

fórum café

2020 N83 | forumdelcafe.com

CAFÉ DE TANZANIA 06

LA REVOLUCIÓN DEL CAFÉ EN ORIENTE PRÓXIMO 15

SERVICIO TÉCNICO, UN VALOR EN ALZA 22

CAFÉ CONTRA LA DEFORESTACIÓN 26



Classe 20

Brewing Just
Got Better



CLASSE 20 está diseñada para garantizar una excelente estabilidad térmica, precisión, fiabilidad y la máxima repetibilidad durante la extracción.

CLASSE 20 ASB es la versión multi-caldera con tecnología **Advanced Steady Brew**.

CLASSE 20 SB presenta **Steady Brew**, la tecnología patentada Rancilio que evoluciona el sistema hidráulico de las máquinas de café espresso con circulación termosifónica.



f y t i n
www.ranciliogroup.com

RANCILIO
coffeeing the World

SUMARIO

04	EDITORIAL
	ORIGEN
06	— CAFÉ DE TANZANIA
	MERCADO
11	— 2021, UN AÑO CAFETERO POR ESCRIBIR
15	— EL CAFÉ EN ORIENTE PRÓXIMO, 12 PAÍSES Y 9.000 MARCAS DE CAFÉ
	ACTUALIDAD Y TENDENCIAS
18	— LA TRAZABILIDAD EN EL CAFÉ. ACTUALIDAD Y FUTURO
19	— CAFÉ CONVENCIONAL, ¿MÁS SALUDABLE QUE EL CAFÉ ORGÁNICO?
20	— AGAETE APUESTA POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PARA SU CAFÉ
	INFORME
22	— SERVICIO TÉCNICO, UN VALOR AL ALZA
26	— DEFORESTACIÓN. EL CAFÉ, ¿UN PROBLEMA O UNA SOLUCIÓN?
28	— LA BIODIVERSIDAD COMO HERRAMIENTA DE FUTURO PARA UN CAFÉ SOSTENIBLE
	CALIDAD
30	— EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD EN LAS CAFETERÍAS EUROPEAS
32	— ENTREVISTA A YANNIS APOSTOLOPOULOS. DIRECTOR GENERAL DE SCA
34	— EL NUEVO CAFÉ PERUANO
37	— NUEVOS PROCESOS DE FERMENTACIÓN DEL CAFÉ
	SABÍAS QUE
40	— ¿CÓMO INFLUYE LA TEMPERATURA DEL MOLIDO EN LA TAZA DE ESPRESSO?
42	— EVALUACIÓN SENSORIAL: ¿POR QUÉ ME GUSTA ESTE CAFÉ?
44	— LA CREMA DEL ESPRESSO. ANÁLISIS TÉCNICO Y SENSORIAL
	UNIVERSO BARISTA
48	— LAS CIUDADES MÁS CAFETERAS DE EUROPA
50	— PÓDIUM BARISTA IRLANDA 2020
	CAFÉ Y SALUD
52	— ENTREVISTA A ROB VAN DAM. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SINGAPUR
	NUEVOS CAFÉS
54	— HÍBRIDO CARIPE
56	— VARIEDAD MARSELLESA
	MÁS QUE CAFÉ
58	— LONG MILES COFFEE UNA APUESTA POR EL CAFÉ Y LOS CAFICULTORES DE BURUNDI
60	— GROUNDS FOR HEALTH. LA SALUD DE LAS MUJERES CAFICULTORAS, IMPORTA
	HISTORIAS CAFETERAS
62	— PORT DE BARCELONA
64	— CAFÈS CORNELLÀ
66	— LUDWIG ROSELIUS, INVENTOR DEL PROCESO DE DESCAFEINADO COMERCIAL DE CAFÉ

Revista Fórum del Café ▶



Revista Fórum del Café online ▼



Dirección, Edición y Coordinación:

Fórum Cultural del Café
Dep. Legal: B-25082/2000
Revista Impresa: ISSN 2696-3035
Magazine Digital: ISSN 2696-3043

Administración y Publicidad

Calle de La Botànica, 49 3º 1ª
08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Tel. 93 310 38 33
info@forumdelcafe.com
www.forumdelcafe.com

Redacción:

Més Comunicació

Diseño y maquetación:

Target Creativo | www.targetcreativo.net

Impresión:

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

EDITORIAL

Y llegó el final de un año que doce meses atrás nadie podría haber imaginado. Una pandemia global ha puesto al mundo al revés y el sector del café y afines han sufrido también las consecuencias. El cierre de bares y restaurantes ha sido un duro golpe para una industria que en países como el nuestro sustenta algo más de la mitad de la demanda anual de café. Si embargo, la nueva normalidad que nos ha exigido adoptar la COVID-19 se está convirtiendo, también, en una oportunidad para avanzar de forma rápida en muchos de los retos que tenía planteado el sector y para los que la pandemia nos ha obligado a buscar, sin más dilación, soluciones. Estas nos están permitiendo avanzar mucho más rápido de lo que hubiéramos imaginado nunca, demostrando la enorme capacidad que tienen nuestras empresas para adaptarse y dar respuestas. Si, nos referimos a la digitalización, una asignatura pendiente del sector del café en España que empezamos a superar con nota.

Durante estos últimos meses, las empresas han hecho un esfuerzo importante para mantener el contacto con sus clientes y el mundo virtual, sin restricciones, sin distancia y con todas las persianas arriba, lo ha permitido. Las iniciativas surgidas en este tiempo a través de las redes nos han acercado a nuestros clientes, tanto a los profesionales de la hostelería a través de interesantes e innovadores formatos que han conseguido llamar su atención y despertar/ reforzar su interés por el café, y también, al consumidor final que a través de videos, tutoriales y tiendas online ha descubierto que en casa también puede disfrutar de un excelente café.

En este tiempo de incertidumbre hemos aprendido que podemos hacer las cosas de otra manera y aunque, evidentemente nada hubiera sido más deseable que todo esto se hubiera conseguido sin la terrible situación provocada por la COVID-19, ante algo que escapa de nuestras manos, nada mejor que aprovechar las oportunidades que cualquier crisis siempre trae consigo.

En las páginas de esta revista tenemos varios ejemplos de ello. Actores de toda la cadena nos explican en diferentes artículos relacionados con diferentes temas que están haciendo para asegurarse una realidad lo más normal posible y como lo están consiguiendo. Evidentemente, fácil no es, pero imposible, tampoco.

Desde Fórum Café queremos reiterar nuestro apoyo a todas las empresas, trabajadores y autónomos del sector del café y afines que están luchando a diario para salir adelante y nuestros buenos deseos de estas navidades están especialmente dedicados a todos ellos y ellas.

Deseamos un 2021 de terrazas llenas de clientes disfrutando de la familia y de los amigos alrededor de una buena taza de café.
¡Feliz Navidad a todos!

Presidente:
David Tomás

Vicepresidente:
Alejandro Basset

Secretario:
Carlos González

Tesorero:
Nacho Alonso

Vocales:
Rubén Rodríguez
Carlos Manuel Rodríguez
Ramón Alonso
Victoria Pàmies
Andrés Bermúdez
Fernando Etxabe
Santiago Lascasas
Raúl Pont
Ricardo Oteros
Charo Baqué

Directora:
Yolanda Bolaños



Calle de La Botànica, 49 3º 1ª
08908 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
Tel. 93 310 38 33
info@forumdelcafe.com
www.forumdelcafe.com



I Final Nacional
Campeonato Latte Art

GAGGIA
MILANO

la Reale



**L'INNOVAZIONE CHE
ILLUMINA LA TRADIZIONE**

ORIGEN

CAFÉ DE TANZANIA

HISTORIA

La República de Tanzania, situada en el corazón de África es la tierra del Kilimanjaro y también de algunos de los cafés con mayor potencial en calidad que se producen en este continente.

La historia del café en Tanzania arranca en 1893, cuando un grupo de jesuitas destinados a la entonces "África del Este Alemán", llevaron consigo desde la Isla de la Reunión unas cuantas semillas para plantar en su nuevo hogar, las regiones de Bayamoyo y Mogoro (bastante cerca de Dar Es Salaam). Unos años después, colonizadores alemanes establecieron el café como cultivo comercial en las laderas del Kilimanjaro y desde entonces, este producto sigue presente en las fincas de los agricultores de la zona. Tanzania está dotada de un rico hábitat natural, con tierras verdes que se extienden desde el nivel del mar hasta el punto más alto del continente africano, el monte Kilimanjaro, de 5.895 metros. Entremedio, **las llanuras del Serengeti, el Valle del Rift, los Grandes lagos de Victoria, Tanganyika y**

Nyasa y los ríos, Rufiji, Pangani, Ruvuma que fluyen durante todo el año, configuran una rica y abundante fuente de tierras cultivables que en el altiplano meridional resultan especialmente indicadas para el cultivo de los mejores cafés arábicas suaves que este país produce cada año.

La primera variedad de café producida en Tanzania fue la Bourbon. En 1920 se introdujeron por primera vez cafetos de la variedad Kent, más resistentes a las enfermedades, y más tarde otras como la Blue Mountain, Nyara, Typica, diversas variantes del Bourbon desarrolladas por el Tanzanian Coffee Research Institute y también, cafés robustas. Como dato a tener en cuenta, apuntar, además, que en Tanzania se siguen descubriendo puntualmente nuevas variedades de cafetos silvestres, como la **Coffea kihansiensis** de las montañas Udzungwa.

Aunque actualmente la producción de café en Tanzania está presente en casi todas las regiones montañosas, lo cierto es que la topografía favorece su concentración en las

regiones norteñas de Arusha y Kilimanjaro y en las sureñas de Mbeya y Ruvuma, donde crece básicamente café Arábica, y en las zonas de los lagos, con especial incidencia en la región de Kagera, donde se localizan las mayores producciones de café Robusta del país. Apuntar, en este sentido, que aunque esto ha sido así a lo largo del tiempo, **se empieza a observar como en algunas regiones se está reduciendo la presencia del café a causa del cambio climático y la expansión urbana.**

TABACO Y CAFÉ

La base de la economía tanzana es la agricultura. Emplea alrededor del 90% de la población activa, lo que representa el 57% del Producto Interno Bruto y el 85% de las exportaciones del país, de las cuales, el café, es el segundo producto en importancia por detrás del tabaco.

El 90% de la producción cafetera tanzana corre a cargo de pequeños productores con fincas de 1 a 5 hectáreas de superficie. El trabajo con el café ocupa a 450.000 familias organizadas en cooperativas agrícolas y de comercialización, sumando el total de empleos de la industria cafetera nacional algo más de 4,5 millones de trabajadores (cerca del 10% de la población).

Los caficultores suelen producir sus cafés en fincas con bananos que proporcionan sombra a los cafetos. Las tareas del campo se realizan con poca o nula ayuda mecánica, y por tradición y por falta de medios económicos, también, no se utilizan fertilizantes artificiales ni ningún otro tipo de agente químico para nutrir el suelo.

LA FUERZA DE LAS COOPERATIVAS

La mayoría de pequeños productores tanzanos se agrupan en cooperativas y son estas organizaciones las que **se ocupan del beneficio, transporte y de la posterior comercialización del café de todos sus miembros.**

El cooperativismo en el café tanzano tienen una larga historia y es el que ha dado carácter a la industria del país. **La primera unión de caficultores surgió en los años 20 del siglo pasado, cuando agricultores**





de la zona del Kilimanjaro decidieron unir sus fuerzas para promocionar el café como un cultivo rentable para sus vecinos. La iniciativa fue un éxito y en poco tiempo, el número de cooperativas se incrementó considerablemente en la zona. Por el contrario, en 1964, tres años después de la independencia de Tanzania de Inglaterra, el nuevo gobierno forzó la creación de nuevas cooperativas en áreas donde nunca antes habían existido, y el fracaso fue absoluto. Las que sobrevivieron estuvieron en activo hasta 1976, cuando fue ordenado que se disolvieran, pero la inoperancia de la Autoridad del Café de Tanzania en aquellos años, propició que un tiempo después, en 1984, se volvieran a autorizar estas organizaciones, las cuales, hoy día, siguen jugando un papel determinante en el día a día y la evolución del sector del café en Tanzania.

Tradicionalmente, las cooperativas son las encargadas de proveer de semillas e incluso de enseres a sus miembros y de ceder, también, determinada maquinaria si la necesitan, además de ocuparse, como ya se ha mencionado, de la comercialización del café de sus cooperativistas.

Las cooperativas Kagera Coopertiva Union (KCU) de 1958 y la Kilimanjaro Native Cooperative Union (KNCU) de 1924, han sido las más activas a lo largo de la historia del café en Tanzania, habiendo llegado, incluso, a acaparar en determinados momentos más de la mitad de la producción nacional.

El cooperativismo en el café tanzano tiene una larga historia y es el que ha dado carácter a la industria del país

Actualmente, la KNCU cuenta con más de 61.650 cooperativistas y sus cafés, cultivados entre los 1.000 m.s.n.m. y los 2.000 m.s.n.m. y, a menudo vendidos bajo los nombres de "Kilimanjaro" o "Kibo", son considerados de los mejores entre los más finos de África, y reconocidos, como tal, con la máxima clasificación de calidad, AA. La KCU, por su parte, cuenta con alrededor de 60.000 miembros, localizados en



la región de Kagera, al noroeste de Tanzania, donde se concentra la mayor parte de la producción café Robusta del país.

VOLANTAZO A LA PRODUCCIÓN CAFETERA

La pasada temporada 2018/2019, según datos reportados por la OIC, Tanzania alcanzó el récord absoluto de producción de la última década, con una cosecha de 1.175.000 sacos de 60kg, casi 400.000 más que la temporada anterior. Estos buenos resultados se atribuyen a la ambiciosa estrategia puesta en marcha en 2001 por el Tanzania Coffee Board y revisada en 2012, enfocada totalmente a aumentar la producción a través de apoyo directo al sector cafetero, en materia financiera y de formación y el fomento de la calidad. **El objetivo para el 2021 es contar con al menos el 70% del café del país en mercados de especialidad.** Como extensión de este objetivo, el Instituto de Investigación del Café de Tanzania (TaCRI) trabaja en paralelo para mejorar los medios de vida de los agricultores y seguir desarrollando una industria cafetera sostenible, rentable y próspera. Y es así, que este Instituto afronta el reto de replantar los 200 millones de cafetos del país con variedades mejoradas y poner fin, así, a uno de los mayores problemas de la caficultura tanzana hasta el momento, la longevidad de sus cafetos (suele considerarse que un cafeto deja de ser rentable económicamente cuando supera los 20-25 años de vida, lo que en estos momentos vendría a ser la mitad de edad media que tiene buena parte del parque cafetero tanzano, muy especialmente en las regiones del Noreste donde las plantas hace más de 40 años que se plantaron).

LA TAZA TANZANA, KAHAWA

El 75% de la producción de café en Tanzania es de café Arábica y el resto Robusta. Los arábigos tanzanos pertenecen a la familia de los africanos centrales y del este, mayoritariamente lavados, brillantes, con cierta acidez y equilibrados en taza gracias a los nutrientes minerales de los suelos volcánicos que acogen su producción.

Los cafés tanzanos tienen cierto parecido con el producido en su país vecino, Kenya, aunque su acidez es menos marcada y en taza resulta algo más suave. Esto ha propiciado que muchos comparen a los arábigos finos tanzanos con el café de Colombia, aunque en este caso, el café de Tanzania presenta algo más de cuerpo. Aún y así, no han sido pocas las ocasiones en que la escasez de café colombiano ha provocado un incremento de precio del grano tanzano, que se vende como alternativa al café sudamericano.



En cuanto al café Robusta tanzano, cabe destacar su cuerpo intenso y retrogusto especiado, con notas muy suaves de chocolate, nueces y miel. El Robusta de este origen es muy popular en mezclas de café para países como Estados Unidos o incluso Japón, ya que aportan cuerpo al conjunto y facilita la formación de la crema en preparaciones como el espresso.

En términos generales pues, la taza tanzana cuenta con buenos atributos, aunque hasta hace un tiempo, la limitación de medios había favorecido su mala manipulación y también deficiente transporte, lo que irremediablemente se reflejaba negativamente en taza. En los últimos tiempos, sin embargo, los esfuerzos por minimizar estos inconvenientes, junto a los programas de promoción del café tanzano, están ofreciendo buenos resultados y el café de este país se empieza a abrir las puertas de numerosas cafeterías especializadas de diferentes puntos del planeta.

CAFÉ POR SUBASTA

Hasta el año 1994, el mercado del café tanzano, incluido el aprovisionamiento, transporte y procesamiento, estaba en manos del Coffee Board estatal y de la unión de cooperativas. A partir de entonces y a raíz de profundas reformas, los caficultores tuvieron la libertad de vender su café en cereza o pergamino a cualquier comprador de café autorizado.

En la actualidad, casi todo el café es nego-

ciado en subastas, aunque también se permite la exportación directa en la gran mayoría de lotes de café de especialidad, lo que da pie a tres mercados diferentes de café en el país:

- **Mercado interno:** En el que los caficultores venden su café en forma de cereza o pergamino a compradores privados de café, grupos de agricultores y cooperativas.
- **Subasta:** las subastas de café las organiza la Junta del Café de Tanzania y se llevan a cabo un par de veces al mes en las oficinas de este organismo en Moshi. Cuando se recibe el café, los granos se clasifican por grado de calidad - AA, A, B, PB, C, E, F, AF, TT, UG y TEX - y se confecciona un catálogo para la subasta en el que se recoge información tal, como el origen del lote en oferta (nombre del vendedor, cooperativa, finca); la cantidad de lotes disponibles del café en cuestión; el nombre del beneficio o el grado del café. Paralelamente, los compradores una semana antes de la subasta, reciben unas muestras para que puedan probarlas. Los exportadores con licencia participan en la subasta y compran café a proveedores que pueden ser agricultores individuales, grupos o cooperativas. Con intención de hacer de este método un sistema de compra-venta transparente, se permite que los caficultores asistan a la subasta y vean quién está comprando su café y a qué precio. El comprador, antes de recoger su café,

tiene la posibilidad de verificar la calidad. Puede comparar la muestra con el café almacenado en los beneficios. Si no hay diferencia de calidad, el comprador lleva el café a su almacén para la preparación final y el envío para la exportación.

- **Exportación directa:** Los productores de cafés de primera calidad pueden evitar la subasta y vender su café directamente. La exportación directa permite a los productores establecer relaciones a largo plazo con tostadores y comerciantes internacionales.

CONSUMO INTERNO DE CAFÉ

Tanzania ha conseguido, por fin, desencajar su producción de café, aumentar su participación en el mercado internacional de este producto, y llamar la atención de compradores de muchos países consumidores. Entre los objetivos futuros está, evidentemente, afianzar su posición en el mercado internacional del café y conseguir, también, incrementar la demanda interna cuyos números avanzan muy poco a poco -según datos del Departamento de Agricultura del Gobierno tanzano, la media de consumo anual de café por año es, actualmente, de 0,06 kg/persona/año -. Es así, que en los últimos tiempos, algunas voces de la industria del café tanzano, estarían apostando por promover el consumo de café interno. Sin embargo, la realidad en Tanzania, como en la práctica totalidad de los países productores es que los caficultores producen básicamente para el mercado de exportación y no para el local, lo que conseguir el cambio, no es fácil.

Kulthum Suedi, exportadora y procesadora de café de Tanzania, es una de estas voces que apostaría por trabajar para incrementar el consumo doméstico, pero explica que para que cualquier estrategia pueda lograr el éxito en este sentido, primero es necesario que el nivel adquisitivo de los tanzanos crezca y sobre todo, también, que la calidad del café destinado al mercado interno sea correcta. "En estos momentos, el costo de producción del café es alto para que los productores opten por las bajas ganancias de las ventas locales. Además, existe la percepción entre los consumidores tanzanos de que solo se vende café de baja calidad para el consumo local".

Los baristas en Tanzania se han convertido en abanderados de la promoción del café

Specialty
by ICONA

DETRÁS DE ALGUNOS DE LOS CAFÉS MÁS EXCLUSIVOS, ENCONTRAMOS A LAS MUJERES MÁS EXIGENTES....

Coopetarrazú lleva desde 1960 dando voz a todos los caficultores de la zona de Costa Rica que más café producen.

Un camino labrado incansablemente para conseguir un café social y equitativo, los más altos estándares de CALIDAD del mercado nacional e internacional son los valores que han aportado las mujeres productoras de Tarrazú.

Las mujeres en Costa Rica son uno de los pilares para el desarrollo de las fincas y las plantaciones de las comunidades: 1.560 asociadas, 74 trabajadoras y más de 60.000 ff de café entregado por ellas.

Para obtener el mejor café verde de la zona de Tarrazú, se necesita la mejor tierra, el clima más adecuado, la forma de cultivo y recogida más selectiva, etc... Si le sumas el respeto, amor y calidad, obtienes el exclusivo CAFÉ MUJER.

Comprometidos por un café solidario, sostenible y exclusivo.

Solo para muy pocos, solo para los mejores.



ICONA CAFE

www.specialtybyicon.com





El profesor Jamal Adam, Director General interino de la Tanzania Coffee Board, explica que desde su organización han empezado ya a trabajar con el objetivo que más café del producido en Tanzania se quede en el país y que además, el producto dirigido al mercado interno sea de buena calidad. "Estamos animando a los inversores a establecer cafeterías en las zonas privilegiadas de los pueblos y ciudades y, también, fomentamos el consumo de café en las escuelas y oficinas".

Como ha sucedido en el resto de países productores y también consumidores, los baristas en Tanzania se han convertido en abanderados de la promoción del café. En el país se celebra un Campeonato Nacional con un gran éxito de convocatoria. La edición más reciente se celebró el pasado octubre y tuvo como ganador absoluto a Faustine Werema.

La oferta de cafeterías especializadas en el país es limitada y se concentra básicamente en la capital, Dar es Salam, donde esta-

blecimientos como "Atom Coffee Hub Limited" o "Bean There Café" son ya un referente. También atrae la atención de los amantes del café "Zanzibar Coffee House" ubicada, en este caso, en la capital del archipiélago tanzano de Zanzíbar.

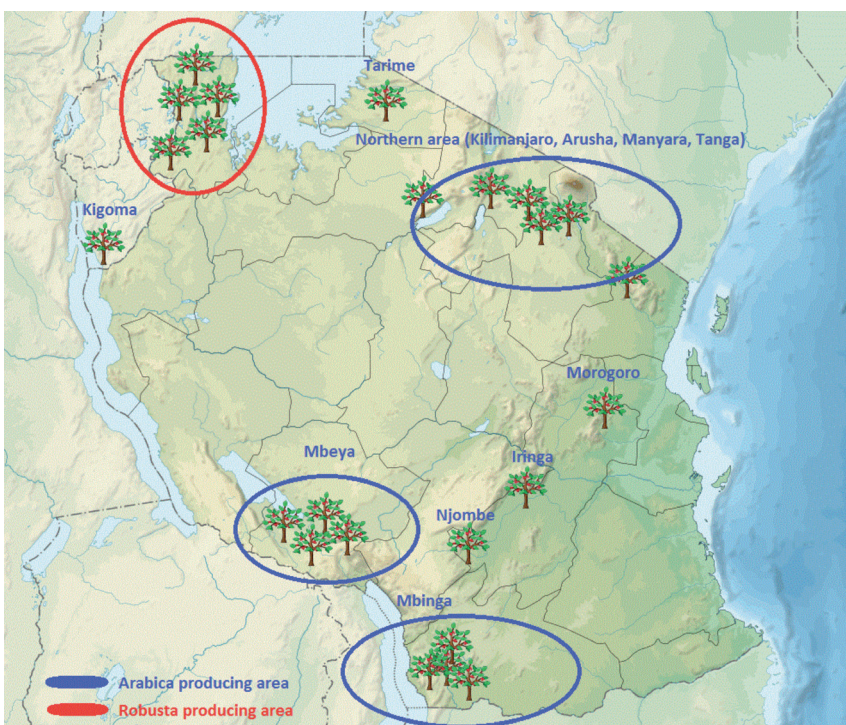
RETOS DEL CAFÉ TANZANO

Además de los retos compartidos de los caficultores tanzanos con el resto de caficultores del mundo - volatilidad del mercado del café y cambio climático -, un desafío importante para el futuro de la producción en este país es, y seguirá siendo en los próximos años, la urbanización y la presión de la tierra. En algunos territorios el precio del suelo se ha disparado y esto ha favorecido que algunos caficultores hayan optado por vender sus tierras. Por el contrario, los que quieren comprar para cultivar y no para construir, se encuentran ante un rango de precios muy alto no visto nunca an-

tes, lo que en la mayoría de los casos les hace desistir en su aspiración a iniciar una explotación cafetera o ampliar la que ya tienen.

Este encarecimiento de la tierra, topa directamente con el programa que el gobierno tanzano tienen en marcha con la colaboración del Tanzania Coffee Board y que está dirigido al fomento de la producción de café en el país. El plan se inició en el año 2016 y finalizará este próximo 2021. El objetivo es alcanzar, en esa fecha, las 100.000 toneladas de café verde, casi 30.000 más, de las actuales (de 225 kg a 450 kg de café verde limpio/hectárea).

La estrategia para conseguirlo ha incluido la reposición de cafetos envejecidos por nuevas variedades más resistentes; formación en prácticas agrícolas sostenibles y el desarrollo de programas de promoción de este origen en el mercado internacional, donde el café de Tanzania es presentado como un café de calidad asimilable a los mejores granos del grupo de los Colombias Suave ■



— Principales zonas de producción de café en Tanzania. Fuente: KPN

Fuentes

AFCA, Tanzania Coffee Board, Mercanta, Coffee Behind the Scenes.

El café tanzano es equilibrado en taza, brillante, con una ligera acidez y cuerpo agradable y sedoso

MERCADO

2021, UN AÑO CAFETERO POR ESCRIBIR

Pocas veces antes se había hecho tan difícil pronosticar el futuro más inmediato del mercado del café. La situación atípica que está viviendo el mundo, con una pandemia global que ha obligado a modificar todo tipo de rutinas, cerrar establecimientos y confinar y limitar la movilidad de miles de millones de recogedores, transportistas y consumidores de café en todo el planeta, presenta muchas incógnitas y deja abierta muchas posibilidades, en espera de la aparición de una vacuna que nos permita a todos volver a la normalidad.

Expertos del café de todo el mundo, hacen hipótesis de cuál puede ser la evolución del mercado del café este próximo 2021, y solo algunos indicadores como la llegada al mercado de ciertos cafés, o el crecimiento de determinadas tendencias sirven para proyectar lo que podría pasar este próximo año.

En este escenario, lo que pasa en Brasil, principal productor mundial de café, adquiere una importancia relevante para poder hacer una composición de la situación. “En estos momentos, explica el economista brasileño y director de Pharos Consulting Company, Haroldo Bonfá, el mercado ha empezado a llenarse de café procedente de la gran cosecha fresca de Brasil, que destaca esta temporada por su calidad particularmente buena, no solo en cata sino también en tamaño de grano. Esto ya se está notando en las operaciones del mercado, sobre todo teniendo en cuenta que la siguiente cosecha de este país será “off year”, lo que hace difícil pronosticar cuál será su tamaño y cómo influenciará el clima en su resultado”.

La situación provocada por la COVID-19, se han dejado notar en toda la cadena del café y su efecto en el campo, como primer eslabón de la cadena tiene, irremediablemente, consecuencias en el mercado.

“En la primera ola de la pandemia ya hemos visto como todos los países productores debían garantizar medidas de seguridad a todas las personas involucradas en las tareas del café”, explica Haroldo Bonfá. “En realidad estas medidas suponen un incremento pequeño en la partida de costos pero en cambio sí representan un impacto importante en la cosecha”, y es que, sin ir más lejos, las restricciones de movilidad han dificultado la llegada de cosechadores a las fincas y, por ende, el encarecimiento de la mano de obra disponible. Sin embargo, y paradójicamente a la grave situación sanitaria que está viviendo Brasil, este país representa una de las pocas áreas cafetaleras que han sido capaces de mantener los empleos en el café y los ingresos regulares durante la pandemia. Y esto ha podido ser así, básicamente, por-

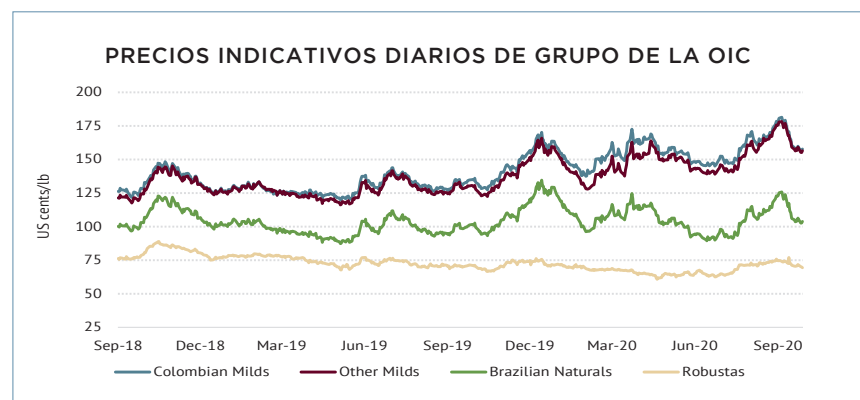


que la mecanización de la producción en este país es mucho mayor que en otros orígenes y en cambio, el número de pequeños y medianos productores, menor.

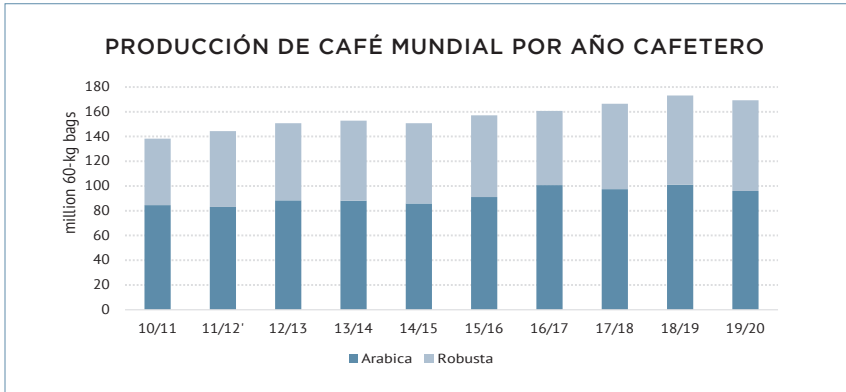
CADENA DE VALOR, COMPROMETIDA

El mercado del café se caracteriza por ser cíclico, y en las últimas décadas pocas veces exento de crisis como la actual. Ahora bien, lo que está claro es que esta nueva crisis difiere significativamente de las anteriores en el grado de afectación de la cadena. “Los productores de café siempre

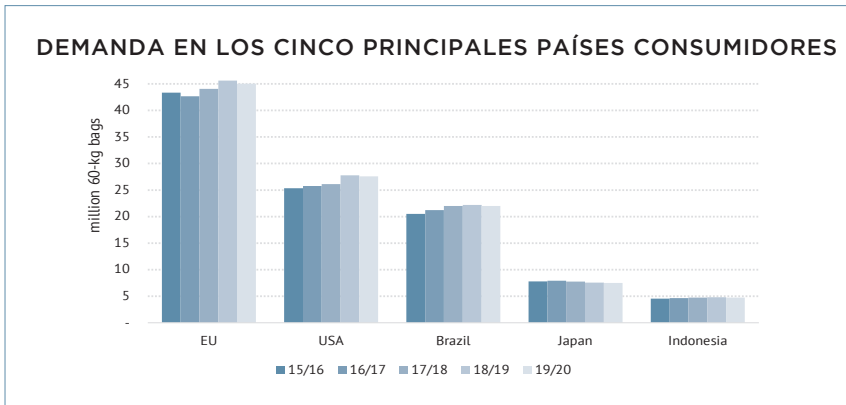
parecen enfrentarse a la adversidad, desde el clima hasta la política. En cambio, con la COVID-19, el impacto de la crisis se ha dejado notar de forma muy especial en las cafeterías que han tenido que cerrar y, aunque sea temporalmente, reorientar por completo su modelo de negocio”, apunta el escritor y periodista especializado en café, Jeff Koehler. “El comercio electrónico y las alternativas de servicio fuera de los establecimientos están resultando fundamentales durante la pandemia para mantener a flote muchos negocios”, añade el director de Pharos Consulting Company. “Durante los últimos meses se ha



— Fuente: OIC



_ Fuente: OIC



_ Fuente: OIC

producido una increíble aceleración del comercio de café a través de estas dos vías, e-commerce y servicios delivery, demostrando los operadores la efectividad de estos canales, con nuevas reglas de seguridad aplicadas".

Los confinamientos, la limitación de la movilidad y las cafeterías cerradas han propiciado un nuevo tipo de conexión en línea, tostadores de café – cafeterías – consumidores. "Los tutoriales en Instagram sobre como preparar café en casa se han disparado", explica Jeff Koehler.

El reto, dice, será ahora cómo llevar toda esta experiencia a las cafeterías una vez que puedan normalizar sus servicios. "Las limitaciones de aforo, las persianas bajadas y cada vez más personas trabajando a distancia, han incrementado la cantidad de café que se consume en casa y aunque la gente empezó a regresar a sus cafeterías favoritas después de los primeros meses más críticos de la pandemia, el consumo doméstico seguirá siendo significativamente más alto de lo que era antes de la pandemia y la demanda de café de

calidad mantendrá un interés sostenido", asegura Koehler quien acaba de publicar su último libro "Where the Wild Coffee Grows", un recorrido por la historia no escrita del café de Etiopía.

NUEVAS TENDENCIAS EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ Y NUEVOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

Además de este periodista y escritor, otros muchos expertos en café coinciden también en que el incremento en la demanda de café de especialidad dirigido al canal doméstico vivido estos meses, no solo perdurará en el tiempo sino que incluso crecerá. Y es que es fácil pensar, dicen, que una vez que las personas se dan cuenta de lo relativamente fácil que es preparar una taza realmente buena de café en casa, no querrán volver a beber, simplemente, "lo que sea".

"Como me dijo una persona que es leyenda en la industria del café, la gente está abandonando sus hábitos y descubriendo sus preferencias", apunta Jeff Koehler. "Beber un buen café, a menudo tiene que ver con la educación. Las personas necesitan entender por qué deberían comprar este o ese café, por qué deberían gastar más en sus granos, por qué es mejor utilizar café recién molido o molerlo ellos mismos, qué tipos de cafés diferentes se pueden preparar con diferentes equipos, desde la V60 hasta una Chemex pasando por una clásica olla Moka.

Todo es un proceso, pero cuando aprendemos y vemos que, por ejemplo, nos encanta el sabor afrutado de un café de





Kenia, no volveremos tan fácilmente a beber cualquier café. Es más, hablando recientemente con Geoff Watts, de Intelligentisia Coffee, me dijo algo que creo que es muy acertado, *Pedir café online o comprarlo en una tienda de café especializada te obliga a convertirte en un consumidor más activo de lo que eras cuando dejas la toma de decisiones a otros. Tanto es así que, incluso el simple hecho de sostener un paquete de café en la mano y leer lo que está impreso en él, nos acerca un paso más a la finca y puede influir en nuestra comprensión de la procedencia y el valor de ese café.* Realmente creo que reconsiderar el valor de una taza de café significa inevitablemente beberla con una visión más amplia y conectarse con el mundo del café en general, y en estos momentos, la gente está aprendiendo el valor real de su taza de café ■

“En estos momentos, la gente está aprendiendo el valor real de su taza de café”.

