diferencia de otros muchos países productores, Panamá destaca por su elevado porcentaje de consumo cafetero interno, cercano al 50%. Claro está, que esta proporción se debe básicamente a que, como ya se ha indicado, se trata de un país con una producción muy ajustada. Aún y así, anualmente Panamá vende café a Estados Unidos, principalmente, y algo a Japón Europa. La venta al exterior suele gestionarse entre el propio productor y el comprador, sin que por el momento se haya conseguido aglutinar a los primeros en grupos de venta realmente estables.

Hasta hace un par de años atrás, era complicadísimo encontrar una taza de geisha en Ciudad de Panamá. Ahora, sin embargo, el compromiso de la nueva hornada de cocineros panameños con la despensa local ha empezado a derivar en pequeñas partidas hacia restaurantes y cafés básicamente de la capital del país. La principal referencia es Unido, el café de Alberto Bermúdez y Mario Castellón.

Mireia Baldó

Recetas del IX Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café 2015

El presente recetario ha sido elaborado con las recetas cedidas por algunos de los baristas participantes en la Semifinal del X Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café. Con el fin de facilitar su reproducción, hemos obviado las referencias

a los orígenes de los cafés utilizados en la competición, recomendando, eso sí, a todos aquellos que se animen a realizar una de estas bebidas, que trabajen, siempre, con café de calidad para asegurarse el mejor de los resultados. Los ingredientes están pensados para dos servicios, a excepción que se indique lo contrario



By the way Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 4 cl. Infusión de mango y jengibre
- 1 cl. Salsa de caramelo monin
- 1 cl. Clara de huevo



Elaboración

Empezamos preparando los espressos. Una vez extraídos los vertemos en una coctelera clásica en la que añadiremos a continuación, la infusión, la salsa y la clara de huevo. Acabamos la preparación añadiendo hielo rápidamente y realizando un batido energético a la coctelera.

Servicio

Para la presentación de esta bebida realizaremos un doble colado en dos bolsas de plástico transparente con hielo. Decoraremos con 4 frambuesas y una ramita de menta. Disponemos una caña y cerramos la bolsa con una cuerdecita y presentamos en mesa sobre una hoja seca y servilleta de Cocktail.

Degustación

Es una bebida fría, inspirada en los "para llevar" que se toma directamente de la bolsa con la ayuda de la caña.

Damián seijas

Campeón Nacional de Baristas Fórum Café
Campeón de Baristas de Galicia

Café, cereixa e ameixa

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 1,5 cl Cherry hering
- 1 Cucharada de mermelada de ciruela



Elaboración

Empezamos preparando los espressos. Una vez extraídos los vertemos en una coctelera clásica en la que añadiremos a continuación, el licor de cereza y la mermelada de ciruela. Añadimos hielo y agitamos bien para dejar a punto el combinado.

Servicio

Realizaremos un doble colados sobre unos tubos de ensayo que irán escondidos en una caja de puros simulando ser un más.

Degustación

Es una bebida fría, que podemos servir acompañada de unas cartas de póker como posavasos y un cenicero para apoyar el tubo con la bebida de café.



TRILOGÍA Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- Dos piedras de cacao
- Infusión de 25ml de miel floral
- 10 ml Savia de arce



Elaboración

Fundimos las piedras de cacao con la infusión de miel. Preparamos los espressos y los enfriamos en una coctelera con hielo artificial, que nos enfría pero no nos diluye la bebida. Añadimos la savia de arce.

Servicio

Disponemos todos los ingredientes juntos en el vaso de servicio.

Degustación

Es una bebida donde se fusiona el frío con el calor. Con diferentes texturas, sabores y aromas. Primero olemos y bebemos la bebida templada a base de cacao floral. Seguidamente olemos y bebemos la bebida de temperatura fría. Sentimos en café en todo momento. La savia de arce nos endulza la bebida y sentimos un final a cacao floral.

JAVIER CARRIÓN

Subcampeón Nacional de Baristas Fórum Café
Campeón Barista de la Comunidad Valenciana

Sweet coffee Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 2 cl Azúcar de caña
- 2 cl Ginebra Bulldog
- 2 Shots de Tónica de lavanda y azahar
- 2 esferas de hielo elaboradas con fruta natural: grosella, mora y arándanos.
- Infusión de frutas del bosque
- Hielo seco para la decoración



Elaboración

En coctelera con hielo, añadimos el azúcar de caña, la ginebra, el café y agitamos.

Servicio

Servimos la mezcla de la coctelera en una copa y completamos con la tónica. Disponemos hielo seco en un decantador. Añadimos la infusión al hielo seco para crear una reacción química, consiguiendo que la infusión pase de un estado líquido, a un estado gaseoso.

Degustación

Olemos la fragancia a frutos del bosque del humo que conseguimos. Oreamos la copa y al beber notamos como el hielo se diluye aportando notas frutales y refrescantes a la bebida. Finalmente, notaremos un intenso sabor floral y dulce, untuoso, con un cuerpo muy ligero y un postgusto intenso a café.





Rabi Aouam

3er Clasificado Campeonato Nacional de Baristas
Fórum Café
Campeón Barista de Andalucía

Mousse de café

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 9 gr Cáscara seca de café
- 50 ml Leche evaporada
- 10 ml Azúcar de caña
- 1 Cucharada de mermelada de lima o limón
- 60 ml Agua para la infusión

Elaboración

Elaboramos una infusión de cáscaras de café en 60 ml de agua. Una vez a punto, iremos incorporando todos los ingredientes en un sifón. Empezamos con los dos espresso y seguimos con las mermeladas. En un sifón incorporaremos todos los ingredientes en el siguiente orden: infusión de cáscaras de café, de la que utilizaremos 50 ml., añadiremos el agua, la mermelada, la leche evaporada, 50 ml de la infusión de cáscara de café verde y finalmente el azúcar de caña. Con todos los ingredientes en el sifón, lo cerramos, añadimos la carga de gas y agitamos un poco antes de abrir.

Servicio

Para servir en un vaso de doble fondo. Una buena decoración es una rodaja de naranja confitada y sobre ella un capullo de rosa.

Degustación

Bebida semifría que se degusta a sorbos cortos y que deja en boca un agradable y delicado sabor dulce.



Sangría de café con cava

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- Frutas deshidratadas: manzana, melocotón, piña y naranja
- 5 ml Martini
- 5 ml Gran Marnier
- 5 ml Ginebra
- 15 ml Azúcar líquida de caña
- 90 ml Agua para la infusión

Elaboración

Disponer en una coctelera con un poco de hielo todos los ingredientes, incluidos 50 ml de la infusión de frutas deshidratadas, la cual, deberemos haber preparado con anterioridad. Cerramos la coctelera y mezclamos enérgicamente.

Servicio

Servimos la bebida en una copa alta y estrecha a la que añadiremos un golpe de cava final.

Degustación

Bebida fría que se recomienda degustar en pequeños sorbos con la ayuda de una caña. Antes del primero se debe remover el Cocktail con la ayuda de una cuchara larga o la propia caña.



Vanesa Artime

Subcampeona de Baristas de Asturias

Paseo por el Niño

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 50 ml Sirope de limón verde

Elaboración

Preparamos 2 espresso y los dejamos enfriar. Entretanto elaboramos en una batidora un granizado de limón con el sirope y tres piedras de hielo.

Servicio

Una vez a punto el granizado lo verteremos en un frasco de cristal, en el que añadiremos a continuación los Espresso y un unas hojas de menta. Para mantener la bebida fría, la podemos presentar en mesa con hielo seco o nitrógeno líquido, con lo que, además, nos aseguraremos la máxima espectacularidad de la bebida.

Degustación

Bebida muy fría de trago medio que necesita ser removida para la degustación. Beber con caña.



Memorias de África

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 50 ml Licor de cereza de café
- 40 ml Sirope de plátano

Elaboración

Preparamos dos espresso y los dejaremos templar, mientras flambeamos el licor de café para eliminarle el exceso de alcohol y reducirlo de 50 a 20 ml con la evaporación del flambeado. Conseguido esto, incorporamos a la coctelera, los Espresso, el sirope de plátano y el licor de cerezas de café y agitamos.

Servicio

Para presentar, ahuecamos medio plátano macho y vertemos la bebida dentro. Podemos utilizar como tapa un trocito de la misma furta con una pajita que la atraviese.

Degustación

Bebida templada de trago corto para ser degustada con pajita.





Rayco Jesús Paz

Campeón de Baristas de Islas Canarias

ESPRESSO AROMATIZADO

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 8 gr Pomelo deshidratado
- 12 gr Piña deshidratada
- Ramita de canela
- Lámina de Jengibre
- Panal de miel ecológica

Elaboración

Iniciaremos la preparación infusionando durante 8 minutos todos los ingredientes a excepción de los espressos. Deberemos estar atentos a que esta infusión nunca llegue a alta temperatura. Una vez finalizada esta operación, repartimos la infusión en dos vasos y añadimos los espressos, vertiéndolos sobre un panal de miel ecológica, de modo que cuando se precipiten sobre el recipiente, el café lo hace acompañado con una cantidad justa de miel. Acabamos la bebida añadiendo 10 ml de la infusión de frutas.

Servicio

Un buen complemento de decoración para este combinado es una ramita de canela. La disponemos junto el vaso y servimos.

Degustación

Bebida caliente, de trago medio, dulce y muy aromática.



Festival

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 300 gr Fresas
- 30 gr Azúcar de caña ecológica
- 2 Twist de naranja
- 30 ml Grand Marnier o licor de naranja
- Infusión de manzana deshidratada por partes: semillas, cascara y pulpa

Elaboración

Antes de preparar los espressos, trabajaremos las fresas con el azúcar en una sartén a fuego lento hasta que adquieran consistencia de melaza. Mientras ponemos a infusionar las diferentes partes de la manzana. Una vez a punto ambas preparaciones, preparamos los Espresso.

Servicio

Utilizaremos copas altas para el servicio. En su interior disponemos el café espresso, 10 ml de sirope de fresas y 5 ml de infusión de manzana.

Degustación

Bebida caliente.



Adrián Rodríguez

Campeón Barista de Castilla y León

A través de las estrellas

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 150 ml Agua mineral Premium
- 30 gr Azúcar moscovado
- 3 piezas de fruta deshidratada: melocotón y albaricoque

Elaboración

En una cafetera de vacío, infusionamos 150ml de agua mineral premium con el azúcar moscovado y las 3 piezas de fruta deshidratada. Una vez a punto, retiramos con una jeringuilla, 50 ml de líquido. Añadimos los espressos a esta cafetera de vacío y repartimos el resultado en otras dos cafeteras de sifón con hielos en la parte superior para enfriar un poco el líquido.

Servicio

La presentación incluye hielo seco como decoración y se adjunta una botella con un poco de agua mineral fría.

Degustación

Este combinado se toma por una pajita, tiene doble temperatura y sabor. Primero a unos 55°C con un sabor dulce, meloso y afrutado. Después se echa el agua fría de la botella, bajando la temperatura hasta unos 20°C, momento en el que el sabor se torna más cítrico.



Black coffee

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 500 ml Agua mineral
- 50 gr Azúcar moscovado
- Ralladura de lima

Elaboración

Elaboramos primero una infusión de azúcar moscovado y ralladura de lima en una cafetera italiana. Una vez enfriada esta infusión la carbonatamos. A continuación, preparamos los espressos, enfriados tras pasar por una cafetera de goteo, con hielos y frambuesas.

Servicio

Con los dos preparados a punto, utilizaremos dos botellas minis. En cada una de ellas introduciremos, mitad de infusión carbonatada y mitad de espressos fríos y aromatizados con frambuesas. Se presenta en una caja con su propia publicidad, imagen y colores, acompañada de un vaso con unas gotas de ron premium, un hielo, y una flor decorativa llamada cabeza de dragón, que tiene un sabor cítrico.

Degustación

Es una bebida fría y una alternativa original a un refresco convencional.





Halloween coffee

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- Mermelada de violeta
- Helado de nata
- Moniato hervido con anís estrellado y clavo
- 1 cucharada sopera de puré de castañas



Elaboración

Para preparar esta bebida necesitaremos un sifón. En su interior mezclamos el helado de nata y la mermelada que con anterioridad deberemos haber trabajado para dejarla en textura líquida. A parte, y en la batidora, mezclamos el puré de castaña, una cucharada sopera de moniato y los dos espressos.

Servicio

Para el servicio de este café necesitaremos una copa de Cocktail donde serviremos primero la mezcla de la batidora y después la espuma del helado y mermelada.

Degustación

Bebida tibia. Para su correcta degustación deberemos remover el contenido con una cuchara de modo que se fusionen todos los ingredientes.

Tala Zahariya

Representante de Aragón

COPITO de café

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 4 Esferas de chocolate rellenas de helado de turrón
- Crema de Horchata, Ron y Especies
- Helado de turrón



Elaboración

Prepararemos dos espresso y destilaremos la crema de horchata para aromatizar la copa.

Servicio

Disponemos una base de helado de turrón en un vaso bajo y sobre ella colocaremos dos esferas de chocolate. Llevamos el vaso a la mesa y allí mismo invitamos al cliente a verter su espresso sobre la preparación.

Degustación

Facilitaremos una cuchara al cliente para que mezcle los ingredientes. Las esferas de chocolate se habrán empezado a deshacerse ya al verter sobre ellas el café espresso.



Asiático murciano

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 100 ml. leche
- 25 ml nata
- 100 ml crema de paparajote*
- 10 gr. proespuma hot
- 50 ml crema de chocolate blanco



Elaboración

En una jarra (tamaño grande) añadiremos la leche, junto con la nata y la crema de paparajote y calentaremos hasta hervir. A continuación, le añadiremos los 10 gr de proespuma, y mezclaremos muy bien con la batidora. Esta mezcla la introduciremos en un sifón, poniendo dos cargas. Agitar enérgicamente. Extraer los espressos.

Servicio

En copas de servicio, verter la crema de chocolate blanco, los espressos y por último la crema de paparajote (postre típico de la Región de Murcia, hecho con la base de hojas de limonero rebozadas en una masa de harina, leche, huevos, azúcar, canela y ralladura de limón).

Degustación

Probar primero la crema, con gusto a canela y limón. Luego mezclarlo todo enérgicamente y consumir. Bebida de temperatura templada.

Lidia Gabarrón

Campeona Barista de Murcia

COCOFFEE

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espresso
- 10 ml Tequila
- 10 ml Licor 43
- 30 ml Leche de coco
- 5 ml Jarabe de azúcar
- 15 ml Sirope de almendras y flores
- C/S Nata para montar en cafetera francesa



Elaboración

En una jarrita, introducir el tequila, Licor 43, leche de coco y jarabe de azúcar. Emulsionar todo en la lanceta de la cafetera hasta calentar. Semimontamos a continuación, la nata con el sirope de almendras y reservamos. Extraemos, entonces, los dos espressos.

Servicio

Disponemos en dos copas, los licores calientes, los Espresso y una capa de 1 cm aprox. de la nata semi montada.

Degustación

Probar primero sin remover para notar las dos temperaturas y densidades. Remover y degustar por completo.



Shakerato de hibiscus salvaje

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 1 Espresso
- 10 ml Sirope de hibiscus
- 1 rodaja de limón exprimido
- Ginger ale
- Hielo

Elaboración

Verter en la coctelera el sirope de hibiscus. Exprimir una rodaja de zumo de limón con el sirope y añadir 5 piedras de hielo, el espresso y agitar hasta conseguir una bebida cremosa.

Servicio

Repartimos la bebida en un vaso de media consumición con hielo pilé. Retiramos el hielo de la coctelera y añadimos unas gotas de sirope, seguidamente tiramos el ginger desde cierta altura para conseguir una espuma que será la chispa de esta bebida. Para decorar utilizamos la propia flor de hibiscus con una cereza.

Degustación

Bebida fría. Agitar con la cañita para homogeneizar la bebida y disfrutar de una entrada cítrica muy agradable seguida de un post gusto bien balanceado entre dulce del sirope y el amargo del café.



Daniel Ojeda

Subcampeón Barista de Cataluña

Infusión de cítricos de Guatemala

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 1 Espresso
- 20 gr Naranja
- 20 gr Mandarina (dulce)
- 10 gr manzana (tipo golden)
- 50 ml agua
- 10 ml sirope de agave
- 30 ml Nata 35%grasa
- 20 ml Ron Zacapa 23 años

Elaboración

En la parte superior de una syphon, añadimos la fruta y en la inferior, agua y el sirope. Infusionamos un minuto. Cerramos el fuego y ponemos el ron con la fruta y removemos. Enfriamos la infusión y 3 partes las utilizamos para hacer una crema con la nata en un sifón de cocina. Añadimos una parte de la infusión al espresso.

Servicio

Mezclamos la infusión con el espresso. Sacamos la nata del sifón y ponemos una cucharadita de crema sobre el espresso. Rallamos un poco de chocolate intenso sobre la crema.

Degustación

Bebida caliente.



Ice-Passion

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 25 ml Zumo de fruta de la pasión
- 25 g de Panela
- Flores secas
- Cáscaras de cítrico
- Hielo

Elaboración

Dejamos filtrar todos los ingredientes en una cafetera de goteo, donde agregamos, también, los espressos. Cuando esté todo filtrado y los sabores y matices se hallan integrado lo batimos con hielo.

Servicio

Utilizaremos la misma cáscara de la fruta como envase para servir la bebida.

Degustación

Es una bebida fría con una acidez untuosa. Beber con ayuda de una pajita.



Luis Eduardo Torrealba

Campeón Barista de la Comunidad de Madrid

GALMERY

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- Chocolate
- Cáscaras de naranjas
- 20 ml Leche
- Mantequilla
- 5 ml Licor de cereza y chocolate
- Crema de leche

Elaboración

Fundimos el chocolate agregando la mantequilla, la leche y las cáscaras de cítrico. Preparamos los espressos y montamos la bebida en el vaso de servicio.

Servicio

Utilizamos un vaso de doble fondo. En primer lugar introducimos un poco del chocolate, seguido del licor de cereza. Dejamos caer el espresso encima y terminamos completando con una nube de crema de leche.

Degustación

Es una bebida templada. Sus notas nos recordarán a un bombón de licor.





Café Chlerik

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 1 Espresso
- 1/2 cl Sirope de avellana
- 1/2 cl de sirope de canela
- 1 cl Nata líquida
- Sirope de chocolate (para decorar la copa)
- Nuez moscada

Elaboración: Introducir el espresso, el sirope de avellana, el sirope de canela y la nata líquida en una coctelera con hielo y agitar hasta enfriar la bebida.

Servicio: Decorar el interior de la copa con sirope de chocolate y servir la bebida de la coctelera. Rallar nuez moscada encima. Servir con una pajita.

Degustación: Bebida fría. Remover con la pajita para mezclar parte del sirope de chocolate y sorber por la pajita.



Oscar Solorzano

Representante de La Rioja

Café Mauey

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 1 Espresso
- 1 Spray de angostura de naranja
- 2 cl de tequila blanco
- Ralladura de piel de naranja
- 20 gr Azúcar blanco
- 5 cl (aprox) de nata líquida
- 5 cl (aprox) de nata líquida
- 5 cl (aprox) de nata líquida
- Corteza de limón
- Cardamomo negro

Elaboración: Introducir el tequila, 15 gr de azúcar y la ralladura de piel de naranja y quemarlo bien. Mezclar la nata y el azúcar restante y batir un poco.

Servicio: Rociar con spray de angostura de naranja el interior de una copa de coctel y servir la mezcla de tequila. Servir el espresso. Disponemos la mezcla de nata. Hacer un "twist" con una corteza de limón y rallar el cardamomo.

Degustación: Beber a sorbos. Con cada trago el tequila se mezclará con el café, así la bebida se irá haciendo más alcohólica a cada sorbo.



Infusión de Fortunella

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 250 Agua caliente 95° C
- 10 Hielos de ginger ale
- 50 gr Kunquats "naranja japonesa" macerado con 30 gr de azúcar moreno
- Aromatizado con romero

Elaboración: Realizamos la infusión de kunquats. Dejar reposar durante 2 minutos. La infusión la enfriaremos con los hielos de ginger Ale. Cuando esté tibia, le añadiremos los espressos.

Servicio: Se puede servir en "ibriks", pequeñas ollitas donde se elabora el café turco. Quemar romero para aromatizar, en pequeñas cantidades.

Degustación: Dar sorbos profundos con una cañita que nos ayudarán a disfrutar del sabor junto con su aroma.



