fórumcafé

2023 N93 | forumdelcafe.com

CELEBRACIÓN DEL **25 ANIVERSARIO DE FÓRUM CAFÉ** EN GRANADA 6

CAFÉ DE ISLAS Y **CAFÉS EXÓTICOS** 14

LA **CALIDAD DEL CAFÉ SOLUBLE**, A EXAMEN 43

TÉCNICA WEISS 46

Dress up your Cafè Racer

Born to run. El máximo resultado en taza, un café tras otro.
Toma el control, y explora su esencia. Elige tu estilo, elige tu Café Racer.

SANREMO
COFFEEMACHINES

www.sanremomachines.com

SUMARIO

04 **EDITORIAL**

25 ANIVERSARIO FÓRUM CAFÉ
06 _ CRÓNICA DE UNA **CELEBRACIÓN PARA RECORDAR**
10 _ FÓRUM CAFÉ, **CLAVES DE FUTURO**
12 _ CUANDO LIDERAR ES **INSPIRAR Y MOTIVAR**

ORIGEN
14 _ **CAFÉ DE ISLAS** Y CAFÉS **EXÓTICOS**

MERCADO
20 _ CAFÉ, **PANDEMIA** E **INFLACIÓN**
22 _ **CÁSCARA** DE CAFÉ, DE **RESIDUO** A **RECURSO**

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS
24 _ NUEVO **REGLAMENTO DE ENVASES** DE LA UE
28 _ ENTREVISTA A **ALEXIS RODRÍGUEZ**, JEFE DE DESARROLLO DE CAFÉ DE **NESPRESSO**
32 _ **INTELIGENCIA ARTIFICIAL** Y CAFÉ
34 _ CAFÉ **A SOLAS**

SOSTENIBILIDAD
36 _ **BIOMASA** PARA **TOSTAR CAFÉ**
38 _ CÓMO CONSEGUIR UNA **TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL SOSTENIBLE**
40 _ **INNOVACIÓN** AL SERVICIO DE LA **SOSTENIBILIDAD**

INFORME
42 _ **CAFÉ SOLUBLE,** ¿SON TODOS IGUALES?
43 _ NUEVO **SISTEMA DE EVALUACIÓN** PARA **CAFÉS SOLUBLES**

CALIDAD
46 _ **TÉCNICA DE WEISS**
48 _ ¿EL **CAFÉ Y LA LECHE CONGELADOS** ASEGURAN UNA **MEJOR CALIDAD**?
49 _ CAFÉ CON **SAL** Y CAFÉ CON **MANTEQUILLA**

SABÍAS QUE
50 _ **EXPERIENCIAS INMERSIVAS** EN CAFETERÍAS

FÓRUM COFFEE FESTIVAL
52 _ ACTUALIDAD **FÓRUM COFFEE FESTIVAL**
53 _ ENTREVISTA A **RUBÉN SANZ, JUEZ BARISTA FÓRUM CAFÉ**

TÉ
56 _ **TÉ DE TURQUÍA**

HISTORIAS CAFETERAS
58 _ **CAFÉS BAY**
60 _ **CAFÉS FLOR DE JAMAICA**
66 _ CAFÉ DE **RÉCORD GUINNESS**

CAFÉ Y SALUD
62 _ CAFÉ, **EJERCICIO** Y **SUEÑO**

MÁS QUE CAFÉ
64 _ **CAFÉ ARGENTINO** CON **AROMA ESPAÑOL**

Revista Fórum del Café

fórumcafé
Fórum Cultural 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

Maquetación:
La Cova Studio | www.lacovastudio.com

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

Fórum Café ha agregado este mes de abril un nuevo capítulo a su historia, la celebración del 25 aniversario de la Asociación. Y lo ha hecho con el gran logro, además, de que el encuentro organizado en Granada con todos los socios y amigos para brindar por esta importante efeméride, además de estar lleno de entusiasmo, emoción y alegría, ha resultado un claro testimonio del apoyo inquebrantable del sector a Fórum Café.