Jeff Koehler, *periodista especializado en café*

“La pandemia ha demostrado que el e-commerce y el delivery son buenos canales de distribución para el café”.

Haroldo Bonfá, *director de Pharos Consulting Company*



Plataforma que permite el control absoluto de las máquinas de café mediante conexión remota.

El IoT para tu negocio de café

Maximiza ingresos
Conoce el comportamiento y los hábitos de consumo de tus clientes



Intuitivo cuadro de mando
para el control de indicadores

Reduce costes
Planifica la gestión de reposiciones y mantenimientos preventivos



Controla activos
Geolocalización y acceso remoto para mejorar el rendimiento de las máquinas



QUALITY ESPRESSO
Capture the Essence

Quality Espresso SAU
Motores, 1-9 08040 Barcelona
Tel. 93 223 12 00 www.qualityespresso.net

Y si este mayor y profundo conocimiento del café apuntado por Koehler puede ser una buena estrategia para dinamizar el consumo, Bonfá añade la calidad, como vía para minimizar las crisis recurrentes de mercado en el sector del café. **“No existe una fórmula mágica que nos garantice que el mercado del café no volverá a vivir una crisis, pero una forma de reducir las posibilidades pasa por ampliar perspectivas, diversificar variedades, ofrecer calidad diferenciada y asegurar experiencias únicas para cada necesidad del consumidor.** La participación de los gobiernos de los países productores es esencial en este objetivo, tanto para brindar apoyo financiero y tecnológico, como para el aprovisionamiento de nuevas variedades de semillas resistentes. La financiación de programas de formación y el

acceso a Internet son pasos imprescindibles que se deben dar para garantizar a los productores, información instantánea y su inserción en el mercado global. Además, los caficultores necesitan ser más valorados en la cadena del café y esto solo se puede lograr con una garantía de precio mínimo o una mayor transparencia en el precio del producto en cada eslabón de la cadena.

Todo esto es clave para contribuir a minimizar las crisis del mercado del café en el futuro, las cuales, tengámoslo claro ya no llegarán a causa de pérdidas de cosecha provocadas por plagas en los cafetales, pues están surgiendo nuevas variedades de café más resistentes que junto con los avances en la investigación, por ejemplo, en el campo del hongo Roya, refuerzan la idea que este tipo de problemas se solucio-

naran en el futuro. En definitiva, pues, en mi opinión, la calidad es el atributo más importante para el precio del café, y el diferencial para que su cadena de valor obtenga los mejores beneficios y esquive las crisis recurrentes de estas últimas décadas” ■

“Pedir café online o comprarlo en una tienda de café especializada te obliga a convertirte en un consumidor más activo”.

Geoff Watts, *Intelligentisia*

OFERTA, DEMANDA Y PRECIOS

La Organización Internacional del Café (OIC) ha advertido que el ciclo 2019-2020 se ha cerrado con un sobrante de 1.54 sacos de café en comparación con los 4.4 millones del período 2018-2019. Este excedente, combinado con el hecho de que la mayoría de la cosecha de Brasil de 2020/21, que será año de cosecha alta en el ciclo bienal de producción de Arábica, llegará al mercado en los próximos meses, la recuperación de precios se prevé complicada.

Y es que si bien, según la OIC a inicios de año, las compras de pánico y acopio de reservas aumentaron la demanda mundial de café por la pandemia, se calcula que durante los próximos meses el consumo se mantendría en retroceso debido a la afectación de la segunda ola de la COVID-19 y la presión de la recesión económica.

En comparación con al año anterior, la demanda en los cinco principales países consumidores, que representan el 63,7% del consumo mundial, tuvo un descenso considerable en 2019/20. Se calcula que el consumo en la Unión Europea, después de dos años de fuerte crecimiento, fue de 45,04 millones de sacos, un 1,3% más bajo que el del año anterior.

De igual forma, entre octubre de 2019 y agosto de 2020 las exportaciones mundiales de café descendieron un 5,6% en comparación con las de ese mismo periodo en el año cafetero 2018/19. En los once primeros meses del año cafetero 2019/20, las exportaciones de Robusta fueron las que menos cayeron, un 2,6%, a 44,61 millones de sacos, mientras que las exportaciones de Otros Suaves descendieron un 9,7%, a 23,42 millones de sacos, las de Suaves Colombianos un 6,8%, a 12,93 millones de sacos y las de Brasil y Otros Naturales un 6%, a 35,58 millones de sacos.

En este contexto, el mercado de futuros del café Arábica sigue siendo el más afectado y ha sido en el que se ha constatado un mayor especulación por parte de los inversores ante la caída

del consumo en Estados Unidos y Europa, y las exportaciones de los países productores (la recogida de café ha sido uno de los mayores problemas de los caficultores, ya que si el grano no se recoge en su punto correcto, se madura, pierde sus propiedades y baja de valor).

Según Diego Morín de Investing, **“la incertidumbre por el coronavirus ha lastrado las expectativas de los productores de materias agrícolas, las cuales han sufrido una volatilidad en los últimos meses por el miedo a perder la cosecha debido a las medidas de confinamiento”.**

EN LOS PAÍSES PRODUCTORES

Una salida para el café sobrante podría ser la promoción del consumo interno en los países productores. Para el presidente de la Asociación Cafetalera de El Salvador (Acafesal), Omar Flores, “ante la crisis económica, es el momento de incentivar el consumo interno para superar el 35 % de café importado que se inyecta al mercado salvadoreño. “Hay una gran oportunidad de vender, lo que necesitamos son estrategias y una forma de que llegue al consumidor para que vaya cambiando a la producción nacional”.

En este caso, uno de los modelos ha seguir, sería el de Brasil, que tras un programa de 15 años de incentivación del consumo nacional ha situado la demanda interna de café en alrededor de 6kg/persona/año, con un incremento medio de un 3%, anual. Estas cifras multiplican de forma considerable el consumo de café de otros países productores, como Colombia, 2,1kg/persona/año, Vietnam, 1,6 kg/persona/año o Etiopía, 2 kg/persona/año. En la base del éxito de la estrategia brasileña, el haber compartido con los consumidores los beneficios que tiene el café para su salud, además de dar apoyo institucional a las empresas de café y haber conseguido una mayor estabilidad financiera para los productores al haber facilitado su acceso tanto a los mercados nacionales como internacionales.

EL CAFÉ EN ORIENTE PRÓXIMO, 12 PAÍSES Y 9.000 MARCAS DE CAFÉ

La demanda de café de especialidad en Oriente Próximo crece cada año que pasa. El café forma parte de la cultura de los países de esta región y los cafés de calidad están consiguiendo configurar un nuevo y próspero mercado con un potencial de 320 millones de paladares para conquistar.



LA REVOLUCIÓN DEL CAFÉ

“La irrupción del café de especialidad en Oriente Próximo no va más allá de una década atrás y vino inicialmente propiciada por la demanda de expatriados americanos, asiáticos y europeos, instalados, sobre todo, en territorios como Emiratos Árabes Unidos, un país que al cabo del tiempo ha acabado abanderándose como el motor de la revolución cafetera en la región.

Hoy día, el interés de los consumidores locales por los cafés de más alta calidad es también evidente y en países como el Reino de Arabia Saudita destaca una sólida y floreciente comunidad cafetera, integrada por una nueva generación de consumidores, muy entusiasmada con las cafeterías de tercera ola, que han abierto desde hace tres o cuatro años aquí, a imagen y semejanza de las que podemos encontrar en cualquier ciudad europea, australiana o norteamericana.

Y si todo esto es así, lo es, en parte también, porque no debemos pasar por alto que la comunidad árabe ha sido desde tiempos inmemorables, una apasionada del café.

DEL QAHWA AL ESPRESSO

Los consumidores de los países de Oriente Próximo están abiertos, en general, a probar nuevos cafés, nuevos orígenes, cafés procesados por diferentes vías y preparados, también, con diferentes métodos, aunque en la nueva “movida” del café de especialidad en la región, el café de Brasil y el Etiópe son los preferidos y el espresso y el latte español - café con leche -, las elaboraciones más populares.

El café se toma indistintamente en casa y fuera de casa, aunque es cierto que a la gente de aquí les encanta salir y pasar tiempo en las cafeterías. En países como Arabia Saudí, este año han flexibilizado la normativa que antes exigía a los establecimientos de hostelería segregarse a sus clientes masculinos y femeninos, con lo que el café ha incrementado más aún si cabe, el

En Oriente Próximo, hasta no hace muchos años, las madres y las abuelas tostaban granos de café verde en casa, los molían y luego los hervían y servían al estilo “café árabe”. Hoy en día, este tipo de preparación ha pasado a formar parte del amplio compendio de tradiciones de los países de esta parte del mundo y el café se está rejuvenecido en los Emiratos Árabes Unidos, Irak, Turquía, Arabia Saudita, Kuwait, ... de mano de un floreciente y destacado interés por el café de especialidad; modernas y atractivas cafeterías; y cientos de nuevos tostadores y microtostadores salpicados por todos estos territorios. Los pioneros de la industria del café de especialidad aterrizaron en Oriente Próximo hace unos 13 años, preparando el terreno a una comunidad que hoy día cuenta ya con más de 70 tostadores especializados, solo, en los Emiratos Árabes Unidos; un número similar en Arabia Saudita, donde el consumo de café de especialidad no deja de crecer de forma trepidante; y un macrocentro logístico de 7.500m² exclusivo para el café, en la zona franca del puerto de Dubai, considerada la número uno del mundo por sus

innovadoras infraestructuras y servicios de primer nivel.

La crisis provocada por la COVID-19 ha afectado, como no, a tostadores y hostelería de estos países, pero tras la incertidumbre inicial, la mayor parte de las empresas han logrado adaptarse rápidamente a la nueva situación, lo que les está permitiendo seguir evolucionando en un mercado ansioso por seguir creciendo en el segmento de la especialidad.

María Eduarda Pavani es la fundadora y propietaria de Três Marias Coffee, una empresa emiratí especializada en el café de especialidad en todos sus formatos, verde, tostado, en grano, soluble y en cápsula. Su firma es, en estos momentos, uno de los operadores más importantes de Oriente Próximo, y su profundo conocimiento de la evolución del mercado del café en la región la avala para augurar un prometedor futuro para este producto en estos territorios. Mientras esto llega, el reto es consolidar la demanda y educar a los consumidores árabes, bebedores de café desde el siglo XV, en las nuevas tendencias del café.

EL CASO DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Emiratos Árabes Unidos (EAU) es el territorio que abanderó la revolución del café de especialidad en Oriente Próximo. En 2019, el café en los EAU alcanzó un valor de venta de 200 millones de dólares, representado alrededor del 10% de todo el café consumido en la región (Fuente Coffeebi). El país, formado por siete emiratos federados: Abu Dabi, Ajmán, Dubái, Fuyaira, Ras al-Jaima, Sarja y Umm al-Qaywayn, es la 30 economía mundial y uno de los mercados más dinámicos de la región, con Dubái como punto focal de la innovación cafetera.

El estatus de la ciudad de Dubái - capital del emirato del mismo nombre - como importante centro de viajes global ha atraído a múltiples cadenas de cafeterías occidentales como Dunkin' Donuts (1997), Costa Coffee (1999) o Starbucks (2000). El top 10 de estas cadenas a día de hoy, incluye además de las tres ya citadas, Tim Hortons, Caribou Coffee, Caffè Nero, Gloria Jean's Café, Café Bateel, Krispy Kreme y Blends Brews, sin que en el horizonte se vislumbre nada, ni tan siquiera las restricciones provocadas por la COVID-19, que pueda entorpecer la buena marcha de este segmento de la hostelería emiratí, cada vez es más fuerte a medida que crece el apetito de los consumidores por las firmas occidentales y el café de especialidad.

Pero **incluso en este mercado cada vez más concurrido de más de 1.200 cafeterías de marca, hay sitio para nuevas propuestas**, según el estudio de Allegra "Project Café Middle East 2019", que pronostica un crecimiento significativo del sector durante los próximos cinco años, incluido el segmento de cafeterías de especialidad que desde mediados de la década de 2000, ha experimentado en los EAU un gran crecimiento, a base de inversión nacional y extranjera, y ejemplos de éxito como Tom and Serg Café, considerada, por muchos, como la mejor cadena de cafeterías de la tercera ola de los EAU; Coffee Planet, de origen británico, Dubai's Mokha o Walter's Coffee Roastery, entre otros muchos.

Según la encuesta de Allegra realizada a más de 200 líderes de la industria y recogida en "World Coffee Portal", el 88% de los consultados cree que todavía hay mucho potencial de crecimiento en el mercado de cafeterías de marca de los EAU. Las respuestas evidencian, eso sí, **cierta "preocupación" por la más reciente aparición de cafeterías de especialidad en este mercado, pues, aseguran, "están ejerciendo presión sobre las empresas existentes, ya que compiten por una parte del gasto de los consumidores"**. Y es así que más de la mitad de los líderes de la industria encuestados por Allegra citan el aumento de la competencia como uno de los mayores desafíos al que se enfrentan actualmente, además del de encontrar soluciones prácticas que cubran el gran consumo de conveniencia, típico en esta región.

Con su estilo de vida acelerado y una sociedad multicultural muy activa, asegurar para una firma que su café esté disponible en cualquier momento y en cualquier lugar de Dubái, es crucial. Tanto es así, que Costa Coffee abrió su primera cafetería de autoservicio en los Emiratos Árabes Unidos en 2017 e incluso fue noticia por probar una entrega con drones desde su tienda de Jumeirah Beach Road después de que el 82% de sus clientes dijeron que estarían felices de usar el servicio 'Café-helicóptero'.

Y es que el apego de los emiratís por el café es cosa seria, y una tradición heredada de generación en generación. Una demostración de la importancia cultural de esta bebida para el país es la inauguración hace ya unos años del Museo del Café en Dubái, donde se recoge todo tipo de información sobre el origen de este producto, su presencia en Oriente Próximo a lo largo de la historia y los rituales del café más populares de la región.

Fuentes

Project Café Middle East 2019, World Coffee Portal, Research and Markets.

carácter social que de por sí ya tienen en la región, donde esta bebida es un ritual obligado durante la visita a la casa de cualquier amigo o familiar.

NUEVA DEMANDA EN TIEMPOS DE COVID-19

Estos últimos meses, a causa de la situación de COVID-19, la demanda de café para consumo en el hogar ha aumentado. En empresas como la nuestra, Três Marias Coffee, hemos pasado de enfocar por completo nuestra estrategia dirigida a la capacitación y negocios B2B a mirar hacia el comercio electrónico, que tiene como cliente final al consumidor doméstico y para el que hemos ampliado nuestro catálogo de productos. En él hemos incluido nuevas soluciones como café instantáneo y cápsulas, elaborados exclusivamente con cafés de especialidad. En la región son todavía muy pocas las empresas que ofrecen cápsulas de este tipo de café y personalmente creo que ofrecer soluciones que faciliten la accesibilidad a los cafés de la más alta calidad es la mejor vía para poder promocionar y hacer más grande este segmento del mercado. Esperamos, pues, que cada vez más empresas apuesten por ello.

UN MERCADO DE OPORTUNIDADES

De hecho, a medida que la industria del café se involucra y se desarrolla en los países de Oriente Próximo, el número de tostadores crece también, habiéndose afianzado, además, sólidas y prósperas colaboraciones entre operadores internacionales y locales, como es nuestro caso con Ally Coffee, empresa estadounidense especializada en la importación de micro lotes.

El sector del café crece en Oriente Próximo de mano de empresas locales y alianzas con empresas extranjeras

La “revolución” del café en Oriente Próximo ha convertido además, a este mercado en un objetivo interesante para muchos profesionales del café que se han fijado en estos países para seguir desarrollando su carrera profesional, con lo que muchos se han lanzado a crear nuevas marcas de café. Pero, como en todos los lugares, emprender no resulta fácil e igual que han aparecido muchas nuevas firmas cafeteras los últimos años, hemos visto también como otras tantas cerraban, sobre todo porque no entendían el mercado.

Para conseguir prosperar es necesario un proyecto único y un valor para agregar. Y es que, como en cualquier mercado nuevo, al principio, la escasez de oferta es protagonista. A ella le sigue cierta demanda y una vez esta se establece, aparecen nuevos jugadores hasta que, finalmente, el mercado se satura. Una vez esto sucede, los clientes tienen ante sí una posibilidad de opciones inmensa. Con el tiempo, sin embargo, el creciente conocimiento del producto “educará” a los clientes quienes se volverán leales a la calidad y a su constancia. Pues bien, creo que en Oriente Próximo estamos, exactamente, en este punto. En estos momentos existen ya muchísimas opciones, pero todo apunta a que solo las marcas y

empresas ligadas a la calidad de su café y con capacidad para mantenerla a lo largo del tiempo, seguirán.

El futuro del café de especialidad en Oriente Próximo es muy brillante. El consumo de café crece año a año y la comunidad se está involucrando mucho. Cada vez son más los que ofrecen programas educativos, y los cursos siempre atraen la atención de muchos alumnos, lo que nos muestra el interés que hay por saber más sobre la industria de este producto y convertirnos en profesionales en este campo” ■

María Eduarda Pavani
Três Marias Coffee

El mercado del café de Oriente Próximo es una buena oportunidad, pero no es un camino fácil. Para prosperar es necesario un proyecto único y un valor que agregar



¡Bienvenidos a la era del Vending Touchless!

Finalmente, la venta sin contacto se ha convertido en realidad. Con Breasy ahora todo el proceso de **selección y el pago** se realiza directamente desde el teléfono móvil, sin ni tan siquiera tocar la máquina, con grandes beneficios para la **salud y la seguridad**.

El usuario puede, en su propio smartphone, visualizar los productos disponibles, consultar la información nutricional así como elegir y almacenar sus productos favoritos.

Breasy es el **Vending Touchless** como siempre lo has soñado: *simple, rápido, seguro*.



breasy.newis.cloud



Available on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Powered by  masterpass


newis


Breasy

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

“LA TRAZABILIDAD EN EL CAFÉ ES TODAVÍA UNA CUESTIÓN MUY NUEVA”

JEAN ORLOWSKI. CEO DE ECROPORIGIN

Jean Orłowski es el CEO de ECropOrigin, una de las empresas más innovadoras y punteras en estos momentos en la creación de sistemas de trazabilidad para el mundo del café. Tras analizar y estudiar bien este producto han logrado crear un sistema que supera problemas endémicos en su trazabilidad, como el rastreo real de datos en origen. La trazabilidad en el sector cafetero, asegura, es una práctica menos común de lo que muchos creen aunque está convencido que las nuevas exigencias de información del consumidor conseguirán incorporarla rápidamente en toda la cadena de valor de este producto.

¿En qué punto de evolución se encuentra la trazabilidad en el mundo del café?

La trazabilidad en el café es todavía una cuestión muy nueva. Esto se debe a la complejidad de su cadena de suministro y también a la dificultad de llegar a las fincas pequeñas y remotas donde se genera información vital para cualquier buen sistema de trazabilidad que se precie de ello. Y aunque muchos hablan de trazabilidad, la realidad es que este sistema de rastreo se utiliza muy poco en el mundo del café, no nos engañemos. Pero los consumidores nos lo exigen y las ventajas que nos puede aportar la información recogida hace que valga la pena apostar por ello.

¿Por qué es importante instaurar la trazabilidad en el café? ¿A quién beneficia?

Los beneficios son muchos. Los datos que aporta este sistema son muy poderosos a todos los niveles y pueden ayudar a cualquier actor de la cadena de valor del café en su tarea y objetivos.

Los datos que podemos capturar ayudarán, por ejemplo, a que los caficultores puedan mejorar la eficiencia de sus fincas y rutinas de trabajo y, también, sus ganancias. El tostador podrá saber en tiempo real, donde está disponible el café verde que busca y establecer una relación directa con el origen. Mientras que para el cliente final, los datos recogidos a lo largo de todo el proceso le proporcionan una ventana única a través de la que ver y conocer el café que está degustando.

¿Puede, pues, la transparencia de esta trazabilidad transformar el mercado del café?

Insisto, todavía estamos en la infancia de la transparencia en el café. Esta industria es compleja con múltiples actores involucrados en cada transacción y queda mucho que hacer. Ahora bien, a largo plazo poder disponer de todos los datos nos ayudará a mejorar la calidad del café, proporcionará al caficultor una mejor posición para la negociación de precios y mejorará el comercio directo a todos los niveles.

¿La trazabilidad puede contribuir, también, a la sostenibilidad del café?

La sostenibilidad es una palabra importante hoy en día sin una definición clara para todos. Para nosotros, ECropOrigin, la sostenibilidad significa que uno puede ganarse la vida con su negocio y es así que apostamos por utilizar la trazabilidad como herramienta para regis-

trar todos los datos que ayudarán a aumentar la producción, administrar los gastos y mejorar la calidad.

El sector ¿está suficientemente preparado para avanzar en la trazabilidad del café?, ¿se puede garantizar su trazabilidad al 100%?

El 100% nunca es posible, pero mediante el uso de sistemas de trazabilidad y algo de inteligencia artificial y auditoría independiente podemos acercarnos. Por lo general uno de los mayores problemas es recoger los datos en la finca. Para nosotros, sin embargo, estos datos son claves para poder garantizar una trazabilidad honesta de inicio a fin y por ello hemos desarrollado un sistema de trazabilidad que contempla una versión offline dirigida a este primer eslabón para que los productores puedan recoger todo los datos de la finca y luego volcarlos al sistema en los puntos de entrega de cerezas donde normalmente, sí disponen de conexión a internet.

Entre la información que pueden aportar hay datos tan simples pero a la vez tan importantes como los registros de trabajo en sus fincas, una información que a posteriori puede ayudar, por ejemplo, a mejorar el rendimiento de esa explotación cafetera y a conseguir certificaciones de comercio justo, ya que se registra el peso y el pago que se hace a cada uno de los trabajadores.

También recogemos información en las cooperativas / instalaciones de procesamiento, dejando constancia de los parámetros de secado de cada café o los métodos de fermentación utilizados, entre otros. Rastreamos los datos de transporte y exportación y del tostador, de manera que una vez completado toda la cadena, se genera un código QR que da acceso a toda la información y que cualquier eslabón puede compartir como muestra del valor diferencial de su producto. Además, como el programa permite proporcionar el seguimiento e inventario del café en tiempo real, hemos dado un paso más en la trazabilidad y aprovechando toda la información recogida hemos incorporado al sistema un marketplace para la venta de los cafés rastreados.

¿Qué tendencias se sumarán a la trazabilidad del café?

En el futuro inmediato vamos a ver una creciente demanda de clientes finales en el sector de cafés especiales, muy interesados en saber quién produjo el café que están bebiendo y qué sucede entre el campo y su taza. Poder ofrecer estos datos y asegurar a tus clientes que el caficultor va a recibir lo justo por la venta de su café, va a marcar la diferencia. También veremos como muchos agricultores convencidos de los beneficios de ir por delante de la competencia, se van a sumar al carro de la trazabilidad ■

CAFÉ CONVENCIONAL, ¿MÁS SALUDABLE QUE EL CAFÉ ORGÁNICO?

Nikolai Kuhnert es catedrático de química analítica en la Universidad Jacobs de Bremen (Alemania). Ha trabajado en Oxford, Cambridge y en la Universidad de Surrey, en Inglaterra y también pasó, en el 2012, ocho meses en España, colaborando con el CSIC en Madrid y Murcia. Su reciente trabajo de investigación concluye que el café orgánico contiene menos cantidad de ácido clorogénico que el café regular, sin que las investigaciones hayan podido determinar, todavía el porqué.

El ácido clorogénico (CGA) está presente en muchas frutas y vegetales pero el café es el principal proveedor natural para la nutrición humana.

El café contiene alrededor de un 10% de este tipo de ácidos en los granos, de los cuales 200 mg terminan en una taza de café (200 ml) -en un grano verde de café Arábica hay 45 CGA diferentes-.

El papel de las CGA en la planta y granos de café, a día de hoy, sigue siendo especulativo. Aunque se supone que sirve para proteger a las plantas del estrés biótico, por ejemplo, virus, bacterias, hongos y herbívoros. En los seres humanos, por el contrario, su función está clara. **El ácido clorogénico actúa como antioxidante y se le atribuyen numerosas propiedades beneficiosas para la salud**, algunas de las cuales han sido tema de estudio en numerosas investigaciones recientes, evidenciándose su efecto hipoglucemiante, antiviral, hepatoprotectora y nutraceútica. Es, por ejemplo, en el ácido clorogénico que se identifica entre otros efectos, la bondad del café contra la diabetes 2; para actuar como paliativo frente a una lesión isquémica o como protector contra el deterioro de la visión y posible ceguera por degeneración de la retina.

El catedrático Nikolai Kuhnert en su estudio sobre la composición química de las plantas indicadas para el consumo humano y la química detrás del procesamiento de alimentos (tostado de café, fermentación de té y cacao, etc.), se ha marcado como objetivo averiguar cuál es la composición química de los alimentos procesados, cómo se forman estos compuestos y cuáles son sus consecuencias para la salud humana. Las conclusiones en su trabajo con el café han puesto en evidencia diferencias importantes entre los cafés orgánicos y convencionales, las cuales van mucho más allá de su método de producción y que tienen al ácido clorogénico como principal protagonista.

“Ha sido un trabajo colaborativo entre el profesor Daniel Granato de Brasil y nuestro grupo de investigación. El profesor Granato visitó alrededor de 70 plantaciones de café brasileñas y tomó muestras, que envió a Alemania para su análisis químico”, explica Kuhnert. “Lo más interesante ha sido la evidencia de que **el café orgánico contiene, de media, menos cantidad de CGA en comparación con el café cultivado convencionalmente**. Por el momento, no sabemos a qué responden estas diferencias y solo podemos especular”.

Ahora bien, todo indica, según el propio Kuhnert, que el CGA es un compuesto de defensa producido por la planta bajo estrés y por tanto, el café orgánico parece estar menos estresado en comparación con el café convencional. “Esto es contrario a la intuición, ya que supondría que el uso de pesticidas da como resultado una menor exposición a organismos-plaga. Es por ello que asumimos que los pesticidas en sí mismos inducen el estrés a la planta, ac-

tuando como un disparador externo para la producción de CGA. Este mismo efecto ya lo hemos visto en otras plantas expuestas a toxinas ambientales, donde la producción de metabolitos secundarios aumenta”.

Según Nikolai Kuhnert, diferentes prácticas orgánicas en diferentes países podrían dar diferentes resultados en la cuantificación de ácidos clorogénicos, aunque la mayor diferencia vendría dada por la variedad del cafeto. “Asumiría pequeñas diferencias respecto a los cafés orgánicos según su origen, aunque su variedad es la que realmente marcará el resultado, ya que el café Robusta produce un nivel mucho más alto de CGA que el café Arábica”.

PRODUCCIÓN SOSTENIBLE VS. SALUD

El contenido de ácido clorogénico en el café ha sido hasta el momento un elemento importante para identificar este producto como una bebida saludable. Con los resultados del estudio de Kuhnert, el debate más/menos saludable para nuestra salud pero más/menos saludable para el medio ambiente gana protagonismo.

“El café orgánico se mantiene como una opción saludable debido a inexistencia de residuos de pesticidas en su producción y en el producto (aunque es un problema menor en el café, ya que la piel de la cereza de café expuesta a los pesticidas se quita durante el procesamiento). El café orgánico también mejora la sostenibilidad y la biodiversidad. Es por ello que **nuestros hallazgos no deben disuadir a los clientes de seguir comprando café orgánico. Sin embargo, los resultados sugieren que si un cliente de café orgánico desea beneficiarse completamente de los efectos positivos de los CGA sobre la salud, necesita disfrutar una taza más al día para compensar las cantidades reducidas de este ácido en estos cafés**”, aclara Nikolai Kuhnert.

ANTIVIRAL COVID-19

Entre los proyectos más inmediatos de este catedrático está seguir estudiando la química del café, pero también analizar las posibilidades de CGA contra la COVID-19.

“Tenemos un proyecto que analiza el efecto de los CGA en las infecciones por el coronavirus. **Hace unos años demostramos que los CGA del café tienen un efecto antiviral sobre la influenza. La idea, ahora, es que los CGA del café detengan la interacción entre la proteína de la COVID-19 y su receptor humano en el tracto respiratorio superior y digestivo. Por tanto, el café podría reducir el riesgo de infección**”. Un trabajo que de dar buenos frutos será, sin duda, una excelente noticia ■

AGAETE APUESTA POR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PARA SU CAFÉ

Desde hace más de siglo y medio, en Agaete, junto al **Parque Natural de Tamadaba**, enclave adscrito a la reserva de la biosfera de Gran Canaria, se cultiva café de la variedad arábica Típica entre otros árboles frutales, normalmente cítricos y tropicales. Hasta ahora, este ha sido el único enclave en Europa donde se producía café pero la aparición de nuevas iniciativas en otros puntos ha empujado a los responsables del Café de Agaete a plantearse, entre otras iniciativas, la Denominación de Origen y promover concursos de calidad para conseguir mayor proyección para su café.



de maquinaria y elementos técnicos de transformación, se planteó la necesidad de dotar a la Asociación para el Fomento y Desarrollo Agropecuario de Agaete Agroagaete con un equipamiento moderno, que actuara como centro de transformación de toda la producción local, con la puesta en servicio de la "Casa del Café de Agaete", Centro de Interpretación, Transformación y Degustación del Café, en colaboración con el Ayuntamiento de Agaete, el Cabildo Insular de Gran Canaria, y la Obra Social de la Caja de Canarias. Casi 18 años después, el recurso sigue sin estar en servicio, y sus obras totalmente finalizadas, a la espera de su inauguración.

El café de Agaete crece junto a cultivos de cítricos y productos tropicales

En los últimos dos años, la inercia de trabajo iniciada en el año 2003, cuando se puso en marcha el **Programa de Valorización del Café de Agaete**, ha ido disminuyendo paulatinamente, hasta que a mediados del pasado año se decidió articular el desarrollo de un espacio de co-creación de mesas de trabajo para buscar soluciones a los retos de futuro del café en el Valle, máximo cuando en la actualidad ya comienzan a surgir otros cultivos de café en el archipiélago y en otros puntos de Europa, que nos invita a no quedarnos inmóviles y aprovechar el recorrido ya realizado y no caer en el estancamiento.

Actualmente, la superficie total de terrenos dedicados al café en Agaete está en torno a las 3 ha. En general, se trata de producciones básicamente complementarias a otros cultivos tropicales y cítricos, habiéndose alcanzado en los últimos años una producción media anual de unos 4.000 kilos de café oro listo para tostar. La mayoría de los productores no lo son a título principal, ya que desarrollan otro tipo de actividades profesionales, teniendo muchos de ellos la propiedad de las tierras de forma hereditaria, en parcelas con superficies de entre 500 m. a 2000 m. - las grandes extensiones, más de 2.500 m. pertenecen a un número muy limitado de titulares -.

EL CAFÉ UN ACTIVO ECONÓMICO PARA EL VALLE

En la base filosófica y planteamientos iniciales del **Programa de Valorización del Café de Agaete**, se postulaba que la comercialización de este café se realizara con una marca única de forma colectiva con la totalidad de los productores locales bajo la denominación de "Café de Agaete". Para este cometido y dada la ausencia

De hecho, su puesta en funcionamiento tiene una gran demanda social, ya que hasta el momento, **el café se ha convertido en un recurso cultural y turístico importante de Agaete y de la isla de Gran Canaria** para el disfrute de todos. Ha repercutido positivamente en la actividad económica del municipio y la vinculación producto-territorio ha hecho que se convierta en un reclamo principal junto a las riquezas naturales y paisajísticas del municipio, que hacen programar a los visitantes **una cita casi obligada para conocer el norte de la isla y este cultivo histórico**.

FORMACIÓN, CONCURSOS Y DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Actualmente existen tres fincas agrícolas totalmente consolidadas a nivel empresarial que funcionan como recurso turístico, y una de ellas como escuela de café, articulando un programa de visitas en torno a la temática de esta bebida aromática, con una experiencia completa desde el cultivo hasta su degustación final.

Es así que estamos convencidos que **si pudiera darse una apuesta decidida y coordinada entre las administraciones a nivel municipal, insular y regional, con una estrategia conjunta para acometer cada uno de los retos finalistas del Programa de Valorización del Café de Agaete, podríamos contar con la primera denominación de origen de este producto en un marco europeo** con todos los beneficios que conlleva el citado reconocimiento a nivel gastronómico.

Para conseguirlo, en las mesas de trabajo para buscar soluciones a los retos de futuro del café en el Valle, se han sentado las bases para dar un giro al sector y a la plataforma social Agroagaete, como entidad representativa del café de Agaete, de modo que se pueda

CRECE EL PARQUE CAFETERO DE AGAETE

El pasado mes de mayo, el Cabildo de Gran Canaria entregó 5.000 cafetos a Agroagaete para incrementar la superficie de cafetales del municipio y proseguir con la recuperación de este cultivo.

Los plantones distribuidos eran de la variedad Typica, procedentes de semillas de cafetales antiguos del Valle de Agaete y que han sido cultivados en los viveros de la Granja Experimental del Cabildo, donde también disponen de viñas y olivos para entregar a los agricultores de la zona.

En los invernaderos de esta Granja se atesoran más de 10.000 ejemplares de 60 especies frutícolas del mundo, siendo las de café las más cuantiosas, con más del 50% de las plantas que allí se produce para distribuir. De hecho, la producción de café se incrementó hace una década y de una media anual de 1.000 plantas se ha llegado ya a las 5.000-6.000 actuales.

Según diversos documentos, la llegada del café a las Islas Canarias se debe a los inmigrantes canarios que a finales del siglo XVIII volvía a sus hogares desde Venezuela y Cuba. Fue en esa época que el rey Carlos III ordenó al Marqués de Villanueva del Prado, Alonso Nava Grimón, la creación del Jardín Botánico de La Orotava, un lugar donde catalogar las plantas y árboles de las Islas Canarias y cultivar semillas y plantas exóticas, entre ellas, el café. En poco tiempo, el café llegó a Gran Canaria desde Tenerife y en el Valle de Agaete encontró calidad de suelo agrícola y las condiciones climáticas ideales para su producción.

Hace unos setenta y cinco años, en Agaete se producían unas diez toneladas anuales de café, que poco a poco fueron disminuyendo hasta casi desaparecer, con poco más de 400 kilos de producción. Era el año 2002 y fue entonces cuando Agroagaete junto al Cabildo de Gran Canaria, el Ayuntamiento de Agaete, y Aider Gran Canaria decidieron recuperar el cultivo para el Valle.