Ivette Vera

Campeona Barista de Cataluña

Caña dulce

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 50 Agua
- 30 gr Panela rallada
- 2 Shots de jengibre
- 50 gr Uva negra pelada y sin pepitas
- 3 Shots de cachaza "jugo de la caña de azúcar fermentado"
- 7 Hielos

Elaboración: Preparar los espressos, elaborar el almíbar de panela y agua. Añadimos en la aeropres las uvas peladas junto con el jengibre y el almíbar. Prensamos y extraemos. Añadiremos la cachaza y los espresso. Batiremos para mezclar.

Servicio: Servir en un vaso estrecho. También es posible hacerlo en el interior de un trozo de caña de azúcar.

Degustación: Con cañita dando sorbos muy cortos.



Huevo de café

Bebida sin alcohol

Ingredientes

- 80ml Espresso
- 500 cl Natillas de huevo con canela
- 20gr Azúcar mosco vado
- 4 Orejones de albaricoque
- 100ml Agua

Elaboración: En una cazuela pequeña, añadir azúcar, orejones y el agua y calentar. Una vez atemperados los ingredientes, añadir los espressos. Remover y colar. En un sifón, introducir las natillas. Agitar bien.

Servicio: En vasos en forma de huevo, introducir la mezcla con espresso y coronar la bebida con un golpe de sifón de natillas.

Degustación: Bebida templada que se degusta a sorbos pequeños.



Juan José Rodríguez

Subcampeón Barista Castilla y León

Filtro de café ahumado con calvados

Bebida con alcohol

Ingredientes

- 2 Espressos
- 2 gajos de manzana troceados
- 2 Orejones de albaricoque troceados
- Cáscara de limón y de lima
- Ahumador con cáscara de lima
- Calvados.
- Cubitos para congelar.
- Azúcar integral y cáscara de lima
- Spray con calvados

Elaboración: En una prensa francesa, añadir la manzana, los orejones, la cáscara del limón y de la lima y 30cl de agua y realizar la infusión. Rellenar la parte inferior de la Chemex con el humo de cáscara de lima y calvados. Añadir el azúcar integral y la cáscara de lima. Empapar el filtro con el spray de calvados. Añadir los espressos al filtro y a continuación el almíbar de la prensa francesa.

Servicio: Servir en copas tipo catavinos.

Degustación: Bebida de trago amplio.





Mercado del Café

El año cafetero 2014/2015 termina con los precios más bajos de los últimos meses. Mirando hacia adelante, y ya entrando en el nuevo año, será importante observar los patrones climáticos, teniendo en cuenta que continúa la sequedad en América Central y que podrían sentirse los efectos del Niño en las zonas productoras de café

Cerramos el 2015 y el mercado de café sigue estable. La Bolsa no registra grandes oscilaciones y tampoco hay ni alarmas climatológicas - lluvias, heladas,...- ni previsiones de devaluación del real brasileño que influyan negativamente en la evolución de la nueva cosecha. El dólar se mantiene también estable, esperando las decisiones de la Reserva Federal, que pudiera equiparar el dólar y el euro, aunque viendo la tendencia de los últimos meses, parece poco probable que esto suceda en breve.

La situación actual, pues, se mantiene confortable para vendedores y compradores de verde que tienen ya cerradas las operaciones hasta finales del primer trimestre de 2016. ¡El café está vendido!

En el análisis matemático de los gráficos de este artículo, referente a las cotizaciones del café en las Bolsas de Londres y Nueva York, se observa que las oscilaciones en centavos están perfectamente comprendidas entre las tangentes (en rojo) de los picos y bajos de la gráfica. Esta lectura nos ofrece la posibilidad de determinar muy bien, el momento más oportuno a corto o largo plazo para comprar. Los recorridos diarios en rojo (descenso) favorecen las compras y las que aparecen en verde (subidas), retrasos en la ejecución.

Apuntar, también, que en el precio final también influyen, el diferencial y la cotización del dólar, para calcular y conseguir el mejor precio de compra de café verde. También está resultando determinante, la crisis europea que ha hecho variar algunas formulaciones de cafés tostados, especialmente en aquellos casos en los que el tostador se ha visto obligado a mantener los precios de compra a largo plazo.

En cuanto a las calidades de los cafés comprados, se observa un ligero descenso de las cribas (mayoritariamente 16), caracolillo o cafés de árboles agotados (no renovados), cafés mezclados en origen o, incluso, reposados (cosechas anteriores).

Este fenómeno resulta común, hoy día, en todos los mercados de materias primas agrícolas al encontrarse en su mayoría, estancados y con los precios estabilizados. Hace ya algo más de un año que en el caso concreto del café arábica, por ejemplo, las cotizaciones se han quedado encalladas entre 125-130 ctvs frente a los 300 ctvs.

Y mientras todo esto ocurre, en España seguimos incrementando el consumo de cafés robustas, robustas repesadas, robustas vaporizadas y pasillas, en general. Afortunadamente, la calidad de los robustas utilizados no siempre es baja y en el mercado también encontramos robustas lavados o pulidos de excelentes orígenes asiáticos que deberán tenerse en cuenta en las mezclas.

Brasil

El Instituto Brasileño de Geografía (IBGE) ha fijado la cosecha 2015-2016 en 43,7 millones de sacos, según los datos de su segunda valoración. La CONAB, Companhia Nacional de Abastecimento ya los ha corregido por tercera vez...

Los datos actuales son consecuencia de las fuertes lluvias de Septiembre y de la escasez de agua en Octubre, que ha llevado al Gobierno a no permitir los regadíos, en favor del consumo humano.

Este tipo de informaciones son las que enmascaran la actividad en el mercado de Nueva York, el cual ante las noticias reacciona con alzas y bajas de cotizaciones.

El ministro de hacienda, Joaquín Levy, ha propuesto más recortes en los gastos de Brasil y un incremento en los impuestos para proteger al país de nuevas rebajas de crédito por parte de Standards&Poors. El gobierno brasileño debe reducir este próximo año, 26 millones de reales (6,8 billones de dólares) de gasto, los cuales se imputaran mayoritariamente a los salarios oficiales y de funcionarios públicos. También se han previsto recorte en los programas sociales.

Mientras tanto, las bajadas en las cotizaciones en la Bolsa de Nueva York, continúan estrechando los diferenciales,

y las noticias de problemas en la cosecha de café, retrasos en las llegadas y disponibilidad de buenos cafés, con cribas grandes, empujando los precios hacia arriba.

India está ofreciendo sus cafés de cosecha corriente a precios más bajos para poder sacar el que se ha quedado sin vender

Vietnam

El mercado continúa parado, y los exportadores no quieren arriesgarse, sabiendo que productores e intermediarios no tienen prisa en vender. Esto ha llevado a que, por ejemplo, en Septiembre se ofreciera café contra Noviembre, cuando lo natural hubiera sido contra Septiembre mismo, para ganar más tiempo para fijar y ganar algo más de dinero [¡o perderlo!].

La cosecha vietnamita 2015-2016 se estima en 27,5 millones de sacos. Este café se ha empezado ya a recoger y enviar. A principios del último trimestre de año, Vietnam exportó 86.777 tm por un valor de 167 millones de dólares. Estas cifras representan un 12% inferior en volumen y un 23% en valor en comparación con Septiembre de 2014.

Aunque poco significativa, en Vietnam también se produce café arábica, habiéndose avanzado bastante ya las tareas de recolección de cerezas de este tipo en las tierras de bajura de la provincia de Lau Dong.

Centro América y Colombia

Para incrementar ingresos por ventas de café verde, el Comité Nacional de Cafeteros de Colombia ha autorizado la exportación de granos que no se ajustan a las normas mínimas de calidad para la exportación "excelso". Se trata de calidades inferiores, conocidas en el argot como las "segundas" y las "pasillas".

Las nuevas medidas puesta en circulación favorecerán el crecimiento de la oferta colombiana de café en el mercado, y también las posibilidades de este origen de competir con otros suaves, mayormente, centroamericanos.

Colombia producirá más de 13 millones de sacos y favorecerá la plantación de menos árboles de otras variedades, resistentes a las plagas (roya) y también a climas más duros.

Mientras, los caficultores siguen enfrentándose al problema del incremento de costos laborales y retrasos en la recolección, debido a que la mano de obra se va hacia otros sectores como la construcción, mejor remunerada. Esta situación se podrá ver agravada los próximos meses cuando se inicie al programa Plan4G del nuevo presidente, Juan Manuel Santos, dotado con 17.000 millones de dólares y que tiene como objetivo construir 1.300 kms de nuevas carreteras entre ciudades, centros industriales y puertos.

Y por si todo ello fuera poco, la sequía provocada por el fenómeno del Niño, la más larga desde 1991, ha obligado a racionar el uso de agua para regadíos e incluso para boca en algunas ciudades. La situación ha resultado tan extrema que, Luis Fernando Samper, presidente de la Federación Nacional de Cafeteros de

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



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

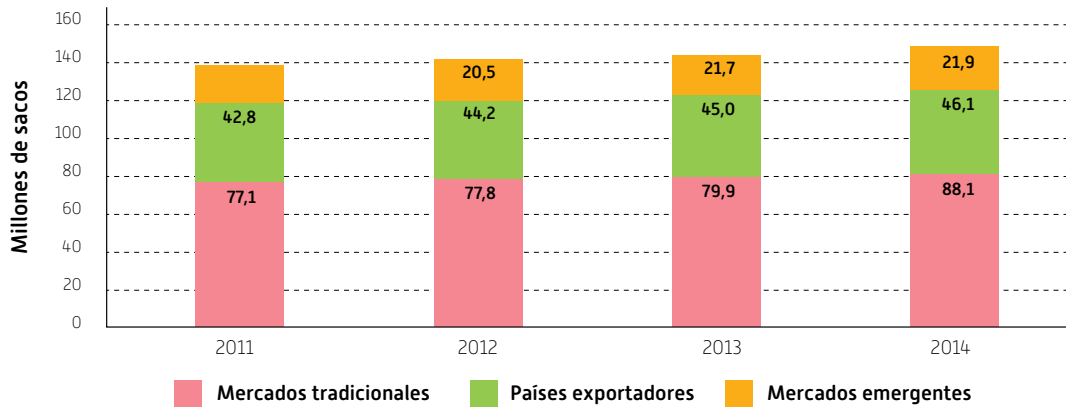
Mercado de Londres



Mercado de Nueva York



Evolución anual del crecimiento mundial de consumo de café



Fuente: ICO 2015

Colombia ha advertido que la sequía en las regiones del norte y del sur, puede haber tocado irremediablemente al grano de café, que en esta cosecha será más pequeño. El mismo Samper, estima la producción de café verde de Colombia para esta campaña en 13,7 millones de sacos, cifra algo superior a la anterior predicción, de 13,2 millones.

La falta de contendores para embarcar sacos de café verde en África Oriental está dificultando la salida de producto de Uganda

En Guatemala y Honduras, la situación respecto al agua disponible para regadíos no diverge mucho de la de Brasil y Colombia, aunque, afortunadamente, en estos países las lluvias han llegado antes. La duda, ahora, es ver cómo la sequía afectará el resultado de la cosecha, sobretodo, por lo que tiene que ver con el tamaño del grano.

Según el Instituto Nacional del Café de Honduras, IHCAFE, este origen exportó 21.315 sacos de café a mediados de este trimestre, lo que supone una subida del 2,5% a partir de los 20.798 sacos exportados el año pasado. IHCAFE ha predicho que las exportaciones en la temporada 2015/2016 subirán un 9,9% hasta los 5,52 millones de sacos.

Robustas

Según las estimaciones de la Autoridad de Desarrollo Cafetero de Uganda, UCDA, el país ha exportado 403.381 sacos de café en julio, un 28% más que el año anterior. Esta cifra eleva el total del café embarcado de octubre 2014 a julio 2015 a 2.853 millones de sacos, un descenso del 6,8%, si la comparamos con los 3.060 millones de sacos del mismo periodo anterior 2013-2014.

Aún y así, si desgranamos estos números, las exportaciones ugandeses a principios de este último trimestre de año, superaba los 320.297 sacos (285.667 de robusta y 34.630 de arábica), lo que supone un 19,5% más que el año anterior por las mismas fechas.

El fenómeno el "Niño" podría ser el más fuerte desde 1950 y las lluvias podrían ser torrenciales en partes

de África Oriental que pueden provocar graves inundaciones en lugares de Kenia, Tanzania, Uganda, Ruanda y Burundi, según las Naciones Unidas.

A nivel general, además, hay preocupación por el exceso de agua que puede favorecer los hongos (royas) y mermar la floración de los árboles y con ello la creación de las cerezas.

Por el contrario, en India, la situación climatológica es muy favorable y la próxima cosecha será buena o muy buena. El USDA estima que la producción en este país rondará los 5,3 millones de sacos. Los exportadores confían vender el café restante (2014), pero los niveles de Londres no ayudan a los precios que tienen pensados para vender. Para dar salida a esta situación, India intenta ofrecer sus cafés de cosecha corriente a precios más ventajosos para poder sacar el café que se ha quedado sin vender y así empezar con la nueva cosecha. En este caso, las expectativas de exportación se elevan a 5 millones de sacos, frente a los 4,7 del año anterior.

Un problema al margen de cosechas y climatología es, también, la falta de containers para embarcar sacos de café verde en África Oriental y especialmente en Uganda. Parece que, ahora, están intentando agilizar los trámites de exportación tanto en Kampala como en la zona aduanera de Malaba.

Demanda/industria

El Departamento de Comercio Norteamericano ha informado que en los Estados Unidos importó 2,141 millones de sacos de café en Septiembre, un 6,9% más que los 2 millones de Septiembre del año anterior. Las importaciones netas de los últimos 12 meses, sin embargo, siguen estando por debajo de las del año anterior, 23,975 millones de sacos frente a los 24,655 millones en 2013/2014.

Moneda

Sin duda los buenos datos de consumo en los EEUU están empujando al dólar hacia arriba. La fortaleza de la moneda norteamericana está provocando que los precios de las materias primas bajen y estén propensos a una mayor presión de venta en el futuro.

Icona Café

Descubren nueva planta de café en Honduras

Un estudio ecológico en el Parque Nacional de Cusuco ha dado con una nueva planta de café. Tiene flores con hipanto y cáliz rojo y frutos de color rojo brillante durante todo su desarrollo

Científicos de la Universidad Trinity College de Dublín, Irlanda, han descubierto una nueva planta de café en Honduras. El cafeto en cuestión ha sido bautizado con el nombre de Cusucoana Sommera, en honor al lugar donde se ha localizado, las laderas superiores de El Merendon en el El Parque Nacional Cusuco.

El nuevo arbusto llega a los 10 metros de altura y difiere de las otras especies Mesoamericanas de Sommera por sus hojas grandes obovadas con peciolo largo rojo, estípulas rojas, flores con hipanto y cáliz, también, rojo, pedicelos fructíferos largos, y cerezas rojas en todo su desarrollo. El hallazgo se ha producido durante un estudio ecológico de la vegetación del bosque húmedo montañoso del parque hondureño que venían realizando desde hace tiempo los Drs. Daniel Kelly y Anke Dietzsch.

Hasta el momento solo ha sido posible encontrar dos árboles de este nuevo cafeto. Ambos presentan un tamaño similar y están localizados a pocos metros uno del otro.

Sommera cusucoana

Aunque la gama de Sommera cusucoana aún no se ha establecido, esta especie no se ha observado en otros lugares por lo que los científicos se han apresurado ya a catalogar su conservación como una cuestión de "urgencia prioritaria". Ambos investigadores esperan, además, que "la publicación de este y otros descubrimientos ayuden a impulsar el apoyo para conservar este parque único y hermoso, el Parque Nacional Cusuco, y la forma de vida de sus habitantes", han dicho.

El Cusuco está ubicado al suroeste de la ciudad de San Pedro Sula y fue declarado Parque Nacional en 1987. Es uno de los bosques nublados de Honduras y una de las áreas más ricas en biodiversidad del país. Su extensión territorial alcanza los 234.43 km².

La parte baja del Parque está rodeada por pinares, que se extienden hasta cerca de los 1300 m.s.n.m. De allí en

adelante, predomina el bosque latifoliado que llega hasta más allá de los 1800 m.s.n.m, convirtiéndose en bosque totalmente nublado a partir de los 2000 m.s.n.m de altura. La temperatura, por lo general, es muy baja y fácilmente desciende hasta los 12 o 14 grados centígrados diariamente en la zona alta del parque. El resultado, son leves lloviznas y muchas nubes alrededor.

El nuevo cafeto presenta flores de color crema y frutas rojas en todas sus etapas de desarrollo

El Parque es una fuente muy importante de agua para la ciudad de San Pedro Sula y las pequeñas comunidades de agricultores que viven a su alrededor. Cuando llueve, el bosque funciona como una esponja que almacena agua. Ésta es absorbida lentamente por el suelo orgánico (la capa de hojas caídas), consiguiendo alimentar, gota a gota, los acuíferos, y formando riachuelos a lo largo y ancho del territorio.

El Parque Nacional de Cusuco también es importante por su gran biodiversidad de vegetación y fauna. Como resultado de investigaciones hechas en el área, se han identificado aproximadamente 17 especies de plantas que no habían sido reportadas antes en Honduras. A este catálogo único se añade ahora, la nueva planta de café Cusucoana Sommera.

El café en Honduras

En Honduras existen alrededor de 280.000 hectáreas cultivadas de café distribuidas en 14 de los 18 departamentos del país. El 95% de estas plantaciones se encuentran en territorios boscosos y bajo sombra, con el claro propósito de mantener una producción ecológicamente sostenible.

Las plantaciones son 100% de café arábica, siendo las variedades "Típica" y "Bourbon" las más populares, con cer-

Regiones cafetaleras hondureñas y sus cafés

Región Copán (Copán, Ocotepeque, Parte de Lempira, Cortés y Santa Barbara): Café con sabor a chocolate, cuerpo redondo, bien balanceado, con un postgusto sostenido.

Región Tropical Agalta (Olancho, Yoro): Café con diversos sabores a frutas tropicales con fragancia a caramelo y chocolate y postgusto dulce. Su acidez es pronunciada.

Región Montecillos (La Paz, Comayagua, Santa Barbara e Intibuca): Un café con fragancias frutales y dulces. Su acidez es viva y brillante. Destaca su sabor a naranja y durazno, favoreciendo una bebida vibrante, con un postgusto entonante y un cuerpo aterciopelado. Una parte importante del café de esta región es comercializado con el sello DO Marcala.

Región Montaña Dorada Opalaca (Santa Barbara, Intibucá y Lempira): Café con una fina y delicada acidez, bien balanceado con sabores a frutas tropicales tales como uvas y moras. Postgusto dulce y cuerpo plano.

Región Comayagua (Comayagua, Francisco Morazan): Café con una dulce fragancia cítrica, su acidez es cítrica vibrante con sabores dulces y a chocolate. Cuerpo cremoso.

Región El Paraíso (El Paraíso y parte de Choluteca y Olancho): Café con sabores cítricos, con una fragancia dulce, cuerpo suave y una fina acidez, con un postgusto muy sostenido.



ca del 50% de ocupación de los cafetales. El resto de los cafés, clasificados como "otros suaves" presentan muy diversas características, la mayoría, directamente relacionadas con las condiciones climáticas y geográficas de las tierras donde se cultivan.

Actualmente, Honduras se posiciona como el mayor exportador de café de la Región Centroamericana, el tercero en Latinoamérica y en el sexto a nivel mundial. Según fuentes oficiales del país, el café representa el 5% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 35% del PIB agrícola hondureño.

Producción para la exportación

De acuerdo al Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), en Honduras la cosecha 2014/2015 que finalizó el pasado mes de Septiembre, se fijaría en el orden de los 4,83 millones de sacos de 60 kg, representando un aumento del 16% respecto a la temporada ante-

rior 2013/2014. Este aumento en la producción se ha dado principalmente por el buen control fitosanitario (aplicación de tres fungicidas para el control de la roya) y nutricional (programación de por lo menos tres fertilizaciones al suelo y foliar), siendo determinantes las podas y la renovación de plantaciones con materiales mejorados, que se han realizado desde el 2012. A destacar que la cosecha 2014/2015 se ha retrasado casi dos meses en los departamentos de El Paraíso, Olancho, y Francisco Morazán debido a los efectos de la prolongación en la canícula en julio y al exceso de lluvia a finales de Diciembre 2014. Caso contrario ha ocurrido en el occidente del país, donde el corte de café ha sido regular.