El evento de celebración se convirtió en un epicentro de energía cafetera, con la presencia de empresarios y profesionales del sector cuya participación y entusiasmo hicieron de esta celebración un verdadero éxito.

La misión de Fórum Café de difundir la cultura del café en España ha sido fortalecida y confirmada por el amplio respaldo que hemos recibido. Desde nuestros modestos comienzos hasta el presente, hemos estado comprometidos en fomentar la apreciación y el conocimiento sobre café, y este apoyo reafirma que el camino andado y la forma de recorrerlo ha sido la correcta.

El respaldo, felicitaciones y reconocimiento a todos los logros alcanzados durante estos 25 años han resultado una verdadera inyección revitalizante para continuar trabajando arduamente en nuestros objetivos. Y es así que, mirando hacia el futuro, nos emociona enfrentar nuevos desafíos y oportunidades.

Entre estos nuevos retos, destaca, sin duda, el Fórum Coffee Festival, que se celebrará en L'Hospitalet de Llobregat, del 29 de septiembre al 1 de octubre, próximo y en el que estamos trabajando incansablemente para hacer de este evento una referencia en el mundo del café. Para ello nos hemos asegurado ya los mejores partners y sponsors que nos ayudarán a hacer posible el principal objetivo de este innovador encuentro, en el que está convocada toda la cadena de valor del café, desde el productor al consumidor, para compartir conocimientos, promover la innovación, fomentar el consumo de café de calidad y, por supuesto, disfrutar de una amplia gama de experiencias cafeteras únicas.

Con el compromiso renovado tras 25 años de trabajo incansable, Fórum Café se enorgullece de continuar liderando la divulgación de la cultura del café en España con eventos como este y sobretodo, de poder hacerlo con el apoyo de más de un centenar de empresas asociadas y plenamente implicadas en la misión que da sentido a nuestra entidad.

Desde 1997, juntos, hemos trabajado para elevar los estándares de calidad y conocimiento del café en toda la industria española, y lo hemos hecho, además, para fomentar y fortalecer la presencia de mejor café en la hostelería y los hogares de nuestro país. Juntos estamos inspirando la excelencia y juntos, también, hemos logrado dar pie a nuevos perfiles profesionales, como los baristas y los formadores, muy necesarios para avanzar en nuestros objetivos y hemos conseguido prestigiar, también, figuras claves en el sector sin las cuales alcanzar la calidad sería imposible, como los maestros tostadores y los catadores de café.

Mirando hacia un futuro que se nos presume emocionante y lleno de oportunidades, no podemos por más que continuar trabajando, liderando la divulgación de la cultura del café en España, adaptándonos y dando respuestas, además, y sin dilación, a las demandas cambiantes que requiere una cultura cafetera en plena evolución, que nos mantiene permanentemente inmersos en la creación y desarrollo de nuevos proyectos e iniciativas como los que no tardarán en ver la luz y de los que próximamente compartiremos más.

Presidente:
David Tomás

Vicepresidente:
Alejandro Basset

Secretario:
Carles González

Tesorero:
Félix Ignacio Alonso-Majagranzas

Vocales:
Ramón Alonso
Victoria Pamies
Guillermo Jauregui
Santiago Lascasas
Jaime Bernal
Juan José Mach
Raúl Pont
Juan Díaz
Ricardo Oteros
Charo Baqué

Directora:
Yolanda Bolaños

fórumcafé
Fórum Cultural del Café

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

GAGGIA
MILANO

la Dea

CADA SUEÑO TIENE UN ALMA DIVINA

DISEÑO Y FUNCIONALIDAD
PARA PEQUEÑAS LOCALIZACIONES PREMIUM

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

25 ANIVERSARIO FÓRUM CAFÉ

25 ANIVERSARIO FÓRUM CAFÉ, UNA CELEBRACIÓN PARA RECORDAR

Fórum Café celebró el pasado 13 y 14 de abril en Granada, su 25 Aniversario, con la participación de socios y amigos de la entidad que se reunieron para conmemorar este importante hito para la Asociación, pero, también, para el café y la cultura de café en España.