Poco tiempo después, Albert Solà, el que fuera primer director de Fórum Café, conoció el Café de Agaete y tras probarlo dio cuenta del potencial de los granos producidos en el Valle. Solà lo definió como un café de gran calidad, poco ácido, de cuerpo estable y de gusto afrutado y dulce que recuerdan al chocolate y a la regaliz.

potenciar la marca propia del café de Agaete y trabajar su convivencia armoniosa con el resto de submarcas de los cafés de las fincas de este territorio. También se apuesta por la certificación externa de calidad ecológica; la conformación de un panel de cata local; un plan de formación personalizado para el sector; la generación de un semillero colectivo anual para aumentar la producción y superficie de cultivo; y la convocatoria de un concurso de la Taza de la Excelencia de café de fincas, entre otros proyectos que contribuyan a la consolidación y proyección del café de Agaete ■

El café de Agaete tiene un gusto afrutado y dulce, poca acidez, cuerpo estable y notas que recuerdan al chocolate y a la regaliz

Germán Sosa Perdomo

Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

Colaborador Técnico Asociación Agroagaete

José Manuel Sosa Medina

Ingeniero Técnico Agrícola.

Colaborador técnico Asociación Agroagaete.

Presidente y equipo directivo de la Asociación Agroagaete



QUALITY ESPRESSO
Capture the Essence

QSTEAM

El complemento perfecto para tu negocio de café

Prepara la más amplia variedad de combinaciones con leche fresca y todo tipo de infusiones

PROPORCIONA VAPOR PROFESIONAL PARA CREAR EXCELENTES COMBINACIONES DE CAFÉ ESPRESSO CON LECHE, CORTADOS, CAFFÈ LATTE, CAPUCCINOS, MOCACCINOS, ... Y SUMINISTRA AGUA CALIENTE PARA TODO TIPO DE INFUSIONES.

Quality Espresso, S.A.U. | C/Motores, 1-9 | 08040 Barcelona | Tel.: 93 223 12 00 | info@qualityespresso.net | www.qualityespresso.net

INFORME

SERVICIO TÉCNICO, UN VALOR AL ALZA

Las máquinas de café han evolucionado con el paso del tiempo, y con ellas lo han hecho también los servicios técnicos asociados a su mantenimiento y reparación. Los cambios en este sentido han llegado en forma de digitalización y conectividad, además de en la propia idiosincrasia de estos servicios post-venta, que ganan protagonismo en los negocios de café especializados alineándose con los intereses de sus titulares a favor de la calidad y excelencia en el servicio de esta bebida.

A lo largo de los últimos años, en España la máquina de café espresso ha servido al tostador como un señuelo para captar clientes, hasta el punto que en la hostelería tradicional se considera que el proveedor de café debe suministrar y mantener la máquina. Y es en función de esto que cada tostador determina su modelo de negocio y opta por tener su propio servicio técnico, instalando y reparando él mismo las máquinas, o bien solicita parte de los servicios o todos ellos al fabricante o a alguna empresa especializada en servicios post-venta. En otros países europeos, por el contrario, donde existe una mayor penetración de máquinas automáticas, con unos niveles de inversión mucho mayores y unos costes de asistencia significativamente más altos, la contratación o compra de la máquina de café suele hacerla directamente el usuario final.

Para los fabricantes españoles, la situación en nuestro país es la consecuencia de un mercado grande, maduro y agresivo en precio, en el que no se trata de quién se encarga de qué, sino de quién paga qué. Esto, en su opinión, es lo que ha provocado que la máquina de café haya perdido buena parte de su valor. El usuario final la cuida poco (una prueba es la poca cantidad de productos de limpieza de máquinas que se venden en España comparado con, por ejemplo, Reino Unido. Otra prueba es la insuficiente utilización de descalcificadores) y descarga en el tostador su mantenimiento y puesta a punto, tensionando, a menudo, la relación entre ellos.

Esta situación ha sido así desde hace años y solo ahora parece que podría empezar a cambiar gracias a la progresiva profesionalización de la preparación y servicio de café, donde la máquina de café es igual de protagonista que el propio producto o el profesional que la manipula. Esta nueva dimensión ha favorecido que la máquina de café, como cualquier bien de equipo, esté recuperando un valor en sí misma que el mercado empieza a percibir. La máquina se percibe como un activo, y

no como un centro de coste, y se estandariza su mantenimiento preventivo y correctivo, así como sus pautas de uso. En consonancia a este "nuevo" valor, los propietarios de estos equipos esperan la intervención de unos servicios técnicos/posventa que hoy día se han convertido ya, en un valor competitivo y diferencial para todas las firmas que los ofrecen.

PASADO DEL SERVICIO TÉCNICO: INTERVENCIÓN TÉCNICA DIRECTA

El modelo antiguo del siglo XX, en el que distribuidores y mecánicos vendían las máquinas y molinos a los establecimientos, y se encargaban de la instalación y reparaciones, cambió radicalmente en España cuando las empresas suministradoras de café empezaron a colocar directamente sus máquinas en los establecimientos, a cambio de asegurarse la venta de café en grano. Paralelo a ello, crearon sus propios servicios técnicos para atender las averías de sus clientes.

Posteriormente, las grandes empresas, algunas multinacionales, irrumpieron en el mercado y empezaron a externalizar el servicio posventa. Ello provocó que algunos fabricantes y distribuidores crearan sus departamentos de posventa, e incluso aparecieran empresas especializadas en estos servicios.

El Servicio Técnico se ha convertido en un valor competitivo y diferencial en todas las empresas que lo ofrecen

Las primeras máquinas de café, las llamadas máquinas de palanca, presentaban un funcionamiento cien por cien mecánico y las reparaciones estaban relacionadas prin-

cipalmente con ello. Tanto la formación de los técnicos, como los recambios y las herramientas estaban enfocados principalmente, pues, a estos temas.

Con el tiempo y la incorporación de la electrónica a las máquinas de café espresso, displays y pantallas táctiles, conectividad y telemetría, máquinas multicaldera, y nuevas tecnologías relacionadas con el control de la presión, caudal, temperatura, etc., la variedad de componentes ha aumentado significativamente en el diseño de estos equipos, provocando una constantemente incorporación de nuevos contenidos en las formaciones de los mecánicos de los servicios post venta, nuevos soportes tecnológicos y nuevos elementos en los componentes de recambio, que nos llevan a un servicio mucho más tecnificado y especializado.

PRESENTE DEL SERVICIO TÉCNICO: RED DE DISTRIBUCIÓN CON TÉCNICOS PROPIOS Y CLIENTES CON RED TÉCNICA PROPIA

Actualmente, la necesidad de información está conectando la máquina de café con la nube, mediante conexión remota, lo que le permite al tostador obtener la información clave ad hoc y al momento. Y es en esta nueva realidad, que los técnicos no solo deben estar formados en mecánica, electricidad y electrónica, sino que lo deben estar también en las nuevas tecnologías de comunicación, aportando todo ello una nueva dimensión al servicio post-venta.

Estos técnicos trabajan para las propias empresas fabricantes - personal propio en las zonas en las que los fabricantes tienen un nivel alto de actividad-; para servicios técnicos locales que dan servicio a diferentes tostadores e incluso fabricantes - en las zonas con menor presencia de la marca o densidad de maquinaria -; o para grandes empresas de servicios posventa cada vez más generalistas, con un amplio portafolio de marcas.



No existen fórmulas universales, pero en lo que si coinciden los tres modelos es que los fabricantes están más que nunca detrás de la formación de estos técnicos que han dejado de ser simples mecánicos.

FUTURO: DIGITALIZACIÓN, CURSOS ONLINE Y REALIDAD VIRTUAL

Y es que la posición de los principales fabricantes de máquinas de café espresso

en el mercado les obliga a continuar liderando la evolución del sector a base de innovación en sus productos pero también en sus servicios posventa directos o a través de terceros.

En los últimos años han aumentado las necesidades de los clientes para agilizar la gestión de su parque de maquinaria. Y gracias a la innovación de la conectividad en las máquinas de café, no solo se puede recopilar ya, información de las tendencias del consumo en los establecimientos, sino también predecir y organizar los mantenimientos y reposiciones necesari-

as para mantener las máquinas operativas y en las mejores condiciones. Y es que hoy en día es necesario acompañar a las máquinas de unos servicios que también son productos en sí, convirtiendo, además, el "Customer Support" en un valor diferencial y competitivo para las firmas fabricantes

DE MECÁNICOS A CUSTOMER SUPPORT

En este nuevo escenario, el técnico se transforma en una figura customer support o customer care, con mayores funciones en todo aquello relacionado con el asesoramiento y el control de la calidad.

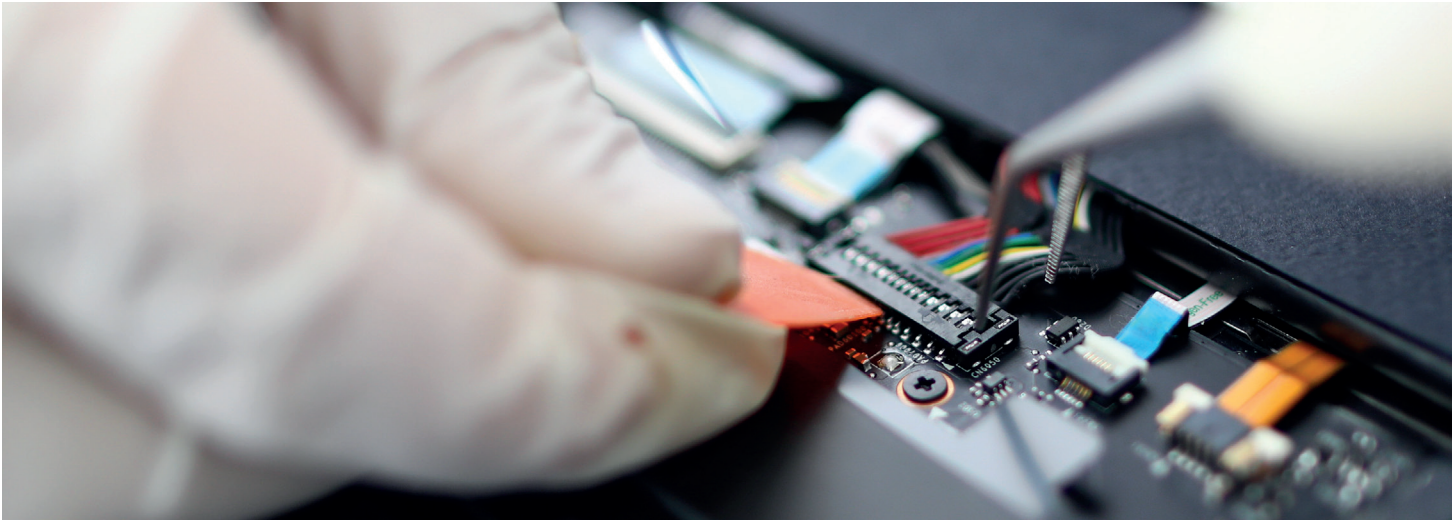
Por el contrario, **las soluciones más orientadas al segmento profesional requerirán cada vez más, una red más formada y especializada para hacer frente a la evolución de la tecnología en las máquinas de café espresso.**

Las máquinas conectadas van a tener mucho que decir. La principal diferencia entre una máquina digitalizada y otra que no lo está es la obtención de la información necesaria para permitir realizar acciones preventivas antes de que suceda el problema. Además, gracias a las nuevas solu-



SIEMPRE A VUESTRO LADO.





ciones de conectividad, el técnico podrá tener la lectura del diagnóstico de la máquina de café antes de desplazarse al establecimiento, por lo que puede ir preparado para solventar con más eficacia y rapidez cualquier problema, reduciéndose, pues, los tiempos perdidos de trabajo de la máquina y mejorando la eficacia del servicio. Actualmente, los equipos empiezan a poder notificar averías, necesidades de mantenimiento, incluso permitirán hacer análisis predictivo de fallos y ya hay fabricantes que ofrecen la supervisión remota de sus máquinas conectadas mediante innovadores sistemas basados en el Internet de las cosas, IoT.

DIGITALIZACIÓN A FAVOR DE LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

A pesar de las ventajas de estos sistemas en la eficacia del Servicio Técnico, lo cierto es que **la velocidad de digitalización del mercado español de máquinas de café espresso no es la más rápida que se podría desear**. Y es que a pesar que los fabricantes españoles están en la vanguardia del sector, sus clientes, la hostelería y los tostadores, que son quienes adquieren las máquinas y servicios, están detrás en digitalización respecto a otros sectores y otros países, lo que, inevitablemente está enlenteciendo la transformación.

Los fabricantes de máquinas de café, sin embargo, esperan que esta tendencia pueda revertirse pronto, seguros del papel vital que juega la digitalización en la competitividad de cualquier empresa, incluidas las del sector hostelero y tueste de café.

A través de la digitalización, defienden, se consigue trabajar con una mayor eficiencia y lograr una absoluta trazabilidad para poder responder a la actual demanda de soluciones rápidas y respuestas inmediatas que se exigen a los servicios técnicos. Además de ayudar a reducir costes y obtener

datos para su posterior análisis y así avanzar hacia la excelencia del servicio.

EL FUTURO DEL SERVICIO TÉCNICO, HOY

El futuro ya se puede observar en otros productos y máquinas, donde se utilizan dispositivos conectados online que facilitan y organizan la actividad de los técnicos, además de proporcionar una comunicación con el cliente sobre el estado de sus máquinas y servicios, aportando transparencia a la actividad y mejorando la coordinación entre los actores de la posventa.

La clave del éxito, aseguran los fabricantes, reside en que la digitalización sea una ayuda para el usuario pero que a su vez sea simple para el propio técnico que tenga que instalar y asistir. Y todo esto, depende directamente del diseño de la tecnología y del equipo de soporte que haya detrás de la red.

Es así que para optimizar al máximo el trabajo de sus servicios técnicos, las empresas más punteras del sector han empezado a desarrollar herramientas específicas, lo que les permite agilizar y mejorar la efectividad y diligencia del servicio. Este es el caso, por ejemplo, de una empresa que ha desarrollado una App móvil y un portal B2B, para la gestión de las peticiones con los técnicos, a través de la cual este puede contactar directamente con el establecimiento, consultar el historial de intervenciones en la máquina, dictar las observaciones de reparación, asignar las piezas sustituidas, o bien adjuntar imágenes y firmar digitalmente los partes de trabajo, entre otras funciones.

La asistencia técnica continúa siendo, pues, un elemento fundamental y la incorporación de nuevos servicios que permitan ofrecer una mayor cobertura y ser más eficaces sigue siendo una prioridad para los fabricantes de máquinas de café ■

Fuentes

Rafael Muñoz de Gispert

R+D Director en Iberital

Vicenç Batlle

Director General de Caffè d'Autore

Javier Villarreal

After Sales Manager de Quality Espresso

Patricia Timor

Responsable del Servicio Técnico de Crem

International

Davide Beccaglia

Customer Support Director de Rancilio Group

Carles González

Coffee Competence Manager de Rancilio Group

Gracias a las nuevas soluciones de conectividad, el técnico podrá tener la lectura del diagnóstico de una máquina antes de desplazarse

Los técnicos han dejado de ser simples mecánicos. Además de electricidad, mecánica y electrónica deben dominar las nuevas tecnologías de comunicación

PARQUE NACIONAL DE MÁQUINAS DE CAFÉ ESPRESSO

El parque actual de máquinas de café espresso tradicionales en España se estima entorno a unas 270.000 - 300.000 unidades. Sin embargo, todo apunta a que las consecuencias de la pandemia de la COVID-19 provocará el cierre de entre un 20% y un 30% de los establecimientos hosteleros de nuestro país, por lo que esta cifra podría reducirse notablemente estos próximos meses.

La vida media de una de estas máquinas de café espresso está entre los 7 y 10 años, dependiendo del tipo de instalación, su rendimiento y los cuidados que reciba la máquina. Realizar, por ejemplo, un correcto mantenimiento preventivo y la instalación de recambios originales en las reparaciones contribuyen de forma importante a alargar esta vida útil.

Actualmente, según información de los fabricantes, los servicios que más demandan los clientes finales a los departamentos post-venta son los relacionados con incidencias comunes con la regulación de molienda, temperatura, presión, pre-infusión, ... Así como el cambio de piezas por desgaste y obstrucciones, tipo gomas, duchas, electroválvulas y chicles. Sin embargo, las averías mecánicas empiezan a desaparecer a medida que crece el número de máquinas digitalizadas, ya que el mismo software ayuda a resolver muchos de estos problemas.

Por su parte, los servicios más requeridos por parte de los tostadores son formaciones, instalaciones, puestas a punto de equipo y cada vez más, peticiones de conectividad de la máquina para su control remoto, ya que la información decisional que aporta es de ayuda en sus business model. De este modo, pueden gestionar los consumos y optimizar las ventas; recibir alarmas para prever los mantenimientos y averías; y llevar a cabo de forma remota la geolocalización de todos los equipos en aras de una mejor gestión y rentabilidad.

LOS ÚNICOS QUE CONTINUAMOS SIENDO LOS MISMOS

POR TI, PARA TI

www.eunasa.com

CHOCOLATE A LA TAZA



Gourmet



Blanco

CHOCOLATINAS



SPECULOOS



CHOCOLATE



Desde 1950

T. 902 12 21 12
www.chocolatereybar.com
#reybar



DEFORESTACIÓN. EL CAFÉ, ¿UN PROBLEMA O UNA SOLUCIÓN?

La deforestación y la degradación forestal amenazan la integridad de los ecosistemas locales de todo el mundo y sus efectos contribuyen al cambio climático. Los productores de café de muchos países ya notan cambios en las temporadas lluviosas y secas, y todo apunta a que esta situación se puede agravar por cambios climáticos adicionales y que pone aún más contra las cuerdas a la producción de café.

Más de un centenar de ONG han lanzado la campaña 'No te comas el bosque' en la que piden a la Unión Europea que apruebe una legislación "firme, vinculante y estricta" que contribuya a frenar la importación de alimentos y otros productos que se hayan cultivado en bosques y selvas deforestados y garanticen que nada de lo que se consuma en Europa contribuya a destruir ningún ecosistema o viole los derechos humanos de sus poblaciones.

Según estas ONG, a escala mundial, la Unión Europea es responsable de más del 10% de la deforestación generada para cultivar, en tierras que antes eran bosques, productos como soja, aceite de palma, pastos para carne, cacao y, también, café. Sin embargo, aunque a lo largo del tiempo se ha intervenido en zonas boscosas para ganar terreno para cafetales, la deforestación resulta, mayoritariamente, más un problema que no un beneficio para la caficultura y así lo defienden entidades como Enveritas que tienen en marcha un ambicioso plan que monitorea la deforestación y aporta información a la industria más comprometida y a las partes interesadas sobre el terreno, para que puedan emprender planes que contribuyan a un futuro sostenible, en el que el café tenga un lugar.

"No hay duda de que el cultivo de café ha contribuido a la deforestación durante el siglo pasado, ya que las hectáreas cultivadas han crecido y a medida que surgían variedades de café que podían prosperar sin sombra, se ganó terreno al bosque, pero es una historia con muchos más matices de lo que muchos podrían pensar", apunta David Browning CEO de Enveritas.

LOS BOSQUES Y EL CAFÉ SE NECESITAN

En varios orígenes de café de alrededor del mundo, explica, este producto se cultiva bajo la sombra de bosques perennes, por lo que, asegura, café y bosque se necesitan. "No solo los bosques sustentan al café, sino que en muchos lugares podemos compro-

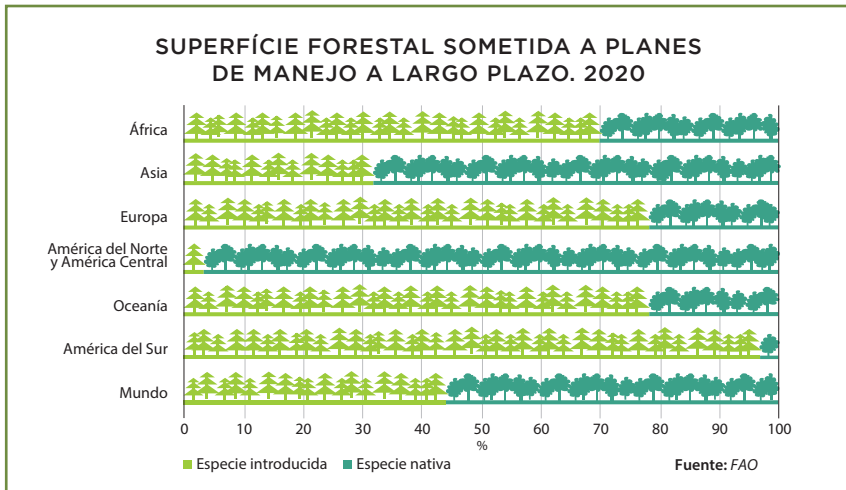
bar como el café contribuye a la preservación de las áreas forestales. Por ejemplo, los bosques proveen de sombra a los cafetales para reducir la temperatura. Aseguran a las fincas una biodiversidad vital y también generan materia orgánica que sirve como fertilizante natural para los terrenos donde crece el café. Los bosques facilitan la retención de humedad, ayudan a proteger las cuencas hidrográficas, a prevenir la erosión en las zonas cafetaleras y sirven de hábitat para las aves que comen insectos dañinos. Mientras que el café, por su parte, también tiene un papel protagonista en la preservación de las reservas forestales. Y como muestra lo que ha sucedido en varios orígenes, donde el valor económico de este producto es el que ha favorecido la preservación y protección de los bosques y sus inmediaciones con el objetivo de asegurar la continuación de la producción cafetalera y su contribución al PIB nacional".

Según un informe elaborado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el mundo ha perdido 178 millones de hectáreas de bosque desde 1990, lo que correspondería, aproximadamente, a una superficie de 3,5 veces España. El ritmo de pérdida neta se sitúa actualmente en 4,7 millones de hectáreas/año, siendo el continente africano el que ha perdido más superficie neta en el periodo 2010-2020 con 3,9 millones de hectáreas, seguido por América del Sur, con 2,6 millones de hectáreas. En estos dos territorios, solo un 24% y un 17% de la superficie forestal cuenta con planes de manejo a largo plazo, frente al 96% de Europa donde la práctica totalidad de los bosques tienen programas específicos de explotación y conservación. **El índice de deforestación en las zonas tradicionales de cultivo de café de un país a otro cambia, aunque la mayoría comparten los mismos desencadenantes: intereses y problemas económicos.**

Cuando los precios del café bajan y las finanzas familiares se ven presionadas, los pequeños caficultores se ven obligados a recortar sus gastos. Esto comporta cam-

bios como la renuncia a comprar gas para cocinar o para realizar determinados quehaceres de la finca y da paso a la tala de bosques para obtener madera como combustible. Los hay, también, que se ven forzados por la situación a abandonar sus terrenos y emigrar, dejando las tierras expuestas a otras producciones más agresivas, ganaderos o leñadores. No son pocas tampoco las ocasiones, en las que los caficultores mantienen su producción, pero talan el bosque de su alrededor para vender los productos maderables o utilizar las tierras para la producción de alimentos de subsistencia y crianza de ganado que les aporten unos ingresos extras que contribuyan a su subsistencia. También es habitual que las áreas tradicionales de cultivo de café se vean envueltas por áreas urbanas en expansión y la tierra se venda para su urbanización o que se sacrifiquen áreas de bosque para ampliar la zona de cafetales e intensificar la producción de café en respuesta a la demanda del mercado.

"Está claro que la combinación de factores demográficos y factores económicos han contribuido a la deforestación. Si consideramos que nuestra población ha crecido de 2 mil millones de habitantes a 7 mil millones entre 1920 y 2020, no es atrevido pensar que hoy día, por ejemplo, mucha más gente se despierta por la mañana con una taza de café que un siglo atrás. Esta creciente demanda ha llevado a la expansión agrícola y a una sobreexplotación de los terrenos que ha comportado, a su vez, una degradación del suelo a lo largo de los años - **el 80% de esta deforestación se debe a la agricultura intensiva** -, lo que ha aumentado la presión para deforestar y encontrar nuevas áreas donde el café pueda crecer y prosperar", explica David Browning quien matiza, "dicho esto, existen oportunidades para cambiar la trayectoria y así lo demuestran ejemplos como Brasil, donde durante los últimos veinte años la producción ha aumentado, pero la cantidad de tierra dedicada a la producción de café ha disminuido. Esto ha sido posible gracias a una serie de innovaciones y mejoras



que la cafcultura brasileña ha emprendido para aumentar su eficiencia agrícola y el uso de la tierra”.

LA DEFORESTACIÓN, UN PROBLEMA DE TODA LA CADENA DEL CAFÉ

Proteger a los bosques es proteger a los productores, a sus familias y al café, añade el CEO de Enveritas, quien insiste en la necesidad urgente de parar la deforestación para proteger los medios de vida de los caficultores, en las circunstancias actuales de cambio climático. Y es que a medida que aumentan las temperaturas globales, aumentan los riesgos relacionados con las lluvias, las plagas y las enfermedades. En este panorama, los bosques podrían desempeñar un papel destacado, mitigando estos efectos adversos, y el daño potencial de lluvias extremas o huracanes.

En esta cruzada, sin embargo, David Browning, recuerda la necesidad de caminar todos a uno, productores, industria y consumidores. **“Muchos pequeños productores de café tienen recursos limitados y viven en la pobreza, lo que limita su capacidad para asumir la carga de la deforestación mundial como una responsabilidad.** Es difícil concentrarse en resolver un problema global cuando les preocupa cómo proporcionar suficiente comida para su familia o cómo pagar los uniformes escolares. Es por eso que esta es una tarea que debe compartirse entre todos los interesados y participantes en las cadenas de suministro de café”.

Sin embargo, advierte, el gran riesgo que corremos como sociedad – y como industria y consumidores de café – es que la responsabilidad compartida puede convertirse fácilmente en ninguna responsabilidad. “Hay demasiados rincones donde esconderse entre la multitud. Es por ello que todos debemos dar un paso al frente si queremos lograr un cambio. Aquellos que se arriesgan a dar un paso adelante merecen

ser destacados y reconocidos. No hay respuestas fáciles, pero **necesitamos líderes valientes que estén preparados para asumir un poco más de su parte de culpa y un poco menos de su parte del crédito”.**

MONITOREO DE LA DEFORESTACIÓN Y MÁS

Enveritas ha evaluado sobre una base estadísticamente sólida las condiciones ambientales, sociales y económicas de aproximadamente el 50% de la producción mundial de café, lo que representa más de 4 millones de fincas. La deforestación forma parte de esta evaluación.

“Estamos aprovechando las innovaciones tecnológicas que se han generado durante los últimos 10 años, y en particular los últimos 5 años, para mejorar la capacidad de monitoreo de la deforestación en el sector cafetero, a la vez que evaluamos las condiciones ambientales, sociales y económicas de cómo se cultiva el café. En nuestro trabajo aplicamos aprendizaje automático combinado con la verificación física del terreno y las imágenes satelitales de alta resolución y todo lo que recogemos, lo brindamos a los tostadores y exportadores de café para apoyar sus esfuerzos por reducir y mitigar la deforestación. Y es que **el sector privado está estableciendo cada vez más objetivos de gran alcance para reducir y compensar su consumo de carbono, y los líderes de la industria están presionando para encontrar nuevas soluciones en la agricultura regenerativa.**

Puede parecer que el sector público ha retrocedido en los últimos años en términos de acuerdos climáticos, pero en general, los responsables políticos de todo el mundo son más conscientes de los problemas ambientales que en décadas anteriores. Hoy en día, los consumidores también, comprenden mejor cómo sus acciones y compras contribuyen a nuestro planeta. Monitorear la deforestación, nos brinda la oportunidad de poder trabajar con infor-

mación mejorada para la toma de decisiones políticas o como medio para identificar y responsabilizar los usos ilegales. Y digo que nos brinda la oportunidad, porque ha sido en los últimos años, que las imágenes de satélite han mejorado lo suficiente como para ofrecernos una comprensión real y muy detallada de cómo la deforestación está evolucionando en algo tan específico como las áreas de cultivo de café. Aunque es fácil desesperarse, es mucho lo que podemos hacer en las próximas décadas para revertir la situación y para conseguirlo, eso sí, debemos ser conscientes que la deforestación no puede evaluarse simplemente por sí misma, sino que para que podamos avanzar en el ámbito ambiental hay que evaluar y tener en cuenta, también, la situación económica y social de quienes producen el café. Solo así avanzaremos en el ámbito ambiental y también, de los derechos humanos, la lucha contra la pobreza y los derechos humanos y que nos convertirá, realmente, en una sociedad sostenible en todos los aspectos”, concluye David Browning CEO de Enveritas ■

Fuentes
Enveritas, FAO

Los bosques sustentan al café y el café contribuye a la preservación de las áreas forestales

La deforestación es la segunda causa de emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera

LA BIODIVERSIDAD COMO HERRAMIENTA DE FUTURO PARA UN CAFÉ SOSTENIBLE

Hace poco más de tres años, Felipe Sardi decidió abandonar la producción convencional de cafés especiales en sistema de monocultivo para apostar por un modelo de agricultura regenerativa, basada en el policultivo orgánico. El año pasado, su café batió el récord absoluto de precio en la historia de Colombia, y su proyecto se expande como una mancha de aceite. Su objetivo, ahora, es impulsar la transformación productiva de 50.000 pequeñas fincas cafeteras de este país, en un plazo de 7 a 10 años. La prueba piloto cuenta ya con la participación de cientos de familias cafetaleras colombianas y panameñas.

La salud del suelo es una de las principales variables para definir el concepto de sostenibilidad en los modelos de agricultura actual y por ello la transparencia en este tema dada su relación con la preservación de la biodiversidad y el cambio climático, marca, y marcará, la diferencia entre lo aparentemente sostenible y lo verdaderamente sostenible.

“La caficultura sostenible es una sinfonía de esfuerzos colectivos para hacer de esta producción, una actividad económica de valor compartido y alianzas de impacto a todos los niveles, incluidos el social, ambiental y económico”, explica Felipe Sardi, fundador de Biodiversal, un proyecto que apuesta por convertir la producción cafetera a un modelo de agricultura regenerativa que permita a los caficultores elevar la calidad de su café a la vez que diversificar su oferta de productos, introduciéndolos en nuevas cadenas de valor.



La agricultura regenerativa permite a los caficultores elevar la calidad de su café y diversificar su oferta de productos

“Para nosotros no es correcto asimilar en la caficultura orgánica (libre de fertilizantes, herbicidas y pesticidas químicos), el modelo ideal de caficultura sostenible, pues por buena que parezca la producción orgánica, suele operar bajo el esquema tradicional de monocultivos cafeteros, que no contribuyen a mejorar el ingreso neto de los pequeños agricultores, ni a disminuir su dependencia de insumos externos.

La sostenibilidad es un concepto mucho más amplio, que abarca el ámbito ambiental, pero también el social y el económico y por ello nuestra propuesta es pasar del monocultivo de café a un sistema de cultivo biodiverso que resulte rentable para los productores en el mismo orden de prioridad que la preservación del ambiente. Según nuestro modelo de negocio, **una familia cafetera que migra a un sistema de cultivo biodiverso, logrará incrementar su ingreso neto anual en por lo menos un 20% con cada nuevo proyecto productivo que establece en su finca.** Por ejemplo, en nuestro trabajo más reciente con cerca de 100 familias cafeteras en la zona de Cundinamarca (área central de Colombia), hemos implementado con éxito pequeñas plantas de producción de humus de lombriz que se alimentan con los residuos de las propias fincas de café. Cada familia cuenta con la infraestructura necesaria, ade-

más de la capacitación y asistencia técnica, para producir unas 12 toneladas anuales de humus de lombriz sólido de alta calidad y con la venta de este bio-fertilizante en el mercado local, nuestra expectativa es que cada una de ellas logre aumentar, al menos, en un 30% su ingreso neto actual.

SISTEMA DE CULTIVOS BIODIVERSOS

Continuar promoviendo una caficultura de monocultivos que no es rentable para el agricultor ni sostenible para el medio ambiente no debe ser una opción, ni tampoco se debe subsidiar con medidas asistencialistas de estado, como es el caso en tantos países productores del mundo.

De ahí la importancia de migrar a un **sistema de cultivos biodiversos, que contribuya a incrementar la calidad del café y permita a los caficultores salir del mercado de commodities, pero no para abandonar la caficultura, sino para generar valor agregado, al tiempo que preservamos los suelos del planeta y los recursos naturales que dependen de estos.** Estamos convencidos de que un café verdaderamente especial, es aquel que presenta unos atributos que solo se logran por la calidad del suelo donde se cultiva”.

LA PALMA & EL TUCÁN

Y como claro ejemplo del éxito del modelo que propone Biodiversal, encontramos la finca La Palma & El Tucán en Zipacón, un proyecto innovador de producción y comercialización de cafés especiales fundado en 2012 por el propio Felipe Sardi y Elisa María Madriñan. Su modelo retó a la industria en Colombia con calidad, valor compartido y valor agregado y esta finca produce y exporta

café verde con los más altos estándares de calidad bajo dos modelos de producción: **trabajo colaborativo con familias caficultoras tradicionales y cultivos propios de variedades exóticas**. La Palma & El Tucán ostenta el récord del precio por libra más alto pagado en la historia de Colombia desde 2015, habiendo alcanzado el pasado año, el precio más alto de todos, 300 dólares/por libra.

La innovación en sus procesos de producción agroecológica y en sus procesos de fermentación – procesos muy puristas en los que se respetan los azúcares propios del fruto del café y las colonias microbianas nativas que prosperan en él - los ha convertido en referentes reconocidos en la industria internacional y la calidad de sus cafés ha propiciado su presencia en los pódiums de más de 36 campeonatos nacionales de Baristas en Europa, Asia y Estados Unidos y, también, del Campeonato Mundial de esta disciplina, en el que en su última edición de 2019, la campeona, Jooyeon Jeon (Corea del Sur), y el tercer clasificado, Cole Torode (Canadá) participaron con cafés de La Palma & El Tucán.

“Después de 5 años de producir cafés especiales bajo el modelo convencional de monocultivo a base de aplicaciones químicas, en 2017 tomamos la decisión de hacer una transición hacia un modelo de policultivo orgánico soportado en la producción de nuestros propios Bio-Fertilizantes y controles biológicos.

Continuar promoviendo una caficultura de monocultivos que no es rentable para el agricultor ni sostenible para el medio ambiente no debe ser una opción

Nuestra necesidad era clara, proteger el cultivo y suministrarle todos los nutrientes necesarios para obtener frutos de excelente calidad. Por ello decidimos apostar por un modelo de producción agroecológica donde el café creciera en asociación con otros cultivos, mejorara los suelos, y garantizara una agricultura limpia y en armonía con la naturaleza.

Hasta el momento, nuestro reto permanente había sido, precisamente, el desgaste de los suelos, debido a que la mayoría de nuestros lotes se encuentran en ladera. Con las aplicaciones continuas de fertilizantes químicos lo que en realidad estábamos fomentando era la lixiviación de nutrientes y la erosión, conduciendo así a niveles de baja fertilidad en el cultivo. Es así que para aumentar el porcentaje de materia orgánica, sembramos más de 120 árboles de sombra por hectárea (de 24 especies diferentes), y diseñamos y produjimos nuestros propios fertilizantes orgánicos.