Del total de la producción hondureña, sólo poco más de un 10% del café se quedará en el país para el consumo doméstico, el resto se venderá a Estados Unidos y a diferentes países de Europa y Asia.



DESCUBRE TODO LO QUE ACOMPAÑA A UN CAFÉ RESPONSABLE

¡Aquí tienes un café auténtico! Un Café Responsable de principio a fin con la garantía de Cafés Novell, la empresa familiar que se dedica a la elaboración, torrefacción y venta de café desde 1958.



COMERCIO RESPONSABLE
Aseguramos el comercio responsable del café a escala internacional.



ECOLOGÍA
Preservamos el entorno en todo el proceso de recolección y elaboración.



COMPROMISO SOCIAL
Contribuimos a la supervivencia del trabajo de los agricultores y productores.



ALTA CALIDAD
Garantizamos un café de alta calidad desde la plantación hasta la torrefacción.

Cafés Novell trabaja conjuntamente con UTZ Certified para el cultivo sostenible del café. Para más información visita: www.utzcertified.org



España con el Café de Honduras

A pesar de no ser uno de los orígenes más consumidos en España, el séptimo según las estadísticas más actualizadas de la Federación Española del Café (2013), el café de Honduras es protagonista desde principios del 2004 de múltiples acciones de cooperación española para promover su calidad y presencia en mercados exteriores. A la implicación activa de la Junta de Andalucía en el proyecto de la DO Marcala cabe sumar la creación, por ejemplo, hace ya una década de la primera Escuela Hondureña de Catadores con el apoyo y financiación del Gobierno español.

El proyecto, vehiculado a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), nació del Instituto Hondureño del Café (IHCAFE) con el objetivo contribuir al mejoramiento de la calidad e imagen del café de Honduras por medio de la formación de personal capacitado capaz de dictaminar correctamente sobre la calidad de los cafés tanto en proceso como listos para su consumo.

Desde que se inauguró la Escuela de Catadores hace 11 años, se han graduado aproximadamente 80 profesionales del café, algunos de ellos, anteriormente, caficultores en algunas de las zonas productoras más importantes del país.

Los estudios que ofrece la escuela tienen una duración de dos años y medio. "El programa comprende una formación integral, además de poder identificar los sabores del café y la calidad, nuestros alumnos salen preparados para ser el apoyo de los gerentes de las exportadoras, también de instalar sus propias empresas y apoyar a las comunidades", explica **Carlos Pineda, DIRECTOR DE LA ESCUELA**.

A través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo se está dando apoyo, además, a diferentes grupos de productores hondureños en materia de certificaciones – orgánico y comercio justo- con el objetivo de ir diferenciando el café hondureño en los mercados internacionales, incluyendo España. Adicionalmente se ha apoyado, también, al grupo denominado Cafés del Occidente Hondureño con idea similar a la de Marcala.

Todos estos esfuerzos para establecer sistemas de administración de la calidad han ido acompañados por la financiación española en materia de construcción y equipamiento del Centro Nacional de Calidad del Café de Honduras, pionero en su clase en toda Centroamérica. Ubicado en San Pedro Sula, abrió sus puertas en el año 2008, y desde entonces ha ampliado de forma constante sus departamentos orientados a la promoción del café hondureño. Actualmente, convergen en este centro, la mayoría de servicios ofrecidos por IHCAFE a los productores y agroindustria del café hondureño, entre ellos, análisis de laboratorio de suelos, aguas y tejidos, laboratorio de catación, tostado y empaquetado de café y los servicios de análisis físico, químico y organoléptico del café para la exportación.

De igual manera ha sido clave el apoyo español en la organización de eventos a efectos de promover la cultura cafetalera interna a través de diferentes actividades de educación dirigidas al público hondureño, como son las "Tardes con Aroma de Café" en el marco de ferias patronales, y el apoyo a la profesionalización del barista, entre otras iniciativas.

La taza hondureña

Aunque es difícil de generalizar, a rasgos generales, la taza hondureña destaca por su buena acidez, cuerpo ligero, buen equilibrio, suavidad y un postgusto sostenido. Todo ello lo han convertido en un café habitual de mezclas gourmet. Además, de estos, existen en el país, cafés diferenciados como el Marcala, la primera DO registrada en Honduras y Centroamérica; y la cuarta en el mundo del café. Se trata de granos Catuai, Caturra, Bourbon y Pacas producidos en la región de Montecillos, los cuales en taza destacan por su acidez cítrica pronunciada y un aroma espectacular. Estos cafés son habituales en certámenes como la Taza de la Excelencia y han recibido diversos reconocimientos a nivel internacional.

El 95% de los cafetales en Honduras se encuentran en territorios boscosos y bajo sombra

Café hondureño con acento andaluz

Desde su puesta en marcha, los impulsores de DO Marcala, todos productores, han dedicado numerosos esfuerzos al establecimiento de alianzas estratégicas para consolidar el futuro de este café y de las familias productoras, siendo una de las más importantes la suscrita con la Junta de Andalucía a través de la Fundación ETEA para el Desa-

rollo y la Cooperación. En el marco de esta intervención, desde el año 2012 se está dando asistencia técnica directa a 140 productores/as de café, facilitándoles, por ejemplo, ejemplares de variedades altamente productivas resistentes a plagas y enfermedades, que, además, en taza, ofrecen un excelente perfil, ajustado a mercados diferenciados del café.

Asimismo, se está dando apoyo a pequeños productores/as en los estudios de análisis de suelo para el establecimiento de nuevos terrenos para cultivo de café. Según los resultados de los estudios, se les entregan cantidades concretas de fertilizante foliar y abono orgánico para iniciar los trabajos de producción y se les asesora, también, sobre los cultivos complementarios que les pueden ayudar no sólo a la producción de café –sombra- sino a obtener el máximo provecho de sus fincas. La implementación de maderables y frutales como cultivo asociado es lo más habitual.

El proyecto subvencionado por la Junta de Andalucía y gestionado por la Fundación ETEA impulsa, también, MI-PYMES en aspectos organizativos y productivos para que puedan acceder a mejores oportunidades de desarrollo y obtener una mejor calidad de vida. A la vez, se colabora en el fortalecimiento de las capacidades de los gobiernos locales a través de sus Unidades Medioambientales, a favor de la implementación de procesos de producción más limpios en los beneficios húmedos de café, facilitando los procedimientos respetuosos con el medio ambiente

Ángela d'Areny



El proceso de compra del Café verde

La compra de café verde es una tarea compleja que requiere de conocimientos específicos y un buen dominio de mercados y productos

Uno de las tareas más desconocidas en el sector es la compra de café verde. La correcta operativa en esta gestión resulta esencial para las finanzas de las empresas cafeteras que deberán planificar correctamente la compra para asegurarse, no sólo, la provisión del café, sino, también, pagar un precio correcto por él.

La planificación de la compra

La planificación de la compra es la primera tarea que deberemos realizar y conlleva la evaluación de las necesidades; el análisis de los requerimientos de compras a partir de los planes de ventas y planes de producción - tomando en consideración los niveles de inventarios finales con los que tenemos que quedar-, y la determinación de si la demanda es para un origen y una descripción de calidad determinada o para un "basket" o conjunto de orígenes con perfil de sabor parecido. En este último punto será muy interesante tener en cuenta la "Familia de Sabores" y las "Mezclas Flexibles", que tratan de combinar orígenes y calidades con perfiles similares de sabor y que en función de sus precios y disponibilidades, así como de los registros de calidad de llegadas, ofrecen al comprador la posibilidad de optar a un origen u otro para optimizar el precio de compra sin menoscabar la calidad.

Una vez determinadas las cantidades y calidades a comprar así como el período de embarque o entrega, tendremos que decidir si la compra va a ser a precio fijo (outright), o en diferencial ("Price to be Fixed" - PTBF), opción esta recomendada para compras para embarques o entregas a largo plazo en las que el comprador separa la decisión operativa de asegurar el suministro del café físico de la decisión financiera de fijar el coste de dicho suministro, es decir, el precio que hay que pagar al vendedor. EL PTBF está indicado para minimizar las inciertas perspectivas de precios (volatilidad), ya que es arriesgado comprar café físico a precio fijo o cerrado cuando los embarques o entregas sean para un período superior a los tres meses desde la conclusión del contrato.

Finalizadas todas estas tareas, llegará el momento de la negociación del contrato entre el comprador y el vendedor y el repaso y cumplimiento de las cláusulas aplicables, teniendo en cuenta, el Contrato Europeo del Café (ECC), así como el Contrato Español del Café.

"El Risk Management"

En el transcurso de la compra de café verde, es imprescindible prestar especial atención al "Risk Management", el proceso que utilizan tanto compradores como vendedores para medir y calcular los riesgos de sus operaciones y desarrollar estrategias para su gestión. Sus herramientas son los Mercados de Futuros y los Mercados de Opciones.

Mercados de Futuros

El origen de los "Mercados de Futuros" hay que buscarlo en la necesidad de poner a todos aquellos que intervienen en el comercio de las materias primas a cubierto de los riesgos originados por las posibles fluctuaciones de los precios. Es necesario, por tanto, diferenciar el mercado "spot" o al contado, que no difiere en nada de una compraventa normal, del mercado de futuros, centrándonos en explicar en qué consiste un "contrato de futuros" en el que todas sus cláusulas están predeterminadas, excepto el precio que es el que fluctúa en los mercados bursátiles.

Los principales actores de estos mercados de futuros son dos: los hedgers y los inversores/especuladores. Pero, ¿qué es un "hedging"? Esta palabra inglesa significa "cobertura" y en nuestro caso "cubrirse" no es más que buscar el modo de minimizar las fluctuaciones de los precios, de modo que si el precio cambia y tengo que comprar más caro (tostador) o vender más barato (productor/exportador) pueda utilizar un instrumento que compense las pérdidas ocasionadas.

Por tanto, el Mercado de Futuros no es más que el entorno donde acuden los que están sujetos a riesgos asociados a las fluctuaciones de los precios y se quieren desprender de ellos, bien, traspasándolos a otros participantes que tengan el riesgo contrario, o bien, transfiriéndolos a un inversor/especulador que esté dispuesto a asumirlos pensando que se van a beneficiar de ello. Consiste, pues, en adoptar en el mercado de futuros una posición opuesta a la adoptada en el mercado al contado. La ganancia en el mercado de futuros compensará la pérdida sufrida en el mercado al contado o viceversa.

Los mercados que negocian los contratos de futuros de café son dos: ICE NY "C" Contract para Arábicas e ICE Robusta Contract para Robustas.



Seminario sobre la compra física de café verde en Fórum Café

En el marco de Seminarios especializados, Fórum Café ha programado este último trimestre de año, una formación específica sobre el proceso de compra del café verde. El Seminario fue impartido por la experta en mercados de café, Victoria Sainz de la Maza, los pasados días 16 y 17 de noviembre en Barcelona. Profesionales del sector café de diferentes puntos del país participaron en esta formación que para el máximo provecho de los alumnos, Sainz de la Maza planteó desde una perspectiva eminentemente práctica, compaginando en todo momento las explicaciones teóricas con ejercicios prácticos de simulación de mercado con conexión directa, por ejemplo, a las bolsas de Nueva York y Londres.

En palabras de Sainz de la Maza, “el Proceso de Compra del Café Verde nace como curso de la experiencia de un comprador de café que, durante sus más de veinticinco años de trabajo, nunca pudo encontrar un manual donde analizar todo el proceso de la compra del café verde desde la planificación de las necesidades hasta la llegada física del café desde el origen hasta la planta para el posterior proceso de tostado y envasado. Buscaba donde se pudieran consultar dudas y que sirviera, además, para la formación de las nuevas generaciones de compradores”.

Teniendo como premisa estos objetivos, durante la formación, los alumnos se convierten por unos momentos en compradores [tostadores] y en vendedores [productores, exportadores, compañías de trading], participando de forma “simulada” en los mercados de futuros tanto de Arábicas como de Robustas, con órdenes de compra y venta de contratos de futuros, aplicando esos futuros a la fijación de los contratos de compra/venta y con la posibilidad de proteger sus precios y sus coberturas acudiendo a los mercados de opciones.

“El objetivo final del curso, explica Victoria Sainz de la Maza, es que los alumnos estén capacitados para pronosticar de forma individual el rango de precios [alto-bajo] tanto para Arábica como para Robustas para los próximos 3 meses, se hayan familiarizado con el concepto de arbitraje, sean capaces de controlar el Risk Management, planificar la compra y negociar el contrato con el vendedor, teniendo en cuenta el Contrato Europeo del Café (ECC) así como el Contrato Español del Café”.

Mercados de Opciones

La otra herramienta que se puede utilizar para la gestión del riesgo asociado a las fluctuaciones de los precios es el “Mercado de Opciones”. Estos funcionan como una póliza de seguro y su coste es la prima de la misma. Es decir, se otorga al comprador, a cambio del pago de un precio (prima), el derecho (no la obligación) de comprar o vender un activo subyacente a un precio y en una fecha futura, según las condiciones fijadas de antemano por comprador y vendedor, mientras que quien vende la opción adquiere la obligación de vender o comprar el activo subyacente para que el comprador de la opción pueda ejercitarla. En el mercado de opciones existen dos opciones bursátiles claves, los “call” u opciones de compra y los “puts” u opciones de venta.

El precio de compra del café verde

Si pido una oferta a varios proveedores de café y me dan precios en distintas magnitudes, ¿cómo puedo compararlas? Debemos determinar su precio de compra.

En el ámbito del café, el desglose del precio es lo que se denomina “trazabilidad” de una oferta y es muy útil porque nos va a permitir comparar las ofertas recibidas de diversos proveedores que estén en magnitudes diferentes, equipararlas y ver cuál de ellas es la más competitiva. Es obvio que para lograr tomar una decisión de compra necesitamos “homogeneizar” los términos de los precios y este ejercicio de trazabilidad y comparación posterior nos será muy útil.

Análisis de las perspectivas de los precios del café

Se trata de analizar los factores que intervienen en el pronóstico de los precios. Para realizar un pronóstico a corto plazo, deberemos recurrir a un análisis técnico - charts de tendencias, índice de fuerza relativa o RSI, etc - y a un análisis especulativo de participación de los fondos. En cambio,

si lo que queremos es realizar un pronóstico de los precios a medio/largo plazo y con esta información actuar en el mercado, deberemos recurrir a un análisis fundamental.

En este último tipo de estudio es básico estudiar el análisis oferta/demanda. En lo que se refiere a la oferta, deberemos tener en cuenta las previsiones climatológicas, tanto a nivel local en un país productor en particular, como a nivel global, por ejemplo el fenómeno “El Niño”. También habrá que considerar los niveles de producción de los diferentes países productores, así como las tendencias de producción a largo plazo, los costes del cultivo de los cafetos, que serán diferentes para cada origen y la posible existencia de mecanismos de intervención gubernamental y de instrumentos de apoyo a los cultivos.

En cuanto a la producción, lo más recomendado es reparar los estimados de producción mundial realizados por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA) y compararlos con las previsiones proporcionadas por la Organización Internacional del Café (ICO en sus siglas en inglés u OIC en sus siglas en español). Del lado de la demanda es fundamental el análisis del promedio de crecimiento anual del consumo mundial, el consumo por regiones, el consumo de café per cápita así como la evolución del consumo en España. Conocidos los datos de producción y los de consumo ya podremos estar en condiciones de averiguar, por ejemplo, si para el año cafetero 2015/16 vamos a tener una situación de exceso de oferta sobre demanda o por el contrario una situación de déficit, pudiendo anticipar lo que podría ocurrir a largo plazo con los precios.

Pero un buen análisis fundamental no podría estar finalizado sin el estudio de los niveles de inventarios o stocks tanto de físicos (inventarios de países consumidores y países productores) como de certificados (ICE NY Contrato “C” para Arábicas y para Robustas ICE Europa Contrato de Robusta), así como de los niveles de las exportaciones, tanto globales como las de los principales países productores. Estos datos son proporcionados por la Organización

Internacional del Café y sirven para darnos pistas sobre el volumen de la producción actual y del ritmo de las salidas o embarques hacia los países consumidores y de los posibles remanentes para el siguiente año cafetero, lo que se conoce como "carry-over". Una vez terminado el análisis fundamental es muy conveniente conocer el nivel de participación especulativa en los mercados de futuros de café. Esta información es suministrada semanalmente por un informe que se conoce como COT (Commitment of trader report).

Los últimos gráficos a analizar serán las cotizaciones de los mercados de futuros de café: ICE NY Contrato "C" para Arábicas e ICE Europa Contrato de Robusta, tanto desde el punto de vista histórico (año 1995 en adelante) como a más corto plazo (2014 y 2015 hasta la fecha). Muy importantes son los gráficos de la evolución del Euro frente al Dólar así como del Real brasileño frente al Dólar. En el caso de las monedas de los países productores, una devaluación de las mismas frente al Dólar implica una mayor presión de ventas y por tanto una bajada de los precios.

No se nos olvida detenernos en analizar el valor del "arbitraje" o diferencia de cotizaciones entre ICE NY Contrato "C" e ICE Europa Contrato de Robusta, ya que si el arbitraje es lo suficientemente alto podría inducir a la industria a una modificación en las fórmulas de tostado con una mayor utilización de café Robusta frente a Arábica con la consiguiente alteración de las demandas previstas.

Victoria Sainz de la Maza

Formadora y consultora de Mercados de Futuros café verde y Proceso Cata Café verde



Mª Victoria Sainz de la Maza

Mª Victoria Sainz de la Maza es una de las figuras referentes en España en formación y consultoría de Mercados de Futuros de café verde y Proceso de Cata de café verde. Es reconocida su tarea en la elaboración de planes anuales, mensuales y semanales de necesidades de café verde de acuerdo con el plan de producción de las empresas tostadoras, así como su capacidad consejera para optimizar blends por precio y calidad y cambiar y desarrollar nuevas fórmulas para el lanzamiento de productos.

Sainz de la Maza es experta en análisis del mercado de café verde, la situación de los competidores y la elaboración de recomendaciones de cobertura óptima para asegurar los márgenes de la unidad de negocio.

Formada en Calidad y Aseguramiento de la Calidad, cuenta con larga experiencia en la gestión de sistemas de Gestión Medioambiental, además de en la teoría y práctica del análisis sensorial del café verde: Normas UNE aplicables, defectos y clasificación del café verde y catas de orígenes.

BATAVIA

PREMIUM ARABICA COFFEE



www.cafesunic.com



El mercado de Café en España (I parte)

Las importaciones de café españolas en 2014 se mantienen estables, empujadas únicamente por leves incrementos en la llegada de café tostado. Por el contrario las exportaciones a terceros crecen, y lo hacen de mano de la internacionalización de algunas empresas españolas, el descafeinado y el hub del café del Puerto de Barcelona

En España, a excepción de la producción testimonial en Agaete (Canarias), no hay cultivos de café, por lo que toda la materia prima debe ser importada. El café llega mayoritariamente de los diferentes países de origen, aunque una pequeña parte, también, lo hace a través de países europeos que concentran en sus puertos cargamentos de café que luego distribuyen a Europa. Del mismo modo, nuestro país actúa de exportador de café con destino a terceros, básicamente a países emergentes del este de Europa y también del norte de África. Esta partida de la balanza está creciendo cada año que pasa, y lo hace en buena parte de la mano de algunas empresas que entran café a nuestro país y lo transforman – soluble, descafeinado, cápsulas- y otras que han iniciado su proceso de internacionalización y están llevando café “español” fuera de nuestras fronteras.

El precio del café verde se ha reducido de manera drástica en los mercados internacionales durante los últimos ejercicios. El pasado 2014, las importaciones españolas de café superaron ligeramente las 300.000 toneladas, por un valor de 867 millones de euros. Estas cifras suponen un incremento interanual del 5% en volumen y una reducción del 9% en valor.

Del total de café importado, un 88% correspondió a café verde, un 8,6% a café tostado y un 3,5% a café soluble. A destacar en este sentido, el importante salto efectuado

por el café tostado que pasa de un ratio de un 5,2% de las importaciones el pasado año, al referido porcentaje superior al 8% y que en números absolutos representan 11.080 toneladas más que en 2013 y 12.353 más que en 2011, por ejemplo. Este crecimiento de importaciones de café tostado, ha ido en detrimento de la cuota de mercado del café verde, que aún haber ganado en volumen, 4.256 toneladas más en 2014 que en 2013, ha perdido un 3% en la cuota total de todos los tipos de café importados a España. La caída de participación del café soluble en las estadísticas de Comercio Exterior, también, se ha hecho notar, del 4,5 al 3,5%, y ha retornado las cantidades en esta partida a los volúmenes del 2011.