La celebración convocó en la ciudad granadina a más de un centenar de empresarios y profesionales del café de todo el país que brindaron por el éxito de un proyecto que nació con el objetivo de descubrir a los consumidores españoles como disfrutar, de verdad, de un producto único como es el café.

El ambiente de satisfacción y orgullo por los logros alcanzados fue palpable en las dos jornadas de encuentro y momentos cargados de emoción, como los homenajes y la Cena de Aniversario, pusieron el toque especial a una celebración que debió posponer por la pandemia, pero que ahora que se ha podido llevar a cabo, ha demostrado la fuerza e impulso con el que cuenta Fórum Café, 25 años después de su fundación.

Más de un centenar de empresarios y profesionales del café celebraron en Granada el 25 Aniversario de Fórum Café

El programa de celebraciones se dividió en dos días, el 13 de abril dedicado a los actos conmemorativos en sí, y el 14 de abril, convertida en una jornada lúdica colectiva para conocer la joya más preciada de Granada, la Alhambra.

Para la organización del evento, Fórum Café ha contado con la colaboración de Grupo hotelero y de restauración Abades, que habilitó los mejores espacios en el Hotel Abades Nevada Palace de la capital granadina para acogerlas actividades programadas para celebrar este Aniversario, que arranco con un animado coctel de bienvenida para todos los asistentes, donde el ambiente de cordialidad y afabilidad entre los presentes ya dio las primeras pistas de la gran jornada que quedaba por delante.

INQUIETUD, PASIÓN, TRABAJO Y COMPROMISO

Uno de los momentos más emotivos de la celebración fue, sin duda, el homenaje a los fundadores de Fórum Café, una junta formada por Lluís Saula, Ramón Novell, Pere Cornellà, Raúl y Feliu Pont, Sergio Margaria, Salvador Sans, Rafael Moral, Pablo Peruga, Jordi Codina y David Tomás, que apasionados por el café, en 1997, decidieron liderar la divulgación de la cultura del café en España, uniendo esfuerzos, ilusiones, recursos y sobre todo mucho trabajo altruista para poner en marcha un proyecto que hoy día une a más de un centenar de empresas de todo el país.

Desde entonces hasta ahora, Fórum Café, ha desarrollado y lo sigue haciendo un intensivo trabajo para avanzar en los objetivos propuestos, con hitos importantes alcanzados hasta el momento, como el desarrollo de un programa de estudios especializados para los profesionales de la industria del café, la introducción de la formación en café en escuelas de hostelería de todo el país, la creación del Campeonato Nacional Barista, la propia edición de esta publicación, la revista monográfica sobre café pionera en España, editada ininterrumpidamente desde hace más de dos décadas o la consecución de valiosos acuerdos con de colaboración e intercambio de conocimiento con otras entidades y asociaciones vinculadas al sector que han contribuido a la referencia de Fórum Café en España, Europa y en el mundo.

Y lo más importante del valor de este éxito es que reside en el firme compromiso de todos y cada uno de los socios y amigos de Fórum Café que, como la primera junta fundadora, se han mantenido firmes en la misión de la Asociación, contribuyendo y colaborando a promover el conocimiento de café en España, tal y como recordó el actual presidente de Fórum Café, David Tomás en una de sus intervenciones en Granada, durante los actos de celebración del 25 Aniversario de la entidad.

Homenaje a la primera junta fundadora de Fórum Café

RUMBO A LA EXCELENCIA

Atrás ha quedado ya en nuestro país, la percepción del café como una simple bebida, negra y amarga, que se bebía por costumbre más que por gusto. Las calidades del producto se están incrementando poco a poco, existe una mayor y mejor formación de los profesionales del sector, se ha logrado despertar el interés de la hostelería por el café y estamos logrando cambios progresivos en la demanda.

Y aunque todavía queda camino por recorrer hasta alcanzar la excelencia total a la que todos los socios de Fórum Café y amantes del café aspiramos en nuestro país, estos 25 años de Asociación son la mejor prueba de que vamos en la buena dirección y que la propuesta de hacerlo unidos es la mejor estrategia para lograrlo.