Los resultados del cambio han sido muy satisfactorios. Además de aumentar la resiliencia de La Palma & El Tucán al cambio climático con la cantidad y variedad de especies nuevas que incorporamos, hemos conseguido mejorar la textura y porosidad de los suelos, la capacidad de intercambio catiónico y la retención de humedad de los mismos. Esto ha contribuido a mejorar el cultivo y también ha enriquecido el suelo y el ecosistema en general. Las plantas no solo se han hecho más resilientes frente al estrés por sequía, sino que los nutrientes son ahora fácilmente asimilables por los cultivos. Con el paso del tiempo, **las fertilizaciones con nuestros propios productos han empezado a ser más eficientes y además, han mejorado la productividad por árbol en más del 50% en solo tres años**. Pero lo mejor es que este nuevo modelo de caficultura se ha convertido en un ejemplo para nuestros vecinos caficultores, con quienes ahora soñamos con transformar más y más fincas” ■

NOVEDAD

Nuevos envases biodegradables y compostables

Azúcar moreno 100% de caña integral



Cuidamos de su imagen con una gran gama de formatos que se adaptan a todos los momentos, gustos y personas con la máxima calidad y al mejor precio

100% AZÚCAR BLANCO NACIONAL



En nuestro compromiso con la salud y el medio ambiente utilizamos tintas al agua

AZÚCARES PRIETO ■ Cortes Bartolomé, S.L. ■ Ctra. Villabáñez 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

CAFÉS DE ORIGEN CON TRAZABILIDAD, BLENDS PERSONALIZADOS PARA LA HOSTELERÍA MÁS EXIGENTE E INNOVADORA



ARGENTERIA, 64
T. 93.319.60.81

CAFES EL MAGNIFICO
CAFESLMAGNIFICO.COM

19 M 19

EL MAGNÍFICO
Café tostado en Barcelona

CALIDAD

EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD EN LAS CAFETERÍAS EUROPEAS

El fuerte crecimiento del mercado europeo de cafés especiales ha sido impulsado, en parte, por el continuo crecimiento, también, del consumo fuera de casa. Las cafeterías especializadas de las ciudades europeas de mano de sus tostadores y microtostadores, lideran el camino de la introducción de estos cafés de alto valor. La demanda de cafés especiales coincide con un creciente interés por los productos producidos de forma ética y sostenible y la curiosidad de los consumidores sobre la historia de su café. Esto está favoreciendo a una progresiva visibilidad de los caficultores, pues en la venta y servicio de estos cafés se ha vuelto esencial contar la historia que hay detrás de cada taza, su origen y los demás aspectos ambientales y sociales que lo rodean.

¿POR QUÉ EUROPA ES UN MERCADO INTERESANTE PARA EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD?

Aunque no se dispone de datos específicos a nivel europeo sobre el consumo de café especial, ni a nivel doméstico ni fuera del hogar, básicamente porque no existe un consenso de la industria sobre una definición clara de los cafés que debería englobar esta categoría, lo cierto es que el continente alberga un número cada vez mayor de establecimientos de café y micro tostadores, y un número cada vez mayor, también, de consumidores que aprecian y prefieren las excelentes cualidades organolépticas de estos cafés diferenciados por los que están dispuestos a pagar más.

Es así, que **esta nueva demanda de cafés de especialidad ha traído consigo nuevas formas de actuar en el café europeo del café, desde la misma obtención del producto a la oferta en carta de esos cafés.** Algunas cafeterías, por ejemplo, después de volverse lo suficientemente grandes, comienzan a obtener sus granos verdes directamente de origen, apoyándose, a menudo, en su antiguo proveedor, generalmente un importador, para obtener apoyo financiero, control de calidad y logística. Mientras estos mismos establecimientos y también otros, presentan a sus clientes cartas de cafés nunca antes vistas, con orígenes y preparaciones que llaman la atención del consumidor.

En 2019, las cafeterías de marca líderes en continente fueron Costa Coffee, Starbucks y McCafé, con cuotas de mercado del 8,4%, 7,4% y 6,8% respectivamente. Si bien estas empresas a gran escala no siempre ofrecen productos de café de especialidad, establecen una tendencia de consumo hacia las cafeterías y otras compras fuera de casa. Esta tendencia de consumo

se extiende a las cafeterías más pequeñas y especializadas que ofrecen cafés especiales de alta calidad y favorecen, también, el propio crecimiento del mercado de cafeterías de marca europea, que el pasado año creció un 3,4%, hasta alcanzar un total de cerca de 38.000 mil puntos de venta en todo el territorio. Todo ello hace de Europa, pues, un mercado interesante para el café de especialidad.

ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LA COVID-19

Antes de la crisis de COVID-19, se estimaba que el mercado europeo de cafeterías continuaría creciendo a una tasa media anual del 3,9% entre 2020 y 2025. Sin embargo, este segmento se ha visto muy afectado por los efectos de la crisis sanitaria que ha obligado a cierres temporales y medidas de distanciamiento social. Ello ha provocado una fuerte reducción del consumo fuera del hogar, lo que ha afectado especialmente a las cafeterías y (micro) tostadores que abastecen al segmento de servicios de alimentación.

Por ejemplo, en Alemania, el consumo de café en cafeterías y restaurantes disminuyó alrededor del 76% durante los meses de marzo y abril de 2020, mientras que en España, en ese mismo periodo, el estado de alarma decretado para hacer frente a la pandemia se tradujo en el cierre de establecimientos y una reducción de las ventas de todo tipo de productos en el sector de la hostelería, incluido el café, superior a los 4.300 millones de euros. Casi el 50% de esa cantidad correspondió al segmento de los restaurantes de servicio completo y el 30%, al de los bares y las cafeterías, que ha sido el segundo segmento más golpeado.

Estas circunstancias han acelerado la tendencia hacia la compra online para el consumo doméstico. Los tostadores han co-

menzado a vender a través de sus propias tiendas web o mediante plataformas y en general, se ha demostrado que los micro tostadores y las cafeterías independientes tienden a mostrar un nivel más alto de innovación, poder de marketing y lealtad de los consumidores para combatir la crisis.

¿El futuro?...Dadas las circunstancias actuales, es difícil ofrecer perspectivas de crecimiento para los diferentes mercados. No obstante, en general, **se espera que el interés por los cafés de alta calidad en los diferentes mercados europeos sea a largo plazo, superando así la crisis.** Por lo tanto, es muy probable que la demanda de cafés especiales aumente nuevamente después de que se levanten las estrictas medidas relacionadas con la COVID-19. Sin embargo, la demanda de cafés especiales en este 2020 será definitivamente más baja de lo habitual.

MERCADOS NACIONALES DE ESPECIALIDAD

Ahora bien, al margen de este 2020, todos los mercados europeos habían mostrado hasta ahora, una demanda creciente de cafés especiales, destacando el tamaño más pronunciado del segmento representado por los países del noroeste de Europa. Esta zona está marcada por mayores niveles de ingresos y conciencia de los consumidores, así como por una cultura cafetera más desarrollada que el del resto del continente.

A rasgos generales, el interés de los europeos en otras culturas, derivado, en parte, por la mayor facilidad de viajar, la globalización, la conexión virtual,...ha favorecido una mayor curiosidad de los consumidores por los orígenes del café. **La responsabilidad social y las preocupaciones políticas conectan a los consumidores con el bienestar de los productores, mientras que un mayor interés en temas ambientales, des-**



de el reciclaje hasta el calentamiento global, estimulan su interés en el cultivo de café sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

El análisis por países señala, un año más, a los cafés de alta calidad como foco principal del mercado escandinavo. Países como Suecia, Dinamarca y Noruega, considerados actores importantes de este mercado a nivel regional e internacional (Noruega fue el país fundador de la Asociación de Cafés Especiales en Europa) registran las tasas de crecimiento más altas en las ventas minoristas de cafeterías desde 2010 y como resultado, el número de cadenas de café y micro tostadores en estos territorios no para de crecer. **En Suecia, en circunstancias no COVID-19, se abren alrededor de 10 nuevas pequeñas empresas tostadoras cada año.** Mientras que Dinamarca lidera la mayor tasa de crecimiento de nuevas cafeterías con un crecimiento récord de tiendas del 14,5%, en 2018.

Ejemplos de cafeterías especializadas en Escandinavia incluyen Kafferäven y Drop Coffee Roasters (Suecia), Coffee Collective y Sonny (Dinamarca) o Lippe y Fuglen (Noruega). Estos tostadores atienden a clientes interesados por el café y siguen los principios de comercio directo, transparencia y productos de alto valor.

Un caso que llama la atención en Europa con respecto al café de especialidad, son las buenas expectativas para este producto en Francia. Y es que aunque este mercado tardó mucho en despegar, en 2019, la cuota estimada para estos cafés en Francia alcanzó del 2% al 3% de su mercado total de café, crece rápidamente, tanto, que **se espera que la participación de los cafés especiales en el mercado francés aumente a aproximadamente al 10% en 2025.** En Reino Unido, la expansión de cadenas de cafés especiales como Grind, GALL's y

Joe & The Juice, y la participación de cadenas establecidas, como Starbucks, Costa Coffee y Caffè Nero, están dando alas a la demanda de cafés especiales en el país. El Reino Unido es el mercado de cafeterías más grande de Europa en la actualidad, y ha crecido de forma continua en los últimos veinte años. **En 2019, el Reino Unido contaba con un total de 25.892 cafeterías, de las cuales 1.400 se clasificaron como cafeterías de especialidad.** Ejemplos de estas tiendas incluyen Small Batch Coffee Roasters, Union Brew Lab, Caravan Coffee Roasters, Wood Street Coffee o Redemption Roasters.

Otro país donde crece el mercado de café de especialidad es Alemania, y lo hace, también de mano del crecimiento del consumo fuera del hogar, que en el 2019 aumentó un 5% más respecto al año anterior. En ese año, 2018, alrededor del 12% del consumo anual total de café de Alemania se produjo en la hostelería y la restauración, siendo este país, el segundo en número de cafeterías de toda Europa.

La República Checa, Hungría, Polonia y Rumania, por su parte, son los mercados del este, donde el interés por el café de especialidad crece de forma más destacada. En Rumania, por ejemplo, el número de cafeterías de especialidad aumentó de solo 3 a más de 90 cafeterías entre 2013 y 2019. El número de cafeterías en Hungría también ha crecido exponencialmente en los últimos años, alcanzando aproximadamente 150 cafeterías de especialidad en 2019.

Es destacable, además, como a medida que el nicho de mercado de especialidades comienza a florecer en esta región, se afianzan, también, gran cantidad de festivales del café organizados por operadores locales y organizaciones de ámbito internacional, lo que da cuenta del interés y potencial de estos mercados para el café de especialidad.

TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

Además de la creciente variedad de actores activos en el mercado de cafés especiales, los principales también están cada vez más involucrados. Esto ha favorecido el afianzamiento de nuevas tendencias y oportunidades para el café de especialidad en Europa, como la **progresiva introducción de cápsulas de café especial en el mercado de monodosis, que se ha convertido en un segmento en crecimiento por sí solo.** De hecho, el uso de estos cafés en cápsulas brinda interesantes oportunidades en el proceso de popularización de cafés especiales de diferentes orígenes y sabores, y la industria lo está aprovechando.

El interés por los cafés de alta calidad en Europa es a largo plazo, por lo que previsiblemente superaran la crisis

Los compradores también están desarrollando lentamente el interés en los **cafés robustas finos** y desde el sector se están realizando todo tipo de esfuerzos para mejorar la producción y alcanzar la calidad "Fine Robusta". En Ghana, por ejemplo, el gobierno y las marcas de café han comenzado a explorar métodos de producción para producir específicamente este tipo de calidad de cafés, mientras que algunas cafeterías y tostadores europeos han hecho lo propio, convirtiendo a los cafés robustas finos en oferta destacada de sus negocios. Lo ha hecho, por ejemplo, el micro-tostador suizo Röstlabor que ofrece robustas de origen único de países como México y Tailandia, junto con Arábicas especiales. Otro ejemplo es el del tostador con cadena de cafeterías, Black Sheep Coffee del Reino Unido, que sirve Robusta de especialidad de la primera finca dedicada en exclusiva a este tipo de café: Kaapi Royale Coffee, en Sethuraman Estate, India.

Europa es un gran mercado para el café y el café de especialidad tiene aquí una excelente oportunidad para triunfar. Establecer relaciones a largo plazo basadas en la calidad es la clave ■

Fuente

Estudio realizado por CBI (Centre for the Promotion of Imports from developing countries) en colaboración con ProFound-Advisers In Development

HAY QUE VOLVER A DETERMINAR CÓMO SE CREA, MIDE Y DISTRIBUYE EL VALOR EN LA CADENA DE SUMINISTRO DEL CAFÉ

YANNIS APOSTOLOPOULOS . DIRECTOR GENERAL DE SCA

A los retos que tenía el café de especialidad en el horizonte, la crisis de la COVID-19 ha sumado nuevos e importantes desafíos, entre los que destaca la necesidad imperante que este producto resulte una actividad próspera y equitativa para toda la cadena de valor. El objetivo es lo suficientemente importante y urgente como para que las empresas e individuos que componen esta cadena se adapten y cambien sus comportamientos.

Yannis Apostolopoulos es el Director General de SCA, la Asociación de Cafés Especiales, y también director de la junta de World Coffee Events y de la Coffee Science Foundation. Durante sus años de voluntario de SCA, fue el Vicepresidente de la Asociación de Cafés Especiales de Europa, encabezando la creación de los Gremios de Baristas y Tostadores de Europa. Ingeniero Químico de formación, es Q-Grader y formador autorizado SCA (Authorized SCA Trainer, AST) y una de las personas que mejor conoce la actual situación del mercado de especialidad en el mundo y sus retos presentes y futuros más urgentes. Nos los explica y nos avanza también, varios de los planes que tiene ya su organización para ayudar a los productores y a la industria a afrontarlos y superarlos.

¿Cuáles han sido por el momento las consecuencias de la COVID-19 en el café de especialidad? ¿Cree que el impacto ha sido mayor, menor o igual que en el mercado comercial del café?

Lo que puedo decir al respecto es que lo que se ha hecho evidente en esta pandemia, como en cualquier otra crisis importante, es que los eslabones más débiles de una cadena de suministro, sea de café de especialidad o de café comercial, son los dos extremos. En la industria del café, la COVID-19 ha puesto contra las cuerdas tanto a los caficultores como a la hostelería/baristas, que se enfrentan a desafíos importantes. Los productores que ya llevaban a sus espaldas una acumulación de años en los que los precios del café en el mercado de productos básicos estaban por debajo de los ingresos vitales y, en muchos casos, por debajo, incluso, del costo de producción, se enfrentan a una enorme



volatilidad en la demanda. Mientras que la industria de la hospitalidad, incluidas las cafeterías, se ha visto significativamente afectada por los cierres y todo apunta que esta situación puede mantenerse en el tiempo a causa de la segunda ola. Muchas cafeterías cerraron sus puertas y miles de baristas han perdido sus trabajos. En esta situación nosotros nos hemos visto en la responsabilidad de crear, encontrar y distribuir recursos para que nuestra comunidad los maneje a favor de un retorno fuerte del sector.

¿Ha detectado nuevas oportunidades para el café de especialidad en la "nueva normalidad" derivada de la crisis de la COVID-19?

Durante la primera ola de la crisis sanitaria, desde SCA publicamos un informe con Square, en el que se apuntaba ya, una clara tendencia hacia la preparación de café en casa, ya sea porque más personas habían empezado a hacer teletrabajo o porque

durante los primeros meses de la pandemia las personas se sentían bastante incómodas al salir a comprar café. En el futuro, esperamos que las personas sigan manteniendo sus suscripciones y que la elaboración de café en casa se mantenga como un hábito para los consumidores, aunque es posible que las cifras de consumo en el hogar no se mantengan como están hoy, ya que la gente definitivamente volverá a las cafeterías para socializar o disfrutar la experiencia que ofrecen estos establecimientos con el café.

Ciertamente, la experiencia del café es uno de los valores que siempre se presenta ligada al café de especialidad y en concreto también, a los establecimientos de café especializados y con servicio barista. ¿Cómo cree que evolucionará esta experiencia en el futuro?

Todo lo que hacemos en nuestras vidas, desde nuestras decisiones de compra hasta la lealtad a una marca y consumir bienes y servicios, son experiencias. Para mí, la definición de café de especialidad se corresponde a la de un movimiento en el que las personas comparten valores similares sobre lo que puede ser la industria del café, mientras que para los consumidores es la experiencia de disfrutar de una gran taza de café. Es evidente que el conjunto de la experiencia que uno puede disfrutar en una cafetería es difícilmente replicable en casa, aunque estamos viendo como últimamente ha empezado a aumentar la demanda de equipos altamente especializados para la elaboración de café en el hogar. Aún así, insisto, que honestamente creo que en un futuro, cuando la pandemia pase, la gente todavía querrá socializar como antes y qué mejor lugar que una gran cafetería.



SCA se compromete a impulsar una agenda de cafés especiales sostenibles para 2025

La crisis de la COVID-19 ha vuelto a demostrar que los eslabones más débiles de una cadena de suministro de un producto como el café son los dos extremos

El café de especialidad debe desafiar las mentalidades, incluidas las de los líderes de la industria, para lograr un cambio en el mercado

Las organizaciones como la suya están jugando un papel importante en la difusión del café de especialidad. ¿Cómo afrontan el futuro en las circunstancias actuales?

La base de toda organización son las personas. La confianza, la transparencia y la honestidad son para mí las claves del éxito en los buenos tiempos y en los tiempos difíciles. La pandemia es una prueba de estrés para todas las organizaciones en términos de resiliencia en las personas, salud financiera y estrategia. Nosotros, como equipo, hemos visto esto como una oportunidad para generar más confianza, aumentar la transparencia, redefinir los procesos de toma de decisiones, y comunicarse mejor. Tuvimos que repensar nuestras fuentes de ingresos y costos y, como equipo, este año tuvimos la mejor experiencia presupuestaria que la mayoría de nosotros puede recordar. Nos dimos cuenta de lo ágiles y flexibles que somos, desafiamos nuestros procesos internos de incubación de innovación y estoy realmente agradecido y orgulloso de nuestro equipo.

¿Cuáles son los proyectos a corto plazo de SCA? ¿Qué novedades tiene su organización en el horizonte?

Estamos trabajando con base a un plan integral de 5 años. Nuestro enfoque se centra en cuatro objetivos estratégicos principales: impulsar una agenda de cafés especiales sostenibles; expandir nuestra red global a través de las comunidades locales; crear oportunidades para el compromiso profesional y el crecimiento individual; y permitir

una excelente prestación de servicios globales. Para conseguir todo esto, estamos invirtiendo mucho tiempo y recursos en nuevas regiones al mismo tiempo que mejoramos nuestra conexión con nuestras bases de operaciones en Europa y EE. UU.

Desde SCA, además, nos hemos comprometido a impulsar una agenda de cafés especiales sostenibles para 2025. Y es que para lograr nuestros objetivos y ayudar a que la industria del café prospere, la caficultura debe ser una actividad próspera y equitativa para toda la cadena de valor, y por tanto la sostenibilidad no puede seguir siendo una consideración secundaria en la búsqueda de la calidad de la taza. Los obstáculos a los que se enfrentan los cafés especiales en el futuro a corto y largo plazo son demasiado grandes y demasiado urgentes para que nuestra comunidad global y las empresas e individuos que la componen no se adapten y cambien los comportamientos.

En SCA creemos que el café de especialidad debe desafiar las mentalidades, incluidas las de los líderes de la industria, y volver a determinar cómo se crea, mide y distribuye el valor en la cadena de suministro de este producto. Durante los próximos cinco años, nuestras actividades y prioridades reflejarán este convencimiento.

Con el objetivo puesto, pues, en superar este importante reto, nuestro programa de educación con más de 2.000 formadores en todo el mundo, continuará creciendo en alcance y aprovechando cada vez más las herramientas on line trabajaremos para lograr un mayor alcance y llegar a nuevos mercados, persiguiendo en todos los casos, un mayor impacto en las personas que se forman y en aquellos que quieren contratar profesionales acreditados del café ■

EL NUEVO CAFÉ PERUANO

Perú se ha convertido en los últimos años en un origen de referencia para el café de especialidad. Más de una cuarta parte de la producción nacional se dirige ya a este segmento de mercado y compradores internacionales de todo el mundo se interesan por el café peruano. En la Taza de la Excelencia de este año, el café ganador, un 50% Geisha lavado / 50% SL-09 de la región de Cusco obtuvo 90 puntos y otros 23 lotes superaron los 87, dando muestra de la alta calidad de cafés que se producen hoy día en el país.



...Hilda Leguía ganadora Taza de la Excelencia Peru 2020

Desde hace dos décadas, muchos caficultores peruanos decidieron apostar por el cultivo y procesamiento de cafés especiales para hacer frente a los bajos precios del café convencional. La alta calidad y la diversidad de los cafés especiales les permite hoy, obtener mejores réditos de su producto y les ha abierto las puertas a un nuevo mercado con mejores oportunidades.

Las excelentes condiciones de las tierras peruanas para producir cafés de la máxima calidad han contribuido enormemente al objetivo de los caficultores, el cual, sin embargo, no se hubiera podido alcanzar sin el reconocimiento internacional al "nuevo" café peruano. Este llegó plenamente hace tres años, cuando tras el esfuerzo conjunto de diversas organizaciones para lograr llevar la Taza de la Excelencia a Perú a lo largo de 14 años, consiguieron incluir al país en el programa de este importante certamen de calidad, que premia y actúa como esca-

parate internacional para los mejores cafés de los 13 países donde se celebra.

TAZA DE LA EXCELENCIA EN PERÚ

En 2017, se realizó la primera edición de la Taza de Excelencia en Perú, y los impactos conseguidos desde entonces no dejan de repercutir positivamente en el sector del café de este país. **Las ventas de cafés especiales a terceros países han pasado de 7 a 45 millones de dólares en el periodo 2016-2019, según Aduanas.** Estos cafés aún no superan el 5% del volumen total exportado, según estimaciones de la Central de Café & Cacao, lo que significa que hay oportunidades de crecimiento en esta oferta.

Saber del reconocimiento internacional, también ha promovido el incremento del consumo interno de cafés de calidad, impulsando la aparición de al menos 300 cafeterías de especialidad y de más de

100 empresas tostadoras de cafés especiales que están generando marcas con cafés de esta categoría, 100% peruanos.

Otro aspecto positivo y muy destacable es la mejora de la calidad de vida de los productores ganadores de Taza de Excelencia y la motivación para profesionalizar su trabajo. Un ejemplo de ello es Dwight Aguilar, quien en los últimos años se ha valido el reconocimiento como uno de los mejores productores de café del Perú.

La finca de Dwight, "Nueva Alianza", está ubicada a más de 1.800 m.s.n.m., en el distrito de Santa Teresa, en la ruta hacia la ciudadela inca de Machu Picchu, en Cusco. Allí, rodeado de montañas, con un terreno enriquecido con aguas termales, y abundante flora y fauna silvestre cultiva su premiado café de la variedad Geisha.

En 2018, Dwight Aguilar obtuvo el primer puesto de la Taza de la Excelencia. Al año siguiente, logró estar en el top 10 de los mejores cafés. En las dos ocasiones, además, sus cafés han participado en las subastas internacionales de la Taza de Excelencia y los ingresos obtenidos le han permitido invertir en mejorar la infraestructura de su finca y adquirir equipos para procesar mejor su café. "Llevo 20 años dedicándome a la caficultura y antes de la Taza de la Excelencia, esta actividad no era rentable debido a los bajos precios del café. Lo que ganaba, apenas llegaba para alimentar a mi familia", explica. Hoy, el 50% de su producción va al mercado internacional y el

50% restante es absorbido por empresas tostadoras nacionales y por Dwight Coffee, su propia marca de café. Además, obtiene ingresos capacitando a otros caficultores que buscan seguir sus pasos.

NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO

El café ganador de Dwight en 2018 fue comprado por Maruyama Coffee, una compañía japonesa especializada en la búsqueda y compra de cafés especiales desde 1991. Cuentan con 12 cafeterías de especialidad en Japón y comercializan café a través de su web. Antes de que la Taza de Excelencia tuviera su certamen en Perú, Kentaro Maruyama, presidente de Maruyama Coffee, no estaba interesado particularmente en el café peruano porque la información sobre su calidad y trazabilidad, explica, era escasa. Ahora, sin embargo, Perú es uno de sus referentes para comprar café de la mayor calidad.

"Cuando empecé en la industria, se sabía poco sobre los cafés del Perú, no tenías información transparente sobre las fincas, los productores y los orígenes. Después de que se empezaran a convocar los concursos de la Taza de Excelencia en el país, los compradores en Asia supimos sobre los productores, dónde están localizadas sus fincas y ahora podemos establecer relaciones comerciales directamente con ellos", refiere Maruyama. En 2019, volvió a repetir la experiencia y compró un lote del café de



— **Cafelab.pe.** Grimanés Morales Lizana, ganadora de Taza de la Excelencia Perú 2019, junto a su esposo Marcelino Chinguel (derecha) y sus hijos Franklin (sentado) y Jhonner

Grimanés Morales Lizana, de la región Cajamarca, que aquel año obtuvo el primer lugar del certamen.

“Como tostador puedo decir que el café peruano permite ser utilizado de diversas formas y funciona bien tanto en tuestes ligeros como en blends. Son cafés dulces, suaves, limpios y con buena acidez, pero sin que esta sea muy marcada”, afirma Maruyama.

La Taza de la Excelencia se ha convertido en el escaparate de los cafés especiales peruanos al mundo

El café ganador de Grimanés también fue adquirido por Harrods, el icónico centro comercial de Londres fundado en 1849 y que desde hace cuatro años ofrece cafés especiales del mundo. “Era un Costa Rica 95, una variedad nueva en Perú, con notas a melocotón y papaya”, explica Bartosz Ciepaj, maestro tostador en Harrods. Los compradores de café en

Harrods proceden de países asiáticos y árabes que están a la caza de nuevas variedades y experiencias, tal cual como sucede con el vino. “Ahora el consumidor pregunta, por ejemplo, por un Bourbon igual como si buscara un Chardonnay”, indica Ciepaj. Esta tendencia, añade, se está acenando en la pandemia, pues las personas han aumentado su consumo de café en casa, con un especial interés en beber cafés de calidad.

Pero la gloria no solo está destinada a los primeros lugares de la Taza de la Excelencia. En realidad, ingresan a la subasta internacional todos los cafés que obtienen más de 87 puntos en un proceso de cata. En 2019, Perú tuvo 21 cafés clasificados en la subasta.

CAFÉ CON CARÁCTER PERUANO

Supremo Coffee, un tostador especializado en el comercio directo con productores de microlotes, con sede en Alemania, compró, por ejemplo, el Bourbon de Amancio Zúñiga Aquino, producido en la región Huánuco y que alcanzó el puesto 14 en Taza de la Excelencia 2019.

“Los cafés del top 20 de esta competición en cualquier



batalla cafés

THE ART OF COFFEE



comercial VIPASA

"LO QUE HACEMOS, LO HACEMOS BIEN"

Envasado de azúcares, edulcorantes, solubles y productos especiales

WWW.VIPASA.NET

Fabricación y decoración de porcelana para el mundo del café





...Taza de la Excelencia. Jueces nacionales Taza de la Excelencia Perú 2020

país son todos muy buenos, por eso, más que en los puntajes, nos enfocamos en encontrar el café que se adecue a nuestros clientes y el que compramos el año pasado en Perú realmente nos sorprendió y cambió mi punto de vista sobre el café peruano”, señala Rafael Braune, co-fundador de Supremo Coffee. Tenía notas a frutas tropicales. “Cuando elegimos un café buscamos que este sea un embajador de su país en Alemania y eso significa que tiene que demostrar lo mejor de los sabores del país del que procede porque hará que los consumidores se interesen cada vez más por ese origen”, explica.

En relación precisamente a esta identidad del café peruano, Michael Sheridan, director de compras de Intelligentsia Coffee, una de las empresas más influyentes en el segmento de los cafés especiales, y con larga experiencia en la compra de cafés de este origen apunta, “lo que buscamos en Taza de la Excelencia es encontrar el café que tenga las notas sensoriales con las que identificamos al Perú para poder comunicar ese

origen a nuestros consumidores. **El prototipo de café peruano debe comunicar sabores y experiencias tal y como lo hace la cocina peruana hoy en día**”. Y ello, asegura, va más allá del trabajo del productor.

PERÚ MARKETPLACE Y AMAZON

Al respecto, Mario Eduardo Ocharan Casabona, Director de Promoción de las Exportaciones de Prom-Perú, explica que se está llevando a la digitalización de la trazabilidad del café para garantizar a los compradores internacionales las calidades, certificaciones y puntajes de los cafés que se exportan. Además, añade, se ha empezado ya a desarrollar el programa de la huella ambiental del café peruano para medir sus impactos en el medio ambiente e identificar oportunidades de mejoras y mitigación de procesos. El programa se ha iniciado con 30 exportadores, de un total de 140, y el objetivo es que al 2021 todos formen parte de él. Además, se impulsará que las empresas cafetaleras tengan

presencia en las plataformas de e-commerce más conocidas a nivel global como Amazon, JD.com y Mercado Libre. También se acaba de lanzar Perú Marketplace, una tienda virtual a costo cero y de acceso gratuito para exportadores. Actualmente cuenta con 31 empresas que podrán ofrecer sus cafés por este nuevo canal de promoción digital y se espera que a fines del 2021 sean más de 100.

Además, con intención de cumplir con la demanda de una industria cada vez más interesada por el café peruano, la innovación y la capacitación se suman a los objetivos más inmediatos del café de especialidad de este origen.

“Se requiere darle consistencia a la calidad y tener más perfiles de café, especialmente en regiones poco exploradas como Amazonas o San Martín, para lograr una oferta más diversificada para la exportación de cafés especiales”, señala Geni Fundes, Gerente General de la Central Café & Cacao y Coordinador General de Taza de la Excelencia Perú 2020. Estos aspectos implican que se trabaje en un programa de mejoramiento genético de variedades tradicionales, que se cultivan en Perú hace más de 100 años, para darles resistencia a plagas y potenciar su calidad.

Además, se necesita implementar un programa de financiamiento del Estado para que los productores puedan instalar hectáreas de cafés especiales en sus fincas, ya que debido a la plaga de la roya del año 2013 muchos sembraron variedades mejoradas que les permitieron

recuperar volumen, pero no les garantizan calidad. Estos cambios ayudarán a atender una mayor demanda proveniente de mercados emergentes como Japón, Corea del Sur, China y Australia.

La Taza de la Excelencia ha resultado, sin duda, un antes y un después en la caficultura peruana. El reconocimiento y los altos precios que reciben los productores por sus cafés en la subasta de este certamen, concluye Fundes, “es para ellos un estímulo personal para seguir adelante en la apuesta para mejorar la calidad de su café que está logrando, además, un efecto multiplicador y revolucionario en la caficultura peruana” ■

Norka Peralta Liñán y Pamela Acosta Rodríguez
Cafelab.pe

Prom-Perú impulsará la presencia de cafés de especialidad de Perú en plataformas como Amazon

...Dwight Aguilar Masias, ganador de la Taza de la Excelencia Perú 2018



...Taza de Excelencia Perú. Muestras de cafés ganadores de Taza de Excelencia Perú 2020

NUEVOS PROCESOS DE FERMENTACIÓN DEL CAFÉ

La exigencia del mercado de café de especialidad no deja de crecer y los productores experimentan con nuevos procesos que les ayuden a cumplir e incluso superar las expectativas de los consumidores. La fermentación de las cerezas es, en este sentido, un ámbito en el que se están haciendo grandes avances y actualmente ya se están utilizando nuevos procesos capaces de influir muy directamente en el perfil final de la taza y no menos importante, en la diferenciación de los propios cafés.

La fermentación es el proceso bioquímico que se desarrolla de forma natural en origen e inmediatamente después de que las cerezas del café son cosechadas, cuando los azúcares de los tejidos de estos frutos quedan expuestos al contacto con los microorganismos nativos del ambiente. La intensidad del proceso resulta mayor o menor, dependiendo de las condiciones ambientales y en especial de la temperatura y actividad del agua a la que está expuesto el sustrato.

La fermentación se mantiene activa durante todo el procesamiento del café hasta llegar al secado- y no en el lavado, como comúnmente se considera-, cuando se estabiliza el grano a niveles inferiores a 0,6 de actividad del agua¹, que es justo cuando los microorganismos realmente detienen su acción metabólica.

¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA FERMENTACIÓN?

Gracias a la fermentación hay una gran transformación de metabolitos (desdoblamiento de los azúcares insípidos polisacáridos a saborizantes monosacáridos) y sustancias precursoras de fragancia, aroma y sabor; que se reconocen diferencialmente en el gusto y postgusto, aportándole a la bebida complejidad organoléptica y transfiriéndole suavidad al cuerpo y armónico balance a la taza. **Tradicionalmente, el proceso de fermentación ha estado relacionado básicamente a facilitar el desprendimiento del mucílago del grano durante el lavado y dinamizar el secado, pero nunca hasta ahora se había ligado a la conformación de sabores diferenciales.**

El mundo del café y su caficultura, ha evolucionado desde procesos de fermentación totalmente rudimentarios y poco cuidados (mayoritarios en la industria), en los que las cerezas se cosechan y se llevan prácticamente sin ningún procedimiento diferencial de limpieza, clasificación y separación por calidad al secado inmediato, a procesos un poco más elaborados de



beneficio húmedo, en los que se despulpa y se desmucilagina mecánicamente o con la ayuda de enzimas, para pasar rápidamente al proceso de oreo, pre-secado y secado de los granos, sin detenerse a identificar las características microbiológicas y metabólicas del propio proceso, lo cual ocurre en un importante porcentaje de los cafés conocidos como lavados.

Para lograr consistencia, confiabilidad y estabilidad en la fermentación y producto, algunas caficulturas han empezado a desarrollar protocolos de fermentación, que son ya referentes de manejo, pero que lamentablemente no se ha logrado, todavía, que sean de estricto cumplimiento, debido a las múltiples variables e imprevistos del propio proceso.

Es así que los retos y desafíos en este ámbito, se centran actualmente en las dificultades para lograr desmarcarse y diferenciarse de los cafés lavados y fermentados que se ofrecen en el mercado, intentando **generar una alternativa mono experiencial, para consumidores tradicionales, que están acostumbrados y satisfechos con su café de todos los días.**

NUEVOS PROCESOS DE FERMENTACIÓN

En esta búsqueda de nuevas vías, en la última década se ha empezado a hablar, con mayor o menor insistencia, de tres

procesos alternativos a la fermentación tradicional del café, la fermentación con levadura y lactobacilos, la fermentación en maceración carbónica y la fermentación con frutas.

Los retos y desafíos de los nuevos procesos de fermentación están en lograr caracterizar nuevos perfiles de café en taza

Fermentación con levaduras y lactobacilos. Este proceso es el más tradicional en el procesamiento de bebidas alcohólicas en todas las industrias. En él, los azúcares en medios oxigenados (aeróbicos) con microorganismos, se transforman en otros compuestos orgánicos, dinamizando, en consecuencia, los procesos malolácticos que permiten obtener bebidas con sabores más frutales y con mejor cuerpo.