Alrededor de un 66% de las importaciones españolas son de las variedades robustas, con precios más estables que los arábicas. Los principales proveedores siguen siendo los mismos, con cambios mínimos en lo que se refiere al máximo proveedor, Vietnam, que aporta el 46,36% del mercado. Este origen vendió el pasado año a nuestro país, 125.420 toneladas de café verde, un 2,56% menos que en 2013.

El segundo proveedor ha sido de nuevo Brasil, que este año pasado ganó protagonismo con un incremento del 16,53%. El tercer origen ha sido Colombia. A destacar el crecimiento de las importaciones llegadas de Indonesia que nos vendió un 70,90% más de café el pasado año con respecto al 2013.

En este detalle de movimientos en el ranking de principales países proveedores de café para España, es significativa la incorporación de México, que incrementa su presencia testimonial de 2013 con 1.343 tm a 3.466 el pasado año.

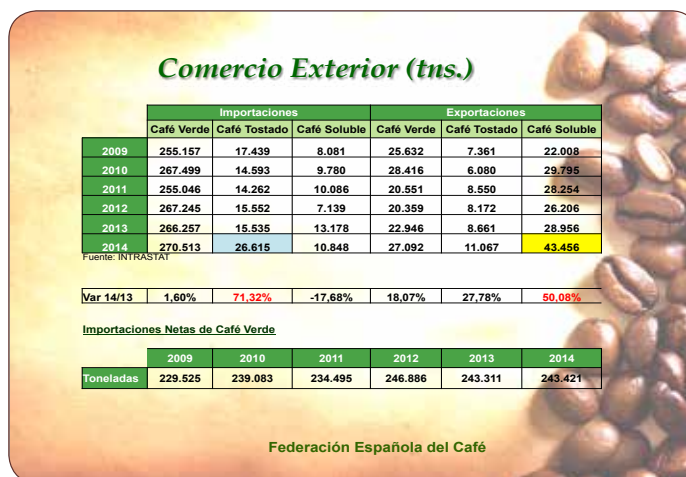
Los países que pierden volumen de venta pero que mantienen su presencia entre el grupo de nuestros principales proveedores son Costa de Marfil [-21%], Honduras [-35%] y Etiopía [-19%].

Europa también aparece como proveedor de café para España. En este sentido, Alemania, a pesar de haber perdido cuota, sigue siendo el principal almacén de café europeo para nuestro país. El motivo no es otro que el puerto de Hamburgo, donde desembarca café que luego es trasladado por carretera hasta España. El condicionante portuario es el que también explica la aparición en el ranking de Bélgica que recepciona café a través del puerto de Amberes, desde donde lo distribuye a todo el continente Europeo; Francia que lo hace a través de Le Havre o Italia por Trieste. Ahora bien, las entradas de café desde Europa no representan más del 13% del total del café recepcionado en nuestro país, siendo el puerto de Barcelona el principal muelle de desembarco del café que llega a España.

Exportaciones

Igual que recibimos café de países no productores, España hace lo propio y reexporta café hacia terceros. En este caso, las salidas son claramente inferiores a las importaciones, pero han aumentado durante los últimos años y, según el análisis de Mercasa, se prevé un crecimiento todavía más importante, ya que el principal operador ha incrementado el volumen de producción de su fábrica establecida en Cataluña, con el propósito de abastecer de cafés solubles y descafeinados a los mercados europeos.

Así, durante el último ejercicio se exportaron unas 81.000 toneladas, básicamente a otros países europeos. El café soluble representa algo más de la mitad de todas esas exportaciones en volumen y cerca del 60% en valor. En cifras absolutas, las exportaciones de esta presentación han doblado casi las del año pasado, incrementándose de 28.956 a 43.456 tm, y rompiendo el equilibrio histórico de exportaciones de café verde y soluble de los últimos años.



El Café en el Puerto de Barcelona 2014



El tráfico de café en el puerto representó una cifra de 300.000 tm durante el 2014, de las que más de un 20% correspondieron a tránsitos. Esto junto con las instalaciones, las certificaciones internacionales y la apuesta decidida de las empresas dedicadas a este sector han situado en Barcelona como el primer puerto cafetero del Mediterráneo.

Barcelona es el único puerto del Mediterráneo homologado como puerto receptor de café, tanto por la bolsa de New York ICE como por la de London LIFFE para almacenar café de las variedades robusta y arábica, que cotizan en estos mercados.

En el puerto de Barcelona, la operativa del café corre a cargo de cuatro empresas especializadas en la logística concreta de este producto. Estas se nutren de las diferentes variedades tanto a los grandes importadores europeos pertenecientes a grupos multinacionales

como a los pequeños y medianos tostadores de ámbito regional.

Hub mediterráneo de café

La homologación de las instalaciones, la ubicación de los almacenes dentro del recinto portuario y la mejora de su conectividad con los principales puertos del Mediterráneo y con los mercados europeos han sido las principales herramientas para situar al puerto de Barcelona como primer puerto importador del sur de Europa y hub regional para la redistribución de café al resto de países de la cuenca mediterránea. Tanto es así, que algunas de las empresas con sede en este puerto, especializadas en la logística del café han incrementado recientemente los metros cuadrados de sus almacenes con el objetivo de poder ofrecer un mejor servicio a sus clientes, ahora ya, de toda la cuenca mediterránea.

A las ventas a terceros de café soluble, le siguen las de café verde (33% y 18%) y el café tostado, con cuotas del 14% y el 22%, aproximadamente.

Estructura empresarial

Atendiendo el informe de Mercasa y en cuanto a la estructura del sector café en nuestro país, diríamos que no diverge mucho de la que existe en otros muchos países, donde la concentración del negocio es progresiva y está redibujando un mapa hasta hace poco tiempo muy atomizado.

En España, la empresa principal es la filial de una enorme compañía multinacional de origen suizo y registra unas ventas de 33.100 toneladas. La segunda llega a las 23.000 toneladas, la tercera ronda las 16.000 toneladas, la cuarta las 11.000 toneladas y la quinta supera las 8.500 toneladas. Por lo que hace referencia a las empresas importadoras de café, la más importante ronda las 69.500 toneladas. El se-

gundo operador se queda en 32.000 toneladas y el tercero se sitúa en torno a las 25.000 toneladas.

Las marcas de distribución continúan acaparando cuotas de mercado de año en año. En la actualidad suponen el 50,1% de todas las ventas en volumen de café y el 28,5% en valor, con incrementos interanuales en torno a un punto en cada caso. Esos porcentajes son todavía más importantes en los casos del café descafeinado (62,8% y 41,9% respectivamente), del café en grano (54,4% y 46,4%) y del café molido (54,3% y 41,6%), aunque bajan en el café soluble (41,8% y 25,7%) y, sobre todo, en los sucedáneos de café (16,2% y 15%) y en las monodosis y cápsulas (14,9% y 6,9%). Las principales inversiones del sector se concentran precisamente en esta última categoría.

Fuente:

Informe Mercasa "Alimentación en España 2014 Producción, Industria, Distribución y Consumo", Federación Española del Café

Ruby White



Stylish **Compact** Powerful

Pureza y estilo se unen en la nueva máquina de la gama Ruby de **Quality Espresso**.



Ruby
series

Motors, 1 - 9 • 08040 Barcelona, Spain
T +34 932 231 200 • F +34 932 232 017
E info@qualityespresso.net
www.qualityespresso.net



QUALITY ESPRESSO
Capture the Essence



Tendencias de consumo de Café

El café cuenta con consumidores en todos los rincones del mundo. El gusto por este producto crece e, incluso, ha empezado a ganar terreno a otras bebidas más tradicionales en determinadas culturas como el té. Conocer cuáles son las tendencias de consumo es básico para posicionarse en el mercado

El consumo del café está cambiando. Las nuevas generaciones, el mayor poder adquisitivo (especialmente de los jóvenes), la influencia de las redes sociales o la creciente conciencia ambiental, entre otros factores, han creado tendencias de consumo que influyen en la decisión de compra del cliente, el cual, cada vez más, busca productos exclusivos que tengan su propia historia.

Esta es una de las principales conclusiones del estudio entorno a las tendencias actuales del café en el mundo presentadas hace unas semanas por ProColombia, en el que también se aborda el papel de los baristas o la popularización de las cápsulas, entre otros temas.

Real, genuino y auténtico

Según esta entidad colombiana encargada de promover el turismo y la inversión extranjera en el país, hoy, la producción y comercialización del café giran en torno a lo natural y a las raíces culturales de los países productores. "Esta realidad está abriendo nuevas posibilidades de exportación a cafés artesanales, de origen y de alta calidad, permitiendo contar las historias que hay detrás de cada uno de ellos", aseguran. Este tipo de cafés posicionados bajo la tendencia de la autenticidad ejercen mucha influencia sobre la decisión de compra del consumidor actual, tanto, que de acuerdo con las métricas de Datamonitor, globalmente, el 63% de los consumidores es altamente influenciado a los términos "real", "genuino" y "auténtico".

Es en este marco, tanto en el mundo occidental como en los mercados emergentes, el consumidor final empieza a percibir el café no solo como una bebida, sino como una

experiencia para los sentidos. Una imagen natural, una apariencia física adecuada, una presentación atractiva y sabores diferenciados son hoy, ya, sinónimo de un café de calidad.

Los consumidores están cada vez más educados y cuentan con mayor acceso a la información acerca de los productos que adquieren gracias a la expansión de Internet y las redes sociales, que ponen al alcance de los compradores una gran cantidad de información, lo que a su vez estimula el averiguar cuáles de los productos que se les ofrecen son "auténticos" o "genuinos", permitiéndoles, también, comparar los atributos de estos productos para tomar decisiones de compra sobre lo que ellos perciben como un producto de calidad.

El consumo de café en el mundo ha crecido un 1.9% de promedio cada año desde 2010

La figura del prescriptor en alza

En esta nueva realidad, el prescriptor, como voz legitimada, gana importancia y en el ámbito del café los baristas están adquiriendo un protagonismo especial. Este ha dejado de ser un oficio que llamaba la atención de los jóvenes, para asumir una parte importante de la responsabilidad de promocionar la cultura del café. Su trabajo ayuda a extender el conocimiento de este producto y sus diversas formas de consumirlo. Las alianzas con determinadas

empresas tostadoras, además, está permitiendo la llegada de nuevos orígenes a mercados donde antes no habían sido utilizados y los campeonatos baristas, por su parte, a descubrir las múltiples posibilidades del café. En el estudio de ProColombia se asegura que la cultura barista se masificará en los próximos años, entendiendo en este caso, el concepto de masificación como algo positivo en favor del café.

La investigación apunta, también, a un lento pero progresivo crecimiento del consumo de café entre los jóvenes. El mejor reflejo de esta tendencia, aseguran, se observa en países asiáticos como China, un mercado donde los principales consumidores de café son jóvenes entre los 20 y 30 años, mucho más receptivos a las costumbres occidentales que las generaciones anteriores.

El consumidor final empieza a percibir el café no solo como una bebida, sino como una experiencia para los sentidos

Establecimientos especializados, de verdad

En occidente, el consumo de café entre los jóvenes también ha empezado a incrementarse, aunque de forma leve. Una tendencia creciente es la elevación del café a bebida de culto por parte del colectivo "hipster", una subcultura de jóvenes bohemios de clase media que se alejan de las corrientes culturales

predominantes, se asocian a una moda con numerosas referencias vintage, y que en el ámbito de la alimentación son entusiastas de lo orgánico y productos artesanales.

En los próximos cinco años el café verá crecer su consumo, su valor y su capacidad de innovación, según los analistas

En toda Europa, en Estados Unidos, Australia... los hipsters son los principales clientes de las cafeterías llamadas de tercera ola, en las que conceden al café la categoría de verdadero producto 'gourmet', a la vez que otorgan importancia capital al origen del grano. Apuestan más por la región de origen y no tanto por la generalidad del país productor, y en estos establecimientos que nacen por y para el café, el cliente tiene la opción de elegir diferentes métodos de preparación. Tras la barra, baristas profesionales, equipos -máquinas, molinos, cafeteras,...- preparados especialmente para su manejo por parte de estos expertos; y una variedad más o menos grande de utensilios -jarras, tampers, básculas de precisión, pinceles,...- específicos para conseguir la taza perfecta.

En estas cafeterías de tercera generación, el servicio suele ser ágil, el ambiente tranquilo, y la decoración muy funcional, generalmente, con un marcado corte nórdico, países, estos, grandes consumidores de café.

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



NECTA ES UNA MARCA DE



www.nwglobalvending.es





Café por Internet

Antagónica a esta nueva realidad, el estudio de ProColombia identifica otra tendencia que da forma al mercado del café actual y que parece continuará haciéndolo en adelante: la venta y consumo de cápsulas de café.

Este sistema es muy popular ya en Europa, ha entrado con mucha fuerza en Estados Unidos y todavía tiene mucho campo que recorrer en Latinoamérica y Asia. Además de la facilidad y practicidad de uso del sistema de cápsulas, el estudio identifica en el vínculo entre la venta del producto para este sistema e internet su gran potencial de futuro. La tendencia de las marcas para facilitar la inscripción de los consumidores en planes mensuales que incluyen la reposición de las cápsulas será creciente, según ProColombia.

Otra tendencia apuntada por esta entidad colombiana encargada de promover el turismo y la inversión extranjera en el país, son los cafés sostenibles y certificados, que incorporan procesos más orgánicos en su producción y que al final de la cadena ayudan a lograr una mejor imagen de la industria y una mayor confianza entre los consumidores. "Es cada vez más común la exigencia de certificaciones que garanticen que se trata de un producto natural y responsable social y ambientalmente, especialmente en países de Norteamérica y Europa. Tenerlas es un valor agregado que influye en la decisión de compra del importador y del cliente final", se especifica en el informe.

Para ProColombia, el consumidor quiere conocer qué hay detrás del producto que compra: saber en detalle los beneficios de los ingredientes o de la materia prima que lo componen, su origen, las condiciones de las personas que lo fabricaron y quiénes se benefician de su producción. Quien sepa dar respuesta a todas estas cuestiones son los que mejor garantía de éxito alcanzarán en el nuevo mercado de café que ya se ha empezado a dibujar.

Susanna Cuadras

La tendencia del consumo de café en números

En la última década, el consumo de café a nivel global ha mostrado un marcado dinamismo, estimándose el crecimiento de la demanda entorno al 1,9% por año desde 2010. Los números a futuro también son alentadores y según datos de la Organización Internacional del Café (ICO) la demanda podría alcanzar hasta 10.2 millones de toneladas en el 2020 (casi 9 millones en 2014). En ese año, y según Ross Colbert, Managing director, de Rabobank International, los mercados emergentes representarían el 50% del consumo mundial de café – actualmente, los principales consumidores de café en el mundo son Estados Unidos y Brasil, que participan con 15.9 y 14.1% de la demanda mundial, respectivamente. El pronóstico a cinco años vista es que Brasil arrebatara el liderazgo a Estados Unidos.

Según los analistas, se espera que más de 800 millones de nuevos consumidores de la clase media ingresen a los mercados globales en 2020. Esta nueva realidad comportará un crecimiento de la demanda de productos determinados, incluido el café, lo que provocará, por otro lado, una importante presión sobre su precio. Estos precios aumentarían debido a la disponibilidad limitada de tierra y agua así como la reducción del inventario de todo tipo de granos, incluidos, también, el café, ocasionada por cosechas deficientes debido a la influencia del clima en diversas partes del mundo. Para comprobar si están en lo cierto, deberemos esperar solo cinco años...

ATENCIÓN BARISTAS!! Nuevo envase de cacao



Dosificador
con espolvoreador
para la elaboración de
capuchinos y Latte Art

Aumenta la familia de chocolate a la taza



Bolsa 1 Kg

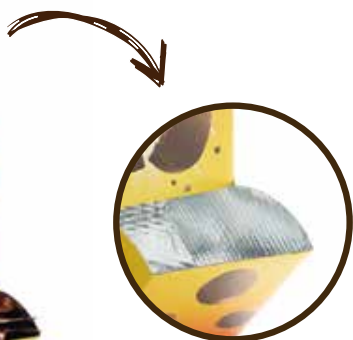


Estuche 40 sobres



Estuche 10 sobres

Chocolatinas: El detalle perfecto que acompaña al buen café



Interior adaptado para mejorar
la conservación y aumentar la
protección ante los cambios
de temperatura



T. 902 12 21 12
www.chocolatereybar.com



CHOCOLATE



Desde 1950



El origen del Vending

El vending es el sistema de ventas por medio de máquinas auto expendedoras que se accionan por diversos medios de pago. Su ubicuidad, su disponibilidad 24 horas y su gran variedad de productos son las características más valoradas por los consumidores. En el Siglo I D.C ya lo sabían...

Si hay algo que no se le puede negar al vending es tener un inicio, cuando menos, curioso. Cada vez que una máquina expendedora aplaque la sed o calme los rugidos de algún estómago hambriento, habrá que darle las gracias a Herón de Alejandría. Y es que este ingeniero griego fue el inventor de la primera máquina expendedora del mundo, en el año 65 D.C.

Herón la diseñó para dispensar agua bendita en los templos de Tebas y el alto Egipto. El sistema estaba basado en la gravedad y la máquina funcionaba con monedas, concretamente con una de cinco dracmas que al ser introducida en la máquina, proporcionaba agua para lavarse la cara y las manos.

La primera máquina de vending fue diseñada por Herón de Alejandría para dispensar agua bendita en los templos de Tebas y el alto Egipto

El peso de la moneda hacía que el lado de una balanza dentro de la máquina bajara y el otro subiera, liberando una válvula por la que salía el agua. La moneda acaba cayendo del todo y la balanza volvía a su posición original, cerrando la válvula. El único defecto era que no podía reconocer las monedas falsas de las verdaderas...

Vending postal

El matemático griego fue todo un pionero, sin duda, aunque hay que dar un gran salto en el tiempo para asistir el

verdadero desarrollo de las máquinas expendedoras, tal y como nosotros las entendemos. Su desarrollo, de hecho, no empezó hasta la época de la revolución industrial.

El sector del vending en España mueve anualmente 10.500 toneladas de café al año

A principios de la década de 1880, se instalaron en Londres las primeras máquinas de este tipo que vendían tarjetas postales y rapé en las tabernas de la capital británica. De forma contemporánea, el editor Richard Carlisle, inventó una máquina que permitía comprar libros. Desde entonces, las máquinas expendedoras comenzaron a utilizarse con frecuencia en otros países europeos antes de adquirir popularidad en los Estados Unidos. Allí, en 1888, la compañía Thomas Adams Gum Company instaló las primeras máquinas dispensadoras de chicle en los andenes del metro de Nueva York.

En 1920, aparecieron las primeras máquinas automáticas que vendían bebidas gaseosas servidas en vasos desechables y a partir de 1946, la máquina que marcaría un hito en la historia del "vending" fue la máquina expendedora de café, cuyo uso se extendió rápidamente por numerosas partes del mundo.

El vending en España

En España, las máquinas de distribución automática de café empezaron a implantarse de forma significativa en la década de los sesenta del siglo pasado. La mayoría, por no decir la totalidad, provenían de Italia, país de gran tradición cafetera, donde existía y continua existiendo, un importante mercado de vending.

Las claves del vending en España

¿Qué es el vending?

El vending es el sistema de ventas por medio de máquinas auto expendedoras que se accionan por diversos medios de pago.

¿Cuáles son sus principales características?

Su ubicuidad, su disponibilidad 24 horas y su gran variedad de productos

No sólo agua y café...

Hoy en día encontramos en las máquinas vending una gran gama de productos de alimentación o de higiene

¿Cuántas máquinas hay?

En España hay 300.000 máquinas de vending, 6 por cada 1.000 habitantes

¿Cuáles son los productos estrella?

El café y las bebidas calientes son los productos más demandados en nuestro país (aproximadamente el 50%). Las máquinas expendedoras de café mueven 10.500 toneladas al año en España.

¿Cuánto empleo genera el sector del vending?

En España hay 30.000 personas que trabajan en el vending

¿Quién fabrica las máquinas vending?

El principal proveedor de máquinas vending en Europa es Italia

¿Cuál es el factor más valorado por los consumidores?

Su disponibilidad y, por tanto, la comodidad de poder hacer uso de estos aparatos 24 horas al día los 365 días, al año es el factor más valorado por los consumidores.