Emilio Baqué, Albert Solà, Josep Rovira y Jordi Codina homenajeados por su aportación a la consecución de los objetivos de Fórum Café

Y como las cifras son más elocuentes que las palabras, la directora de Fórum Café, Yolanda Bolaños, durante su intervención frente a todos los socios reunidos en Granada, aportó varias de ellas que ejemplifican buena parte de todo lo logrado por Fórum Café en España en estos 25 años de historia: más de 100 empresas asociadas a Fórum Café, 60 programas de formación con más de 2.000 alumnos participantes; 17 ediciones del Campeonato Nacional de Baristas en los que han participado más de 600 profesionales; más de 100 conferencias magistrales y 300 reuniones con expertos en las que han participado muy destacadas personalidades del ámbito del café, empresarial y académico, y un gran éxito en comunicación con 93 números ya editados de esta revista, más de 122.000 lectores que visitan nuestra revista online para estar informados y más de 6.000 seguidores en Instagram, 3000 seguidores en LinkedIn, 10.000 seguidores en Facebook y más de 8.500 seguidores en YouTube donde superamos las 1.000 visitas mensuales a nuestros contenidos.

LEGADOS QUE INSPIRAN

Y todo esto no se hubiera logrado sin el ahínco de la junta fundadora, sin el apoyo de los socios, sin el compromiso de los profesionales del sector, sin el trabajo del equipo técnico de la Asociación y sin personas como Emilio Baqué, Josep Rovira, Jordi Codina y Albert Solà que de forma totalmente voluntaria pusieron a disposición de Fórum Café sus conocimientos, experiencia y tiempo para afianzar las bases de los pilares sobre los que hoy se sustenta nuestra entidad, la formación y la comunicación.

El gran éxito de Fórum Café se fundamenta en el compromiso de sus socios

En agradecimiento a su trabajo, los cuatro recibieron, también, un emotivo homenaje en Granada, donde todos los asistentes se unieron en un aplauso unánime de reconocimiento a Emilio Baqué (Grupo Dromedario) impulsor de la primera "Escuela de Café" que se creó en nuestro país, firme defensor del trabajo formativo en escuelas de hostelería, del reciclaje profesional en el sector y autor del libro "El Cafecedario"; Jordi Codina (Cafés Unic), coordinador durante cerca de 20 años de la revista Fórum Café, uno de los primeros formadores de la entidad y embajador por vocación de Fórum Café en el mundo (no hay lugar donde haya viajado, que no haya llevado consigo ejemplares de la revista Fórum Café para presentar el trabajo de la Asociación); Josep Rovira, maestro tostador, creador del primer programa de Formación Fórum Café, de masters innovadores como Coffee Process, del programa de formadores Fórum, impulsor de la creación del Campeonato Nacional de Baristas y autor de "Sólo Café" una guía de bolsillo imprescindible para todos los que se están formando en café; y Albert Solà, primer director de Fórum Café, quien realizó la vuelta al mundo en solitario a bordo de su velero, visitando gran cantidad de países productores de café y dejando constancia de su aventura y de la cultura cafetera de todos estos orígenes en sus libros "La Ruta del Café" y en "Sabor de Café".

Los familiares de Emilio Baqué y Albert Solà, ambos lamentablemente fallecidos, recogieron en su nombre el recuerdo diseñado especialmente para este homenaje e igualmente emocionado lo hizo Josep Rovira, en nombre propio y en el Jordi Codina, agradeciendo a Fórum Café el reconocimiento.

LIDERAZGO CAFETERO

La contribución de todos ellos es ya hoy parte fundamental de la historia de Fórum Café, la cual cuenta ya con su propio doodle, un vídeo animado, en mano alzada, en el que se repasan las acciones más importantes que a lo largo de estos 25 años han dado carácter a la Asociación que es hoy Fórum Café. El doodle se presentó también en Granada y se puede ver también en las redes sociales de Fórum donde ha tenido un destacado éxito.