Los retos y desafíos en este tipo de fermentación están en lograr caracterizar y estabilizar las poblaciones microbianas involucradas en las diferentes fases, monitoreando y controlando las múltiples variables y va-

¹ La actividad total del agua, diferente al contenido de humedad, mide la cantidad de agua en un alimento que no está unida a ninguna molécula del mismo. Para medir esta actividad se utiliza una escala de 0 a 1, donde 0 es seco y 1.0 se refiere al agua pura. Para el café verde entre 0,5 y 0,6 son considerados unos valores correctos de actividad del agua. Entre 0,6 y 0,9, la posibilidad de actividad microbiana aumenta, y puede llevar a producir moho y hongos en los granos



riantes de los procesos, ya que estos desarrollan rutas metabólicas en función de lo que va sucediendo desde la fase alcohólica, a la maloláctica y a la acética. Esto implica un permanente monitoreo para adquirir la consistencia requerida para su posicionamiento y diferenciación.

Las fermentaciones con el empleo de levaduras y lactobacilos presentan ventajas a la hora de caracterizar el producto final y su perfil organoléptico, permitiendo explorar alternativas de diferenciación, especialización y valoración en mercados de alta calidad.

Fermentación en maceración carbónica. Se trata de una alternativa tecnológica procedimental, en la que se prioriza la baja exposición del café al oxígeno, pudiéndose inyectar anhídrido carbónico o simplemente permitiendo la producción natural del CO₂, que se encargará de desplazar el oxígeno molecular. Con ello se dinamizan los procesos bacteriológicos anaeróbicos, en detrimento de los procesos aeróbicos de las levaduras, asegurando,



do, así, una baja generación de alcoholes, en favor de notas acéticas, reconocibles como vinosas y acéticas (frutas sobre maduras). Además, **con este tipo de proceso se logra suavidad en la bebida y moldear expresiones diferenciales en nariz y boca para los consumidores.**

La fermentación potencia las características únicas de cada café pero no puede corregir las posibles deficiencias que tenga el grano por un mal cultivo o cosecha

Los retos y desafíos de la fermentación carbónica están más relacionados con los mayores requerimientos de manejo y control del proceso que exige este tipo de proceso, a riesgo de que la falta de atención favorezca que las bacterias puedan multiplicarse desbordadamente con el aumento de la temperatura, generando inconsistencias y comprometiendo la calidad del grano. La mayor ventaja de la fermentación en maceración carbónica es que permite innovar y transferir factores de diferenciación a la bebida, ampliando el abanico de posibilidades de degustación, para un consumidor ansioso por experimentar con nuevas sensaciones y lograr diversificar su consumo de café.

Fermentación con frutas. Es una de las innovaciones más disruptivas. En este tipo de proceso se permite a la masa de fermentación del café, entrar en contacto con los aromas, sabores y microorganismos de otras frutas (en especial, de aquellas de sus mismos ecosistemas donde se comparte el terroir). **El objetivo es agregar azúcares**

naturales y transferir notas en nariz y boca, diferencialmente perceptibles en la bebida y que no necesariamente están correlacionados con la o las frutas con las cuales han estado ensamblado el café, durante el proceso. Esto permite ganar expresiones más exóticas y diferenciales, que amplían el portafolio de opciones experienciales en nuestros consumidores más apasionados.

Los retos y desafíos de esta disruptiva **fermentación con frutas** están relacionados con las exigencias de una mayor experiencia y correlación de procesos antes, durante y después de la fermentación, a través de los cuales sea posible asegurar consistencia, confiabilidad y determinación de la alta calidad del café.

Las mayores ventajas de la fermentación con frutas las encontramos en la posibilidad de romper los paradigmas de las expresiones en taza, superando las necesidades y llegando hasta las expectativas de nuestros clientes y consumidores, logrando satisfacer, así, sensaciones únicas y excepcionales en aroma y sabor que inspiren a todos los actores de la industria, tanto tostadores de especialidad, como baristas de última generación. Sin embargo, no son pocos los expertos que no están a favor de estas mezclas con frutas, al considerar los productos obtenidos, algo así como productos aromatizados, algo diferente a un auténtico café. De hecho, estas prácticas no suelen ser utilizadas en el mundo del vino.

¿CON QUÉ VARIEDADES DE CAFÉ SON MÁS ADECUADOS CADA UNO DE ESTOS PROCESOS?

El proceso de beneficio y todos los procesos sucesivos agregan valor al café y sacan brillo a los quilates que contiene esta materia prima. **En estos procesos se transmiten y potencializan las características únicas de expresión en la interacción de genoma (variedad) con el ambiente, las cuales se adecuan a través de unas apropiadas técnicas de cultivo y cosecha.** Así que no de todos los ecosistemas y de todas las variedades se puede sacar el mismo resultado con estos procesos diferenciales de calidad. Si el café no trae densidad y dulzor del campo, o su grado de maduración no es el correcto, el proceso no va a lograr corregir esas deficiencias. En cambio, es en los terroir más exuberantes y las variedades más nobles y exóticas de los Arábigas, (Typica, Bourbon, Caturra, Tabi, Geisha,...) donde su vocación es la calidad en taza, cuando si es posible crear estos cafés de diseño o, como también se les reconoce, cafés de autor.

INCIDENCIA DE LOS NUEVOS MODELOS DE FERMENTACIÓN

La fermentación con levadura y lactobacilos, la fermentación en maceración carbónica y la fermentación con frutas **son procesos relativamente nuevos que no se alargan más allá de la última década y por tanto no son de uso generalizado**. En Colombia, gracias a la profesionalización que se ha logrado desde el 2017 a través del esfuerzo conjunto del Coffee Quality Institute CQI y sus aliados, entre los que se destacan, Supracafé y el Parque Tecnológico de innovación TECNICAFÉ, formando Q Processing Nivel 1, 2 y 3 (enólogos profesionales y expertos del café), se viene incursionando promisoriamente con estas y otras alternativas tecnológicamente más innovadoras, para ganar expresiones diferenciales y consistentes a través de protocolos novedosos de procesos en el beneficio y, específicamente, la fermentación. Gracias a estos procesos diferenciales y sus consecuentes mejoras en la calidad de los productos y servicios es posible innovar y desconectarse de la inequitativa, especulativa y volátil cadena de suministro. Y todo esto a la vez que se gana posicionamiento y reconocimiento por parte de los actores inter-

nacionales de valor y se consigue, también, una mayor sostenibilidad, basada en unas relaciones más objetivas, armónicas y constructivas con nuestros aliados en la industria, con los que a través del lenguaje común de la calidad, logramos la satisfacción integral de sus clientes, conquistando sus preferencias.

EL FUTURO...

Existen muchas y nuevas alternativas de desarrollo, manejo y control de procesos, desde la maduración de la fruta en poscosecha a la fermentación en cereza pasando por las fermentaciones sumergidas, prolongadas o inmersas en madres de fermentación. También se está trabajando con cafés amielados y naturales de fermentación en húmedo o en seco y en el desarrollo de curvas de deshidratación y secado - las curvas de maduración y estabilización en pergamino - que generan un mundo de posibilidades de innovación en productos, y cuyo objetivo es hacer crecer las experiencias, sensaciones y percepciones de nuestros clientes y consumidores en la cadena internacional de calidad y valor del café, logrando así un mejor café y una mejor caficultura para el mundo. Unidos logramos todo ... ■

Ricardo Oteros Sanchez-Pozuelo

Director General Supracafé

Javier Hoyos García

Gerente Tecnológico Parque Tecnológico de innovación TECNICAFÉ

Cesar Augusto Echeverry Castaño

Director Ejecutivo Parque Tecnológico de innovación TECNICAFÉ



SIGUE TU INSTINTO NATURAL Y PÍDELO ORGANIC.



LO PIDO ORGANIC

SABÍAS QUE

¿CÓMO INFLUYE LA TEMPERATURA DEL MOLIDO EN LA TAZA DE ESPRESSO?

El molino es el equipo que nos permite reducir los granos enteros de café a pequeñas partículas que en contacto con el agua facilitarán la extracción de los sabores y aromas de este producto. En la preparación de la taza perfecta, el molino juega, pues, un papel clave, resultando los efectos del paso del café por este equipo, factores importantes en la misión de cualquier buen barista para preparar el mejor café.

En pocas ocasiones cuando se habla de los parámetros a tener en cuenta en la preparación de un espresso perfecto, la temperatura que alcanza el café durante la operación de molido es tenida en cuenta. Sin embargo, esta temperatura influye en la extracción. Cuanto más se calienta la cámara del molino, el equipo muele más rápido, lo que influye, por ejemplo, en la cantidad de café que obtenemos en el caso de las moliendas programadas por tiempo. De igual modo, una temperatura demasiado elevada por un tiempo prolongado puede resultar fatal para la conservación de las propiedades sensoriales del café que vamos a servir. Un buen molino, una buena calibración y una buena mano barista, serán suficientes para evitar este problema.

¿POR QUÉ SE CALIENTA EL CAFÉ EN EL MOLINO?

Por norma general y simplificando mucho la respuesta, un molino profesional de café se compone de un motor eléctrico que suministra la potencia mecánica para mover dos fresas, una de ellas fijada o ligada al movimiento del motor y una segunda colocada de forma superpuesta en la parte superior del molino sin movimiento alguno (el elemento de transmisión entre motor y fresas puede ser el eje del motor sin ningún acoplamiento, un acoplamiento con rotura de puente térmico, una reductora de velocidad, etc.). El café entra a la cámara

de molido, que puede ser parte del propio motor o una pieza independiente, desde la tolva y, a través de la boca de entrada, vertical u horizontal, con o sin sinfín para acelerar que el café, accede al interior, atraviesa el espacio entre las fresas y se muele para, finalmente, ser canalizado a través de la boca de salida por unos conductos hasta el portafiltro o la cámara de dosificación.

Ahora bien, todos estos elementos pueden tener distintas soluciones y por tanto, **no todos los molinos son iguales, de modo que factores como el material de fabricación, el tamaño de las fresas, r.p.m., geometría, kilogramos/hora molidos, sistemas de ventilación, rendimientos del motor..., influyen directamente en la temperatura que adquieren las partículas de café molido en su interior, además**

de en el caudal y granulometría de los granos sometidos a las fresas.

A nivel general, sin embargo, hay dos razones básicas para que el café se caliente en los molinos. La primera tiene que ver con la propia acción mecánica de triturar los granos de café y que provoca que la fricción entre los discos se transforme en calor y que el café absorba la temperatura que se genera. En esta operación la temperatura del café puede subir unos 10°C. (Ver gráfico).

La segunda razón por la que el café se calienta en el molino es el motor eléctrico de este equipo, el cual presenta un rendimiento inferior a 1 (relación entre la energía mecánica que entrega en el eje para moler café y la energía eléctrica consumida). Esta diferencia supone pérdidas de energía, las cuales se disipan en forma de calor

a través de la carcasa del motor. Ambos efectos, **la molienda y la disipación de energía del motor, aportan calor al café por conducción y convección, por lo que la cámara de molido se calienta progresivamente.**

En todos los casos, para preservar la calidad del grano, el café en el molino no debería alcanzar nunca una temperatura superior a los 40°C, aunque este dato es difícil de concretar, ya que todas las partículas de café molido presentes en una dosis, al ser analizadas, tienen diferente temperatura.

INTERRELACIÓN DE FACTORES

Durante la preparación del espresso, todas las variables han de estar perfectamente alineadas y se debe saber parametrizarlas para conseguir consistencia en cada taza. Granulometría, tiempo, temperatura, etc., son factores que están interrelacionados y el cambio de uno, afecta directamente a los otros.

Es así que **el incremento de la temperatura en el molino tras moler varios kilogramos de café genera una dilatación de los materiales del molino. Esta dilatación puede afectar significativamente el punto de molido**, en cuyo caso todos los parámetros mencionados se verían afectados en cierta medida.

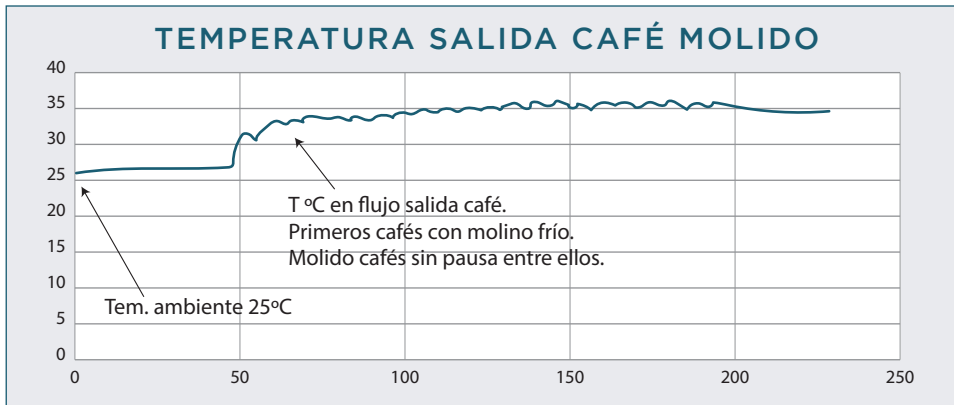
Un buen diseño debe tratar de reducir, pues, el calentamiento y combinar distintos materiales para compensar las dilataciones y hacer que el punto de molido se mantenga lo más



...Molino Q10 de Quality Espresso



...Molino Izaba de Markibar



Incremento de temperatura por efecto de la fricción en la rotura de granos de café, sin tener en cuenta otros efectos. Molido en continuo.

estable posible incluso a ritmos de trabajo elevados. Ello evitará variaciones en el punto de molido y que se deba modificar la configuración del equipo, con el riesgo que ello conlleva para la uniformidad de las tazas.

En el caso de los molinos integrados en máquinas superautomáticas, los mecanismos que utilizan para moler el café son similares a los de los molinos profesionales de café, aunque los motores suelen ser más pequeños al estar dimensionados para un ritmo de trabajo menor que el de un molino profesional. Otra diferencia importante es que el molino integrado dentro de una cafetera superautomática se ve afectado negativamente por la temperatura generada por las calderas de agua y vapor que van en su interior, así como por la humedad provocada por los sistemas de vapor utilizados para calentar la leche. Los fabricantes, sin embargo, ya han empezado a desarrollar soluciones que minimizan estos efectos.

QUÉ ES MÁS IMPORTANTE, ¿QUÉ LA TEMPERATURA DE LA CÁMARA DEL MOLINO NO SEA ALTA O QUE SE MANTENGA ESTABLE?

Lo mejor sería mantener la mayor estabilidad posible, dentro de un rango de temperatura óptimo que se recomienda sea lo más cercana posible a la temperatura ambiente. Conseguirlo, además de lo ya visto, depende del material con el que esté fabricada esta cámara, el nivel de temperatura que pueda llegar a acumular y la capacidad para poder absorberla y disiparla.

En caso de que la cámara de molido se caliente con altos ritmos de trabajo, lo más importante es comprobar que esto no afecte significativamente al punto de molido. Y esto es aplicable a la operación de molido para todo tipo de extracciones, aunque muy especialmente

para el espresso, ya que su elaboración requiere más precisión en todos los aspectos.

EN BUSCA DE LA ESTABILIDAD TÉRMICA DE MOLIDO PERFECTA

Los fabricantes de molinos profesionales de café empiezan a incorporar interesantes soluciones a sus equipos para tratar de asegurar una temperatura de molido lo más baja y estable posible. Estas innovaciones van desde cámaras con temperaturas controladas a nuevos materiales para la fabricación de las fresas que absorben y disipan temperatura, pasando por cámaras ventiladas y refrigeradas después de cada dosis, cámaras de molido aisladas para el motor, sistemas con una mayor distancia en la ubicación del motor y otros elementos del molino o motores con más potencia.

Para locales con alto consumo de café, la solución ideal propuesta por los fabricantes es independizar la cámara de molido del motor, añadiendo un sistema de ventilación inteligente que evite que el calor del motor afecte a la cámara.

Desde el punto de vista térmico, podemos deducir, pues, que molinos con motores sobredimensionados, cámara de molido aislada del motor, sistemas de enfriamiento con ventiladores, etc. nos indican que estamos ante un buen equipo, el cual para resultar perfecto para el trabajo deberá, además, presentar una calidad general en todos los materiales utilizados para la fabricación del mismo y asegurarnos no solo

un fácil acceso a las operaciones de limpieza y mantenimiento, sino, también, la máxima fiabilidad, ya que, no debemos pasar nunca por alto que un molino fuera de servicio provoca el "paro absoluto" del servicio de café en un establecimiento.

TENDENCIAS EN MOLINOS DE CAFÉ PROFESIONALES

Más allá de las tendencias apuntadas con relación a las innovaciones en el ámbito de la estabilidad térmica de los molinos, la industria no ha dejado de trabajar los últimos años en nuevas prestaciones que hacen de los nuevos molinos verdaderos equipos de precisión.

Actualmente destaca la apuesta general de casi todos los fabricantes por un sistema "on demand" que proporciona la dosis de café al instante, molida o premolida, con el objetivo de mantener la frescura del producto y así conseguir extraer la mayor esencia en cada una de las tazas elaboradas.

Otra clara tendencia es la incorporación de "Display touch" con distintas funcionalidades. Estos displays, además, aportan ventajas de personalización y una clara visualización de todos los parámetros del molino.

También está en auge el uso de los sistemas de conectividad que aportan un control telemático sobre el rendimiento de los equipos, consumos, operaciones de mantenimiento, geolocalización, etc. Los parques de molinos en la nube empiezan a ser ya una realidad de la Industria 4.0, en la que la conectividad es una funcionalidad totalmente imprescindible.

De igual manera, forman parte de las tendencias actuales, la estética de los molinos con áreas de personalización para exhibir las marcas, así como tolvas personalizadas y otros elementos de visibilidad como latas o PETs.

Fuentes

José Angel Markotegi, Ingeniero I+D. Markibar.

Rubén Sanz Navarro, Specialty Coffee Ambassador Evoca Group



Cámara de molido aislada del motor. Fuente: Markibar

EVALUACIÓN SENSORIAL: ¿POR QUÉ ME GUSTA ESTE CAFÉ?

La evaluación sensorial de alimentos y también de bebidas es una disciplina que no ha dejado de crecer en importancia en los últimos años. El mundo del café es una evidencia de ello y hoy día recopilar, medir y analizar propiedades de este producto captadas por nuestros sentidos ha dejado de ser una práctica anecdótica. Y es que, a través de la evaluación sensorial, es posible obtener datos claves para el objetivo de cualquier empresa de ofrecer a sus clientes el café perfecto.



Jean-Xavier Guinard es profesor de Ciencias Sensoriales en la Universidad de California, Davis, y codirector del UC Davis Coffee Center. Ingeniero Agrónomo de formación, tiene un máster en Fisiología Sensorial y otro en Ciencias de la Alimentación (especialización en Enología) y un doctorado en Microbiología por la UC Davis (EUA). Su trabajo de investigación se centra en el desarrollo de estrategias sensoriales para una mejoría de la dieta y en la optimización de la calidad sensorial y aceptación del café, entre otros alimentos y bebidas. El Coffee Taster's Flavor Wheel de la SCA se diseñó en su laboratorio, y su investigación sobre el Coffee Brewing Control Chart, además de su nuevo método de evaluación de la calidad sensorial del café – Coffee Quality™, le confirman como uno de los mayores expertos mundiales en la ciencia sensorial del café.

¿QUÉ ES Y QUÉ IMPORTANCIA TIENE LA CIENCIA SENSORIAL PARA EL CAFÉ?

La valoración (económica) del café siempre ha estado vinculada a sus propiedades sensoriales. Y con la revolución del café de

especialidad que estamos viviendo, se ha diversificado el perfil sensorial del café de una forma espectacular. Así que resulta fundamental tener herramientas científicas para evaluar y valorar la calidad sensorial del café, tanto para el productor como para el consumidor. Estas herramientas se han construido a partir de las ciencias sensoriales y otras disciplinas como la estadística.

¿EN QUÉ PUNTO DE DESARROLLO SE ENCUENTRA ESTA CIENCIA EN RELACIÓN CON EL CAFÉ?

Si bien es cierto que la ciencia sensorial, tanto el análisis sensorial (para el aspecto analítico) como las pruebas de consumidores (para el aspecto hedónico o afectivo) se llevan aplicando en las multinacionales del café hace muchos años, hasta el momento la mayoría de la actividad sensorial en el mundo del café de especialidad se ha centrado en la evaluación de la calidad por parte de expertos a través de las catas (cupping) y Q grading. El papel de la academia en este contexto consiste en concienciar a los miembros de nuestra comunidad sobre los tres acercamientos básicos a la calidad sensorial del café, "calidad por expertos", "perfil sensorial por análisis descriptivo" y "aceptación por el consumidor", y subrayar, a la vez, sus ventajas y limitaciones, para que se usen de una forma sencilla y adecuada.

¿QUÉ FACTORES DETERMINAN NUESTRO GUSTO POR EL CAFÉ?

Una de mis primeras publicaciones como estudiante graduado con la profesora Rose Marie Pangborn consistió en investigar en múltiples países las preferencias de los consumidores en relación con los aromas. Se comprobó que el mapa de estas preferencias resultaba igual que un mapa del mundo, es decir, que nuestras preferencias en este ámbito se basan en los estímulos aromáticos a los cuales estamos expuestos a lo largo de nuestra

infancia y juventud y responden a lo aprendido.

En cambio, para el gusto (los sabores), las preferencias son innatas. Nacemos con una preferencia para el dulce y un rechazo al amargo y a la acidez si es demasiado intensa. Esto implica que, con el café, vamos a partir de una base bastante estable en cuanto a los sabores, pero vamos a ser más o menos flexibles según nos guste probar cosas nuevas (al ser neofílicos), o no (neofóbicos), y según podamos estar expuestos a una gran variedad de café o no. Obviamente, esto dicta que las generaciones nuevas – los GenZs o los Millennials- al estar más abiertas a probar nuevos tipos de cafés (o más aún, a todo tipo de experiencias vinculadas con el café) y tener acceso, también, a una gama mucho más amplia de café que las generaciones más maduras como la mía (acostumbradas y fieles al café solo del bar de al lado de la oficina), tendrán preferencias mucho más diversas y no se asustarán al probar un café de especialidad de Etiopía que podrá tener más sabor a té que a café, a causa de sus notas intensas afrutadas y florales. El gusto de estos jóvenes por el café va a ser más abierto y cambiante. La innovación les atrae, mientras a los demás, nos cuesta cambiar.

Así pues, es cierto que el conjunto de sabores y aromas en el café producen una experiencia sensorial única, como cada alimento o bebida, y hay que destacar este aspecto único de la percepción sensorial humana, en el que el sistema nervioso central (el cerebro) integra la información que recibe de estas dos modalidades sensoriales (y las otras) de una forma que ningún otro instrumento en ningún laboratorio puede reproducir. Es allí donde se juntan la fisiología sensorial y la psicología.

Y ¿QUÉ HACE QUE NOS GUSTE UN TIPO DE CAFÉ EN PARTICULAR?

Nuestro modelo de investigación del consumidor o "Consumer Research Model", considera que existen tres tipos de variables que influyen directamente en la conducta del consumidor frente al café: "Producto"



— Jean-Xavier Guinard durante una cata de café

(¿a qué sabe el café?, ¿cuánto me costo?, ¿qué personaje lo promociona?...); “Consumidor” (características demográficas, psicográficas, genéticas y de uso); y finalmente, e igual de importante, “Contexto” (contexto físico, cultural, etc.). Así que se trata de un rompecabezas multivariado y el estudio de las preferencias y los hábitos de consumo requiere unos diseños experimentales cuantitativos y unas estadísticas multivariadas muy complejas, o unos acercamientos más cualitativos como la observación del consumidor o etnografía.

El reto para el productor o el barista es acertar en tantas de estas variables como sea posible para ofrecer una experiencia que resulte agradable para el consumidor. Y es algo que la comunidad del café de especialidad esta haciendo muy bien, entre otras cosas porque al margen de aplicar los conocimientos que se han preocupado en adquirir, se dedican en cuerpo y alma a la elaboración de un excelente café y manejan mejor que nadie las redes sociales y las utilizan como potentes herramientas de marketing para promocionar la experiencia del consumo de esta bebida.

TENIENDO EN CUENTA TODO ELLO, ¿QUÉ PERFILES DE CAFÉ SON MÁS POPULARES?

Realmente, todos. Y es así, porque ocurre lo mismo que con otros alimentos o bebidas “specialty” (vino, cerveza, aceites). Proliferan estilos, variedades, orígenes, métodos de elaboración y ámbitos y experiencias de consumo... ¡Everything goes!. Estamos viendo otra revolución alimentaria, social y cultural con el café de especialidad. Una mina de oro para un investigador y una oportunidad única para el consumidor de ver con otros ojos (y sin lugar a duda, mu-

cho más abiertos) una bebida con mucha historia y ahora, además, omnipresente allá donde miremos.

¿CÓMO DEBE ENTENDERSE LA SACIEDAD SENSORIAL EN EL CONSUMO DE CAFÉ?

La saciedad sensorial es un fenómeno de control de ingesta de alimentos a corto plazo. Resulta que al estar expuesto a una sensación, por ejemplo el sabor salado o el sabor dulce de un plato o una bebida, nos “cansamos” de él a lo largo de la comida, y buscamos algo distinto. Esto hace que comamos un entrante y plato principal salados, pero que luego nos apetezca un postre dulce. La relevancia en el consumo del café no es tanta.

¿EXISTE LA DEFINICIÓN DEL SABOR PERFECTO DE CAFÉ? ¿CUÁL SERÍA O CUÁL SE APROXIMARÍA?

No. Para nada, no existe. Por eso estamos en vías de reformar el “Coffee Brewing Control Chart”, en el cual existe una zona erróneamente calificada de “ideal” para unos TDS (Total Dissolved Solids) y PE (Percent Extraction) medios. Resulta que para el café como para casi todos los alimentos y bebidas, está claro que existe una segmentación de las preferencias. No nos gusta a todos lo mismo, y no siempre tiene más éxito (comercial) el café que guste a más consumidores...

En nuestras investigaciones utilizamos la técnica de los mapas de preferencia (Preference Mapping), que nos permite diagnosticar en cuantos segmentos encaja un café en cuestión. Estos mapas se desarrollan a base de pruebas de consumidores (de 100

a 1.000 según el tamaño del mercado que se investiga) con una gama amplia de cafés (de 6 a 12) que cubra la categoría. Se mide el grado de aceptación de los cafés en una escala hedónica (de “no me gusta nada” a “me gusta muchísimo”), y se aplican técnicas estadísticas multivariadas como el ACP (análisis en componentes principales) o el análisis clúster para identificar los segmentos de preferencia y sus prioridades. Esto permite relacionar las características de cada café con el gusto de los consumidores y determinar en que segmentos encaja cada muestra.

¿CÓMO PUEDE UTILIZAR LA INDUSTRIA LA CIENCIA SENSORIAL PARA “DISEÑAR” EL CAFÉ IDEAL PARA LOS DIFERENTES GUSTOS DE LOS CONSUMIDORES?

Aplicando esta técnica de los mapas de preferencia para la optimización (sensorial) del café y métodos de innovación como el diseño empático (Harvard Business School) o el “Design Thinking” (Stanford D.School) que para la creación de nuevas experiencias de consumo del café, se basan en la observación del consumidor en su ámbito de consumo.

Ahora bien, para averiguar qué tipo de café, de bebida basada en café o de experiencia de consumo del café deseará el consumidor en el futuro, hay que aplicar los métodos cualitativos de observación del consumidor - diseño empático y creativo - porque estos son los que nos permiten llegar a la innovación más rompedora (“breakthrough innovation”), el santo grial de las multinacionales, pero también lo esencial de las start-ups.

LA UC DAVIS OFRECE CON ÉXITO EL CICLO FORMATIVO “DESIGN OF COFFEE” ¿EN QUÉ CONSISTE?

Mis colegas y codirectores del UC Davis Coffee Center, los profesores Bill Ristenpart y Tonya Kuhl desarrollaron este curso de ingeniería química sobre el “Design of Coffee” en el 2015. Se trata de un curso de “educación general”, se dirige a estudiantes de licenciatura y cuenta con una sesión de laboratorio semanal en el Coffee Lab. Actualmente “Design of Coffee” es el curso que más estudiantes atrae en la Universidad de California, Davis, más de 2.000 al año, superando las matrículas de otros estudios ofertados sobre vino, cerveza o sexualidad humana. No miento, pues, si digo que el café ha ganado al vino, a la cerveza y al sexo, en nuestro campus! ■

LA CREMA DEL CAFÉ

LA QUÍMICA DE LA CREMA DEL ESPRESSO, AL DESCUBIERTO

La crema del espresso son dos fases compuestas de retículas de gas CO₂ generadas en el tueste, y encerradas en una fina película líquida constituida por una solución acuosa de tensoactivos. Esta fina película se organiza según una configuración de dos estratos de moléculas activas que circundan el gas con moléculas de agua entre ellas. Su cohesión básicamente viene ayudada por su geometría de estructura de nido de abeja, conjunto de burbujas o cómo burbuja aislada en el interior de la fase líquida. Su composición química y la correcta extracción del espresso determinarán su buen o mal papel en la taza de café.

Hace unos 100 años se inventaron los primeros percoladores de café que permitían extraer café taza a taza con la ayuda de agua a alta temperatura. La bebida resultante tenía un sabor concentrado, pero no presentaba crema alguna. La máquina espresso llegaría más adelante y con ella la crema del café tomó una nueva dimensión. Fue en los años 50 del pasado siglo, cuando la industria de fabricantes de máquinas incorporó la leva en los diseños de sus nuevos equipos. Con ayuda de un resorte, el uso de la leva permitía conseguir "café a la crema" gracias al efecto de la temperatura elevada y a la nueva variable introducida, la presión. Además, el sistema abría la puerta a reproducir las extracciones con cierta regularidad en su resultado. Desde entonces, para muchos consumidores la experiencia de degustar un espresso se asocia a la crema, la cual, en el imaginario colectivo, se asimila al índice de excelencia supremo para un café. Es así, que en muchos casos, la experiencia sensorial se basa, simplemente, en una percepción visual en la que una crema generosa, persistente y que se adhiere a la pared de la taza se convierte en sinónimo de calidad. Personalmente añadiría de "calidad percibida" respecto a la expectativa conocida. Y es que, estoy seguro que con pruebas a cie-

gas las valoraciones podrían causar sorpresas. Aunque la decisión del consumidor siempre debe ser soberana y tomada muy en cuenta.

El primer sentido que evalúa un espresso es la vista, a veces con más méritos de los necesarios, y aunque es cierto que hay una gran correlación entre la crema y un espresso extraído correctamente, otros muchos factores resultan determinantes para su presencia en la taza: bebida preparada con café fresco recién molido; con una desgasificación justa; con un correcto tueste que asegura el máximo desarrollo posible de compuestos volátiles sobre la base correcta de café verde,...

Los consumidores habituales podemos cometer el error de valorar con la primera impresión, la sensación táctil, la densidad, la viscosidad y a veces el balance dulce-ácido-amargo del espresso a través del color y textura de la crema, pero para saber si realmente está es correcta debemos analizar más allá.

EXTRACCIÓN Y CREACIÓN DE LA CREMA

El contacto entre agua y café molido es la premisa fundamental para extraer un espresso. La extracción de las sustancias hi-

drosolubles más la emulsión de los aceites del café que son insolubles en agua aun aumentando la presión, son los que darán el carácter a nuestra bebida.

La fuerza o la concentración de la taza final dependerán de las manos del barista o en el caso de utilizar equipos superautomáticos, de los parámetros prefijados en ellos y la relación entre el agua y el café: punto de molido, gramaje, volumen, dosis o peso de bebida con un tiempo de extracción que será una consecuencia - y por ello sólo debería ser una referencia de control -.

En una extracción sólido-líquido, la temperatura juega un papel importante en el porcentaje de cantidad de masa extraída. En el caso de la extracción del espresso esta variará entre un 16% y un 30%, marcando las diferencias, el sistema de extracción o de máquina espresso, así como los parámetros utilizados durante esta operación.

Todo ello, pues, nos permite un control de la crema, pero el punto de partida deberá ser siempre el análisis sensorial de la bebida con el conocimiento, claro está, del espresso que deseamos como resultado. Sólo en base a este, podremos determinar si las características de nuestra crema son las adecuadas para nuestra preparación.

LA EMULSIÓN

Volviendo al contacto agua-café, un importante fenómeno químico que sucede durante la percolación del café y que debemos tener en cuenta en nuestra explicación sobre la formación de la crema del café es la emulsión de la materia insoluble, compuesta, principalmente, por lípidos presentes en el interior de las células del café tostado, en cantidades de entre un 8% y un 16% de materia seca (durante el tueste pocos cambios se suceden en la fracción lipídica, manteniéndose inalterados los esteroides y la mayor parte de los triglicéridos). Durante la extracción, la energía transferida



_ De izquierda a derecha: espresso sobre extraído, espresso correcto y espresso sub extraído

a la pastilla de café molido y compactado, y la pérdida de carga de la presión del agua en su interior, facilita que la fracción lipídica pueda emulsionar fácilmente en las células más expuestas, por encontrarse estas en el exterior de las partículas (la extracción del espresso se obtiene más por lavado de las paredes externas de las partículas que por el efecto de la difusión del interior hacia la solución). Estos lípidos emulsionados son gotas microscópicas de 0,5 – 10 μm de diámetro.

La emulsión estable que se forma durante la percolación del espresso no se fusiona y se mantiene como fase dispersa. Su densidad no es muy distinta a la de la solución y ello impide a las micro gotas separarse, flotar o concentrarse en la superficie libre. **El factor clave para su persistencia es la presencia de una capa de sustancias tensoactivas** que rodean cada gota y mantienen su estabilidad química.

En este sentido, deberemos tener en cuenta que esta estabilidad no será siempre igual, ya que las distintas especies químicas que componen el café tienen distintas velocidades de extracción (Lee et Al. 1992). Es así, que la cantidad de extracción modificará nuestra percepción sensorial en función de la eficiencia extractiva de cada especie.

MEDICIÓN DE LA CREMA

Para medir el porcentaje de crema de un espresso hay que erogar el espresso y traspasarlo a un cilindro o un vaso de precipitados dónde poder computar la cantidad de crema respecto al volumen total de la bebida. Orientativamente, en las extracciones individuales nos movemos entorno a un 16% de crema y en extracciones dobles a un 32%. En bibliografía se habla de que un 10% de crema es satisfactoria (está claro, sin embargo, que en función de la desgasificación, el tipo de café y la extracción, este porcentaje puede variar).

Un espresso tiene una densidad que no difiere demasiado de la del agua y en parte la crema es responsable de ello, ya que los lípidos dispersos y emulsionados son de menor densidad y consecuentemente disminuyen la densidad total de la bebida. Según la Ley de Darcy en la demostración empírica diseñada por M. Petracco & Suggi Liveriani, 1993, el caudal medio de extracción no es proporcional a la presión aplicada, pero aumenta en función de la presión hasta un valor y después permanece constante o incluso disminuye. El comportamiento de caudal y presión no influyen, sin embargo, en las reacciones de extracción que se activan por temperatura próxima a valores de sub ebullición.

Lo que si influye y muy directamente en estas reacciones y en su resultado en taza son dos errores básicos y muy comunes en

la preparación del espresso, **la sub extracción y la sobre extracción. Ambos errores son distintos y tienen efecto directo, también, sobre la degustación de la bebida, además de sobre el aspecto visual y morfológico de la crema.** En el primer caso, la crema será débil e insuficiente y en el segundo, persistente y resistente.