Apuesta por los productos bio...

Hoy en día podemos encontrar en una máquina vending una gran cantidad de productos que contribuyen a fomentar unos hábitos de alimentación sana y equilibrada. Así, podemos encontrar verduras, frutas o frutos secos. También ha aumentado la presencia de sándwiches de alta calidad, ensaladas, productos desnatados o sin gluten, entre otros.

Compromiso con el medio ambiente

Cuando finaliza la vida útil de una máquina vending (duración media de 12 años), el proceso de reciclaje se realiza cumpliendo con todas las normativas medioambientales. Hoy en día el 95% de las máquinas vending pueden reciclarse.



Benditas máquinas

La Asociación de Proveedores de Vending de España ha puesto en marcha la campaña **#benditasmáquinas** con el objetivo de destacar la calidad y variedad de los productos que podemos encontrar en las máquinas vending. Huyendo de las iniciativas habituales en este tipo de campañas, la primera acción llevada a cabo ha sido, nada más y nada menos, que instalar una máquina de vending en lo más alto del Penyagolosa (Castellón), la montaña más alta de la provincia de Castellón y la segunda de la Comunidad Valenciana. Su pico está a 1.813 metros de altitud.

La máquina fue transportada a pulso para evitar desperfectos hasta la cima, donde quedó ubicada, provocando, como era de esperar, la mayor de las sorpresas a los montañeros que decidieron subir a este pico durante el pasado puente del Pilar. La máquina, alimentada con baterías, sirvió cafés, chocolate y té. La reacción de los excursionistas al encontrarse ante tan insólita instalación en lo más alto del Penyagolosa fue grabada con una cámara oculta y algunas de ellas forman parte del video resumen de la acción. Muchos, ese día brindaron por su gesta con café, a la vez que otros tantos disfrutaron con una taza en la mano, del impresionante paisaje que se domina desde la cima de esta montaña, con las comarcas castellonenses y las vecinas tierras de Aragón a los pies.

En un primer momento, sólo las grandes empresas incorporaron las nuevas cafeteras. Hoy, sin embargo, es habitual encontrar pequeñas y medianas compañías que disponen de al menos una máquina automática de elaboración y dispensación de café.

Las máquinas expendedoras tal y como hoy las conocemos comenzaron a desarrollarse en la época de la revolución industria

Según estudios realizados sobre el consumo de café durante la jornada de trabajo, han demostrado que mejoran las relaciones laborales y contribuyen al aumento del rendimiento de los empleados. Además, en momentos en que el empleado baja su atención en el trabajo, por cansancio o por el estrés, el hecho de realizar una pequeña pausa tomando un café, le ayuda a descargar su tensión.

La historia del vending ha cumplido 20 siglos de historia y teniendo en cuenta que en este sector siempre se ha innovado y gozado de nuevas ideas, no nos equivocaremos si decimos que el futuro del vending está más que asegurado.

Juan José Mach,
*presidente de la Asociación
 de Proveedores de Vending de España*

“ El vending es un canal de distribución más y los productos que ofrece se van adaptando a las necesidades del consumidor ”



Juan José Mach es el presidente de la Asociación de Proveedores de Vending de España, asociación que se encuentra en estos momentos en fase de integración en Aneda [Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos], donde Mach, Country Manager de Saeco Ibérica, asumirá el cargo de Director del Comité de Proveedores. Con el hemos hablado de la campaña #benditasmáquinas

¿Qué es #benditasmáquinas? ¿Cuál es su objetivo?

La Asociación de Proveedores de Vending queríamos trasladar a la opinión pública las ventajas de las máquinas expendedoras. Queremos explicárselo a los consumidores y poner en valor sus virtudes. Que conozcan cómo funcionan, que sepan que la calidad que ofrecen es máxima, que conozcan la gran variedad de productos y servicios que el sector de la distribución automática les puede ofrecer, y el rol que está desarrollando en nuestra sociedad, acercando los productos a millones de personas cada día.

¿Cómo ha capeado el vending la crisis económica?

La crisis ha afectado de forma directa a nuestro sector, quizá más que a otros porque muchas de estas máquinas están en los centros de trabajo. No obstante, el sector ha superado claramente ese periodo, y desde finales de 2013 se inició una recuperación, cuya tendencia continuó en 2014 y está continuando en 2015.

¿Cuántas familias viven en España del vending?

No tenemos cuantificadas las personas que trabajan en el sector de forma indirecta, pero sí le puedo decir que hay unas 30.000 personas trabajando de forma directa.

El café y las bebidas calientes son los productos estrella en las máquinas vending españolas. ¿Cree que el café de máquina cumple con los estándares de calidad para un público cada vez más exigente?

Sin ningún tipo de duda. Cantidad de café, conservación, temperatura, grado de molido del café en grano, presión, prensado y compactación, y crema. Todo esto se

puede regular perfectamente para garantizar la elaboración de un café perfecto.

Las máquinas vending llevan algunos años haciendo una clara apuesta por los productos Bio, cada vez más presentes en una máquina expendedora. ¿Cree que continuará esta tendencia?

Las máquinas vending seguirán la misma tendencia que el resto de canales de distribución. Es decir, venden los productos demandados por los consumidores, y si los productos Bio continúan siendo una demanda de los consumidores, continuará la tendencia al alza también en las máquinas vending.

¿Cuál es el futuro del sector del vending? ¿Cómo serán las máquinas vending dentro de veinte años?

Veinte años son muchos, fabricamos modelos nuevos cada año, y trabajamos con planes de diseño a tres y cinco años vista. Es de esperar que continúen las tendencias actuales, en la línea de mayor seguridad, eficiencia energética, simplicidad en las funciones de mantenimiento, nuevas soluciones para vender nuevos productos que probablemente hoy no existen todavía en el mercado, mayor información hacia los consumidores, más interactividad, en la medida en que avancen las nuevas tecnologías en el consumo, la integración de nuevos dispositivos y telemetría tanto en la propia gestión como en los medios de pago. De lo que estoy convencido es que las máquinas vending ocuparán un lugar fundamental como servicio y distribución de una sociedad más moderna.



Cursos Fórum Café



- Taller Sensorial de Cata Básico • Duración: 8 h.
- Taller Sensorial de Cata Avanzado • Duración: 8 h.
- Técnicas Baristas nivel iniciación Barista 1 • Duración: 8 h.
- Técnicas Baristas y Latte Art Barista 2 • Duración: 12 h.
- Técnicas de Elaboración de Bebidas con Café • Duración: 12 h.
- Introducción al Mundo del Café • Duración: 8 h.
- Homologaciones Formadores Fórum • Duración: 15 h.
- Homologaciones Jueces Baristas • Duración: 12 h.
- Cursos personalizados para empresas
- Formaciones técnicas para *socios Fórum Café*



Toda la formación de Fórum Café puede ser bonificada a través de la Fundación Tripartita y todos los cursos están certificados por **Fórum Café, Federación Española del Café y Federación Española de Hostelería**

Los interesados pueden contactar con nuestras oficinas.
No espere más y pídanos información detallada:



Fórum Cultural del Café
Pl. Ramón Berenguer El Gran, 2 E. Izq. Ent. 5
08012 Barcelona
Tel: 93 310 38 33 • Fax 93 268 42 57
info@forumdelcafe.com
www.forumdelcafe.com



Fundación Tripartita
para la innovación y el empleo





Cafeterías australianas, a la cabeza de la innovación

Australia es uno de los países abanderados de la tercera ola del café. Algunas de las cafeterías más innovadoras y también algunos de los mejores baristas del momento se encuentran en este país, desde donde llegan muchas de las tendencias que acaban siendo moda en todo el mundo

Siempre es interesante, pues, estar atentos a este país y, también, prestar atención a las cosas que allí se están haciendo. Y en este repaso cíclico a nuestras antípodas nos hemos encontrado con una fuerte corriente que se está consolidando y que vista la buena aceptación que está teniendo en este país, es más que probable, aseguran los analistas de tendencias, que en breve se exporte fuera. Nos estamos refiriendo a la práctica, cada vez más generalizada, de las cafeterías, sobretodo de tercera generación, de reembolsar sus cafés y trabajar no sólo con un tostador sino con varios. Y esto ¿por qué? Pues, según los artífices de esta corriente, para poder ofrecer, realmente, experiencias personalizadas de consumo de café a sus clientes.

Las multialianzas con varios tostadores permiten a las cafeterías contar con una mayor variedad de orígenes

A la cabeza de esta corriente se encuentran establecimientos punteros como Patricia Coffee Brewers, Everyday Coffee and Tea que han huido de la hasta ahora habitual entente cafetería-tostador, apostando por la multialianza con diversos tostadores con intención de asegurarse una mayor variedad de orígenes de café para incluir en su oferta. Lejos de haber supuesto un conflicto con sus proveedores, estos mismos empresarios de hostelería especializados en el servicio de café, aseguran que la nueva política ha favorecido una nueva y renovada actitud del tostador, y ha significado un excelente estímulo en favor de la innovación, de la formación y control de calidad.

Restyling del packaging

Acorde, también, con las tendencias apuntadas por estudios recientes en los que se identifica el gusto creciente del consumidor a favor de productos exclusivos que tengan su propia historia, estos establecimientos, han iniciado un restyling importante del packaging de sus cafés para ser consumidos en casa, tanto por lo que se refiere a su formato, diseño como identificación.

Así, y desde hace ya un tiempo es habitual entrar en cualquiera de estos establecimientos y otros del distrito cafetero de Melbourne, por ejemplo, y encontrar en las estanterías de las tienda de estas cafeterías, convertidas ahora en auténticas boutiques de café, granos envasados en pequeñas latas, en elegantes cilindros, o en bolsas stand up de diseño. Todos estos envases son propios del establecimiento, que una vez ha comprado el café al tostador, lo reembolsa. Años atrás esta práctica hubiera dado pie a la desconfianza, en cambio, hoy, cuanto menos en el mercado australiano, es aceptada e incluso identificada como un valor diferencial añadido de calidad.

Origen vs marca

Además del diseño, el denominador común de estas nuevas paqueterías, independientemente de la cafetería donde se vendan es que obvia la marca del café como protagonista de la imagen, en favor de la información del origen del café en cuestión. Esta estrategia está muy enfocada a la formación de nuevos consumidores y a satisfacer los deseos de los ya aficionados al café que priorizan los productos auténticos y con una historia detrás.

Flat White



El Flat White es un tipo de preparación de café "inventada" en Australia en la década de los ochenta del siglo pasado.

La bebida se compone de una base de doble espresso y a partes iguales leche texturizada en forma de crema y espuma. Aunque parecido a un latte o un cappuccino el sabor de café es mucho más importante en esta preparación, ya que la proporción de este producto con respecto al resto de ingredientes es mayor.

El flat white se sirve generalmente en una pequeña taza de cerámica, de 150 a 160 ml, apro-

ximadamente y para lograr el aspecto que le da su característico nombre, la leche vaporizada se vierte, primero desde el fondo de la jarra, donde está la leche con burbujas más pequeñas, y se corona la bebida con la leche de la parte superior de la jarra, algo más espumada.

Una de las principales formas de saber si nos han servido un buen flat White es comprobar que la cantidad de crema, espuma de leche y café se ha fusionado para formar un remolino de color naranja oscuro en la parte superior de la taza.

Los primeros en preparar esta bebida, fueron los inmigrantes italianos que llegaron a Australia después de la Segunda Guerra Mundial, y que empezaron a utilizar durante la década de los 50 las primeras máquinas espresso que llegaron al país. De hecho, uno de los orígenes que se explican de esta preparación lo sitúan en el intento fallido de preparar un capuchino en un café local de Wellington.

De Australia, el flat White viajó a Nueva Zelanda, y más recientemente al Reino Unido y a Estados Unidos, donde ha contado con el "apadrinamiento" del actor Hugh Jackman, copropietario de un café. La cadena de cafeterías más importante de este país ha incorporado, también, los flat whites a su carta en enero de 2015.



AZÚCARES PRIETO
Cortés Bartolomé, S.L.
Ctra Villabañez Km 1
47012 VALLADOLID (ESPAÑA)

Tel.: (34)983 291 425
(34)983 291 455
Fax: (34)983 309 702
azucarprieto@azucarprieto.com

www.azucarprieto.com

Cuidamos de su imagen, con una gran gama de formatos que se adaptan a todos los momentos, gustos y personas.



edulcoline®
NUESTRA LÍNEA DE EDULCORANTES



**Sobres y tubos en formato polipropileno transparente o blanco
Disponibles en oxo-biodegradable**



Una empresa comprometida con el medio ambiente



El Café en Australia



En Australia el café es la bebida caliente más popular y de mayor consumo en todas las edades [a partir de 14 años] y grupos socioeconómicos. Este país está viviendo en estos últimos años un cambio radical de la cultura del café. En estos últimos 30 años, el consumo de este producto en el país se ha duplicado para pasar de 1,2 kilos per cápita a 2,6 kilos y más de mil millones de tazas de café son consumidas cada año, lo que representa un incremento de un 65% en la última década.

Además, estos 10 últimos años, la cultura de café ha evolucionado radicalmente en Australia. Los habitantes de este país han cambiado la manera de consumirlo y este producto se ha convertido en icono de un nuevo estilo de vida y los paladares australianos están desarrollando el gusto por el consumo de cafés de origen y especiales. El mercado se ha vuelto muy sofisticado y competitivo, especialmente en las ciudades principales como Sidney, Melbourne y también, Brisbane.

La industria de cafés y cafeterías se concentra sobre todo en los estados del este del país. Durante la pasada década, el 80% de las ganancias de esta industria procedía de Nueva Gales del Sur, Victoria y Queensland. Tradicionalmente, Nueva Gales del Sur ha sido el mayor contribuidor en la creación de puestos de trabajo, ingresos y número de establecimientos de esta industria. Sin embargo, Victoria, Queensland y Australia Occidental han ido incrementando su influencia a medida que el predominio de la "cultura del café" va extendiéndose por toda la nación.

El 35% de australianos pasa la mitad de su semana laboral fuera de la oficina, y los establecimientos de café están considerados lugares alternativos viables para

llevar negocios. Esta es una tendencia particularmente prevalente entre las jóvenes generaciones.

La gran mayoría de cafés y cafeterías en Australia emplean a menos de 20 personas, y en su mayor parte los propietarios son australianos y operan exclusivamente en el país. El empleo de baristas profesionales es creciente y el gran éxito de la divulgación de la cultura del café en el país es que esta se ha desarrollado sin la influencia de las cadenas internacionales. Como es habitual en esta parte del mundo, además, los baristas australianos adaptan las costumbres europeas, eso sí, sin miedo a experimentar con nuevas técnicas y proveedores.

Hipsters, coffee hunters, ejecutivos, diseñadores, madres jóvenes,... todos tienen en común la pasión por el café y la necesidad de un espacio para disfrutarlo.

En cuanto al consumo de café en el hogar, este está cambiando a la vez que crece la cultura de este producto en el país. Desde hace tres años, el consumo de café ha sobrepasado en este ámbito al del té.

País productor

El suelo australiano, en su mayor parte, no es terreno ideal para el cultivo de café. No obstante, hay regiones donde sí se produce. Lo hacen en el norte de Queensland; en el sureste subtropical de Queensland y el norte de Nueva Gales del Sur.

La región de Mareeba, en el norte de Queensland, produce entre el 75 y el 80% del café de Australia, con una cosecha media de 300 toneladas al año.

Fuente: Procuador

Christina Trabucco de Assembly Coffee and Tea asegura que "nos decidimos por este cambio cuando detectamos que muchos clientes estaban ligados a marcas concretas sin prestar atención a su variedad y origen, para nosotros, los principales valores de un café. Ahora, en cambio, la nueva información de los paquetes, con la denominación del país o región de origen nos da pie a explicar a los clientes las características del café de esa zona, las diferencias y similitudes con otros granos, cuales son los métodos de extracción que mejor se adaptan a ese café,... en definitiva esta rotulación nos da pie a hacer "Cultura de Café".

Los nuevos formatos de envases permiten comprar café para preparar de 2 a 140 tazas

Mark Free de Everyday Coffe se alinea con Christina Trabucco y asegura que esta nueva forma de hacer, aun relegando la marca del tostador a un espacio secundario, a corto-medio plazo está ayudando a que ganen protagonismo. Y es cuando un cliente reconoce que un café es

bueno, está bien tostado, y cumple con lo que busca en taza, y descubre de que marca es, de forma inconsciente, en adelante, liga ese nombre a calidad. "En definitiva, ganamos todos: el cliente en cultura de café, nosotros en valor diferenciado y el tostador en reconocimiento", asegura Free.

Paquetes de una taza a un 1 kilo

Otro aspecto innovador del nuevo envasado, es su gran variedad de tamaños, lo que permite ajustar la venta, incluso, a una o dos tazas. El objetivo, explican desde las cafeterías, es fomentar el uso de café tostado fresco en casa y facilitar la compra y degustación de diferentes orígenes en el hogar. "Es sumamente valioso para la formación y divulgación de la cultura del café, que nuestros clientes, por ejemplo, puedan hacerse con cantidades ajustadas de café para realizar degustaciones en su casa, comparar cafés y decidir cuál se ajusta más a su gusto, sobre todo cuando este cliente se está iniciando en este apasionante mundo de la degustación de café", concluye Christina Trabucco de Assembly Coffee and Tea.

Marc Muñoz



El Tamper

El tamper es quizás, junto a las jarras para la leche, una de las herramientas que denotan profesionalidad en un barista. El uso del tamper es imprescindible en la ejecución del café espresso y de su correcto manejo depende buena parte de su resultado final

El café molido que colocamos en el portafiltro de la máquina de café espresso debe ser prensado para poder conseguir una buena extracción y trasladar a la taza las sustancias solubles que lo componen y que son las que aseguran su gusto. El objetivo de prensar el café es impedir que el agua que atraviesa el cacillo del portafiltros siga canales preferentes, asegurándonos de esta forma la extracción homogénea de toda la pastilla de café. Esta operación de prensado es imprescindible en la preparación del café espresso.

Para realizar este ejercicio, el barista dispone del prensador de café, pisonador, compactador o lo que es lo mismo, tamper. En el mercado existen de diferentes tipos de estas herramientas, formando dos grandes familias, la de los dinamométricos o telescopicos y la de los manuales.

La utilización de unos u otros irá en función de la experiencia personal, reservando el manual para los que posean conocimientos más avanzados, ya que a diferencia de los dinamométricos, con los tampers manuales el barista debe tener un perfecto dominio de la presión que ejercen sobre la pastilla y control del nivelado de la misma. En cambio, con un tamper dinamométrico estas variables quedan controladas por la propia mecánica de la herramienta.

En el ámbito barista, pues, lo más habitual es el uso del tamper manual. Su uso es imprescindible en la consecución de la taza espresso y también una de las operaciones con más liturgia de esta preparación. El propio tamper, la posición de las manos, la postura del barista deben coordinarse a la perfección para conseguir el resultado óptimo.

“Tampear”

Para conseguir un prensado adecuado deberemos conferir a la dosis de café depositada en el portafiltro una presión equivalente a 20 kg. Esta presión debe ser homogénea en toda la superficie, sin hendiduras en los bordes interiores del cacillo.

Así, tras moler el café y llenar el portafiltros simple con 7-8 gramos o el doble con 14-18 gramos, enrasamos distribuyendo la dosis sin presionar. Ahora ya con el tamper, nivelamos horizontalmente el café, compactándolo seguidamente de modo breve y enérgico, asegurándonos que la pastilla, quede recta y bien compactada, sin fisuras.

Si esta operación se ha realizado correctamente, los profesionales desaconsejan los golpecitos adicionales a las aletas del portafiltros y el segundo prensado, ya que corremos el riesgo de que si el o los golpes son demasiado fuertes, desplacemos la pastilla que ya deberemos tener compactada, provocando fisuras indeseadas.

Una buena pista de que la operación de molido, dosificación y prensado ha sido la correcta es la caída continuada de café durante la extracción, con un ligero retroceso que se asemeja a la cola de ratón. Se considera una extracción correcta de un café espresso aquella que se sitúa entorno a los 25 segundos y que da como resultado un volumen en taza de 30 ml de café. Al finalizar la extracción, y deshacerlos de la pastilla en el picamarro, esta deberá presentar una consistencia tal que permita cuartearla.