Además, y como parte, también, del programa de celebración de este Aniversario tan especial, Fórum Café organizó una sesión sobre liderazgo dirigida por Antonio Jiménez, reconocido especialista en este tema en España. Esta sesión resultó sumamente provechosa, brindando a los asistentes la oportunidad de aprender de la experiencia y conocimientos de Jiménez, enriqueciendo así su propia capacidad de liderazgo en el sector del café. Los lectores interesados en esta ponencia pueden acceder a un resumen de la misma en las próximas páginas de esta revista).

GRAN BRINDIS Y CENA DE ANIVERSARIO

Y tal y como se merece una celebración tan especial como son los 25 años de una entidad, el remate a una jornada inolvidable se cerró con una gran Cena de Aniversario en la Huerta del Sello, a la que asistieron, además de todos los socios y amigos de Fórum Café presentes en Granada, el presidente de la Asociación Española del Café, Andrés Bermúdez.

Para la ocasión, la Huerta del Sello, una joya arquitectónica neoclásica del siglo XIX se vistió de gala, y esta emblemática locación, ubicada en las afueras de Granada y pro-

Reconocimiento a Josep Rovira. creador del primer programa de formación Fórum Café

piedad del Grupo Abades, añadió un toque extra de distinción a la Cena de Aniversario, sumergiendo a los asistentes en un ambiente único y encantador.
Es así que los presentes tuvieron el privilegio de disfrutar de la vanguardista propuesta culinaria ofrecida por el Grupo Abades, quienes han sabido combinar a la perfección la tradición andaluza con la innovación gastronómica, haciendo de cada plato, una propuesta culinaria de alto nivel, diseñada con esmero para deleitar los sentidos.

Tras 25 años de existencia, Fórum Café lidera la divulgación de la cultura cafetera en España y es referente en comunicación sobre café

Acabada la cena, los asistentes se unieron en un brindis general propuesto por David Tomás, levantando sus copas en honor al 25 Aniversario de Fórum Café y a todos los logros alcanzados a lo largo de su trayectoria. Fue un momento de alegría compartida, donde se manifestó el orgullo por formar parte de esta comunidad dedicada al mundo del café.
Como colofón de la velada, se extendió una invitación a todos los presentes para disfrutar de un espectáculo de flamenco, un arte emblemático de la cultura andaluza. Los compases y el taconeo resonaron en la Huerta del Sello, cautivando a todos con su energía y pasión. Y fue así que el flamenco brindó el toque final de autenticidad y tradición a un día lleno de celebración, de mirada

al pasado, pero sobre todo de compromiso con el futuro, tal y como apuntó la directora de Fórum Café.
En su intervención, Bolaños insistió en la voluntad de la Asociación de continuar con la actividad orientada por su misión y su responsabilidad con el sector, realizando todos los esfuerzos necesarios para adaptarse a los nuevos tiempos, a las nuevas necesidades y a los nuevos retos, haciendo extensiva, en este sentido, a todos los presentes y demás amigos de Fórum Café, la invitación a participar en el Fórum Coffee Festival, el nuevo e innovador certamen en torno al café que la Asociación prepara para este otoño.

ADN FÓRUM CAFÉ

La cita con el Fórum Coffee Festival será en La Farga de L'Hospitalet (Barcelona), los días 29 y 30 de septiembre y 1 de octubre y reunirá a toda la cadena de valor del café, del caficultor al consumidor, en un evento en el que Fórum Café propone además de un espacio de networking y de aprendizaje para los profesionales del sector, un nuevo modelo de festival para acercar al consumidor a la vanguardia de la revolución del sector del Café, en la bebida y en la gastronomía, y para que conozcan su historia, variedades, calidades, procesos y servicio a través de demostraciones, charlas, catas, concursos, exhibiciones, y el nuevo y desafiante Campeonato Nacional Barista Pro, único en su categoría por su exigencia y nivel de competición.
La celebración del 25 Aniversario de Fórum Café en Granada ha resultado un gran evento y el mejor preludio, pues, de los nuevos y desafiantes retos que asume Fórum Café a partir de ahora, y no solo con la organización del Fórum Coffee Festival, sino con nuevos proyectos de formación, homologación de jueces, acuerdos de colaboración con entidades del sector, con organismos públicos y con la industria cafetera y hostelera que tiene por delante el gran reto de seguir mejorando la experiencia del consumidor para lo que Fórum Cultural del Café continuará trabajando y colaborando con ellos como brazo ejecutor de la formación especializada y comunicadores de la cultura del café.