Químicamente, la sub extracción es la consecuencia directa de una baja temperatura del agua; un tiempo de contacto café-agua insuficiente; y/o un molido grueso. Estos errores conllevan a que las sustancias más solubles, saladas, dulces y ácidas ganen protagonismo, ya que las cadenas de carbohidratos o los aceites no se consiguen extraer correctamente por falta de tiempo y, por tanto, la bebida presenta una cinética menor a la de reacción.

La sobre extracción, por su parte, resulta de una temperatura del agua excesiva; un tiempo de contacto más largo de lo necesario; y/o un molido demasiado fino. Es así que en taza, estas extracciones presentan no solo una mayor presencia de carbohidratos y de lípidos extractados en taza (recordemos que el tiempo de extracción ha sido mayor y por tanto ha favorecido a un mayor “arranque” de estos componentes) sino, también, de compuestos finales amargos y astringentes que se mantienen casi asintóticamente en el tiempo de contacto agua/pastilla de café.

LA RESISTENCIA Y PERSISTENCIA DE LA CREMA

La resistencia es una propiedad reológica que da una idea de la calidad de la estructura de la crema. Para controlar esta resistencia se puede utilizar una red de peso calibrado o bien disponer una cantidad de azúcar homogénea en toda su superficie de forma que por capilaridad permanezca a flote. La cantidad de tiempo en que permanezca a flote el azúcar en la crema nos indicará la resistencia de su estructura.

Otro índice importante en la concreción de las características de la crema del espresso es su persistencia o lo que es lo mismo, la cantidad de tiempo que la crema necesita para abrirse y mostrar la fase líquida de la extracción. La persistencia depende mayormente de la fracción polisacárida de la extracción, mientras que la fracción proteica parece ser responsable de su cremosidad (Petracco et Al. 1999).

Tanto en el caso de la resistencia como de la persistencia, es importante señalar que **después de un tiempo prudencial de 180-240 segundos, no tiene sentido continuar la medición para determinar la resistencia y la persistencia de la crema, pues transcurrido este tiempo, el**

espresso habrá perdido ya una parte importante de su potencial sensorial a causa de degradaciones y pérdida de temperatura.

DESVANECIMIENTO DE LA CREMA

Cuando una crema se desvanece y desaparece, lo hace a causa del drenaje del agua que se encuentra en el interior de la película donde están encerradas las retículas de gas CO₂ generadas durante el proceso de tueste del café. Cuando esto ocurre, la estructura de la crema queda sostenida únicamente por los agentes **tensoactivos** de la propia solución acuosa, disminuyendo su elasticidad y liberando el gas atrapado, lo que provoca la descohesión de las moléculas y el progresivo desvanecimiento de la crema.

Los tensoactivos naturales del café parecen estar compuestos por distintas clases de moléculas complejas como glicolípidos o glicoproteínas. (Nunes et Al. 1997). Su presencia entre las dos fases compuestas de retículas de gas CO₂ generadas en el tueste son las que crean los estratos mono-moleculares, compuestos de una parte hidrofílica y otra hidrofóbica que ayudan en la creación y estabilización de la crema por emulsión durante el paso del agua a través de los pequeños intersticios de la pastilla de café, en la que la capilaridad juega un importante rol.

Además de la elasticidad, otro efecto de estos tensoactivos es que son **facilitadores del contacto de la bebida con las papilas gustativas**, potenciando, así, la percepción sensorial y la propia importancia de estas sustancias.

Esta claro, pues, que una crema perfecta es una constatación de una buena preparación, pero no debemos pasar por alto que para conseguirla deberemos partir de un café de calidad, cuyo origen, especie botánica, selección y tueste darán carácter a los compuestos químicos del grano, condicionando parte de ellos la crema final de nuestra bebida.

¡Buena experiencia! ■

Carlos González

*Coffee Competence Manager
Rancilio Group*

Referencias:

- Illy, A. Viani, R. Espresso Coffe, The science of quality. London. Elsevier Academic Press. 2005*
- Piazza, L. Bulbarello, A. Gigli, L. Rheological interfacial properties of espresso coffee foaming fractions. Department of Food Science and Microbiology. University of Milan. 2006*
- Folmer, B. et Al. Impact of crema Quantity and Appearance on actual coffee perception. Nestlé Research Center. 2012*

LA CREMA DEL CAFÉ

¿QUÉ APORTA Y QUÉ NOS DICE LA CREMA DEL ESPRESSO?

Como es sabido, un espresso es un método de origen italiano en el que una pequeña cantidad de agua a presión se hace pasar a través de una pastilla de café molido y compactado, dando como resultado una bebida muy intensa en aromas y sabor que destaca visualmente por la presencia de una crema compacta de color avellana tostada o color de miel, flotando en su superficie.

La crema del espresso es el resultado de una perfecta combinación de temperatura y presión de agua; con una correcta molienda y cantidad de café, y un tiempo de extracción exacto. ¡Una fórmula matemática perfecta que en taza toma forma de un delicioso café!

La crema aporta dulzura y actúa como una tapa sobre los aromas del espresso atrayendo los compuestos volátiles responsables de ese irresistible aroma del café. **Tradicionalmente el espresso perfecto lleva entre 25-30 ml de bebida y su crema debe ser de al menos un 10%.** Si no se toca deberá durar unos minutos antes de comenzar a romperse. Sin embargo, debido a que la crema se oxida rápidamente con la exposición al aire se recomienda servir y consumir inmediatamente el espresso ya que con el paso del tiempo pueden aumentar las notas a sabor amargo. Mi recomendación, remover la bebida mezclándolo todo y disfrutar de su conjunto.

LA CREMA NOS HABLA

Uno puede saber si algo ha ido mal con la extracción observando la crema en la fase previa a su formación o inmediatamente después de haber sido preparado el espresso.

Por ejemplo, si prestamos atención a la caída del espresso, o mejor dicho, al flujo de caída del café cuando se elabora el espresso, este puede resultar un buen indicador de que el proceso de elaboración va de forma correcta o no.

El flujo de caída del café debe ser de un color marrón avellana, el cual se volverá más ligero al final del tiempo de extracción indicando con ello que todas las intensidades del espresso se han liberado. Sin embargo, si el color del líquido palidece unos segundos después de que comienza la caída, esto indica que hay un problema con la extracción, y ni la bebida en su conjunto ni la crema, en particular, serán lo que esperamos de un buen espresso.

Ya en taza, la crema nos ayuda, también, a

percatarnos de posibles errores que impiden que nuestro café sea perfecto. Cuando la crema se presenta clara, con poco cuerpo, sin cubrir incluso, ni tan siquiera, la superficie total del café espresso, nos encontramos ante un **café sub extraído**. En estos casos, **la crema desaparece rápidamente** y en el peor de los casos ni existirá, resultando una **bebida con un cuerpo ligero, nada dulce, salado, agrio y astringente**.

Por el contrario, la sobre extracción tendrá como resultado todo lo contrario, y en taza será la responsable de una **crema oscura con volumen, con manchas blanquecinas en la superficie o incluso de un agujero en el medio de esta**. Su persistencia y resistencia no tendrán los valores esperados y en boca aportará unas marcadas **notas amargas y muy astringentes**.

LA PRUEBA DE LA CREMA

Una prueba que los italianos suelen utilizar para juzgar si el barista ha elaborado un buen espresso es colocar suavemente una cucharadita de azúcar encima de la crema e inmediatamente después de que el espresso haya sido preparado.

Si el azúcar desaparece rápidamente y descendiendo hasta el fondo de la taza, se considera un indicio de que la crema no es lo suficientemente densa y el espresso no es perfecto. Por el contrario, si la crema es densa y espesa, el azúcar reposará un momento antes de hundirse y el espresso habrá superado el primer "control de calidad" del consumidor.

Si bien esta práctica puede estar arraigada en la cultura de algunos bares italianos, muchos argumentarían, legítimamente, que la prueba se basa en el volumen de la crema y no en la calidad del espresso.

Cabe señalar que se puede garantizar una crema muy espesa utilizando una mezcla con una mayor proporción de café de la variedad robusta, o bien unos cafés con tuestes muy elevados. **Los cafés con procesos naturales también producen más**

crema que los granos de cafés procesados por vía húmeda.

En contraste, las mezclas de arábica de alta calidad de granos de café lavados, más densos, pueden producir el espresso perfecto con una crema perfectamente buena pero más fina, pero es posible que no pasen la prueba del azúcar. Con esto quiero decir que no caigamos en la trampa de someter a cada café espresso a la prueba del azúcar. Dejémoslo en la mera tradición italiana. Mejor descubrir primero qué hay en la mezcla...

Otra prueba muy común para comprobar la elasticidad de la crema es empujar la misma a un lado de la taza con ayuda de una cuchara o mover la cuchara por el centro de la crema. Una buena crema cerrará el hueco que deja la cuchara para volver a cubrir toda la superficie bastante rápido.

En ocasiones, nos encontramos con una **crema compacta pero blanquecina**. Lo más probable es que **el café con el que se ha elaborado la extracción esté oxidado**, bien porque lleva mucho tiempo en la tolva del molino o bien porque se nos ha quedado "viejo", es decir, que esté tostado hace tiempo. Esto lo detectaremos en la cata porque notaremos sabores rancios transferidos por los aceites del café que estarán oxidados. Es muy importante que el café esté fresco, y es a partir de una semana de haber sido tostado el café cuando se considera el momento óptimo para su degustación. No hay una norma fija, a veces el momento óptimo es a partir de los 10, 15 e incluso más. Pero esto lo averiguaremos a base de probar y probar. Como siempre, la cata es lo más importante.

Si la crema es blanquecina y compacta también puede ser debido a que la temperatura del agua no ha llegado a su punto óptimo. A diferencia del caso anterior, en la cata de este café no detectaremos notas de café oxidado, pero si notaremos cafés amargos, agrios y poco dulces.

En otras ocasiones, cuando el error es exactamente el contrario, es decir, la temperatura del agua utilizada es demasiado alta, el

resultado será una crema muy oscura, a veces con una mancha blanquecina. El resultado en boca será de una bebida que se habrá quemado y ofrecerá notas amargas y empíreumáticas (goma quemada, o similar).

TIEMPO VS CREMA

Otro ejercicio no menos interesante por los resultados que obtendremos y para comprender los sabores que conseguiremos en las fases de la extracción de un espresso es la de comparar dos extracciones, una elaborada en el margen de tiempo correcto y otra dilatando un poco más la extracción. En la primera extracción (la correcta) disfrutaremos de todos los aromas y sabores positivos, notas dulces, equilibrio entre las notas de cuerpo, acidez y amargor y los atributos del café que hemos elaborado, mientras que en la segunda, la sobreliberación de ácidos destruirá los sabores del café y aparecerán en la taza las notas a madera, amargas y saladas que nunca nos gustaría encontrar en ella.

Ya por último, pero no menos importante, en este compendio de pruebas para determinar la calidad de la crema y por ende de nuestro espresso, está obviamente, catar la bebida para determinar sus cualidades de sabor. Probarla también implica oler el aroma y sentir su cuerpo y temperatura en la boca y enfocarse en las sutilezas del gusto.

¿Quién se anima? ■

Marisa Baqué
Creadora de BB's Café

La crema aporta dulzura y actúa como una tapa sobre los aromas del espresso atrapando los compuestos volátiles responsables del aroma del café



LA CREMA CON LOS CINCO SENTIDOS

La crema, como principal elemento a la vista de un espresso, es la que favorece que en la mayoría de los casos, la primera valoración que hacemos de nuestro café sea por lo que estamos viendo, enjuiciando otras sensaciones que otros sentidos debieran valorar. Por ejemplo, al ver la crema hay quien valora el cuerpo o quien se atreve a aventurarse en el sabor de ese café. Sin embargo, la información que nos ofrece la crema es ya de por sí suficientemente compleja como para que nos centremos en ella, sin forzar otras valoraciones.

- **Para la vista**, la principal característica del espresso es la crema, es decir, las micro burbujas de gas envueltas en una ligera membrana de líquido viscoso que corona la bebida. Lo que nos advierte de su presencia en la taza es la "tigratura", es decir, las coloraciones veteadas producidas por la flotación de micro partículas sólidas que permanecen en la superficie al no tener el peso suficiente para poder romper la resistente estructura de la crema. Es así, que para unificar el color e integrar estos sólidos en el interior de la estructura de la crema, deberemos mover circularmente la taza para producir un efecto de onda que de paso a la homogenización.
- **Para el oído** la única percepción auditiva de un espresso es la efervescencia de la crema al evanescerse. Quien no lo haya probado, sólo con acercar el oído a la parte

superior de la taza es posible oír un espresso en un ambiente sin ruido.

- **Para el olfato**, una buena crema es aquella capaz de incrementar el aroma percibido como consecuencia del sellado que esta realiza al impedir la rápida dispersión veloz de los compuestos volátiles de la extracción en el ambiente.
- **Para el gusto**, la crema permite incrementar intensidades y sólo al enfriarse o al desaparecer, el balance se pierde y aumenta la percepción de acidez. Una vez hemos terminado el espresso, notaremos en nuestra cavidad oral y retronasal como los vapores nos vuelven a proporcionar sabores con una permanencia que hace del espresso una bebida de corta toma y de largo recuerdo.
- Finalmente, **para el tacto**, la sensación de cremosidad y la textura densa son el referente en el cuerpo como medida de intensidad del espresso. Además, una vez finalizada la degustación, estas sensaciones favorecerán que la permanencia en boca de nuestro espresso sea mayor por efecto de la untuosidad.

¡Atrevámonos a escuchar la crema de nuestro espresso!

Carlos González. Coffee Competence Manager. Rancilio Group

UNIVERSO BARISTA

LAS CIUDADES MÁS CAFETERAS DE EUROPA

En los últimos años, las posibilidades para disfrutar de un buen café en un establecimiento de restauración en la mayoría de ciudades europeas se ha incrementado de forma notable. Tanto es así, que se ha elaborado y publicado el Índice Europeo del Café, en el que Edimburgo destaca como la ciudad del continente con más apego a esta bebida.

El café en Europa tiene una nueva herramienta para ponderar el interés de los consumidores por esta bebida, el Índice Europeo del Café, el cual, a través del análisis de siete variables básicas, ha comparado 89 ciudades de 32 países hasta determinar que Edimburgo es, en la actualidad, la ciudad más cafetera de Europa. A la capital escocesa le siguen Ámsterdam, Florencia, Dublín y Amberes, mientras que la primera ciudad española en aparecer en el ranking es Barcelona, que ocupa la decimoctava posición en la clasificación general.

Para el análisis, Selecta, firma especializada en servicios de restauración automática e impulsora de esta iniciativa, ha valorado el número de cafeterías en proporción de la población de cada ciudad participante; la renta per cápita; la valoración de los establecimientos según los usuarios (Google Reviews API); el precio medio del café; la conectividad Wifi; las búsquedas online de la palabra "café" en cada ciudad en cuestión; y las importaciones de café en proporción al PIB y a la población.

EDIMBURGO, CAPITAL EUROPEA DEL CAFÉ

Y es el cómputo y análisis de todos estos datos combinados los que han llevado a Edimburgo a lo más alto del ranking. De hecho, en esta ciudad, tanto en su centro histórico (Old Town) como en los Nuevos Barrios (New Town), las cafeterías son un elemento destacado de la oferta gastronómica, cultural y de ocio desde la eclosión del movimiento barista y así lo recogen muchas guías turísticas que han añadido estos establecimientos a la lista de atractivos de la capital escocesa. **En Edimburgo se concentran cafeterías de todo tipo, desde las cadenas más conocidas hasta pequeños comercios que han ido pasando de generación en generación dentro de la familia y nuevos y florecientes negocios de café independiente que están marcando el carácter cafetero de la ciudad.**



Una cafetería de especialidad en Edimburgo (Escocia)

En Escocia, a pesar de ser un país tradicionalmente bebedor de té, el café ha seducido a los paladares de sus habitantes y en Edimburgo no son pocas las barras atendidas exclusivamente por baristas que se esmeran en preparar la mejor taza para sus clientes. Glasgow, la segunda ciudad en importancia del país, también ofrece un amplio espectro de cafeterías y una feria dedicada en exclusiva al café, el Glasgow Coffee Festival. El resto del territorio escocés sigue esta misma tendencia y muestra en los últimos tiempos un creciente número de cafeterías e interés por el café de especialidad, tanto que recientemente también apareció la *Guía Escocesa de Cafés Independientes*.

Edimburgo, Ámsterdam, Florencia, Dublín y Amberes, el TOP 5 de mejores ciudades europeas donde tomar café

En las cafeterías de Edimburgo, suelen ofrecer a sus clientes diferentes opciones de orígenes o mezclas de café en función de la preparación, espresso, filtrado, combinado con otros productos... En las bebidas con leche se usan tostados intermedios, sobre la gama de los altos, tanto en puros como en mezclas. Los aromas son intensos y los sabores definidos y es habitual que el servicio de café incluya agua.

BARCELONA, LA MEJOR CIUDAD DE ESPAÑA PARA TOMAR CAFÉ. MADRID, LA MÁS ASEQUIBLE

La primera ciudad española clasificada en el ranking del Índice Europeo del Café es Barcelona, que ha ocupado el puesto décimo-octavo. Por detrás de ella se han situado Madrid (41), Valencia (56), Málaga (59) y Sevilla (67).

Es significativo que **Barcelona ha quedado por encima de otras ciudades consideradas importantes capitales cafeteras como Roma, París, Londres o Viena** y que se ha colado, además, en el "TOP 10" en 2 categorías: en el número de cafeterías que hay por habitante y en el número de cafeterías que tienen Wifi, dos cuestiones que los analistas relacionan directamente con el hecho de que la capital catalana sea una de las ciudades más turísticas de Europa.

Con respecto al resto de ciudades españolas incluidas en el estudio, **Barcelona también encabeza el ranking de búsquedas de la palabra "café" o "cafetería" en Google**. Lo que los expertos de Selecta aseguran, pone de manifiesto el gran interés de la población local por encontrar cafeterías en la ciudad.

Hay que resaltar, eso sí, que Madrid ha ganado a Barcelona en variantes concretas como el precio del café por renta media y la calidad de los establecimientos. Y es que Madrid ha resultado ser la ciudad más asequible de España para degustar un café, teniendo en cuenta el salario medio y el precio medio del café.

EUROPA HUELE A CAFÉ

A pesar de que Edimburgo haya sido declarada la mejor ciudad europea donde tomar café, la diversidad de oferta en el continente se demuestra entorno a los diferentes resultados que arrojan las variables utilizadas en el estudio si las analizamos de forma individual.

Sorprendentemente, por ejemplo, **Zúrich (Suiza) es la ciudad europea con el mejor precio si se tiene en cuenta la proporción entre el coste y el salario de sus ciudadanos.** Algo que no ocurre en Tesalónica (Grecia), situada en lo más bajo de esta variable.

Si tenemos en cuenta el interés online por esta bebida basándonos en las búsquedas de Google que se realizan de la palabra "café" (tanto en inglés como en las lenguas nativas de cada país analizado) desde Europa, comprobamos que la población que más busca esta bebida en Internet es la de **Ámsterdam (Países Bajos)**, mientras que los ciudadanos menos interesados son los de Minsk (Bielorrusia).

Por otro lado, si se toma como referencia Google Maps para sondear el promedio de las reseñas de las cafeterías de cada ciudad, encontramos que las ciudades rumanas de Cluj-Napoca y Bucarest son las mejor valoradas para tomar una taza de café en Europa. En contraposición se **encuentra Milán, que pese a ser conocida mundialmente por el café, suspende en opinión de los consumidores y ocupa la última posición en el ranking de ciudades mejor valoradas**, lo que pone de manifiesto la característica exigencia italiana por el deleite de un buen café y las muchas expectativas puestas por los turistas en las cafeterías de la ciudad y que no siempre se cumplen.

Italia es, sin duda, uno de los países más adictos al café de Europa y cuenta con 4 ciudades en el "TOP 10" de establecimientos per cápita, siendo solo superadas en el ranking por Edimburgo

Los ciudadanos de Ámsterdam y Barcelona, los europeos y españoles respectivamente, que más buscan la palabra "Café" en Google

(Escocia), que además de ser la ciudad con más lugares para tomar un café en relación con su población, es la ciudad con mejor conectividad Wifi.

En cuanto al acceso gratuito a internet, las ciudades de Europa del Este se posicionan en lo más bajo de la tabla, con una importante diferencia respecto a las ciudades europeas más occidentales (en esta categoría, Edimburgo, la ciudad ganadora absoluta, es también la que ofrece una mejor y mayor conectividad wifi en los establecimientos de café). Sin embargo, **la zona balcánica destaca por su importación de café respecto a su PIB.** Algo que podemos observar en las posiciones destacadas de Sarajevo (Bosnia, primera posición) y Skopje (Macedonia, tercera posición) o las ciudades búlgaras de Sofía y Plovdiv (cuarta y quinta posición, respectivamente).

La pasión europea por el café parece que navega con el viento a favor, que se mantenga, crezca y se consolide, es misión de todos. ■

Fuente

Grupo Selecta



BARCELONA CIUDAD ESPAÑOLA DEL CAFÉ

COSTE DEL CAFÉ VS RENTA MEDIA

Puesto 25 en Europa. Puesto 4/5 en España

Clasificación según información de Numbeo, la base de datos más grande del mundo online.

CALIDAD DE LAS CAFETERÍAS

Puesto 74 en Europa. Puesto 2/5 en España

Clasificación según información de Google Reviews. Se han tenido en cuenta aquellas cafeterías que tenían más de 20 valoraciones.

NÚMERO DE CAFETERÍAS EN FUNCIÓN DE LA POBLACIÓN

Puesto 8 en Europa. Puesto 1/5 en España

Clasificación según información de Tripadvisor filtrando aquellos establecimientos que tienen café.

CAFETERÍAS CON WIFI

Puesto 9 en Europa. Puesto 1/5 en España

Clasificación según información de Tripadvisor filtrando aquellos establecimientos de café que tienen Wifi.

BÚSQUEDAS DE LA PALABRA CAFÉ EN GOOGLE

Puesto 47 en Europa. Puesto 1/5 en España

Clasificación determinada con la ayuda de la herramienta Key Planner de Google y el análisis de las búsquedas en Google de las palabras "café" y "coffee" por ciudad durante un año. El resultado se ha obtenido dividiendo el número total de búsquedas entre el número de habitantes (de otro modo ganarían las ciudades que más población tienen).

IMPORTACIÓN DEL CAFÉ RESPECTO AL PIB

Puesto 25 de España en Europa

IMPORTACIÓN DE CAFÉ PER CÁPITA

Puesto 6 de España en Europa

EL CAFÉ EN IRLANDA, UNA CARRERA PROFESSIONAL VIABLE

Buena parte de las competiciones baristas de este 2020 se han visto suspendidas o aplazadas hasta que el final de la pandemia favorezca unas mejores condiciones en las que celebrarlas. Irlanda ha sido uno de los pocos países que pudo celebrar su competición a principios de año. Allí, Sarah Hannaway se alzaba con el título absoluto. Sara trabaja en Bailes Coffee Roasters junto a Stephen Houston, actual Campeón de Filtro y Aeropress de este país.



Sarah Hannaway siempre ha sentido mucha curiosidad por el café, pero nunca se había planteado dedicarse profesionalmente a este sector hasta que hace 12 años, un amigo le propuso colaborar en su negocio. Desde ese momento se volcó en conocer más y más sobre el café. Se involucró en el programa de formación y en el control de calidad; creó su propio taller y formó su propio equipo de personal. Durante todo este tiempo trabajó en tiendas que utilizaban café tostado por Bailes Coffee Roasters y hace 4 años le surgió la oportunidad de unirse al equipo de esta empresa, de mano de la cual se ha proclamado Mejor Barista de Irlanda.

Stephen Houston, por su parte, inició su viaje en el mundo del café hace 6 años, directamente en Bailes. No tenía ninguna experiencia previa con este producto y presentó su solicitud para cubrir la plaza de asistente de tostador a modo de desafío personal. Desde entonces, ha invertido el 100% de su tiempo y energía aprendiendo la profesión, colaborando con los departamentos de calidad y compra de café verde de la empresa e investigando nuevas formas de tostar para conseguir perfiles únicos para su firma. El premio, han sido diversos reconocimientos, entre ellos, el de Campeón de Filtro y Aeropress en 2017 y 2019.

¿Cómo trabajan dos campeones en la misma empresa?

La verdad es que estamos en diferentes departamentos, pero trabajamos muy bien y en estrecha colaboración, especialmente cuando se trata de campeonatos, formaciones e investigación. Es genial que uno pueda definir nuevos perfiles de tueste y el otro crear bebidas para disfrutar de esos cafés en taza y viceversa.

Ambos compartimos la misma pasión e interés por el café y de ser posible, podríamos pasar la mayor parte de nuestro tiempo hablando de ello. Cada uno de nosotros podemos atribuir al otro parte de nuestro éxito.

Cuando preparamos nuestras participaciones en los campeonatos nos retroalimentamos mutuamente sobre la presentación; sobre cómo trabajar las rutinas y el flujo de trabajo y también, sobre cómo mantenernos concentrados durante todo el camino hacia la competición. Y es que como bien sabrán los que alguna vez se han preparado para un campeonato resulta estresante. Nuestras competiciones son bastante diferentes en muchos aspectos, por lo que es genial tener la perspectiva del otro.

¿Cuáles creen que fueron los puntos clave de sus rutinas que les valieron los títulos del campeonato nacional?

Stephen: En mi caso creo que la experiencia acumulada en los cuatro años que llevo compitiendo me han servido para recibir valiosos comentarios por parte de los jueces, tanto en las competiciones nacionales como en las internacionales y también para conocer en el Mundial la forma de trabajar de otros profesionales. Prepararse, ver y competir me ha ayudado a moldear mi enfoque como competidor e incluso a convertir mis nervios en emoción.

Sarah: Me quedé bastante impresionada cuando anunciaron los resultados del campeonato. Obviamente había trabajado duro y me había preparado durante mucho tiempo, pero sobre todo estaba contenta por haber cumplido mi objetivo de conseguir visibilidad para el café de Isaura, la razón por la que decidí presentarme a la competición. Ella es una caficultora hondureña con la que trabajamos desde hace cuatro años. Desde que la conocí sentí una conexión profunda con su historia. Sus cafés son simplemente increíbles y el arduo trabajo que ella realiza para mantener activas sus hermosas fincas, San Jacinto y La Florencia, digno de admiración. Isaura es realmente inspiradora. Quería mostrar lo bueno que resulta trabajar con los caficultores, intercambiando ideas y comentarios, y el título me ha facilitado esta visibilidad.

¿Qué papel ha jugado Bailes Coffee Roasters en sus victorias?

La empresa nos ha brindado apoyo y facilitado el acceso a excelentes cafés. Colaboran con recursos, tiempo y equipo para que podamos desarrollar nuestras habilidades. Nuestro interés por competir es compartido por la empresa, igual que su voluntad para asegurar la mejor calidad de cafés y servicios a todos nuestros clientes es nuestro objetivo, también.



¿Cómo ha evolucionado la profesión de barista en Irlanda en los últimos años?

Sin duda, el crecimiento de la industria del café en nuestro país estos últimos años ha permitido que esta profesión se convierta en una carrera más viable. No es solo un trabajo de estudiantes a tiempo parcial, sino que ahora la gente puede ganarse la vida dignamente siendo dueño de una cafetería o barista. El desafío siempre será, eso sí, educar a los nuevos clientes en la elección de cafés de especialidad que son los que han de permitir que el sector siga evolucionando, tanto por el detalle en su preparación, como por las nuevas formas de disfrutar de la bebida que nos permite el trabajo profesional de quienes lo producen y preparan.

Un cambio importante está siendo que el consumidor empieza a darse cuenta de la importancia de la cadena de suministro del café y cómo afecta al costo de su taza. Ha resultado un largo camino cambiar percepciones, pero lo estamos consiguiendo y es maravilloso estar en este viaje acompañando a productores y a consumidores.

Existe el servicio ideal de café, ¿Cuál sería para usted, Sarah?

Sin duda, un menú de café de temporada con numerosas opciones de preparación, que se centrara en contar las historias de los caficultores y crear conciencia sobre el comercio directo, la sostenibilidad y el impacto que tiene el consumidor en su elección diaria de café.

Sinceramente, creo que el consumidor ya está listo para eso, y por tanto, ¿por qué no apostar por este tipo de servicio?

Sarah, ¿cree que su condición de mujer le ha hecho más difícil llegar a lo alto del pódium?

Creo que sería mentir decir que nunca he experimentado problemas como mujer trabajando en la industria del café. Sin embargo, no siento que esto me haya frenado alguna vez. En las competiciones, el protagonista es el café y nosotros somos los que nos ponemos frente a los jueces y el público para presentarlo. Por tanto, ser hombre o mujer es indiferente, lo que debe importar es hacerlo lo mejor posible, pues ese café es más que unos simples granos. Lo que sí que quizás he vivido, ha sido cierta dificultad añadida a la hora de ofrecer orientación como formadora, mujer. Cada vez sucede menos, pero ciertamente es un desafío al que me he enfrentado en más de una ocasión.

Siento y respeto los retos a los que se enfrentan las mujeres en nuestra industria, desde la semilla hasta la taza. Tengo la sensación que nuestras voces son escuchadas y reconocidas más que nunca y creo que podemos tener la esperanza que en un futuro

no tengamos que preocuparnos si ser hombre o mujer en esta industria nos hará más exitosos. Todos experimentamos desafíos de una forma u otra, independientemente del género, y estoy convencida de que nuestra industria está llena de las personas abiertas y justas, cuyo interés común, el café, nos permite compartir y evitar los prejuicios.

Stephen, ¿Cómo cree que su profesión de maestro tostador le ha ayudado a ganar sus títulos nacionales?

Sin duda poder presentar un café para el que yo mismo he creado un perfil de tueste, me ha ayudado a comprender más sobre el producto, sobre quien lo ha producido y sobre su procesamiento. Así he podido desarrollar el perfil de tueste adecuado, en el que el café rinde de la mejor manera. Todo ello, además, ha contribuido a que haya podido transmitir mejor, también, toda mi pasión por el café durante la presentación.

¿Qué esperan de sus títulos?

Convertirse en campeones nos expone a nosotros mismos y a nuestra empresa a un público más amplio y estamos encantados de ello y de ser, también, embajadores del café de especialidad de nuestro país. También conlleva la responsabilidad de inspirar confianza; de ayudar a otros a esforzarse a mejorar la calidad; y hacer que las competiciones y nuestra industria sean más accesibles.

Tenemos, igualmente, la misión de concienciar a nuestros consumidores y alumnos sobre la importancia del café de especialidad y el impacto positivo que puede tener la creación de relaciones directas para nuestra industria.

¿Cuáles son sus proyectos cafeteros más inmediatos?

Stephen. Los más inmediatos, en mi caso, son "diseñar" algunos cafés nuevos para su lanzamiento; hacer pruebas de perfiles de tueste y asegurarme de que funcionen lo mejor posible. Y todo esto, además, claro está, de continuar apoyando a nuestros clientes y a mis colegas durante estos tiempos de incertidumbre.

Sarah. En estos momentos estoy concentrada en ayudar a crear contenido en línea y brindar soporte a las necesidades de formación de nuestros clientes. La Covid-19 ha tenido un gran impacto en nuestra industria y estamos centrados en crear soluciones en línea para poder mantener sólidas conexiones con nuestros aprendices y público. No olvido las competiciones y siempre tengo en mente algún concepto para probar o investigar. Fuera de estas cosas, me estoy centrando en perfeccionar mis propias habilidades y tomarme tiempo para aprender y crecer tanto como sea posible.

CAFÉ Y SALUD

EL EFECTO DE LA CAFEÍNA EN NUESTRA SALUD VARÍA ANTES Y DESPUÉS DE NACER

ROB VAN DAM. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SINGAPUR

Un nuevo estudio concluye que el impacto del consumo de café en nuestra salud es muy importante, ya que hay pocos factores dietéticos en todo el mundo a los que tantas personas están expuestos con tanta frecuencia.

Que el consumo moderado de café o té sean hoy parte de un estilo de vida saludable es algo que ha tardado varios años en conseguirse. La idea de que el café es un estimulante peligroso y adictivo tiene una larga historia, la cual tomó mayor relevancia entre los años 70 y 80 del siglo pasado cuando ciertos estudios aseguraron que la ingesta de esta bebida estaba ligada a un incremento en el riesgo de padecer enfermedades del corazón o incluso algunos tipos de cáncer. Todas estas investigaciones, sin embargo, se ha demostrado que están desactualizadas, en la mayoría de los casos se ha demostrado que las conclusiones no eran correctas y que en gran parte no habían tenido en cuenta el efecto del tabaco o incluso de otros productos similares o más peligrosos consumidos por los pacientes objeto de estos trabajos, lo que favoreció a conclusiones erróneas.

Es así, que Rob van Dam, profesor y experto en enfermedades y nutrición del departamento de Salud Pública de la **Universidad Nacional de Singapur**, ha enfocado su trabajo en los últimos años a examinar el café y sus efectos en la salud y a revisar las conclusiones de múltiples investigaciones al respecto.

Van Dam y sus colegas han llegado a analizar la información de 130.000 adultos en un rango de 24 años, sin encontrar evidencia alguna que indique que el consumo de café incrementa el riesgo de padecer cáncer, enfermedades cardiovasculares u otras. Su trabajo ha servido, además, para confirmar los resultados de otros estudios recientes que sugieren que aquellas per-

sonas que toman café regularmente presentan una ligera disminución en su riesgo de mortalidad.

En referencia a esto, el Dr. Rob van Dam apunta en su trabajo que algunos de los aspectos vinculados a esta reducción del riesgo de mortalidad y que se habrían asociado hasta ahora con el consumo de cafeína no tendrían directamente la causa en esta sustancia, sino en otros compuestos del café como los polifenoles.

En su trabajo, este profesor y su equipo también dedican atención al comportamiento del café en las embarazadas, destacando, en este caso, la importancia de un consumo más moderado de café por parte de este grupo de población con el objetivo de evitar posibles interferencias en la salud fetal.

Según su trabajo y todo lo revisado, ¿cuál de los beneficios del café resulta más relevante para nuestra salud?

Son varias las ventajas, pero el consumo moderado de café parece ser particularmente beneficioso para la salud de nuestro hígado, incluida una mejor sensibilidad a la insulina y una disminución del riesgo de cirrosis hepática y cáncer de hígado. Además, está claro que la cafeína tiene beneficios favorables para mantener nuestro estado de alerta mental y posiblemente para contribuir a un menor riesgo de enfermedad de Parkinson. El consumo moderado de café también se ha relacionado con un menor riesgo de diabetes, cáncer de hígado, cáncer de en-

EL CAFÉ MÁS ALLÁ DE LA CAFEÍNA

Durante los primeros años de investigación de los efectos del café en nuestra salud, la cafeína ha concentrado buena parte de la atención de médicos y científicos. Sin embargo, desde hace ya algún tiempo, nuevos trabajos apuntan a los polifenoles como la causa de muchas de las bondades de esta bebida.