Un café más compactado de la cuenta no permitirá el correcto tránsito del agua. La caída del café será más lenta, no tendrá continuidad y no permitirá

Cómo elegir el Tamper



Eunasa



Coffeetech



Ascaso

Como en cualquier decisión de compra de material profesional, la selección del tamper se merece una atención especial. El escaparate de este tipo de artículo es cada vez mayor e incluye desde piezas muy simples a otras de gran valor técnico agregado. La forma de la base, la altura del mango, la ergonomía del diseño,... son aspectos que deberemos conocer y sobre los que decidir.

Tamaño de la base

Hasta hace unos pocos años, el tamaño de la base del tamper estaba determinado por la marca de la máquina. Ahora, se suma un factor adicional, que son los filtros de precisión que ya empiezan a encontrarse en el mercado y que, en algunos casos como los destinados a los sistemas "naked", incrementan su diámetro hasta los 58,7 mm.

A excepción de estos nuevos modelos, el tamaño más común de los tampers del mercado es de 58 a 58,4mm. No son tampoco excepcionales los casos de portafiltros que admiten únicamente tampers de diámetro más ajustado, 53 y 57 mm.

Forma de la base

La base de un tamper tradicional italiano tiene una forma convexa, mientras que un moderno barista de tercera generación (3rd wave) prefiere el tamper con la base plana.

Material de la base

Hoy en día, todas las bases son de acero inoxidable, es muy raro encontrar bases de aluminio. La base de acero inoxidable proporciona al tamper un mayor peso, lo cual facilita la acción de "tampear". Aún y así, los baristas más experimentados, con un perfecto dominio de la compactación del café, pueden optar en el mercado por tampers más ligeros con base hueca.

Estilo de mango

El estilo del mango es una elección muy personal hasta el punto que algunos fabricantes ya permiten personalizar esta pieza como símbolo de identidad propia para el barista. Se puede optar por tampers que permiten, por ejemplo, cambiar el mango y también regular la altura. Los hay que también se pueden estampar con el nombre del barista o del local,... La elección, pues, irá en función de gustos y de como mejor encaje la mano del barista sobre esta parte del tamper. Hay quien prefiere el mango grande con un tallo grueso, mientras que otros prefieren un mango más delgado.

Material del mango

El material del mango también es una opción muy personal. La madera y el aluminio son los materiales más populares. Pero también existen los mangos de goma de silicona, nylon de colores, piel e incluso de cristal.

En el caso de los mangos de madera, el mercado ofrece diferentes calidades y acabados, siendo algunos de los más preciados por los profesionales los fabricados con maderas tratadas de forma artesanal, con aceites naturales y exentos de cualquier tipo de pintura.

En estos últimos tiempos, se han empezado a ver, también, tampers con mangos de colores muy llamativos en algunas estaciones baristas.

En cualquiera de los casos, todos los materiales están orientados a la comodidad del Barista y en los casos de piezas con color o acabados más sofisticados como la piel, por ejemplo, a aportar una distinción adicional a esta herramienta imprescindible del profesional barista.

Fuente: **Ascaso, Coffeetech y Eunasa**

la extracción uniforme (este resultado lo obtendremos también si el punto de molido no es el correcto, independientemente, que a posteriori realicemos o no una correcta compactación). Un café más compactado de la cuenta, durante la pre-infusión, no se puede desarrollar correctamente debido a una falta de espacio. La pastilla crecerá hasta los "límites" de la cámara, y a partir de este momento el crecimiento irá en detrimento del espacio entre partículas. El resultado será una taza sin apenas crema.

Por el contrario, un café poco compactado, al recibir el agua a presión en el cacillo, no ejerce ningún tipo de resistencia, reduciendo el tiempo de contacto y por tanto de extracción. El resultado es un café acuoso, y con poco cuerpo. Durante el proceso de pre-infusión, la pastilla de café crece, aumenta de volumen, pero al no encontrar unos "límites" que la mantengan compacta, el mismo flujo de agua "remueve" el café, favoreciendo a que el agua se

"cuele" sin permanecer el tiempo de contacto suficiente con el café para conseguir una correcta extracción.

Accesorios

En una estación barista, el tamper suele disponerse junto al molino. Lo habitual es contar con una especie de alfombra de silicona donde colocar los elementos y poderse apoyar. Las más nuevas incorporan en su diseño base para el portafiltro con hueco para tamper y cuchara. Otros modelos, combinan la base para el portafiltro con una base especial para el tamper. La forma habitual es rectangular pero desde algunos fabricantes han puesto a la venta prácticos diseños cantoneros que incorporan tanto espacio para el tamper como para apoyar el portafiltro. También hay modelos independientes de bases para portafiltros con espacio en su parte superior para colocar el tamper.

Ángela d'Areny

Cómo utilizar el Tamper



Moler café con previsión de consumo a corto plazo, preservando las características del café en grano por más tiempo.



Distribuir la dosis sin presionar.

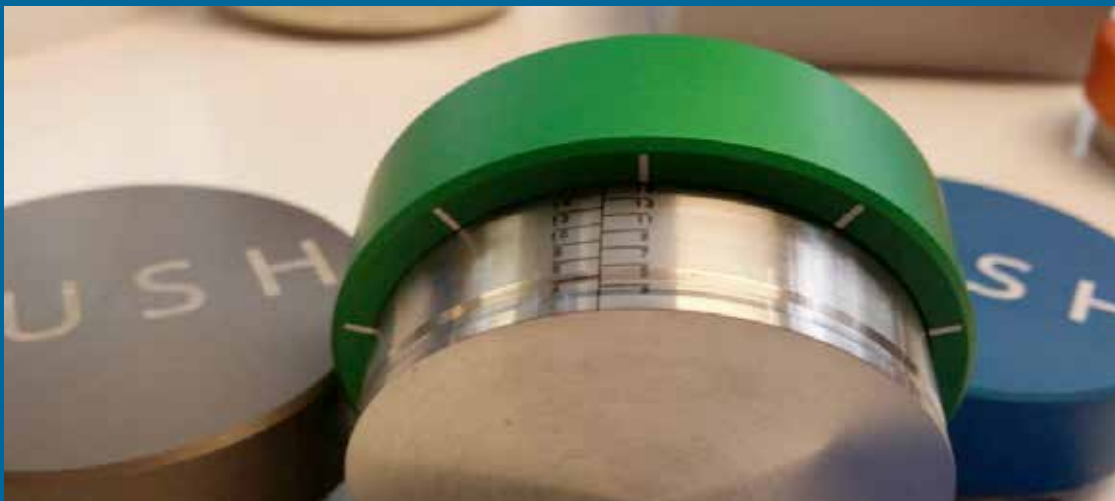


Llenar el portafiltro simple con 7 a 9 gr y el doble con 14 a 18 gr de café enrasando.



Compactar con el tamper ejerciendo una presión de 20 kg.

El push



El universo de artículos baristas no para de crecer. La estrecha vinculación que se ha establecido entre los profesionales de este ámbito y los fabricantes está favoreciendo la entrada en el mercado de múltiple y nuevo menaje específicamente pensado y diseñado para favorecer la consecución de la perfecta taza de café.

En el ámbito de los tampers, más allá de las innovaciones en la ergonomía y material de los mangos, y los diseños, por ejemplo de las bases, lo más nuevo llega en forma de una pequeña pieza redonda, en forma de disco puck (al estilo de los utilizados en hockey hielo para meter goles). Lo

utilizó el campeón de baristas de Reino Unido, Maxwell Colonna en el Mundial y desde entonces hay voces que aseguran que es el sistema más preciso para compactar el café.

El artilugio en cuestión se compone de dos piezas. Una que actúa de base y otra de "botonera". La base, de aluminio, permite ser regulada en altura, de modo, que una vez ajustada la correcta según el volumen de café y la altura del portafiltros, y siempre y cuando continuemos trabajando en las mismas condiciones, el prensado será siempre el mismo.

Cómo anticiparse y adaptarse a los cambios



Los cambios fundamentales se desarrollan lentamente y sin avisar. Frente a un hecho nuevo, no siempre se sabe si es el primer paso de una gran transformación o de una incidencia sin importancia que no tendrá continuidad

• Cómo percibir la diferencia entre un dato que inicia una tendencia o uno irrelevante? Si uno se lanza en pos de un camino equivocado, puede estrellarse, y si lo ignora, puede ser superado por los competidores, o en el mejor de los casos perder la oportunidad de destacarse.

¿Grande o ágil? ¿Inteligente o intuitivo?

El hecho de no conocer ninguna regla para resolver este dilema, no justifica ni la pasividad, ni el dejar de hacerse una serie de reflexiones que cuando menos ayudarán a clarificarnos las ideas y a tomar las mejores decisiones minimizando los riesgos. Intentaremos esbozar un mismo planteamiento, pero con preguntas y comentarios aplicables tanto a una mediana empresa comercial como a un establecimiento de hostelería.

Se impone una profunda reflexión, con ojos y mente abierta, sobre la evolución del consumidor y del pequeño comercio, de los grandes almacenes, "mega stores" o centros comerciales. La idea de franquicia, hoy tan extendida, no era inicialmente tan obvia, pero alguien supo en su momento analizar sin prejuicios sus canales de distribución y encontrar un camino mejor.

Hemos de ver los posibles puntos de contacto de nuestras actividades con las máquinas de distribución de vending, establecimientos 24 horas, distribución puerta a puerta, comercio electrónico, telemarketing o venta por correspondencia.

Precisamos de cuatro ojos para anticiparnos a nuestros competidores y no dejar que se nos adelanten encontrando un camino más corto o económico de llegar al consumidor.

Información del entorno

La mayoría de nuestros productos o servicios están relacionados con otros sectores, a veces en régimen de estricta dependencia o de competencia. ¿La próxima generación continuará tomando café? ¿O quizá lo tome con leche, licor o aromas? Quizá un movimiento de ámbito mundial lo ponga más de moda o lo denigre.

Hay que examinar la evolución del tiempo libre, de las comidas y sus horarios, de la duración de la jornada laboral. Todos estos conceptos están ligados al consumo del café, que puede realizarse mayoritariamente en el hogar, en la oficina o en la calle. El café, en los próximos años, ¿subirá significativamente de precio, se mantendrá o disminuirá?, ¿se impondrá finalmente el concepto de calidad?, ¿qué arraigo tendrán, definitivamente, los conceptos de café orgánico, sostenibilidad o comercio justo?

Lo más difícil no es analizar las mil y una informaciones que nos inundan a diario. Lo verdaderamente difícil es tener el estado de espíritu adecuado para iniciar el análisis, y dar importancia a todos los impactos, por extraños que nos parezcan. Es un análisis "base cero", sin prejuicios, siendo imprescindible tener una gran dosis de humildad para no aferrarse a la soberbia de que uno, -director o propietario-, tiene una obvia explicación para todo, y de que pocos le pueden enseñar algo nuevo.

Nada más peligroso en una empresa tostadora, por ejemplo, que comentarios del siguiente tipo: "Esto es un fenómeno cíclico de tanto en tanto acostumbra a suceder", "nuestra práctica no lo permite, hemos de ser coherentes", "esta baja la recuperamos a partir del próximo mes" o "es imposible reducir más nuestros márgenes".

Lo mismo sucede en la hostelería, donde deberían desaparecer pensamientos como, " los clientes se toman lo que les echas", "esos frikis que piden variedades diferentes son cuatro gatos", "esto solo es una moda pasajera", "otra cafetería, terminarán cerrando", ...

Creatividad, intuición

Estas, y tantas otras, son las explicaciones que a veces pretenden ser como un carpetazo arreglando el problema. Nada se arregla así, sólo se esconde una situación anómala que puede continuar creciendo hasta que llega el momento en que su solución es costosísima o imposible. Debería tener mucha habilidad o fuerza de persuasión el que convenció en su día a la plana mayor de IBM

Análisis de negocio: empresa *versus* cafetería

Empresa comercial	Cafetería
Información interna y de la clientela	
Reflejar todas las diferencias producidas en la actividad diaria Reflejar todas las diferencias en las ventas a través de los diferentes canales Reflejar todas las diferencias en la distribución entre los diferentes tipos de líneas o productos Reflejar todas las diferencias en la distribución geográfica	Detectar los cambios cuantitativos y de perfil de la nueva clientela Escuchar los comentarios de los clientes Saber qué clientes dejan de acudir Cambios en las costumbres horarias de la clientela
Análisis de información de los competidores	
¿Tienen éxitos inesperados con un nuevo producto? ¿Están concluyendo contratos en condiciones diferentes o inusuales? ¿Amplían sus instalaciones?	¿Cambió el vecino la decoración? ¿Ofrece mejores calidades? ¿Amplió su oferta? ¿Ofrece bebidas con café?
Análisis de la información de los sistemas de distribución	
Seguir atentamente las variaciones en las participaciones de mayoristas, distribuidores y cadenas de compras Conocer perfectamente los sistemas de venta de nuestros colegas a través de vendedores, representantes o franquicias Estar al tanto de la consignación de productos, regalos o depósitos de material, pagos en efectivo, etc.	¿Se detectan cambios en los horarios de apertura? Mis competidores ¿han cambiado de proveedor? Analizar la aparición de establecimientos "fuera de la norma" por su tamaño, oferta, precios, especialización u horario

de que no valía la pena preocuparse en demasía por todos aquellos movimientos alrededor de los PC. Esta postura le costó billones y perder la hegemonía mundial...

No precisamos poner ejemplos tan alejados. Se indican sólo para confortarnos, al comprobar que las mentes más preclaras -en teoría, o por el sueldo que cobran- no siempre están al nivel que se espera de ellas. En nuestra esfera más cercana, en nuestra ciudad, en nuestro barrio, todos tenemos nuestras pequeñas experiencias, propias o ajenas.

"La innovación es lo que distingue a un líder de un seguidor". Steve Jobs

Diferenciación

Todo debe ser analizado, huyendo de las fáciles explicaciones: crisis, coste del dinero, falta de recursos... Después de ser todo diseccionado y sopesado, la decisión que se tome deberá ser aplicada sin dudas ni vacilaciones, por muy agresiva que parezca respecto a nuestra organización actual.

No nos debe intimidar nadie, ni nuestros propios miedos, para: Vender, comprar, abrir, cerrar, cortar, añadir, cambiar, trasladar, despedir, externalizar... Pero alguien debe decidir y tomar la responsabilidad, teniendo bien claro que asume el riesgo si las cosas van mal y que si el éxito le sonríe, la idea tendrá tantos padrinos como colaboradores.

O dicho de una forma más casera, diferenciación. Realmente hemos de ser diferentes de los demás si queremos sobresalir. Si somos algo mejores, iremos distanciándonos muy lentamente, pero sólo nos destacaremos si somos diferentes, y evidentemente no nos equivocamos al escoger un camino alejado de las normas convencionales.

La mejor diferencia es la que va unida a la creatividad. El ideal es analizar los deseos básicos de nuestros clientes y detectar una respuesta innovadora para satisfacerlos. Si uno sabe llevarla adecuadamente a la práctica -y esto es todo otro mundo-, el éxito es seguro.

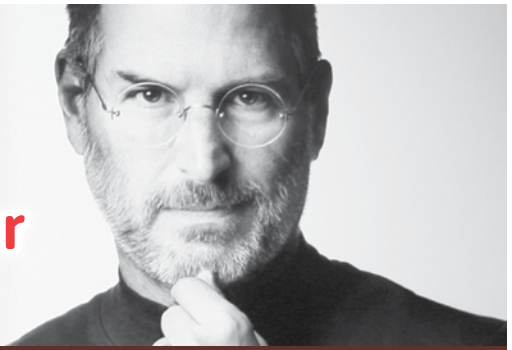
La circulación de dinero entre cada vez más gente -y en especial jóvenes y adolescentes- y el abaratamiento relativo de muchos bienes o servicios, está mudando los hábitos y concentrando consumo en renglones que eran hasta hace poco elitistas o testimoniales. Estos cambios comportan también variaciones en los hábitos de comer, beber, vestir, peinarse, calzarse,...

Tampoco nos hemos de dejar llevar por el desánimo de que "nadie sabe a dónde vamos, o esto no hay quién lo entienda". Debemos darnos un respiro, sentarnos a reflexionar, analizar y después decidir, y con nuestra mejor sabiduría e intuición, prever cómo que nos está rodeando afectará a nuestra actividad, y qué haremos para adaptarnos y sacar provecho.

No debemos sentirnos atados a lo que estábamos haciendo hasta hoy, y hay que actuar con valentía, pero con precaución, para minimizar un posible tropiezo. No son evidentemente aconsejables saltos al vacío o sin red: debemos siempre tener prevista la salida en caso de "máxima pérdida", y no sólo soñar con el "máximo beneficio".

Haciendo las cosas bien, nadie nos asegura el éxito, pues hay de por medio muchos condicionantes fuera de nuestro control, pero sí que por lo menos podremos sentirnos lejos del nivel de "máxima pérdida", que está reservada para aquellos que inconscientemente continúan a su ritmo, insensibles a los acontecimientos que, sin respiro alguno, van conformando cada día nuestro mundo del café.

Steve Jobs, reflexiones para emprender y cambiar nuestro negocio



A lo largo de su vida, Steve Jobs, cofundador de Apple dejó para la posteridad multitud de pensamientos magistrales, la mayoría adelantados a su tiempo. A mí, como a muchos otros emprendedores, estas perlas del conocimiento me han ayudado a superar importantes desafíos

El pensamiento de un genio, sin embargo, no se resume en 4 citas, aunque mi propósito, tampoco es, hacer una enumeración de frases lapidarias. Pretendo, simplemente, rescatar los pensamientos y las actitudes de Steve Jobs que más influencia han ejercido en nuestro tiempo, para sacar mis propias conclusiones e invitar al lector a que saque las suyas...

1. Foco, foco, foco; pasión, pasión, pasión

Durante toda su carrera, Steve Jobs insistió en focalizar el esfuerzo en lo más importante y olvidarse del resto, aunque esto implicase renunciar por completo a otros proyectos. Esta poderosa idea, de clara inspiración zen, era una de las piezas clave de su visión del liderazgo. Personalmente, lo que más me atrae de esta visión es que donde otros hablan de "priorizar", Jobs habla de "descartar", sin más. El moderno emprendedor tiene que estar preparado para decir no, para descartar, y para mantenerse centrado: solo así se pueden hacer grandes productos, y solo así se puede llevar al extremo el cuidado por el detalle.

Mi conclusión: Donde no hay foco, no puede haber pasión.

2. Los clientes no saben lo que quieren hasta que alguien se lo muestra

Si hubiésemos preguntado "¿qué dispositivo necesitas?" a un usuario de telefonía móvil a finales de los 90, nunca habría dicho: "Un smartphone", Ni... "Una tablet". ¡No puedes saber que quieres algo que aún no se ha inventado!

Decía Henry Ford que si hubiese preguntado a los americanos qué querían en los inicios de su carrera en la industria del automóvil, le habrían contestado esto: "¡Un caballo más rápido!". Pero Ford puso ante los ojos asombrados de su mercado otra cosa bien distinta: vehículos a motor asequibles. Esta es la diferencia entre intentar hacer negocios y conseguir hacer historia.

Mi conclusión: Cuando se trata de crear productos ganadores, el consumidor no va a hacer TU trabajo. Observando al consumidor, descubrirás lo que necesita; preguntándole qué debes hacer, solo darás vueltas en círculos.

3. No hay que tener miedo a devorarse a uno mismo

Las empresas, grandes y pequeñas, sienten pánico a lo que en marketing de producto llamamos canibalización (producto que le quita ventas a otro de tus productos).

Steve Jobs pensaba que si no estás dispuesto a devorarte a ti mismo, entonces un competidor lo hará por ti. A lo

largo de la historia, grandes marcas han sucumbido por no compartir esta visión. Así, la mayoría de los productos de la última etapa de Apple se canibalizan entre sí. Aún lo hacen.

Jobs siempre promovió que las empresas funcionasen como una gran familia, evitando que la competencia interna bloqueara los proyectos. Gráficamente, podríamos describir este tipo de situación así: los chicos del departamento A no pueden lanzar el producto X porque eso le quitaría ventas al producto Z que es de los chicos de la división B.

Mi conclusión: Si un nuevo producto te puede quitar ventas, más vale que sea TU producto.

4. La importancia de estar siempre "en el cruce entre las ciencias y las letras"

La realidad no es de ciencias ni de humanidades. Es ambas cosas a la vez. ¿Se puede tener una conexión plena con el mundo que nos rodea prescindiendo de una de ellas?