25 ANIVERSARIO FÓRUM CAFÉ

FÓRUM CAFÉ, CLAVES DE FUTURO

Coincidiendo con la celebración del 25 Aniversario de Fórum Café en Granada, la Asociación celebró su Asamblea General de Socios en la que se han dado a conocer los detalles del plan estratégico de la entidad para el 2023 y como Fórum Café piensa seguir trabajando para alcanzar nuevos éxitos que lo sigan acercando al objetivo fundacional de la entidad de elevar la calidad del consumo de café en España a través de un mayor y mejor conocimiento de este producto y su cultura.

El 25 Aniversario de Fórum Café ha resultado la mejor muestra de que el pasado resulta el mejor aprendizaje para abordar el futuro. 25 Años invitan a la reflexión, a la evaluación del impacto de la Asociación sobre la industria y el consumidor y a sentar, también, las bases del que ha de ser el trabajo actual y venidero de la entidad para asegurar la consecución de todos los objetivos marcados.

Y es así que, en la Asamblea General de Socios celebrada en Granada, en el marco de la celebración del 25 Aniversario de la Asociación, se presentó, también, el plan estratégico para el 2023 de Fórum Café, elaborado por la dirección y la Junta Directiva de nuestra entidad para asegurar no solo que la actividad y la referencia de Fórum siga creciendo, sino que sus socios tengan acceso a toda la información, formación y apoyo que les ayuden a dar respuesta a la realidad cambiante del café.

Es en este sentido y durante la presentación de este plan estratégico, que la directora de Fórum Café, Yolanda Bolaños explicó que "el esfuerzo de la Asociación se dirigirá, de una forma especial, al fomento de la cultura de la innovación y de las calidades en el contexto actual de la sostenibilidad", para ello, añadió Bolaños, Fórum Café se propone incidir con su actividad, en el fortaleciendo del ecosistema innovador y profesional en los ámbitos educativo, industrial y empresarial del sector del café y afines relacionados con la fabricación, elaboración y servicio de este producto.

De acuerdo con ello, Fórum Café reforzará sus programas de formación dirigidos a formadores y emprendedores; fomentará, además, los planes formativos enfocados al impulso y a la inmersión de los jóvenes Baristas en el mundo del café y reforzará, también, la comunidad cafetera virtual ofreciendo formación online en todas las áreas mencionadas.

Además, en la Asamblea General de Socios se avanzó el próximo lanzamiento de la nueva web de Fórum Café. El sitio se ha diseñado para una mejor experiencia de uso por parte de los visitantes y como plataforma de servicio avanzada para socios y amantes del café que encontrarán en el nuevo portal de Fórum Café gran cantidad y variedad de información sobre este producto y sobre la propia actividad de la Asociación.

De hecho, esta nueva plataforma web no deja de ser una apuesta más de Fórum Café para mejorar la divulgación de la cultura del café, utilizando para ello todos los recursos comunicativos que la digitalización pone al alcance de la entidad para llegar a un público más amplio y proporcionar información y servicios de calidad a los profesionales y amantes del café.

FÓRUM ONLINE Y OFFLINE

Y si la formación y la comunicación en línea van a ser dos de los principales objetivos de la estrategia online de Fórum Café en lo que queda de año y el futuro más inmediato, en el ámbito offline los proyectos no son pocs y tampoco menos ambiciosos.