La capacidad de los polifenoles para modular la actividad de diferentes enzimas, y para interferir consecuentemente en distintos procesos celulares, puede deberse, al menos en parte, a las características fisicoquímicas de estos compuestos, que les permiten participar en distintas reacciones metabólicas celulares de óxido-reducción. Es así que sus propiedades antioxidantes justifican muchos de sus efectos beneficiosos como su acción vasodilatadora y vaso protectora, así como antitrombina, antilipémica, antiateroscleróticas, antiinflamatoria y antiapoptótica.

El contenido en polifenoles en el café verde es del 6-10% de

su peso. Entre los polifenoles del café predominan, y además son característicos de este producto, los ácidos clorogénicos conocidos por su acción antioxidante y que varían en cantidad según la especie de café y el tueste a que se somete el grano (se considera que el café verde puede alcanzar una media de 41mg de ácidos clorogénicos/g, mientras que en los cafés de tueste ligero, esta proporción baja a 19mg/g; en los tuestes medios a 10mg/g con tueste medio; y a 5 mg/g en los tuestes más oscuros)¹.

Un estudio liderado por científicos del Centro de Investigación Nestlé, de Vers-Chez-les-Blanc (Lausana, Suiza) sobre los cambios que se originan en el metabolismo tras la ingesta de una taza de café, reveló que los polifenoles del café en comparación con otros tienen una larga duración de liberación en la sangre, incluso de hasta 12-14 horas después de su consumo, lo que refuerza la validez de estos componentes del café.

¹ Identification of the 100 richest dietary sources of polyphenols: an application of the Phenol-Explorer database

dometrio y enfermedades cardiovasculares. Es posible, sin embargo, que estos posibles beneficios no se deban a la cafeína, sino a otros compuestos del café, como los polifenoles, unos agentes antioxidantes naturales presentes en esta bebida que ayudan a combatir los radicales libres y nos ayudan a hacer frente al estrés oxidativo.

En su estudio, desaconsejan a las embarazadas consumir más de 200 mg de cafeína diaria, ¿por qué?

Una de las conclusiones más importantes a las que hemos podido llegar en esta investigación es el diferente efecto que tiene la cafeína sobre nuestra salud antes y después de nacer. Durante el embarazo, la cafeína puede reducir el crecimiento del feto y aumentar el riesgo de aborto espontáneo. Por el contrario, durante otras etapas de la vida, la ingesta moderada de cafeína (hasta alrededor de 400 mg o 4-5 tazas de café) es segura y presenta, como he dicho, múltiples beneficios. Síntomas como náuseas o aversión hacia el olor o sabor del café, tan comunes en el embarazo, son responsables de que muchas gestantes reduzcan el consumo de cafeína durante el embarazo, lo que según hemos podido concluir es recomendable. Cuando la mujer está embarazada, la cafeína atraviesa fácilmente la pared placentaria, y el metabolismo lento de esta sustancia propio tanto de las gestantes como de los fetos puede provocar niveles altos de cafeína circulante e inducir, con ello, a una vasoconstricción e hipoxia uteroplacentaria, ya que aumentan los niveles de catecolaminas en sangre. Por otro lado, aunque la evidencia de los efectos adversos de la cafeína en la pérdida del embarazo no sea concluyente, la pru-

dencia sugiere limitar el consumo de cafeína durante este periodo a un máximo de 200 mg por día. Y esto es recomendable, además, porque sí se han observado asociaciones entre el bajo peso al nacer y el consumo no moderado de café por parte de la madre, aunque en el caso de las madres que bebían té, este problema era más acusado.

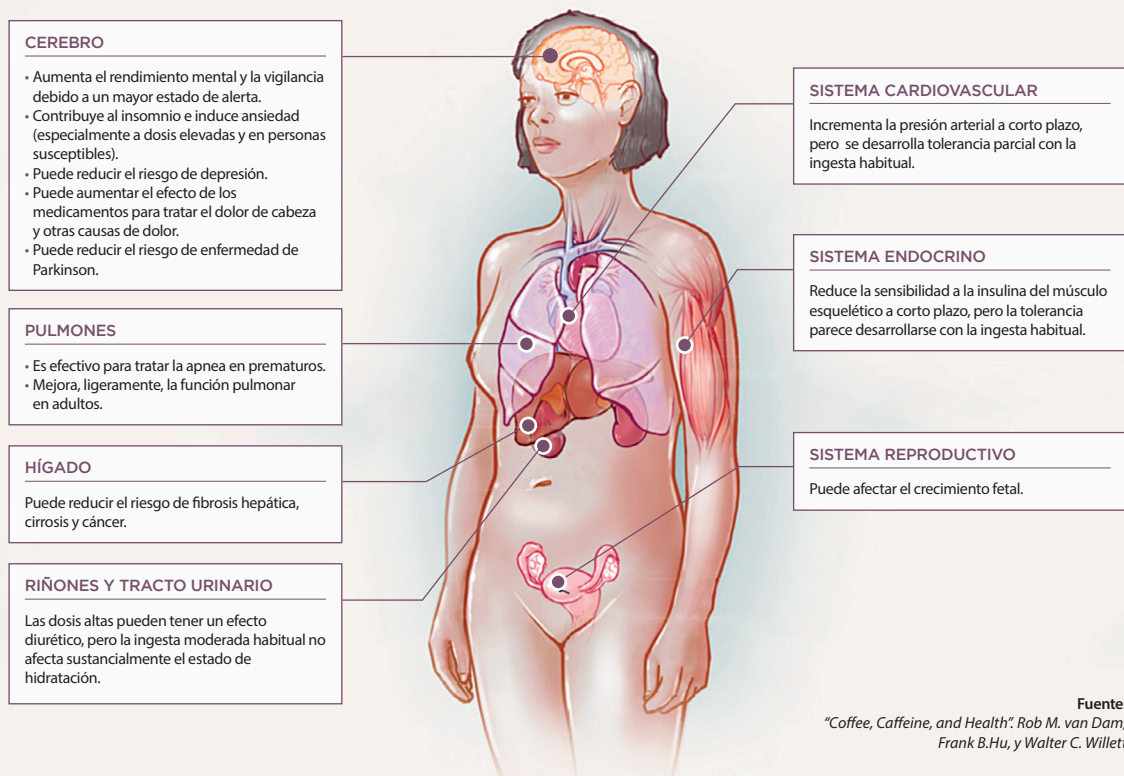
¿Qué aspectos de la interacción del café en nuestra salud cree que deberían ser estudiados con mayor profundidad a partir de ahora?

Creo que el impacto del café en la salud del hígado y el desarrollo de diabetes tipo 2, el tipo de diabetes que afecta principalmente a los adultos, es, sin duda, uno de ellos. Espero que se realicen ensayos controlados aleatorios que estudien con más profundidad la relación positiva del café en esta enfermedad, ya que sus efectos beneficiosos son consistentes.

¿Hemos llegado al punto en el que el café podría ser una recomendación para usar en determinadas terapias?

El café está vinculado con muchos beneficios potenciales para la salud, pero las personas deben beberlo por placer, no para prevenir enfermedades. Esta bebida, sin adiciones calóricas como azúcar o crema, podría recomendarse como una de las varias opciones de bebidas adecuadas para el consumo habitual junto con el agua y el té. La “moderación” es la clave. Sin embargo, no soy de la opinión de recomendar a las personas que empiecen a tomar café por razones de salud si no les gusta esta bebida ■

EFFECTOS DE LA CAFEÍNA SOBRE LA SALUD



NUEVOS CAFÉS

HÍBRIDO CARIPE, UN GIGANTE DORMIDO

Hace 64 años, el ingeniero agrónomo Gustavo Buonaffina Parra descubrió en el municipio de Caripe, conocido también como el “Jardín del Oriente venezolano”, por la exuberancia vegetal de su territorio, una variedad de café única, el Híbrido Caripe. Este café es fruto del cruce natural entre la variedad Typica roja y Bourbon rojo y a pesar de su excelente calidad, continua siendo un café muy poco conocido. Para favorecer a su difusión, el primer paso es corroborar científicamente las hipótesis sobre su genética, y una vez logrado esto, sus promotores tienen la intención de dirigir sus esfuerzos a conseguir una Denominación de Origen. Con todo ello esperan sentar las bases para posicionar la calidad del Híbrido Caripe en los mercados diferenciados y de especialidad y así seguir optimizando la producción de este café, único en todo Venezuela. Tras el proyecto encontramos a la familia del descubridor, quien a sus 92 años continúa enamorado de este café.

En marzo de 1955 tuve la dicha de llegar a Caripe, un hermoso valle del oriente venezolano ubicado a 800 m.s.n.m., con un clima delicioso donde los cafetos crecían bajo el abrigo de un exuberante bosque y las orquídeas adornaban con sus flores los guamos y bucares.

Venía de Brasil, donde recibí el título de Ingeniero Agrónomo en la Universidad de Sao Paulo y realicé mi pasantía en el Instituto Agronómico de Campinas, en cuyo centro de investigación me dediqué especialmente a estudiar el banco de genoplasma, conformado por más de 100 variedades de cafetos procedentes de diversos países. Al regresar a mi país fui designado por el Ministerio de Agricultura y Cría, jefe del recién creado núcleo cafetero N° 5 con sede en Caripe, organización que tenía como objetivo prestar asistencia técnica a los caficultores de los estados Monagas, Sucre y Anzoátegui.

En estos territorios existían muchas fincas cafetaleras sembradas con distintas variedades y sin mayor demarcación entre ellas. Según datos del geógrafo y naturalista Alexander von Humboldt recogidos en su obra Viaje a las Regiones Equinociales del Nuevo Continente, en 1799, durante su es-

tancia en Caripe, había encontrado algunos cafetos en las cercanías del convento que los Capuchinos Aragoneses tenían en la zona y desde entonces la producción de café había seguido teniendo presencia en el valle.

EL DESCUBRIMIENTO

Fue un año después de mi llegada a Caripe, en 1956, que tras realizar múltiples visitas a diferentes fincas de la región identifiqué unos cafetos que por sus características eran diferentes a las variedades que había conocido primero en Brasil, y luego en mis visitas a Costa Rica y a la Estación Experimental de Chinchiná en Colombia. Se trataba de algo inédito y de gran importancia para la región.

Este hallazgo me llevó a pensar en la necesidad de iniciar un estudio detallado sobre el comportamiento de esos particulares cafetos. Y con ese objetivo seleccionamos 100 ejemplares distribuidos en fincas con diferente altitud sobre el nivel del mar y condiciones de manejo distinto.

Durante tres años se llevó un registro de producción de cada ejemplar, así como otras características agronómicas y mor-

fológicas: tamaño de la planta adulta, adaptabilidad al medioambiente, rusticidad, crecimiento vegetativo, susceptibilidad al ataque de plagas y enfermedades, distancia entre nudos de ramas primarias y ángulo de inserción entre estas y el tallo principal.

La media de producción de tres cosechas de las plantas seleccionadas superó significativamente a las de la variedad Typica, predominante en la región, donde además también se cultivan cafés Bourbon, Catui, Caturra y Mundo Nuevo.

CRUCE NATURAL

Después de analizar los resultados del estudio preliminar realizado con los cafetos seleccionados, pude determinar que el cultivar en cuestión tenía su origen en un cruzamiento natural entre la variedad Typica roja y Bourbon rojo, ya que existen ejemplares que segregan indiferentemente hacia uno de los padres. Las hojas del híbrido Caripe, por ejemplo, son más elípticas que el Typica, y el color verde oliva de sus hojas terminales es característico del café Bourbon, aunque la flexibilidad del tallo principal, un atributo que facilita la recolección, lo diferencia de esta última ya que los cafetos Bourbon poseen un tallo más rígido.

De acuerdo con todas estas características morfológicas de las plantas estudiadas, llegué además a una segunda conclusión, y es que dichos ejemplares tenían el mismo origen que la variedad de café brasileño conocido como Mundo Novo, otro cruce natural entre cafetos Typica y Bourbon. La gran diferencia, sin embargo, era que el Mundo Novo cuando fue identificado en Brasil, presentaba un grave defecto, poseía un alto porcentaje de granos vanos. Esta anomalía fue eliminada posteriormente al ser sometida a programas de mejoramiento genético. En cambio, nuestro cultivar no presentaba de forma natural ese defecto que incide directamente en el rendimiento de la variedad. En honor al pueblo que lo vio nacer, bauticé



...Vista de Caripe



...A sus 92 años el Ing. Gustavo Buonaffina continúa igual de enamorado del Híbrido Caripe que el primer día



...Ing. Gustavo Buonaffina conversando con campesino caficultor de la zona de Culantrillar (1964)



...En 1956, el Ing. Gustavo Buonaffina descubrió el Híbrido Caripe.

al nuevo café con el nombre de Híbrido Caripe y las observaciones y resultados obtenidos sobre él fueron presentadas en un trabajo de ascenso al escalafón universitario de la Universidad de Oriente en mi condición de profesor de la cátedra de café en esa casa de estudios.

Actualmente, la producción del Híbrido Caripe se circunscribe a la zona que lo vio nacer. En su mayoría está en manos de pequeños caficultores con parcelas de 3 a 4 hectáreas, situadas entre los 800 m.s.n.m y los 1.300 m.s.n.m. donde se dan las circunstancias ideales para el cultivo de este café: suelos arcillosos-arenosos y ricos en materia orgánica, Ph de 6.5, y una temperatura media de 21 °C.

En las fincas, atendidas con recursos propios muy disminuidos en el tiempo y particularmente en estos momentos, los caficultores aplican técnicas de cultivo tradicional, siendo actualmente el rendimiento medio de 7 quintales por hectárea, en densidades de siembra de 2.000 plantas por hectárea.

UN CAFÉ FRAGANTE, DULCE Y SEDOSO

En nuestro pueblo de Caripe el proceso tradicional ha sido el beneficio húmedo y seco, aunque desde hace poco tiempo empiezan a surgir de manos de nuevas genera-

ciones de caficultores, algunas iniciativas que están aplicando el secado en camas africanas y realizando ensayos con procesos tanto Naturales como Honey, así como fermentaciones controladas más prolongadas. El objetivo es seguir optimizando la calidad de este café, que ya ahora, **en pruebas de cata realizadas recientemente en Indianápolis, el Híbrido Caripe ha obtenido una alta calificación sensorial de 83,74 puntos**, destacando como un café muy fragante y muy dulce, con acidez cítrica media-baja; cuerpo sedoso y ligero y, agradables descriptores a chocolate, azúcar moreno o miel de caña.

DIVULGACIÓN HÍBRIDO CARIPE

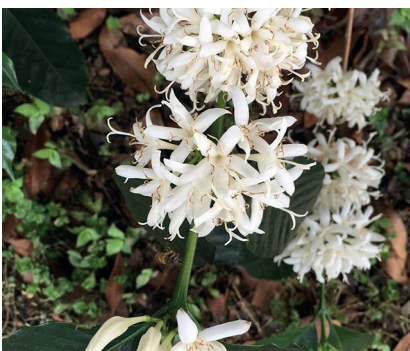
A pesar de estas buenas calidades, sin embargo, nuestro Híbrido es poco conocido y es por ello por lo que nuestro objetivo actual es estimular su conocimiento y difusión. Es en este sentido que hemos previsto un estudio genético con la participación de una universidad venezolana a fin de profundizar los aspectos científicos que en la época en que estudié este café no se pudieron llevar a cabo y de esta forma determinar su condición genética como híbrido originario de nuestro territorio. Estamos convencidos que esto constituiría un aporte científico como hallazgo para el mundo

del café y contribuiría, también, a lograr una denominación de origen propia, ya que **el Híbrido Caripe se encuentra disseminado en todas las fincas de este municipio, tan importante en la caficultura venezolana.**

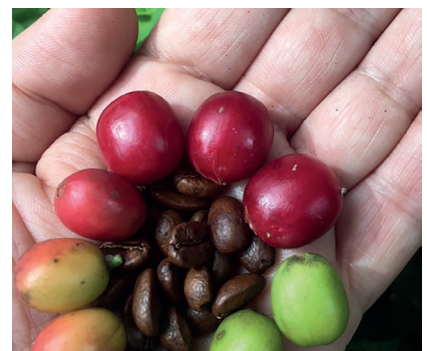
Por el momento, lamentablemente, las condiciones actuales de nuestro país hacen muy complicado que se pueda llevar a cabo el proyecto, ya que parte de él depende de muchos factores fuera de nuestro alcance. Por mencionar alguno, por ejemplo, decir que a las universidades públicas solo se les ha aprobado el 21% de las solicitudes presupuestarias para su funcionamiento para lo que queda de este año y el 2021 y esto está provocando que los laboratorios de genética estén casi paralizados. Esto, sin embargo, no va a ser razón para dejar de trabajar a favor de la divulgación del Híbrido Caripe, con la cual buscamos ser un elemento dinamizador de la actividad cafetalera en nuestro municipio aportando un producto con alta calidad de origen que puede convertirse en una importante referencia para los mercados de cafés diferenciados y de especialidad.

¡Despertemos al gigante dormido! ■

Gustavo Buonaffina Parra
Ingeniero Agrónomo



... El Híbrido Caripe presenta un ratio de producción alto y en taza resulta fragante y dulce.



VARIEDAD MARSELLESA®

Desde hace ya algunas décadas, aunque especialmente en los últimos tiempos, el nombre de la variedad Marsellesa® de café suena cada vez más. El buen comportamiento en taza de este café y sobretodo la excelente resistencia de esa variedad a enfermedades como la roya, han favorecido su popularidad y a pesar de no estar considerado como un café de especialidad, recientes proyectos que apuestan por beneficiados específicos como el Black Honey, están favoreciendo su escalada en el mercado de cafés de más alta calidad.

El fitomejorador Benoît Bertrand del CIRAD es uno de los “padres” de la variedad Marsellesa®. Junto al Ingeniero Clément Ponçon, dedicaron más de una década a su creación, marcándose como objetivo desarrollar una variedad capaz de ofrecer una buena calidad de café, una alta resistencia a la Roya y unos buenos ratios de producción. Los resultados hoy de este café confirman el éxito de su trabajo.

La variedad Marsellesa® es el fruto de un concienzudo proceso de selección genalógico realizado a través de la colaboración entre CIRAD y la empresa ECOM en Nicaragua durante 15 años, de 1995 a 2010. Junto al Ingeniero y caficultor Clément Ponçon dirigimos este trabajo, para el que partimos de cinco introducciones brasileñas de sarchimores desarrollados por la Universidad Federal de Vicosa (Minas Gerais, Brasil), C3020-3, C1669-31, C1669-20, C1669-20 y C1669-33, procedentes de la colección de café del CATIE en Costa Rica donde se introdujeron en los años 1980 en generación F3. En Nicaragua tenían presencia desde 1991 cuando CODOCAFÉ, en ese entonces miembro activo del PROMECAFE (Programa de Mejoramiento en Café para América Central), los trajo al país.

CREANDO UNA NUEVA VARIEDAD

Entre los años 1991 y 1995, se evaluaron primero estos sarchimores y se seleccionaron seis plantas por ser inmunes a la roya y altamente productivas. Luego, de 1996 a 2002, nos dedicamos a evaluar los descendientes de las plantas escogidas y a finales del 2002 seleccionamos una planta excepcionalmente vigorosa y con buena calidad de taza. Esta planta era de porte bajo, poseía brote verde, era inmune a la roya y tolerante a la antracnosis de la cereza (Coffee Berry Disease, CBD).

Entre 2003-2008 se evaluaron 100 plantas descendientes de la planta seleccionada y **después de 4 cosechas, las plantas superaron en un 15% la productividad de la variedad Caturra y la casi mayoría de ellas resultaron inmunes a la Roya.** Las pruebas de cata resultaron, también, muy favorables ya que el café no poseía el defecto típico de los “catimores y sarchimores”, y por el contrario, expresaba mayor acidez que el testigo Caturra con un cuerpo bastante similar.

Es así que seleccionamos 30 plantas de brote verde, inmunes de roya y muy vigorosas y sus semillas sirvieron para crear el campo de fundación de la variedad ‘Marsellesa’ en la finca de nombre homónimo propiedad del Ingeniero Clément Ponçon y su familia desde finales de la década de 1970. Allí se llevó a cabo todo el proceso de selección y en reconocimiento a ello se decidió bautizar a la nueva variedad como “Marsellesa” igual que la finca, que lo tenía a su vez en recuerdo de la ciudad francesa de Marsella, de donde era originaria la familia de Don Clément.

Los buenos resultados pronto propiciaron el conocimiento de la nueva variedad por el país. A partir de 2010, Clément Ponçon y Don Henry Hueck empezaron a producir la semilla a gran escala en sus respectivas fincas y la empresa Exportadora Atlantic S.A. (grupo ECOM) la difundió en toda la región de América Central empezando por Nicaragua. Desde entonces, y en colaboración

con el CIRAD, se está promocionando y difundiendo la variedad Marsellesa® en toda esta región donde, actualmente, se producen y distribuyen entre 2 y 5 millones de estas plantas al año.

Fruto de este trabajo, desde 2010 la variedad Marsellesa® está inscrita en los catálogos oficiales de variedades de los diferentes países de la zona donde se introdujo. Hoy en día, Marsellesa® está registrada ante la Unión Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (UPOV) en Nicaragua (2015), México (2014) y Costa Rica (2014).

En 2016, la variedad Marsellesa® además, **entró oficialmente a formar parte del catálogo de variedades del World Coffee Research (WCR)**, lo que ha contribuido de forma definitiva a incrementar los pedidos de semilla de esa variedad por parte de los productores de la zona de América Central. Un año antes, en 2015, esta variedad ya había sido seleccionada por Starbucks en su programa de sostenibilidad “One bag one tree” a través del cual, esta empresa financia la compra anual de más de 10 millones de plantas en viveros de México, Salvador y Guatemala, para la renovación de las fincas.

¿CÓMO ES EL CAFETO MARSELLESA®?

Morfológicamente, la variedad Marsellesa® es un sarchimor de porte bajo semi-cónico con brote verde. Tiene entrenudos cortos,



... Fotos del álbum familiar de la familia Ponçon. Eric Ponçon y su madre en la Finca La Marsellesa



... Plántula de Marsellesa en tubete



... Finca La Marsellesa

bandolas largas y fuertes (>110 cm) con buenas ramificaciones secundarias y su tronco principal tiene una buena raíz pivotante.

Esta variedad se utiliza en fincas para una producción de café comercial de volumen ("mainstream coffee") en zonas bajas y medias (de 900 m.s.n.m. a 1.200 m.s.n.m) y no se recomienda sembrar en zonas altas. La producción promedio de esa variedad es de 30 quintales de café oro por hectárea, frente a los 16 quintales por hectárea de media que se contabilizan en Nicaragua.

A la Marsellesa® le gustan los suelos francos, de buena profundidad, con buena aeración y permeabilidad moderada (suelos tipos Andisoles, ligeros o medio arcillosos). Además, esta variedad prefiere las zonas de alta luz y tolera bien los períodos de sequía (el rango de precipitación requerido anda entre 1600-2900 mm de agua por año).

De los 9 genes de resistencia a la Roya que existen, la variedad Marsellesa® tiene 7. La pirimidización de estos 7 genes de resistencia en su genoma hace que este café todavía presente una alta resistencia a esta enfermedad. La variedad Marsellesa® que además tiene buena tolerancia a la caída de frutos, presenta, asimismo, resistencia a la antracnosis de la cereza (CBD), una enfermedad que no existe todavía en América Central pero que si es frecuente en África. También, tiene tolerancia a ciertos nematodos del género *Meloidogyne*. Ahora bien, como todo sarchimor, es susceptible al ojo de gallo (*Mycena citricolor*) en condiciones de exceso de sombra, poca aeración y altitudes mayores a 1.100 m.s.n.m, en Nicaragua. Además esta variedad no produce mucho en exceso de sombra. Necesita una sombra no mayor al 20%.

En cuanto a nutrición, es una variedad bastante demandante en nutrientes. Durante su ciclo de producción requiere alrededor de 250kg de Nitrógeno (N) y de Potasio (K) y 50 kg de Fósforo (P) por hectárea (la media de plantas por hectárea de este café es de 4.500-5.000 plantas).

CARACTERÍSTICAS EN TAZA

En taza, la Marsellesa® es una variedad que nos asegura un café balanceado, redondo con cuerpo cremoso - similar al Caturra - y una muy buena acidez cítrica. Tiene una fragancia tipo miel, melaza y un contenido en cafeína semejante a otras variedades de café arábica, es decir, alrededor del 1% al 1,3 % de la materia seca. El grano de Marsellesa® tiene muy buena densidad (390 gr/l vs. 350 gr/l para una variedad promedio) y su tamaño es bas-

tante grande (70 % < Zaranda). Normalmente, se procesa lavado y **normalmente se beneficia en forma de café natural o 'miel'**, lo que le permite ser vendido en nichos de mercado de cafés más "especiales". Además, resulta muy adecuado para hacer mezclas ("blends") con otros cafés ya que, por su acidez, es capaz de elevar la calidad de un lote comercial. Esta misma acidez cítrica característica y sus sabores balanceados recomiendan para este grano un tueste regular, siendo el espresso una de las preparaciones en las que mejor luce sensorialmente este café.

LA MARSELLESA®, HOY

Por el momento, la variedad Marsellesa® se ha difundido comercialmente en los países de América Central y algunos países de América del Sur como Perú y Ecuador. Además, ha entrado a formar parte del programa International "Multilocation Variety Trial" (IMLVT) del WCR, en el cual se está monitoreando el comportamiento de 31 variedades de cafés en 22 países del mundo (en América Central y del sur, el comportamiento de la variedad ha sido similar en todos los lugares.

Actualmente, además, "La Cumplida", finca, también, de la familia Ponçon, se ha convertido en el núcleo del primer clúster agroforestal dedicado en exclusiva a esta variedad. Tiene una extensión de 1.200 ha y allí producen su café más de un centenar de caficultores para la compañía Nespresso. Esto es así, porque en 2018, la alianza CIRAD/ECOM desarrolló un concepto muy innovador de producción sostenible y de comercialización de café llamado "AFS business driven Project", el cual favoreció el interés de la multinacional suiza que decidió comprar en adelante toda la producción del clúster - aproximadamente 30.000 quintales anuales de café oro procesados en beneficio húmedo- y comercializar una nueva cápsula llamada "Master origin Nicaragua" con café 'Marsellesa®' procesado con la técnica Black Honey.

El proyecto con Nespresso, bautizado como "Proyecto Moringa", nos ha enseñado que, con un beneficiado específico es posible obtener de la variedad Marsellesa® un producto apreciado para un mercado de nicho como el de las cápsulas de esta empresa, dirigidas a un consumidor al que le gusta la calidad.

¿Una taza de Marsellesa®? ■

Dr. Benoît Bertrand,
Jefe de la unidad de investigación, CIRAD,
desarrollador de variedades de café
Dr. Frédéric Georget, CIRAD,
Investigador en Biotecnología



_Cafeto Marselle



_Plantation de Marsellesa



_Vivero de Marsellesa

La Marsellesa® en taza es un café balanceado, redondo con cuerpo cremoso y con una muy buena acidez cítrica

MÁS QUE CAFÉ

LONG MILES COFFEE UNA APUESTA POR EL CAFÉ Y LOS CAFICULTORES DE BURUNDI

Ben y Kristy Carlson no siempre han sido productores de café. Originarios de los Estados Unidos, concretamente del medio oeste del país, la familia Carlson se mudó a Burundi en el año 2011. En ese momento, Kristy trabajaba a tiempo parcial como fotógrafa y copropietaria de una cafetería y Ben hacia de consultor de café, viajando a diferentes regiones del este de África en busca de cafés de alta calidad para la exportación. Y fue en estas visitas que descubrió el potencial del café de Burundi, se enamoró de este país y decidió dar un giro a toda su vida familiar y profesional, poniendo en marcha el proyecto Long Miles Coffee. Su objetivo, crear oportunidades para mejorar la vida de los caficultores, mejorando, a la vez, la calidad del café que producen. Actualmente, Ben, Kristy y su tres hijos han regresado a Estados Unidos, desde donde siguen liderando, junto con colaboradores locales, esta iniciativa.

La historia de Ben y Kristy Carlson con el café de Burundi tiene su origen en los viajes de trabajo de Ben a este país. Durante tiempo había comprobado con desesperación como la injusticia y las malas prácticas agrícolas impregnaban la recién privatizada industria cafetera burundesa y como, también, los tostadores de todo el mundo tenían dificultades para conseguir, de forma regular, excelentes cafés de este origen. Fue así que con el doble objetivo de conseguir un cambio positivo en la vida de los caficultores y facilitar, además, a los tostadores la posibilidad de obtener buen café burundés que decidió con su mujer, Kristy, iniciar una nueva vida como caficultores en Burundi.

“Los inicios y ni tan siquiera el día a día años después, fueron ni son fáciles en Burundi para un caficultor extranjero”, explica Ben Carlson. “Uno de los grandes retos al llegar, vivir y trabajar en este país es que debes estar preparado para cambiar tus expectativas y afrontar continuamente los desafíos que te plantea la vida y el trabajo. Ahora bien, esto no resulta algo malo, al revés, de alguna manera es bueno pues intrínsecamente esta realidad lleva asociada grandes lecciones de adaptabilidad y flexibilidad”.

En la caficultura burundesa la única constante que se repite y está asegurada es que para conseguir unos buenos resultados uno debe lidiar con la fragilidad de todas las variantes que entran en juego en la producción de café. La primera es la propia comunidad de caficultores, con quienes el matrimonio Carlson inició la relación desde el primer momento cuando llegaron al país y pusieron en marcha su proyecto “Long Miles Coffee”, una nueva forma de producir café, basada en el empoderamiento de los caficultores y la dignificación del café como un medio de vida real y sostenible para ellos.

“Construir relaciones estrechas con las comunidades cafetaleras que anteriormente



habían sido maltratadas por un sistema cafetero injusto nos ha llevado mucho tiempo. Además, tener que trabajar con leyes, regulaciones y políticas cafetaleras, fiscales y administrativas en constante cambio puede resultar una tarea de tiempo completo, incluso durante la temporada de cosecha. Hay que mentalizarse de ello, si el objetivo es sacar adelante tu proyecto”, apunta Ben Carlson.

CAFÉ, PERSONAS, POTENCIAL

En su primera temporada, Long Miles Coffee logró asociarse con 162 familias cafetaleras de cinco comunidades y desde entonces, el número ha crecido ya a cerca de 5.500 caficultores de ocho comunidades diferentes. “Nuestra presencia aquí, nos ha permitido constatar sobre el terreno las difíciles circunstancias en las que se encuentra la caficultura en Burundi. Estamos desarrollando programas agrícolas para ayudar a los caficultores a lograr un nivel de éxito tanto en términos de cantidad como de calidad que nunca antes se hubieran podido imaginar con su producción de café. Mientras alcanzamos este objetivo, nos esforzamos por lograr cambios sostenibles a través de programas ambientales y de desarrollo social que están ayudando a com-

partir éxitos con las comunidades circundantes a nuestro proyecto, consiguiendo con ello cada vez más implicación por parte de nuestros vecinos. Se están creando cientos de puestos de trabajo, se están creando miles de árboles y eliminando, también, millones de plagas dañinas a medida que vamos logrando que el café de Burundi, de la más alta calidad, vaya llegando de forma regular a los tostadores de todo el mundo”, explica orgulloso este estadounidense convertido en caficultor.

“Como segundo producto básico más querido del mundo, **el café tiene mucho potencial, incluida la capacidad de cambiar un paisaje y transformar a las personas.** Pero el café no sería lo que es sin las comunidades que lo cultivan, producen, tuestan y beben. Es por ello que nuestro lema, “Café, Personas, Potencial” (“Coffee, People, Potential”) representa el hecho de que el café es el resultado de un esfuerzo comunitario, que incluye a los agricultores, tostadores y consumidores”, añade Carlson. Acorde con esta filosofía, Long Miles Coffee ha iniciado un modelo de producción en el que han implicado de forma directa a los dos extremos de la cadena del café, a los caficultores y a los tostadores. “Es relativamente fácil encontrar tu taza de café favorita, pero no siempre es tan fácil sentirse conectado con el origen de ese café y el



impacto que su compra tiene en las comunidades cafetaleras que lo producen. Es así que **entendemos la transparencia como una cuestión de igual importancia que la misma posibilidad de ofrecer un café de calidad.** Nuestro modelo se basa en una visión mucho más amplia que la simple producción del grano y se enfoca, directamente, a acciones y formas de trabajar que faciliten la transformación comunitaria en África Oriental. Ponemos en práctica esta visión a través de **nuestro modelo de comercio directo que se focaliza en convertir los problemas de los agricultores en los problemas de los tostadores y viceversa.** Al fin y al cabo, toda la cadena de suministro del café está entrelazada y depende unos de otros para avanzar”, expone el fundador de Long Miles Coffee, quien, además, añade, “Lo que hemos aprendido en casi una década de experiencia en la producción de café en Burundi es que el camino para generar un cambio en la cadena del café incluye escuchar a los agricultores, tostadores y consumidores por igual. **Como industria, debemos desafiar-nos a pensar más allá de la puntuación de un café en la mesa de cata e incluir una visión mucho más amplia y real en la elección y valoración de nuestros cafés.** Un buen ejemplo sería el impacto ecológi-

co al que se enfrentan los agricultores en las regiones productoras de café y cuyas consecuencias las veremos reflejadas, en las condiciones de vida presentes y futuras de estos trabajadores, la calidad del producto o incluso la salud medioambiental de nuestro planeta”.

VISIBILIDAD TOTAL AL TRABAJO DE LOS CAFICULTORES

Es así, que basándose en esta filosofía, el proyecto Long Miles Coffee tiene entre sus objetivos a corto plazo, crear micro lotes rastreables que permitan dar visibilidad total al trabajo de los caficultores y que esto contribuya a su empoderamiento. “Burundi es un país muy pobre con una economía no diversificada que depende casi exclusivamente de la ayuda exterior y de unos ingresos de exportación determinados, en buena parte, por la volatilidad del mercado mundial del café. Es por esta razón que asegurar a los productores burundeses una presencia en el mercado con mejores cartas puede resultar un cambio importante en sus condiciones de vida. Tenemos, además, la esperanza de que Long Miles Coffee crezca más allá de Burundi, produciendo y procesando micro lotes en otros

países productores cercanos para que, a largo plazo, las futuras comunidades cafetaleras de África Oriental estén empoderadas con los conocimientos, las habilidades y el acceso directo a comercializar su café de manera rentable y sostenible”.

Mientras esto llega, Ben Carlson admite que en Burundi, los proyectos como el de Long Long Miles Coffee seguirán siendo imprescindibles.