Jobs demostró, a base de éxitos sin precedentes, que esa posición en el cruce de caminos entre la tecnología y el arte le daba ventaja en un negocio donde la toma de decisiones estaba secuestrada por los criterios técnicos.

Mi conclusión: El emprendedor del futuro es, ante todo, un creador de productos, y su base de conocimientos es multidisciplinar.

5. Una nueva visión del mundo: para los jóvenes, el mundo entero es un mismo lugar

A algunas personas les horroriza este enfoque del mundo actual, pero la realidad es tozuda.

Más allá de los juicios de valor, Jobs fue capaz alcanzar una comprensión profunda de este fenómeno cultural transnacional antes que nadie. Ahora, los publicistas de las grandes marcas moldean esta visión, y la usan intensivamente en sus campañas (aunque a menudo de manera estereotipada).

Mi conclusión: Si no somos capaces de ver el mundo a través de los ojos de las nuevas generaciones, nuestros proyectos estarán muertos antes de empezar.

6. Rodearse de los mejores a cualquier precio

La biografía de Jobs está llena de ejemplos que demuestran hasta qué punto estaba dispuesto a pagar cualquier precio por tener a los mejores.

Pese a su carácter, pese a los conflictos, Jobs ha dejado en el camino una larga estela de colaboradores y socios agradecidos que se han hecho millonarios a su lado.

Para estar en el equipo de Jobs, solo había dos requisitos que cumplir: ser el mejor y demostrar una entrega absoluta. Era una cuestión de aptitudes y de actitudes. Lo demás, como la edad, el origen, o la titulación, daba igual.

Todavía hoy, muchas empresas, quizás la mayoría, contratan “perfiles” y no “personas”. Pero los estereotipos, por definición, nos abocan a la mediocridad. Jobs no cometía ese tipo de error, ni por asomo. ¿Cómo si no se puede aportar auténtico valor en la creación de productos que hacen historia?

Mi conclusión: Trabajar con “los más baratos” y no con “los mejores” es posiblemente uno de los mayores errores que puede cometer un emprendedor.

7. La obsesión por controlar cada detalle de la experiencia de usuario

A principios de los 80, en un mundo donde se juzgaban los productos por su utilidad, Jobs, como casi siempre, rompió todos los esquemas y puso el foco en otro lugar: la experiencia de usuario, la experiencia que vive el consumidor al usar un producto es lo que realmente marca la diferencia!

¿Cómo es esa experiencia? ¿es agradable? ¿intuitiva? ¿sencilla? ¿estimulante? ¿diferente? En otras palabras, ¿cómo se siente el consumidor al usar/consumir el producto? No olvidemos que:

Hablamos de emociones, de los sentidos, en definitiva, hablamos de lo que realmente importa, de las motivaciones y recompensas más profundas. De todas las lecciones que nos dejó Steve Jobs, la obsesión por el detalle es una de las más celebradas y comentadas.

Mi conclusión: ¿Hemos pensado en cómo es la experiencia que vive nuestro cliente con nuestro producto? Más aún: ¿has “diseñado” esa experiencia?

8. El minimalismo: menos es más

Prescindir de lo superfluo hace que los productos sean mejores. Menos, es más. Lo que está de sobra empobrece la experiencia del usuario con nuestro producto, y por tanto, resta; por eso menos puede ser más; literalmente. Tiene todo el sentido, ¿verdad?. En un mundo de ingenieros que se quejaban de que “la gente no se lee los manuales”, Jobs fue de los primeros en plantear que un buen producto probablemente no necesita de un manual. En los años 70, esto era revolucionario; hoy en día, pocos lo discuten ya.

Mi conclusión: Es un error pensar que lo superfluo es fácilmente identificable: antes, tenemos que aprender a identificar lo esencial. Quizás, el fallo de muchas empresas está en no prestar atención a su esencia ni a sus raíces.

9. El diseño de productos tecnológicos, como proceso creativo integral

Es evidente que para avanzar se necesita tener visión, pero durante las últimas décadas muchas empresas han renunciado a ella, confundiendo “perfeccionamiento” con “innovación”.

No decimos que Apple “hizo significativos avances en I+D en el área de los reproductores mp3”; decimos que “Apple creó el iPod” (y todo el modelo de negocio que le rodea). La diferencia no es baladí, ¿verdad?

Con frecuencia, Steve Jobs ha sido descrito como un creador (y él se sentía muy a gusto con esa etiqueta), e incluso como un reinventor. Me gusta esta última definición, porque ¿qué se puede hacer cuando parece que todo está inventado?

Mi conclusión: Donde no hay nada que inventar, el auténtico innovador reinventa.

10. “Piensa diferente”, mucho más que un slogan

Steve Jobs se aseguró de que Think Different, el famoso eslogan de Apple, no fuese un concepto vacío, ni una declaración de intenciones, sino una auténtica filosofía de empresa. Pensándolo bien: En el fondo, decir “piensa diferente” no tiene nada de diferente; llevar esta afirmación a la práctica, hasta las últimas consecuencias, sí lo tiene.

Ahí reside precisamente la grandeza de Jobs: pensó y actuó de manera diferente de verdad, y gracias a ello consiguió que millones de personas de distintas culturas se replantearan su relación con la tecnología desde una nueva óptica.

Mi conclusión: Hacer cambios y mejoras sobre lo que ya existe es fácil; pensar diferente no lo es; pensar diferente es lo que te lleva a crear cosas nuevas, a hacer lo que nadie ha hecho antes, y a vivir una vida plenamente tuya.

11. Diseñado en...

Prácticamente desde sus orígenes, los productos de Apple incluyen la orgullosa afirmación “Diseñado en California”. El iPhone es un producto de Apple... y Apple es una empresa netamente californiana, con todo lo que eso representa.

Mi conclusión: Dotemos de sólidas raíces a nuestros productos y servicios, y hagamos que sean perceptibles y que tengan sentido. Solo así conseguiremos productos más humanos, y marcas más duraderas.

12. La idea de que si actúas como si algo fuera posible, acabará siéndolo

Uno de los aspectos más célebres de la personalidad de Steve Jobs es su famoso campo de distorsión de la realidad, una actitud hacia los desafíos que ha sido descrita con mucho detalle por sus colaboradores y biógrafos. Planteémonos esta pregunta: ¿Podemos modificar la realidad proyectando sobre otros una poderosa influencia?

Sabemos que Jobs tuvo muchos problemas en algunos momentos de su carrera precisamente por esto. Sin embargo, ¿cuál es el saldo final de una vida dedicada a creer apasionadamente que si actúas como si algo fuera posible, acabará siéndolo?... A poco que sepas sobre los logros de Steve Jobs, seguro que tienes una buena respuesta para esta cuestión.

Pero, ¿cuál es el fundamento de este “campo de distorsión”? ¿cómo funciona?. Para Jobs, la clave está en cómo perciben los demás nuestra actitud hacia nuestros propios proyectos y en cómo proyectamos nuestra capacidad de conseguir objetivos.

Mi conclusión: La actitud lo es todo (o casi).

Ernesto del Valle

Consultor Web 2.0, formador y conferenciante



I Simposio Internacional de Café y Salud Toma Café

El consumo habitual y moderado de café reduce los riesgos de muerte prematura por causas cardiovasculares, así como de desarrollar enfermedades cardiovasculares, diabetes mellitus tipo 2 y cáncer en diferentes órganos, en particular de hígado y endometrio

La ciencia y los especialistas en salud han dejado de mirar con malos ojos al café, y contrariamente a lo que sucedía tan sólo unos pocos años atrás, los que identifican el consumo moderado de café como una cuestión saludable son cada vez más.

Esta tendencia es tal, que el pasado mes de octubre en Bogotá (Colombia), en el marco del Seminario Internacional de Periodismo Científico, se celebró el I Simposio Internacional de Café y Salud, en el que se debatió la importancia de difundir las evidencias que desmitifican muchas de las creencias erróneas sobre la influencia de este producto sobre la salud de los consumidores.

La jornada académica, organizada por el Programa Toma Café, convocó como expertos en investigación y salud pública, al doctor Jaakko Tuomilehto, investigador de la Universidad de Helsinki de Finlandia y Presidente Honorario de la Asociación Mundial de Diabetes, y al Profesor Jorge Chavarro, investigador de la Escuela de Salud Pública y de la Escuela de Medicina de la Universidad Harvard.

El doctor colombiano Chavarro presentó las principales conclusiones de una exhaustiva revisión sistemática y meta análisis de la literatura científica existente llevada a cabo por el Comité Asesor de Guías Alimentarias de Estados Unidos, que cada cinco años establece las Guías Alimentarias de ese país. Cada edición de las guías refleja el estado actual de la ciencia en cuanto a la relación entre nutrición y salud.

Según las conclusiones presentadas por Chavarro, el consumo moderado de café (entre 3 y 5 tazas por día) disminuye 21% el riesgo de muerte prematura por causas cardiovasculares. Asimismo, el consumo habitual de la bebida reduce el riesgo de desarrollar enfermedad cardiovascular y en menor medida enfermedad coronaria, así

como el riesgo de accidentes cerebrovasculares isquémicos (reducción del riego sanguíneo), riesgo de fibrilación (contracción anómala e incontrolada de las fibras del músculo cardíaco) auricular y falla cardíaca.

En cuanto a la reducción del riesgo de padecer diabetes tipo 2 por consumo habitual de café, Chavarro precisó durante su intervención, que no hay diferencia entre consumo de café con o sin cafeína, debido a que son otros compuestos químicos de la bebida los que tienen efecto sobre el riesgo de desarrollar esta enfermedad.

El experto también refirió que el consumo habitual y moderado de café se traduce en menor riesgo de padecer cáncer en diferentes órganos, en particular de hígado y carcinoma del endometrio. "Existe, además, evidencia moderada de que la ingesta de café está asociada a menor riesgo (28%) de padecer enfermedad de Parkinson", añadió.

Dos a tres tazas diarias de café reducen un 10%, el riesgo de padecer diabetes

Chavarro destacó, también, la gran influencia que tienen las conclusiones de este Comité Asesor en las políticas de salud y seguridad alimentaria en Estados Unidos, que a su vez se irradian al conjunto de la industria.

En este sentido, el investigador colombiano, quien da recomendaciones junto con otros expertos a la agencia estadounidense Food and Drug Administration (FDA) y otras dependencias encargadas de las guías dietéticas nacionales, concluyó su intervención recordando que "si bien, durante muchísimo tiempo ha quedado en el co-



El Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, **Toma Café**, es la coalición de la cadena cafetera, integrada por empresas torrefactoras del país y la Federación Nacional de Cafeteros (FNC). Es una iniciativa de largo plazo que busca estimular la demanda interna del café para impulsar toda la cadena desde el árbol hasta la taza. Así, el programa se ha fijado como principales objetivos, fidelizar la amplia base de consumidores de café en Colombia, [más del 90% de los hogares del país], elevar el consumo per

cápita y atraer a los jóvenes. Para conseguirlo, trabajan agregando valor a lo largo de la cadena hasta llegar al consumidor a través de formaciones baristas, investigación sobre el mercado y campañas educativas a todos los niveles.

En el marco de esta estrategia han creado un departamento específico dedicado a Café y Salud y un portal web **cafeyciencia.org** en el que se recopilan reseñas de estudios científicos sobre el café y su impacto sobre la salud humana.

nocimiento popular que el café es inherentemente malo, para la mayoría de las enfermedades investigadas, el café no aumenta ni disminuye su riesgo. En muchas, la evidencia muestra que tiene efectos beneficiosos", añade, basándose en una revisión de la literatura publicada sobre el tema, que incluye las guías estatales, el European Journal of Medicine, entre otras.

Los metaanálisis, con múltiple información cruzada, han dado un importante empujón a la investigación entorno a café y salud

De los falsos mitos al consenso científico

El doctor Tuomilehto, por su parte, expuso cómo han evolucionado en el tiempo las conclusiones de diferentes estudios sobre los efectos del consumo de café en la salud humana, derribando mitos o clarificando conclusiones previas, gracias a la elaboración de estudios y aplicación de técnicas, como los meta análisis, cada vez más robustos y refinados, que toman en cuenta muchas otras variables que antes no.

Así, aunque en los años 60 y 70 los estudios podían llegar a conclusiones adversas sobre el café, lo que dio lugar a desconocimiento, información distorsionada o mitos sobre su consumo, estudios más re-

cientos han echado por tierra esas falsas creencias y ahora hay mayor consenso sobre los muchos efectos benéficos del café.

Tuomilehto confirmó que la ingesta de café reduce los riesgos de desarrollar diabetes mellitus tipo 2 y tiene además efectos antioxidantes benéficos. "Está comprobado que si tomas de dos a tres tazas diarias de café, el riesgo de padecer diabetes cae un 10%. Si son cinco, tal vez un 30%", insiste este doctor perteneciente a uno de los países más consumidores de la popular bebida y donde -destaca- hay investigaciones al respecto que incluyen a más de 50.000 personas.

Durante su intervención, el profesor Tuomilehto, también hizo referencia a los resultados del Health Professional Follow-up Study y el Estudio de Salud de EE.UU, desarrollado durante 24 años de seguimiento a 41.736 hombres y 86.214 mujeres y cuyos resultados han concluido que en la comparación de aquellos que bebían de 3-4 tazas por día con los que bebían de 5 a 6, los primeros reducían el riesgo de mortalidad alrededor de un 23% y un 32%, los segundos. La eficiencia de estos consumos, aseguran, se logra sin importa el método de preparación, origen o blend.

Durante el Simposio, los científicos establecieron, también, que la ingesta de café no está asociada al riesgo de parto prematuro, ni efectos durante el embarazo; por el contrario, afirmó el profesor Chavarro que el café puede tener múltiples efectos benéficos entre los cuales se resaltan una menor incidencia de enfermedad cardiovascular y diabetes tipo 2 y muerte prematura.



Hugh Jackman, un actor solidario con el café

La experiencia de un actor de Hollywood en cafetales etíopes y su relación de amistad y colaboración con un productor de café local, toma forma de documental cinematográfico para dar voz a los caficultores africanos y de todo el mundo

El actor Hugh Jackman (Lobezno en X-Men, Australia, Les Miserables,...) ha decidido ponerse en acción y dar un paso más allá de lo que suelen hacer personajes populares como él, y además de actuar como embajador de la Fundación World Visión, se ha implicado personalmente en el proyecto, 'El sueño de Dukale', un documental que quiere dar voz a los caficultores africanos y de todo el mundo.

El documento cinematográfico dirigido por Josh Rothstein, se basa en el viaje de Jackman y su esposa, la también actriz Deborra-Lee Furness a Etiopía hace seis años, donde conocieron a un joven productor de café llamado Dukale con el que compartieron durante una temporada su día a día y trabajo en el cafetal. En ese tiempo, ha explicado el actor, "quedé tan sorprendido con lo que aprendí de Dukale que le prometí mostrar su historia a todo el mundo, colaborar en la concienciación mundial a favor del respeto al origen de lo que consumimos y las consecuencias de las elecciones que tomamos sobre la elección de unos u otros productos, y que afectan no sólo al medio ambiente sino también a personas reales: en este caso, a productores de café y sus familias".

El actor asegura, además, que "desde que conocí a Dukale, cuando tomo una taza de café, lo primero que pienso es de dónde proviene mi café, ¿quién lo plantó? ¿Cuál es la situación de esa persona?, ¿Cómo es su comunidad?,... una taza es mucho más que un puñado de granos de café".

El superheroe del café

Tras su estancia en Etiopía, y al regreso a los Estados Unidos, Jackman decidió tomar una posición activa a favor del comercio justo, algo que mantiene a día de hoy. El actor intervino ante la Cumbre del Clima de las Naciones Unidas en nombre de los productores de café como Dukale, explicó lo que significa para ellos el comercio justo y la diferencia que marca en la lucha contra la pobreza. Además fundó junto a su esposa, la empresa social de café y té orgánico, Laughing Man (El hombre que ríe), cuyas ganancias son donadas a organizaciones como la Fundación World Vision para que sigan trabajando en pro de un modelo de desarrollo sostenible. Inspirado por el optimis-

mo y la determinación de Dukale, Jackman abrió, además, la cafetería Laughing Man, una pequeña tienda donde se ofrecen cafés de cultivos responsables, entre ellos, el del propio Dukale.

El documental, disponible desde hace unas semanas en iTunes, acaba con las imágenes de este caficultor tres años después del encuentro con el actor australiano. En ellas se ve como ha extendido su granja y cómo está proporcionando formación agrícola a otros agricultores locales. Su esposa Adenech, es, ahora, dueña de un pequeño café y tienda de aperitivos en el pueblo.

Las ganancias de las ventas de la película irán destinadas a proyectos de desarrollo comunitario a la Fundación World Vision en Etiopía. "Todos los proyectos en los que trabajamos son propios y se desarrollan con personal local en cada país. Por tanto, cada donación y colaboración, es optimizado y controlado de principio a fin", explican desde esta organización de desarrollo y ayuda humanitaria que trabaja en 98 países desde hace 65 años.

"El medioambiente es un tema transversal presente en el diseño de todos nuestros proyectos y programas y es asimismo uno de los sectores clave de nuestra labor, ya que las comunidades de los países en desarrollo donde trabajamos depende prácticamente en su totalidad de actividades agrícolas y ganaderas, que a su vez dependen del clima y de los cambios medioambientales. En este sentido llevamos a cabo numerosas actividades, desde proyectos de reforestación, a la capacitación de las familias en técnicas de cultivo adaptadas al cambio climático, como la agricultura de conservación. Por otro lado, sensibilizamos a las comunidades sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y les formamos en sistemas de clasificación de residuos, que son útiles no sólo para garantizar el cuidado del entorno más inmediato, sino también como un medio adicional de ingresos a través del reciclaje y la venta de residuos sólidos", añaden desde la dirección de esta organización, hoy, la más grande del mundo en apadrinamiento de niños y la número uno en entrega de alimentos dentro del Programa Mundial de Alimentos de Naciones Unidas. La Fundación World Vision tiene estatus consultivo en el Consejo Económico y Social de la ONU.



El café, una pieza de museo

El café es un producto con cultura propia. Su historia, sus rituales de preparación, sus tradiciones, su técnica,... conforman un mundo apasionante, tanto, que desde hace ya unas décadas, diversas iniciativas lo han elevado a pieza de museo

Los museos del café buscan rescatar de manera sencilla, didáctica y sensorial el mágico y fascinante mundo del café, dirigidos a todos los amantes del café o personas interesadas en temas cafeteros que quieran dejarse llevar por el apasionante sabor, aroma e historia del café. Compartir el camino de pasión y noble espíritu que busca revalorar este maravilloso y, muy a menudo, desconocido producto.

El más nuevo

Uno de los museos más nuevos dedicados al café es el de Dubai. Abrió sus puertas hace unos meses y arrancó con más de 400 artilugios para preparar la bebida, incluyendo máquinas para tostar los granos y molinillos, y cafeteras con todo tipo de formas. Entre esta generosa selección, destacan piezas como el Dalla, una cafetera tradicional cuya imagen es protagonista en las monedas de la Unión de Emiratos Árabes o el Alrmalh, un ingenioso artefacto que incorpora arena del desierto para mejorar el tostado de los granos. De hecho, el café ha formado parte de la tradición cultural de Oriente Medio desde casi el momento en que la humanidad descubrió este producto, por lo que la civilización árabe ha sido artífice de distintos equipos y técnicas para preparar el café, como estos y muchos otros que se pueden ver en este lugar.

Quien han visitado ya el museo, asegura que uno de sus grandes valores, además de la ya mencionado de su extensa colección es su propio director, Khalid Al Mulla, un apasionado del café quien durante su vida ha venido coleccionando diferentes instrumentos, equipos e información relacionada con el mundo cafetero, los cuales exhibe en el museo.

El museo cuenta también, con una sala de lectura, en la que los visitantes pueden acceder a numerosos textos relacionados con el café. Para finalizar la visita, por supuesto, los turistas pueden pedir un café en la cafetería del lugar, y relajarse después de una dosis de historia bien cargada de cafeína.

El más antiguo

The Bramah Museum es considerado por muchos como el primer museo convencional dedicado enteramente a la historia del café y del té. Situado en el número 40 de la calle Southwark de Londres - a 10 minutos escasos de la estación de metro de London Bridge- se congratula de contar con algunas piezas únicas y una de las exposiciones más completas dedicadas a estos dos productos.