“Aunque como en cualquier industria, no existen afirmaciones absolutas que se puedan aplicar a todos los casos, nuestra experiencia trabajando con comunidades productoras del país nos indica que **los pequeños caficultores burundeses no serán lo suficientemente fuertes e independientes hasta que se incrementen los programas de empoderamiento de jóvenes y mujeres; se permita un acceso igualitario a la tierra tanto a caficultores como a caficultoras; o hasta que unos y otros puedan asegurarse, al cien por cien, una presencia segura de su café en el mercado.** Además, es urgente tomar medidas para mejorar la salud de los suelos de Burundi y aumentar la biodiversidad en las fincas cafeteras. Cuando todo esto suceda, y los productores reciban mejores precios por sus cafés; tengan acceso a los insumos agrícolas o a recibir formación para cultivar y producir café de manera sostenible, solo entonces, la caficultura burundesa tendrá, realmente, un futuro esperanzador y las generaciones de productores de café de este país podrán cultivar y producir café de manera sostenible y rentable. Esto les permitirá asegurarse un medio de vida digno. La calidad de los cafés que se pueden producir aquí, y que de hecho ya se están produciendo a través de programas como el nuestro, son garantía de ello” ■

Fotos

Kristy J. Carlson – Long Miles Coffee

CRUZADA CONTRA EL TRABAJO INFANTIL

En Burundi, todas las personas que viven bajo el mismo techo y se consideran lo suficientemente mayores, cumplen una función o tienen una forma de contribuir en las tareas y economía del hogar. El cultivo de café no es una excepción en estas labores. Desde una edad temprana, los niños permanecen junto a los padres en sus fincas cafeteras, aprendiendo el oficio de la producción de café, el cual, eventualmente, heredan de padres a hijos. En general, se espera que los niños ayuden a sus familias en la finca al llegar a casa de la escuela. A ellos se les encomiendan tareas como la búsqueda de hierbas para usar como mantillo o la alimentación del ganado. El hecho de que la educación obligatoria acabe a los 13 años favorece que muchos niños pasen directamente de la escuela al trabajar en el campo.

Long Miles trabaja con cerca de 5.500 caficultores, lo que, confiesan, dificulta el control de las acciones de todas las familias. Es por ello que están convencidos que proporcionarles una paga cada vez mejor por sus cafés y ayudarles a aumentar sus rendimientos obtenidos con su grano, puede contribuir a que más hijos de estos productores asistan a la escuela durante más tiempo. “Es un desafío increíble. No toleramos el trabajo infantil en la producción de café y nuestro objetivo es acabar con esta práctica”, afirma con contundencia Ben Carlson.

GROUNDNS FOR HEALTH



LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE CUELLO UTERINO EN LAS COMUNIDADES CAFETALERAS MÁS DESFAVORECIDAS

Grounds for Health es una organización internacional sin ánimo de lucro que trabaja para eliminar el cáncer de cuello uterino en las regiones cafetaleras de todo el mundo. Allí, las mujeres son una parte muy importante de la mano de obra encargada de la producción de café. Más del 70% del trabajo, incluida la cosecha y también las tareas de clasificación, dependen de estas trabajadoras. Sin embargo, en la mayoría de los casos, su salud no es una prioridad.

Grounds for Health fue fundada en 1996 por un reconocido ejecutivo cafetero y un médico obstetra/ginecólogo tras comprobar durante una visita conjunta a varias cooperativas de café en México que las tasas de cáncer de cuello uterino en estas comunidades eran una de las más altas del mundo. De hecho, más del 90% de las muertes por este cáncer se localizan en países en desarrollo, en los que se concentra, además, más del 90% de la producción mundial de café. En estos territorios, son habituales los entornos de bajos recursos económicos y la falta de hábitos médicos relacionados con la prevención de enfermedades. Es así, que los dos amigos, sabiendo muy bien que el cáncer de cuello uterino se puede prevenir por com-

pleto mediante la detección y el tratamiento temprano, decidieron ponerse manos a la obra y fundaron Grounds for Health.

“En el eje central de la estrategia para conseguir nuestros objetivos está la formación específica de médicos y enfermeras locales en la detección precoz y tratamiento de este cáncer, así como el desarrollo de programas de ayuda para la implantación de planes integrales y sostenibles en sus comunidades que permitan asegurar una buena salud para las mujeres y reducir, así, el riesgo de que estas puedan morir de cáncer de cuello uterino.

Para llevar a cabo estas tareas, recurrimos a métodos que nos permitan un gran impacto y que a la vez resulten asequibles para optimizar al máximo los recursos. Es así, por

ejemplo, que actualmente las pruebas de detección las estamos realizando a través de la IVAA, un método de bajo costo que utiliza vinagre blanco para revelar cambios celulares tempranos en el cuello uterino y que podrían convertirse en cáncer. El tratamiento se logra mediante dispositivos que eliminan las células precancerosas mediante congelación o calentamiento.

La gran complejidad de todo este programa es que la evaluación debe ir seguida de tratamiento inmediato, idealmente el mismo día, ya que es posible que las mujeres no puedan regresar para recibirlo después debido a sus numerosas responsabilidades laborales y familiares.

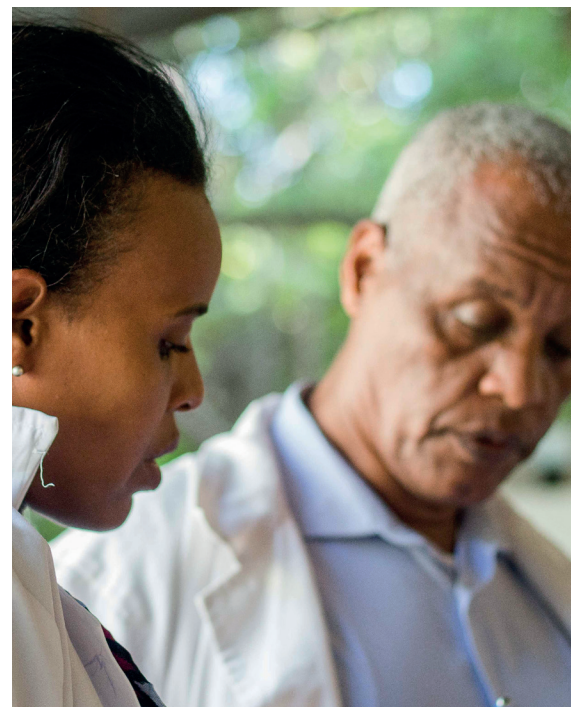
Estos enfoques de detección y tratamiento son reconocidos por la Organización Mundial



Conocí al equipo de Grounds for Health en Estados Unidos, durante la Conferencia de la Asociación de Cafés Especiales del año 2012. Me sentí inmediatamente inspirado por la organización y su compromiso. Trabajé estrechamente con su equipo de gestión para facilitar la llegada de la ONG y su programa de detección precoz y tratamiento de cáncer uterino en Etiopía, cuna del café.

Estamos muy contentos de que Grounds for Health haya abierto operaciones aquí, donde se está ayudando a miles de mujeres etíopes. Estamos orgullosos del trabajo de esta ONG, siempre les apoyaremos y animamos al resto de la comunidad cafetalera a que haga lo mismo.

Aman Adinew, Director Ejecutivo de METAD (empresa familiar de café etíope con dos fincas y más de 5.500 caficultores colaboradores)





de la Salud como rentables y apropiados para los entornos de recursos más bajos, como las comunidades donde se cultiva el café. Sin embargo, muy pocos países en desarrollo han logrado ampliar sus programas de manera eficaz. Es por esta razón que muchas organizaciones están comenzando a introducir nuevas tecnologías en la detección y el tratamiento, y es en este sentido que Grounds for Health somos reconocidos como abanderados en innovación en la prevención del cáncer de cuello uterino en las comunidades remotas. En los últimos meses, por ejemplo, hemos

empezado a introducir la autoprueba del VPH, una tecnología de detección totalmente nueva para entornos como las comunidades cafeteras de economías más comprometidas. El objetivo es que las mujeres puedan continuar realizándose pruebas de detección durante un momento en que los recursos médicos y la atención se han centrado en la lucha contra la COVID-19.

Este nuevo enfoque nos permite seguir con nuestro trabajo durante la pandemia, a la vez que preparamos el escenario para una mayor precisión, eficiencia y satisfacción de la paciente durante el proceso de detección, una vez superada la situación provocada por la COVID-19.

Desde nuestra fundación, hemos desarrollado programas en México, Nicaragua, Perú y Tanzania. También hemos brindado asistencia técnica a corto plazo mediante capacitación y prestación de servicios en Guatemala y Kiribati, un archipiélago y país insular ubicado en la zona central oeste del océano Pacífico, al noreste de Australia. Nuestros programas actuales se encuentran en las regiones de Oromía, Sidama y la Región de los Pueblos del Sur (SNNP), en Etiopía y en el condado de Nyeri, en Kenia. En total hemos examinado cerca de 123.000 mujeres y hemos tratado a más de 10.000 por pre cáncer de cuello uterino. Hemos capacitado a 550 proveedores clínicos y a miles de promotores de salud comunitarios que se encargan de mantener los programas de detección en marcha. Y es que durante estos años hemos aprendido que el éxito del programa está fuertemente ligado a la participación de la comunidad. Es ella, la propia comunidad, la que tiene el poder de eliminar las barreras que impiden que las mujeres reciban la atención que necesitan.

Es así que nuestro trabajo incluye la creación de alianzas con autoridades de salud nacionales y regionales, ONGs, hospitales, así como cooperativas y fincas cafetaleras y líderes comunales que nos ayuden a que

las mujeres, pero también el resto de los miembros de las comunidades, hagan suyo el programa de prevención y sean conscientes de su importancia. Por todo ello, resulta determinante prestar atención a los matices de cada comunidad de forma personalizada, respetando la influencia de todas las personas involucradas.

Para el trabajo movilizamos y formamos promotores de salud locales. Estos movilizados comunitarios brindan educación; reclutan mujeres para los servicios; rastrean a quienes necesitan atención continua y ayudan a reducir el estigma y la desinformación dentro de sus territorios.

Siempre que es posible, las cooperativas de café locales, que comparten nuestro compromiso de mantener a las mujeres sanas, nos ayudan a llegar a las familias e involucrar a los líderes comunitarios en la lucha contra el cáncer de cuello uterino. Según sus posibilidades, estas organizaciones contribuyen con el programa de múltiples formas, dando ayuda al reclutamiento de pacientes; ofreciendo apoyo financiero; o facilitando el transporte a las mujeres a las campañas de detección y tratamiento, entre otras iniciativas, todas buenas e igual de importantes.

Como ONG relativamente pequeña que es Grounds for Health, somos lo suficientemente ágiles como para evaluar continuamente la calidad y el impacto de nuestros programas y ello nos permite ir avanzando en la consecución de nuestros objetivos. Es así, que hemos hecho de la innovación una de nuestras banderas, introduciendo de forma continuada mejoras en las tecnologías y enfoques de la atención personalizada. Esto nos permite seguir aumentando nuestro impacto y seguir avanzando en nuestra batalla contra el cáncer del cuello uterino en mujeres de las comunidades cafeteras más desfavorecidas de todo el mundo" ■

Ellen Starr
WHNP y Directora Ejecutiva
de Grounds for Health



Más del 90% de las muertes por cáncer de cuello uterino son en países en desarrollo, donde se concentra más del 90% de la producción mundial de café

HISTORIAS CAFETERAS

PORT DE BARCELONA: 150 AÑOS CONECTADOS CON EL MUNDO

En 2019 se ha conmemorado el siglo y medio de la constitución de la Junta de Obras del Port, que impulsó la construcción y desarrollo del puerto moderno, principal punto de entrada de café verde en España.

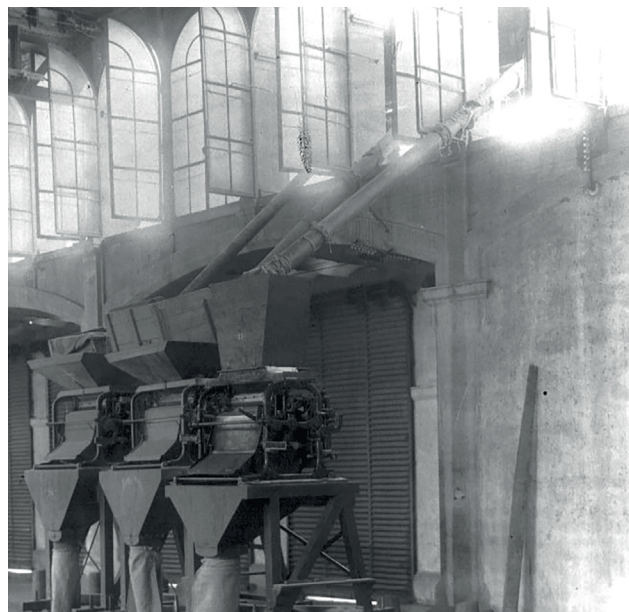
El inicio de la historia de la construcción y desarrollo del puerto moderno de Barcelona se remonta a 1869, cuando se constituyó la Junta de Obras del Port de Barcelona, la primera entidad responsable de la administración y gestión de la instalación catalana, que impulsó la financiación y construcción de las obras del puerto actual. Fue la primera Junta de Obras del Estado y con las infraestructuras que desarrolló consiguió superar un problema histórico de la ciudad: proporcionar un resguardo amplio y seguro para los buques.

Con el impulso de la Junta de Obras, los antiguos muelles medievales se transformaron en la infraestructura moderna y eficiente que requería la ciudad y el Port de Barcelona se con-

virtió en la instalación marítima que la economía catalana industrializada necesitaba para conectarse con el resto del mundo.

La nueva infraestructura facilitó la llegada de las materias primas que las industrias del país pedían para crecer: carbón, algodón, hierro y otras materias, y se convirtió, asimismo, en la puerta por donde salían las exportaciones de ultramar.

La Junta de Obras del Port de Barcelona pudo constituirse gracias a los cambios de gran trascendencia que llevó, en pocos meses, la Revolución de septiembre de 1868. La voluntad de cambio real y al servicio de la sociedad de aquel Gobierno permitió la aparición de una nueva administración con capacidad y con herramientas para conseguir una financiación suficiente para dar respuesta a las demandas de los ciudadanos, de la economía y del conjunto del país. En consecuencia, la Junta de Obras incorporó a los sectores con interés directo (comercian-



—Básculas Chrónos en el interior de un tinglado del Muelle de la Barceloneta. Año 1928

tes, armadores, industriales, navieros, marinos) en el nuevo órgano de gobierno. Hace pues, 150 años ya se abrió la gestión de la ampliación y desarrollo del puerto a lo que hoy denominamos la Comunidad Portuaria de Barcelona.

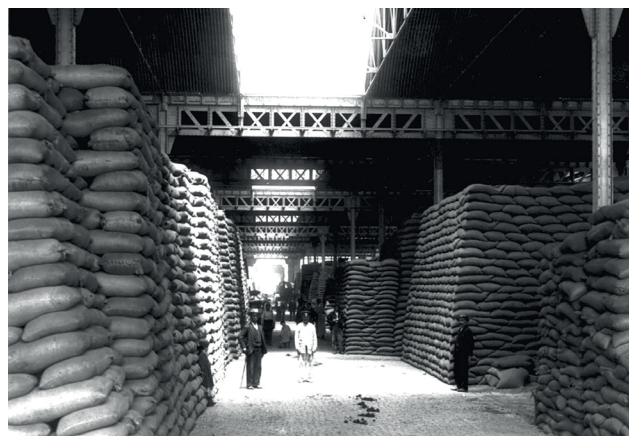
Debe destacarse especialmente el esfuerzo titánico que supuso la construcción del puerto: desde el primer dique hasta las más de mil hectáreas de superficie terrestre actuales, **todo el**

Port de Barcelona se encuentra sobre terrenos ganados al mar, con lo que esto supone en la lucha contra la dinámica litoral, a menudo desfavorable, con graves averías provocadas por los temporales. Es así, que la Junta de Obras incorporó en el plan inicial un proyecto de ingeniería avanzado y maquinaria moderna, basada en la fuerza del vapor, que permitió ejecutar de forma rápida y eficiente la construcción de muelles y, muy especialmente, el

Al Port de Barcelona llega café verde de más de 40 orígenes diferentes



—Vida cotidiana en el Muelle de la Barceloneta. Año 1923



—Interior de un tinglado del Muelle de la Barceloneta. Año 1906



Almacenes Generales del Comercio. Fachada principal. Año 1906

El Port de Barcelona cuenta con la doble homologación de puerto entregable de café, ICE y LIFFE

dragado para conseguir un calado suficiente.

Vale la pena recordar, también, el esfuerzo realizado por los gestores para dotar al puerto de muelles, almacenes y maquinaria adecuada y suficiente para atender las necesidades del comercio marítimo internacional. Un esfuerzo que se ha mantenido hasta hoy: si en el siglo XIX el puerto supo adaptarse a la llegada de buques de vapor con esloras cada vez más grandes, en el siglo XXI puede operar también a los mayores portacontenedores y cruceros que han navegado hasta ahora.

Tras el impulso modernizador de estos primeros años, y exceptuando el paréntesis de la Guerra Civil y la posterior dictadura, el Port de Barcelona ha

seguido dando respuesta a todos los retos que se han ido planteando. Ha sido un puerto innovador desde su creación y lo ha seguido siendo cien años más tarde con la **creación de conceptos inéditos en el ámbito Mediterráneo como son la Zona de Actividades Logísticas y el Port Vell -o puerto ciudadano-, el desarrollo de planes de calidad o la implantación de soluciones telemáticas, todos ellos con éxito y que se han convertido referentes internacionales.**

Hoy el Port de Barcelona sigue desarrollando soluciones innovadoras para los retos que le plantea el transporte, la logística y el comercio internacionales. Son retos que alcanzan todos los ámbitos, desde la digitalización de todos los pro-

PRIMER PUERTO CAFETERO DE ESPAÑA

El Port de Barcelona tiene una historia de comercio de café y cacao que se remonta siglos atrás. En 1979, cuando el tráfico de café dejó de ser un monopolio del Estado y Barcelona recuperó la capacidad de importar y exportar este producto y el tráfico aumentó de forma creciente gracias a la presencia de grandes empresas tostadoras. Muy pronto Barcelona se situó como el principal puerto cafetero de España.

Para dar respuesta a este creciente tráfico y con el objetivo de potenciar la internacionalización del sector, Barcelona se homologó como puerto entregable de café por la New York Board of Trade-NYBOT (ICE Futures), uno de los primeros mercados de futuros del mundo en cuanto a las transacciones de este producto; y la London International Financial Futures and Options Exchange-LIFFE, de Londres.

Estos procesos de homologación exigen a los operadores unos elevados niveles de calidad por lo que respecta a los espacios y condiciones de almacenamiento del café. Por su parte, el puerto tiene que demostrar las máximas garantías de manipulación, así como unas infraestructuras logísticas adecuadas al producto. La certificación y la especialización en servicios han convertido a Barcelona en un serio competidor alternativo de los puertos del norte de Europa. Actualmente, el Port de Barcelona importa mayoritariamente café verde (producto original) procedente de más de 40 países, entre ellos Vietnam, Brasil y Colombia, y exporta productos acabados (torrefactos, elaborados y solubles) a múltiples destinos internacionales.

cesos hasta la gestión eficiente de las operativas y los flujos de mercancías, pasando por la transformación hacia un puerto sostenible desde el punto de vista social, económico y medioambiental ■

Port de Barcelona
Fotos
Arxiu de l'Autoritat Portuària de Barcelona



Descarga de sacos en el Muelle de la Barceloneta. Año 1923



Proceso de estiba en el interior de un tinglado del Muelle de la Barceloneta. Año 1925

CAFÈS CORNELLÀ

Los orígenes de Cafès Cornellà están estrechamente ligados a Cuba, donde el descubrimiento del café en origen por parte de Pere Cornellà Vidal, marcó la pasión de la familia por este producto y el nacimiento de una dinastía de reconocidos tostadores. Este año, Cafès Cornellà ha cumplido ya un siglo de historia dedicada al café.

Como una habanera, la historia de Cafès Cornellà arranca cuando Pere Cornellà Vidal marchó a Cuba como soldado. Nacido el 5 de junio de 1849 en Celrà (Girona), en el seno de una familia de zapateros remendones y alguaciles, fue llamado a filas durante la Guerra de los diez años, la primera de las tres contiendas cubanas de independencia contra las fuerzas coloniales españolas.

Como soldado del Regimiento número 7, del Ejército de Ultramar en la isla, Pere Cornellà participó en la «toma y defensa» del Cafetal Bayate, en Pinar del Río, el 17 y 18 de enero de 1872 y desde ese momento, el café se convirtió en un producto de su máximo interés. Siempre pensó que su comercialización podría ser un buen futuro para su familia y no cesó en su empeño hasta que su hijo mayor, Narcís Cornellà Ametller, incorporó el comercio del café en su tienda de coloniales en Girona.

PRIMEROS AÑOS

Pere Cornellà Vidal murió el 24 de mayo de 1920, pocos meses antes que Narcís comenzara a tostar café por cuenta propia. Tal vez empezara antes, pero no fue hasta el 24 de septiembre de 1920, según consta en el libro de sesiones del Ayuntamiento de Girona, que obtuvo la concesión municipal. La empresa, como establecimiento, nació en una antigua sala de baile situada en el número 7 de la Ronda del Doctor Robert, en la hoy céntrica calle del Pare Claret, muy cercana a la estación del ferrocarril, desde donde les llegaba el café verde, que compraban en el puerto de Barcelona.

Con una gran visión comercial, Narcís Cornellà ya realizó entonces grandes campañas de publicidad en los periódicos de la época. En poco tiempo, la firma se convirtió en el principal suministrador de café de la provincia de Girona, por lo que en 1926, la empresa amplió sus instalaciones. En 1930, Cafès Cornellà ya figuraba en la lista de las mayores empresas de la ciudad, en 1931 ya tenía un stand en la Feria de Muestras de Girona, y en 1934 hubo aún otra ampliación del negocio.

Durante sus primeros años, siendo el único tostador de la provincia, inició su expansión, especialmente en la Costa Brava, convirtiéndose en el café de los primeros turistas y en el de los Cafès modernistas de la rica actividad social, cultural, política, artística e intelectual de entonces. Lo atestiguan algunas inserciones publicitarias y algunos de sus primeros clientes, como del daliniano Bar Boia de Cadaqués, cuyo propietario, Pere Vehí Contos, presume de mantenerse fiel a la marca desde el primer día.

POSGUERRA, TARJETAS DE RACIONAMIENTO Y CONTROL DEL COMERCIO DEL CAFÉ

La Guerra Civil no consiguió interrumpir la actividad cafetera en Girona, pero la atenuó y perjudicó, por las faltas continuadas de suministro de materia prima. Durante unos meses después del fin del conflicto, la fábrica permaneció cerrada, pues su fundador tuvo que tomar la ruta del exilio. Fue entonces cuando su hermanastro 21 años menor, Pere Cornellà Reixach, a cargo desde 1932 de la pastelería Chantecler, en la fronteriza plaza de Portbou, tomó las riendas del negocio familiar. Le tocó guiar Cafès Cornellà a través de la escasez de posgue-



rra, de las tarjetas de racionamiento y del control del comercio del café por parte de la Comisaría de Abastecimientos y Transportes. En aquel momento, surgieron nuevas oportunidades y necesidades para cubrir la demanda del mercado. Guacamayo fue la marca de los sucedáneos que en Cafès Cornellà tuvieron que tostar para abastecer el mercado. Los vistosos paquetes de Guacamayo traían achicoria, pero sobretodo, malta de cebada y cereales tostados.

El 1954, se incorpora la segunda generación –que bien podría ser la tercera– de la empresa. A Pere Cornellà Prujà le tocó vivir y sobrevivir aquellos tiempos de control encorsetado del café, que terminaron en 1980. Tras llegar, la primera decisión de Pere fue trasladar la empresa hasta unos antiguos talleres de automoción del Ejército en la calle de Santa Eugenia, situada a escasos metros de la estación de Renfe. Convivió con el torrefacto y vio nacer el café envasado y precintado en bolsas de 100 y 250 gramos, por lo que en 1965, Pere Cornellà Prujà compró en Alemania la segunda envasadora automática de café de España. Al sobrino del fundador le tocó gestionar la expansión del café a todos los niveles, con el crecimiento de la demanda doméstica por la mejora del nivel de vida y, sobretodo, por el boom del turismo

**CAFES
N. CORNELLÀ
GIRONA**

avisa als seus compradors que
divendres, dia 8, servirà Café
Torrefacte:

PREU DE TAXA OFICIAL: 19 Ptas. QUILO

Igualment bossetes de Sucre
als Cafeters i Bars, mercaderies
autoritzades per la Conselleria
de Proveïments (departament
del sucre) de la Generalitat de
Catalunya.

Cafès Cornellà

Productos Guacamayo

Carrereta Santa Eugenia, 11 Teléfono 1947

GERONA



◀ De izquierda a derecha, Pere Cornellà Reixach, Pere Cornellà Valls y Pere Cornellà Prujà

en la Costa Brava. Sin embargo, también le llegó la competencia, con nuevas licencias para tostar café en la provincia.

Durante todos aquellos años, Cafès Cornellà también fue mayorista de azúcar, alcanzando su distribución en todas las pastelerías de la provincia, incluyendo Chantecler, a cargo de la familia hasta 1954. Transportaban azúcar blanquilla y glacé en sacos a pastelerías y confiterías; Sucrán en paquetes de kilo para la alimentación y terrones y bolsitas para bares y restaurantes.

La rutina terminó en 1980 con el decreto de liberalización del mercado español del café. Paralelamente, el joven abogado Pere Cornellà Valls, tercera generación de cafeteros, se incorporaba al negocio familiar y **convencido de que la empresa debía crecer y cambiar para modernizarse, desterró para siempre el café torrefacto de la línea de fabricación y decidió comprar máquinas nuevas y encontrar una nueva ubicación para la fábrica.** Sus intereses, sin embargo, chocaron con el plan general de urbanismo de Girona – recientemente impugnado -, lo que le obligó a buscar un nuevo emplazamiento industrial, lo que le llevó unos años, retrasando sus planes iniciales. El 4 de febrero de 1985 la empresa estrenó unas instalaciones de nueva planta en el vecino municipio

de Fornells de la Selva, donde sigue en la actualidad.

PIONEROS EN LA DIGITALIZACIÓN CAFETERA

El traslado de la fábrica de la carretera de Santa Eugenia a Fornells de la Selva implicó un salto gigantesco a todos niveles, tanto por las instalaciones como por la nueva tecnología de café, imprescindible para la conservación y venta del recién autorizado café molido. En 1985 llegó la modernidad a Cafès Cornellà. Entonces, cuando en la mayoría de redacciones de periódicos aún se escribía en Olivetti y se seguía un largo proceso, con un sistema informático de mediador para elaborar los fotolitos y enviarlos a imprenta, Cafès Cornellà ya estrenó un sistema informático propio. Pere Cornellà, geek avant-la-lettre, hizo de profesor de informática de su empresa. Del S/36 al AS400, ambos de IBM, todo un sistema informático implantado en 1985, con sucesivas actualizaciones del programa Microsoft Windows fueron sucediéndose hasta 2004, en el que se instaló el sistema ERP SAP, gestor del complejo funcionamiento actual de toda la compañía.

Pere Cornellà Valls priorizó su dirección de la empresa buscando en todo momento la excelencia del producto y de la gestión, focalizando su cometido en la reducción de los errores humanos casi a cero, con el apoyo de la tecnología informática. Si al principio parecía que la informática solo servía para gestionar lo que cualquier empresa necesita para la contabilidad o para controlar las ventas y las existencias en los almacenes, hoy todo pasa por la cibernética, incluso la calidad del café. **Actualmente, todo se gestiona con una Tablet, haciéndose realidad el camino inverso que un día soñó: de cada una de las tazas de café espresso al árbol en la plantación de origen.** Cada hora se vuelcan todos los datos de todas las máquinas conectadas, de cada una de todas las tazas, de cada una de las limpiezas de los grupos, de cada litro de agua consumido...

Algo que siempre ha fascinado a Pere Cornellà Valls es la calidad del café como materia prima y el valor de la taza. Enseguida

focalizó su mirada hacia Italia y hacia los USA, hacia los movimientos emergentes del Specialty Coffee. Ya en 1991 lanzó Mahogany, su primera línea de arábicas de alta calidad, que se vendía en pastelerías y tiendas especializadas, buscando un segmento de mercado que aún no existía. Por ello recibió bastantes premios, pero, tal vez, se avanzó demasiado a su tiempo.

SCHOMER, BARISTAS Y EL CAFÉ

A partir de las lecturas de David C. Schomer, a finales del siglo pasado observa que el espresso puede estandarizarse a través de un método empírico apoyado en principios científicos, y decide que su producto final debe ser la taza y no el café en grano. Pere Cornellà insiste en que «no hay espresso si no hay barista». Por ello, en el año 2000 pone en marcha el Sistema Integral de Qualitat (SIQ), crea una escuela de formación de baristas y se erige en uno de los pioneros de los concursos de baristas a nivel estatal.

El siglo XXI comienza con un interés inusitado por el café. Orígenes, variedades, nuevas cafeterías, nuevos cafeteros, rejuvenecimiento del consumidor. Por ello, en 2019 rescató la línea Mahogany bajo el lema From the Beginning, con un mercado receptivo a la calidad del café. Interesado a su vez por las relaciones numéricas, los algoritmos, las estadísticas y la sistematización de los procesos, **Pere Cornellà introduce el M2M, Machine to Machine, el control cibernético de las cafeteras desarrollado en Cafès Cornellà, con el objetivo de colaborar con sus clientes, compartiendo los datos relevantes para el ajuste del molido, la dosificación, la calidad del agua, temperatura, presión, etc.** Paralelamente, tuesta cafés de finca al punto del cliente y ejerce el oficio de microtostador con una base técnica orientada a la excelencia: la artesanía no está enfrentada a la precisión. Su sueño es que todas las tazas incorporen la máxima cantidad de aromas positivos del café, que aquel aroma nacido en otro confín del mundo produzca una explosión de placer en boca. «Un café no es solo un café. Hay que conectar la taza con el origen», este es el lema de Pere Cornellà ■



LUDWIG ROSELIUS, INVENTOR DEL PROCESO DE DESCAFEINADO COMERCIAL DE CAFÉ

La pintoresca ciudad de Bremen, en el norte de Alemania, vive ligada al café desde hace más de cuatrocientos años. La primera cafetería en territorio de habla alemana abrió sus puertas en esta ciudad en el año 1673 y su puerto, el Bremerhaven, construido en el siglo XIX y situado 65 km al norte del núcleo urbano, ha sido desde sus inicios una de las principales puertas de entrada de café a Europa. Bremen, pues, desde siempre, ha sido un emplazamiento con múltiples ventajas para la creación de compañías cafeteras. A principios de 1960, la ciudad contaba con más de 100 fábricas de café y, hoy en día, siguen existiendo un buen número de ellas, algunas especializadas en el descafeinado de café, un invento de esta ciudad.

El aroma a café en Bremen se aprecia por todo el municipio, incluida la Böttcherstraße, la singular calle del centro, conocida por la inusual arquitectura de sus edificios, la mayoría de ellos construidos a iniciativa de Ludwig Roselius, un comerciante de café e inventor del primer proceso comercial para descafeinar café. Ludwig Roselius (1874-1943) era hijo del comerciante e importador cafetero, Dietrich Friedrich Rennig Roselius (1843-1902) y desde joven demostró una gran curiosidad por la química. Cuando su padre murió inesperadamente a la edad de 59 años, los médicos atribuyeron su fallecimiento al consumo excesivo de cafeína y fue por esta razón que Ludwig decidió buscar la manera de extraer la cafeína de los granos de café.

Dicho y hecho, en 1906 Ludwig Roselius patentaba su proceso para descafeinar café y fundaba a la vez, con otros empresarios cafeteros de Bremen, la Kaffee-Handels-Aktiengesellschaft (Kaffee HAG), la primera empresa del mundo en comercializar café descafeinado.

Según se explica, Roselius dio con su método, casi por casualidad. Según parece una carga de su café se empapó accidentalmente con agua de mar y perdió gran parte de su cafeína sin perder mucho gusto. Roselius, entonces ideó un sistema que consistía en vaporizar los granos de café con una solución salina y someterlos después, a un compuesto químico orgánico benceno (hoy prohibido) que actuaba como disolvente para extraer la cafeína. A partir de este sistema se desarrollaron otros a lo largo de la historia – descafeinado suizo por agua, descafeinado por solventes químicos, descafeinado por dióxido de carbono- compartiendo todos el mismo obje-

tivo, conseguir el mejor sabor final para el grano descafeinado de café.

La producción del café descafeinado de Ludwig Roselius comenzó en 1907 en la fábrica de nueva construcción en el puerto de Holz- und Fabrikenhafen, en el antiguo puerto de Bremen. La fábrica tenía el carácter de un pueblo pequeño y contaba, incluso, con un cuerpo de bomberos propio. Los diversos complejos individuales de las instalaciones de la empresa, llegaron a ubicar hasta 19 cadenas de producción individuales que incluían, además del café, productos relacionados, como chocolate en tubos y latas.

CAFÉ CON IMAGEN CORPORATIVA

Con una perspectiva visionaria y campañas publicitarias innovadoras, Roselius logró establecer rápidamente su marca distintiva y en 1908, los motivos publicitarios de su café descafeinado eran ya del todo inconfundibles (Kaffee HAG fue el primer café que se publicitó en los cines en la época del cine mudo) y lemas publicitarios como "Nervios tan duros como el acero a través del deporte y el café HAG" o "¡Siempre inofensivo! ¡Siempre digerible!", se hicieron muy populares.

La empresa de café descafeinado de Roselius fue una de las pioneras del diseño corporativo moderno. Desarrolló todo tipo de materiales publicitarios gráficamente sofisticados e inició el uso de tipografías y colores corporativos como símbolo identificativo de su empresa.

La acogida del café descafeinado fue buena y ya en las primeras semanas de producción se llegaron a alcanzar las 13.000 libras diarias de café procesado. En pleno creci-

miento de la marca, el estallido de la Primera Guerra Mundial obligó, sin embargo, a parar la producción y aunque se retomaron los trabajos en 1922, no fue hasta algo después, 1926, que la fábrica volvió a alcanzar los ratios de producción de antes de la Guerra. En 1929, la fábrica de Roselius añadió el cacao en polvo Kaba como segundo producto. En aquel tiempo Kaffee HAG se había convertido ya en el término genérico para el café descafeinado en Alemania.

En la década de los 70, la marca de Roselius dio otro gran paso adelante con la construcción de su nueva cadena de descafeinado, mucho más compleja que la anterior y totalmente libre de productos químicos. En 1979, el hijo de Ludwig Roselius vendió la empresa Kaffee HAG a la empresa estadounidense General Foods Corporation (Mondelēz International). Con posterioridad, Mondelēz International se vendió a Jacobs Douwe Egberts (JDE), multinacional que cerró definitivamente la planta de Kaffee HAG en Bremen, el 31 de marzo de 2017.

EL LEGADO DE LUDWIG ROSELIUS

Además de su espíritu emprendedor con el café, Ludwig Roselius se distinguió por su compromiso como mecenas. Coleccionó arqueología, antigüedades, tesoros artísticos, arte contemporáneo y se interesó especialmente por los objetos de origen nórdico. Tanto es así, que a lo largo de los años fue comprando casi todos los edificios de la calle Böttcherstraße de Bremen, y ordenando la construcción de otros nuevos. Allí abrió la sede administrativa de su empresa de café descafeinado, algunos museos y, también, salas de exposiciones ■

REABRIMOS JUNTOS



**Siempre a tu lado
para garantizar**

La mejor calidad
Máxima seguridad
La más alta eficiencia





PROFESIONAL

Pascual[®]

Dar lo mejor

**EXTRA
CREME**

**La leche
barista
para tu
Latte
perfecto.**

Leche oficial de los
Campeonatos Baristas 2020



LECHEPASCUAL.ES