En su salas se exponen documentos, utensilios, maquinaria, anuncios, cuadros y grabados que ayudan al visitante hacerse una composición bastante precisa, evidentemente bajo el prisma británico, de la historia comercialización de estos dos productos durante los últimos 400 años y la incidencia que ambos han tenido, en mayor y menor medida, en la economía de Inglaterra y en la de sus antiguas colonias.

El fundador y mecenas de este museo es Edward Bramah, un inglés que se ocupó durante algo más de 50 años a diversas plantaciones de café y té en África y Asia. En África trabajó en Malawi, Kenia y Tanzania y en Asia en China y la India. Explica el propio Bramah, que la idea dedicar un museo a estos dos productos, surgió a raíz de la crisis cafetera de principios del año 1952, la cual le obligó a volver temporalmente a Londres. La nostalgia y su pasión por el café y el té le hicieron pensar, entonces, en la posibilidad romántica de dedicar un espacio en su ciudad a esas dos plantas que tanto le habían dado.

La recuperación del mercado y el requerimiento de colaboración por parte de la Kilimanjaro Native Cooperative Union, primero y de la Kenia Coffee Auctions, y la China National Tea Corporation después, le hicieron regresar a África y Asia y aparcar su idea 40 años.

En los años 70, Edward Bramah compaginó sus colaboraciones en entidades relacionadas tanto con el café como con el té, con su trabajo en la empresa que, también con su nombre, como el museo, había abierto en el año 1966. La compañía estaba especializada en el diseño de cafeteras de filtro. Fue durante



esa época, cuando Bramah empezó a recoger buena parte de la maquinaria y del material que hoy forman parte de las vitrinas del museo.

En 1992, y ya de regreso a Londres, Bramah retomó su proyecto, y se encastó en un local cercano a la City, a las orillas del Támesis. La elección no era caprichosa. El artífice del museo quería con esta ubicación, muy cercana a una de las zonas de negocios más importantes del país, de Europa y del Mundo, destacar, no sólo el importante papel que café y té han jugado y siguen jugando en la economía mundial, sino también, subrayar su especial incidencia en la vida social de esa misma área de la ciudad, donde en el siglo XVII se concentraban buena parte de las cafeterías y casas de té de Londres.

El Museo está dividido en dos secciones, una dedicada al té y la otra al café. En ambos casos, las vitrinas recogen una gran variedad de material relacionado con el desarrollo comercial de ambos productos, así como otros tantos testimonios de la trascendencia cultural que tanto el té como el café han tenido en todo el mundo, y muy especialmente en los territorios de la Commonwealth.

En el área dedicada al café, vale la pena repasar la muestra dedicada a la historia de diversas cafeterías, además de la curiosa recopilación de los primeros anuncios de televisión de café instantáneo de 1956, una publicidad con los mismos años que el propio medio en el que se exhibieron.

Tanto en la zona dedicada al café como la dedicada al té, se sirven infusiones de estos productos. El café es tostado y preparado según el método Bramah -similar al café colado-, y el té tal cual se hacía antes de la aparición de las "bolsitas".

La mayor biblioteca cafetera del mundo

A orillas del lago de Zurich en Suiza, se encuentra el Johann Jacobs Museum. Desde su fundación en el año 1984 este equipamiento se ideó como un centro dedicado al culto del café. Cuenta con una de las bibliotecas especializadas más importantes del mundo con más de 3.000 volúmenes de referencia desde el siglo XVI hasta nuestros días, y una no menos importante colección de pinturas y grabados sobre

el café y todo lo que envuelve a este producto. Además, en el museo se exponen innumerables piezas, equipos, servicios de café y porcelanas y desde ya hace un tiempo se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de presentaciones multimedia que aproximan, aún más si cabe, la realidad del café a los menos profanos en la materia.

Entre las actividades más destacadas del este centro, se encuentran las exposiciones periódicas que, dedicadas a diferentes aspectos de la producción e industria del café, han acercado hasta las aulas de este centro a destacados profesionales del sector. Del mismo modo, las salas del museo han acogido algunos de los objetos más extraños relacionados con el este producto. Estas piezas han llegado desde los puntos más recónditos de la tierra y la mayoría por su peculiaridad, originalidad y rareza no han dejado a nadie indiferente.

El Johann Jacobs Museum está financiado por la Jacobs Foundation creada en Zurich por Klaus J. Jacobs, quien fuera principal accionista de la empresa tostadora Jacobs Suchard hasta el momento de su venta a Phillip Morris. Klaus J. Jacobs formaba parte de una reconocida saga de cafeteros centroeuropeos con Johan Jacobs a la cabeza, quien abrió en 1895 su primera tienda especializada en café, té, cacao, chocolates y galletas en la localidad alemana de Bremen. Antes, había pasado muchos años aprendiendo el negocio del café como empleado en una empresa importadora de esa misma ciudad. Durante ese tiempo, Jacobs ya destacaba por su especial paladar en la cata de este producto, por lo que había sido elegido como tostador y probador oficial de los cafés que hasta allí llegaban.

En 1907, Jacobs puso en marcha su propia planta de tostado, convirtiéndose pronto en el principal proveedor de la zona más próxima a Bremen. Trece años después, su sobrino Walter se hizo cargo del negocio e implantó un exitoso plan de marketing que en poco tiempo logró un importante crecimiento de la compañía, sin comprometer nunca la calidad de sus productos, una de las claves del éxito según la opinión de la mayoría de expertos. Ya en 1982, la Jacobs Kaffe se fusionó con Suchard Tobler, dando lugar a la Jacobs Suchard AG, durante una década una de las tostadoras más importantes de Europa.



Museos en origen

Más allá de Inglaterra, Suiza, Francia, Alemania,... encontramos museos de café en otros muchos lugares. Sus fondos varían, básicamente, como hemos visto en esta breve recopilación en función de si se trata de un museo ubicado en un país productor o un país consumidor, aunque todos ellos, independientemente de su ubicación, traspúan, sin lugar a dudas, pasión por el café.

Visitar uno de estos equipamientos en países productores es una experiencia muy recomendable y que ayuda a quien lo hace a "empaparse" de la historia cafetera del país. En los países productores las colecciones destacan por su riqueza entorno a los equipos y herramientas para la producción y beneficio del café, así como todo tipo de enseres, utensilios, mobiliario,... etc, del día a día de los caficultores y la vida en una hacienda de café.

En Matagalpa, una de las ciudades nicaragüenses más estrechamente vinculadas a la historia y desarrollo de la industria cafetalera en este país, encontramos un buen ejemplo de este tipo de museos. En la Avenida Central de este municipio, se encuentra el Museo del Café que comparte espacio con la oficina de información turística y la Casa Municipal de la Cultura, una convivencia nada casual, teniendo en cuenta la importancia que el grano ha tenido en la vida de esta tierra y sus gentes, y el excelente atractivo turístico que representa para los miles de visitantes que se acercan a esta zona de Nicaragua.

En el Museo se exponen algunos instrumentos utilizados en los primeros cafetales de la región, además de fotografías que ilustran la historia cafetalera matagalpina, la cual tiene su punto de partida en la ambición de un matrimonio alemán llegado a Nicaragua a finales del siglo XIX en busca de oro. Ahora bien, si el matrimonio Elster fue esencial en el inicio de la producción cafetera en esta zona, otro alemán, Otto Kühl Von DerFetch construyó la mayoría de los beneficios de café en las principales fincas de Matagalpa y



Jinotega a finales del siglo XIX y a principios del siglo XX, fundó varias haciendas, como la de Las Camellias (Jigüina) en el año 1902 la más grande del norte de Nicaragua en aquel momento y La Fundadora en 1912, la más moderna, e inventó e innovó maquinaria, ruedas hidráulicas, canales de agua, etc. Es un invento de Otto Kühl, por ejemplo, la primera despulpadora nicaragüense. El Museo del Café de Matagalpa expone una de las primitivas máquinas de Kühl, cedida por su nieto Enrique Chaves Kühl, propietario de la finca Santa Elena en Jinotega.

Otros museos y colecciones

Además de estos y otros museos entorno al café, destacan, también, completísimas colecciones privadas entorno a la temática del café, algunas tan importantes como la de la empresa Iberital. Las piezas históricas que ha ido recopilando Blai Farré, el fundador y propietario de esta empresa barcelonesa a lo largo de los últimos 30 años conforman esta colección única, a través de la cual es posible realizar un fiel recorrido por la evolución de las máquinas de café desde el siglo XIX hasta la actualidad. Máquinas de tipo percolador de finales del siglo XIX, modelos Art-Decó, una espectacular Numbar de dos brazos, una máquina espresso Omega de 1908, una Campeona espresso de palanca con un aparatoso regulador de presión exterior de los años 40-50, una Dunir de pistón con dos brazos de la misma época o una original Vassal de los años 30, son parte de esta completísima exposición en la que también se muestran molinos de café de diferentes épocas.

A destacar, también, en este ámbito de las colecciones privadas, la de la familia Deprez (Viva Sara) en Bélgica, o la de los propietarios del café Alquimista de Praga, un particular homenaje a la cultura del café desde sus orígenes a través de un viaje centenario alrededor del mundo. De esta colección, es especialmente interesante el fondo fotográfico que documenta los interiores de las cafeterías de la Primera república checa.

Calendario

HOREQ 2016

Salón Profesional de Proveedores para la Hostelería y el Sector Turístico
Madrid

Del 20 al 22 de Enero
www.ifema.es/horeq_01

MADRID FUSIÓN

Madrid
Del 25 al 27 de Enero
www.madridfusion.net

RIMINI HORECA EXPO

Salón del catering y la restauración
Rimini (Italia)
Del 23 al 27 de Enero
www.sp.rhex.it

CATEREX

Salón Alimentación, Bebidas y Hostelería
Tokio (Japón)
Del 16 al 19 de Febrero
www.jma.or.jp/hcj/eng/exhibit/index.html

H&T SALON HOSTELERÍA Y TURISMO

Málaga
Del 6 al 8 de Marzo
www.salonhyt.com

COFFEE FEST NEW YORK

Nueva York (USA)
Del 11 al 13 de Marzo
www.coffeefest.com

INTERNORGA

Feria de Hostelería y Restauración
Hamburgo (Alemania)
Del 11 al 16 de Marzo
www.internorga.com

AMSTERDAM COFFEE FESTIVAL

Amsterdam (Holanda)
Del 18 al 20 de Marzo
www.amsterdamcoffeefestival.com

SALÓN DEL GOURMETS 2014

Madrid
Del 4 al 7 de Abril
www.gourmets.net

LONDON COFFEE FESTIVAL

Londres (Inglaterra)
Del 7 al 10 de Abril
www.londoncoffeefestival.com

ALIMENTARIA

Barcelona
Del 25 al 28 de Abril
www.alimentaria-bcn.com

CAFFÈ CULTURE

Salón de la torrefacción y cafeterías
Londres (Inglaterra)
Del 10 al 11 de Mayo
www.caffecultureshow.com

TEA & COFFEE WORLD CUP

Varsovia (Polonia)
Del 10 al 12 de Mayo
www.worldcupkrakow.com

NRA SHOW 2016

Feria de Restauración y Hostelería
Chicago (EUA)
Del 21 al 24 de Mayo
www.show.restaurant.org

FISPAL CAFÉ

Feria Internacional del Café
Brasil
Del 14 al 17 de Junio
www.informagroup.com.br

COTECA

Feria del Café, Té y Cacao
Hamburgo (Alemania)
Del 7 al 9 de septiembre
www.coteca-hamburg.com

ATLANTA FOODSERVICE EXPO

Salón de la industria para la hostelería y la restauración
Atlanta (Estados Unidos)
Del 10 al 11 de Octubre
www.atlantafoodserviceexpo.com

SIAL

Feria de la industria alimentaria
París (Francia)
Del 16 al 20 de Octubre
www.sialparis.com

TRIESTESPRESSO EXPO

Salón del Café Espresso
Trieste (Italia)
Del 20 al 22 de Octubre
www.triestespesso.it

HOSTELCO

Barcelona
Del 23 al 26 de Octubre
www.hostelco.com



Salón del Equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades

Como es habitual cada dos años, coincidiendo con la celebración en Barcelona del Salón Hostelco dedicado al equipamiento para la Restauración, Hotelería y Colectividades, Fórum Café celebrará la final del Campeonato Nacional de Baristas en el marco de este evento.

La cita será del 23 al 26 de octubre de 2016 en el recinto Gran Vía de Fira de Barcelona en Hospitalet de Llobregat, días durante los cuales se programará la Semifinal y Final de la XI edición del Campeonato Nacional de Baristas que arrancará durante los primeros meses de 2016 en las diferentes Comunidades Autónomas españolas.

Abierto ya el periodo de contratación de espacios, más de 1.200 marcas ya han confirmado su participación en Hostelco 2016 que se celebrará junto a Fórum Gastronómico y la Convención de Cocinas Centrales que pasa a denominarse 3º Congreso de Colectividades. Esta alianza formará la II edición de la Barcelona Hosting Week, la plataforma más completa de los ámbitos de hotelería, restauración y gastronomía de nuestro país.

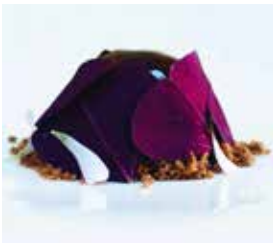
Las expectativas de la organización son muy positivas para esta nueva edición, sobre todo después de confirmarse un 4,9% crecimiento del sector hostelería durante el 2015 y un 2% el de colectividades.

Hoy cocina...



Sergio Bastard

Sergio Bastard, es copropietario y jefe de cocina del restaurante Casona del Judío (Santander). Formado en la prestigiosa Escuela de Luis Irizar ha recorrido algunas de las más prestigiosas cocinas de Navarra y del País Vasco, entre otras la de Arzak. En 2010 'atterizó' en Cantabria, donde rápidamente destacó por su creatividad, fundamentos técnicos y personalidad. Su cocina esta plena de sutileza, matices y, desde un inicio, totalmente ligada a los vegetales. Uno de sus productos preferidos es la cebolleta. Entre sus propuestas con esta planta hortícola, la que presentamos a continuación y que el chef prepara glaseada, con una glasa de café, tierra de tomillo y oxalis, una hoja de la familia del trébol, que la 'viste' y le aporta acidez.



Cebolleta glaseada, café, tomillo y oxalis rojo

Preparación:

Empezaremos la preparación envolviendo la cebolleta en papel de aluminio para asarla en el horno a 180° C durante 15 minutos. Entretanto, aprovecharemos para hacer el crumble de tomillo. Para ello mezclaremos todos los ingredientes, los dejaremos reposar unos minutos y los hornearmos a continuación durante 15 minutos a 150° C. A continuación añadiremos las flores de tomillo.

Para el jugo de pollo de corral, rehogaremos en el horno a 180° C las verduras sin que cojan color y tostaremos el pollo deshuesado (la carne y los huesos). Cuando tengamos todos estos ingredientes en su punto, los juntamos, añadiremos el doble de su peso en agua, los granos de café, y los garbanzos y coceremos el conjunto durante 5 horas. Pasado este tiempo, colamos y reducimos hasta el punto de glaseado.

Con la cebolleta a punto, el crumble y el jugo acabado podemos pasar a montar el plato. Para ello dispondremos una base de crumble de tomillo. Encima colocaremos la cebolleta glaseada con el jugo de pollo y café, y remataremos el plato con las hojas y flores de oxalis

Ingredientes:

- 1 cebolleta.
- Unas cuantas hojas de oxalis rojo y de flor de oxalis
- Crumble de tomillo
- Jugo de pollo de corral y café

Para el Crumble de tomillo:

75 gramos de mantequilla,
75 gramos de azúcar moreno,
75 gramos de polvo de

almendra, 2 gramos de sal,
60 gramos de harina tostada,
10 gramos de cacao en polvo,
unas cuantas flores de tomillo.

Para el jugo de pollo de corral y café:

1 kilo de pollo de corral,
30 gramos de café en grano,
200 gramos de cebolla, 200
gramos de zanahoria, 100
gramos de garbanzos.



¿Eres amante o PROFESIONAL del café?

En www.forumdelcafe.com/tienda encontrarás el catálogo con todos los artículos relacionados con el mundo del café y de los baristas

Y recuerda que si eres Socio o Amigo del Fórum podrás beneficiarte de magníficos descuentos, promociones y mucho más...



Fórum Café pone a vuestro alcance los complementos necesarios para realizar la "cata", degustar un buen café o, simplemente, cualquier elemento de decoración. Disponemos también de todo tipo de libros relacionados con el mundo del café.

Puedes adquirir los productos de la **Tienda del Fórum** de manera muy fácil: por teléfono, por fax, en la tienda on-line o realizar tu pedido via email.

Fórum Cultural del Café

Pi. Ramón Berenguer El Gran, 2

Esc. Esq. Ent. 5

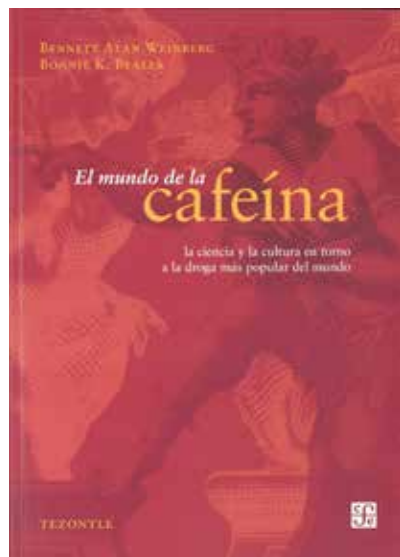
08012 Barcelona

Tel: 93 310 38 33 • Fax 93 268 42 57

info@forumdelcafe.com

www.forumdelcafe.com

Biblioteca



El mundo de la cafeína

**Bennett Alan Weinberg
y Bonnie k. Bealer**

Editorial Tezontle (México), 2012

Castellano

534 pág. [contiene: Apéndices, bibliografía e índice analítico]

El café, el té y la cola son las tres bebidas más populares del mundo. Saben y huelen diferente, pero todas contienen grandes cantidades de cafeína. Por la asombrosa demanda de esas bebidas, es fácil ver que la cafeína, su común denominador, debe de ser una sustancia con un atractivo casi universal que puede haber estimulado a la gente desde hace muchos milenios.

Algunos antropólogos especulan que la mayoría de las plantas de las que se obtiene la cafeína fueron descubiertas en la época paleolítica, hace más de setecientos mil años. El hombre de la Edad de Piedra temprana, dicen, probablemente mascaba las semillas, raíces, corteza y hojas de muchas plantas y pudo haber molido esas partes de las plantas que contenían cafeína hasta hacer una pasta antes de ingerirlas. La técnica para hacer infusiones en agua caliente con las partes de las plantas, que requiere altas temperaturas para extraer la cafeína, se descubrió mucho después.

La infusión dio popularidad a las familiares bebidas que contienen cafeína, el café, el té y el chocolate, y a las más

exóticas, como la guaraná, el mate, el yoco, la casina y el té de cola.

Siglos después, la cafeína es la única sustancia psicoactiva adictiva que ha superado la resistencia y desaprobación en todo el mundo. Sus fuentes más comunes -el café, el té y el chocolate- han sido recomendadas como procuradoras de salud y creatividad, y, asimismo, prohibidas como corruptoras del cuerpo y la mente o perturbadoras del orden social.

Esta obra nos lleva a un interesante viaje por la historia de esta sustancia, un alcaloide que ha participado de manera prominente en los intercambios comerciales y de información que han contribuido a la historia de las naciones y sus relaciones. Llevándonos de la India a Balzac, pasando por los cibercafés, El mundo de la cafeína constituye un relato de psicología, religión, clases sociales, comercio internacional, amor y arte que vale la pena leer.

Fe de erratas

Por error, la autoría del artículo sobre Café y depresión publicado en nuestro anterior número se atribuyó al Sr. Iñaki Vidaurrazaga y no a la redacción de esta revista como correspondía. El Sr. Vidaurrazaga es el coautor del artículo sobre las emociones asociadas al consumo de café publicado, también, en el número 62 de Fórum Café.

Rogamos tenga en cuenta que el cuadro de barras atribuido a la evolución de número de "socios" de Fórum Café aparecido en la crónica de la última Asamblea General y Extraordinaria de Socios en el último número de nuestra revista, corresponde en realidad a la evolución de altas y bajas de "amigos" y viceversa.



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**





Leche
Pascual[®]
uperisada


**EXTRA
CREME**



NUESTRA MEJOR LECHE,
PARA EL MEJOR CAFÉ.

Leche
Pascual[®]
uperisada

Leche oficial 2015

Fórum  Café