Este mes de junio, por ejemplo, Jean-Xavier Guinard, director de la UC Davis Coffee Center de la Universidad de California (EUA) y uno de los creadores de la Rueda de Sabores del catador de café, imparte en Barcelona, un seminario sobre calidad sensorial del café, exclusivo para alumnos de Fórum Café. Además, durante las próximas semanas se convocarán nuevas homologaciones a jueces Fórum Café y se seguirá adelante, también, con la tarea de homologación de aulas de formación en toda España. Este proyecto ha de permitir que todos los alumnos que realicen cualquiera de las formaciones online de Fórum Café que incluyen prácticas, puedan realizarlas en un Aula de Formación homologada cercana a su localidad, asegurando, así, la máxima calidad y excelencia en estas formaciones. En estas Aulas, ubicadas generalmente en empresas del sector café, los alumnos siempre contarán con el apoyo de un profesor homologado Fórum Café, para garantizar que todos los conocimientos impartidos in situ sean de la misma calidad en toda la red de Aulas Homologadas Fórum Café.

COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

Y enmarcado, además, en el macroproyecto de formación especializada que Fórum Café plantea para asegurar los mejores cursos, seminarios y talleres para los profesionales del sector, durante la Asamblea General de

Socios se delinearon diversas iniciativas y objetivos que buscarán potenciar aún más la formación de Fórum Café tanto a nivel nacional como internacional, promoviendo alianzas estratégicas con otros actores clave de la industria cafetera. Se avanzó, por ejemplo, la propuesta de firmar un acuerdo de colaboración con el Instituto Internazionale del Espresso, entidad que trabaja para salvaguardar y asegurar la calidad del Espresso, la principal preparación de café de consumo en la hostelería española y en una gran parte de los hogares de nuestro país.
También se anunció un próximo acuerdo con el ICEX en materia de formación y apoyo para la internacionalización empresarial.

FÓRUM COFFEE FESTIVAL

Ahora bien, si hay un gran proyecto que capitalizará buena parte de los esfuerzos de Fórum Café durante los próximos meses, este será, sin duda, el Fórum Coffee Festival, un evento nuevo y pionero en España que unirá a toda la cadena de valor del café, de inicio a fin, del productor al consumidor, para intercambiar conocimiento de café, presentar tendencias, ahondar en el conocimiento del café y juntos, caficultores, exportadores, importadores, autoridades portuarias, logística, tostadores, industrias afines, hostelería y consumidores, poder poner en valor a este producto.
En lo relativo a este evento, durante su presentación en la Asamblea General de Socios, Yolanda Bolaños confirmó la buena marcha de la contratación de espacios de la zona de exposición e informó del cierre de inscripciones para la nueva competición Barista Pro con el 100% de las plazas ocupada a meses de su celebración. Dio cuenta, también, de la participación de diversos países productores en el evento, como Brasil, Colombia, El Salvador y Honduras, así como del interés de diversas empresas para esponsorizar el Fórum Coffee Festival.

David Tomás, presidente de Fórum Café

Es así que este nuevo e innovador encuentro cafetero se perfila como una oportunidad única para impulsar el conocimiento y la apreciación del café en todas sus dimensiones, en el que los asistentes, además de contar con una amplia zona de exposición para conocer y disfrutar de la diversidad de cafés y productos relacionados, podrán disfrutar de competiciones de baristas y demostraciones en vivo de expertos tostadores y catadores.

Fórum Café se propone incidir con su actividad en el fortalecimiento del ecosistema innovador y profesional del sector del café y afines, tanto en el ámbito educativo, como industrial y empresarial

El evento también programará talleres, conferencias y paneles de discusión que abordarán temas relevantes para la industria del café, como la sostenibilidad, los mecanismos reguladores del mercado internacional del café, las últimas tendencias en preparación y presentación del café, la calidad sensorial o la importancia de la formación continua en el sector.
Además de ser un espacio de encuentro para profesionales y entusiastas del café, el Fórum Coffee Festival busca acercar el mundo del café al consumidor final, promoviendo una cultura cafetera de calidad por lo que desde la organización de Fórum Café se trabaja para segurar a todos los asistentes experiencias únicas a través de actividades inmersivas, catas guiadas y más.
Es así que de la mano de Fórum Café y la participación de destacados actores de la industria, el festival se posiciona como un evento de referencia en el panorama cafetero nacional e internacional, y se espera que su éxito siente las bases para futuras ediciones y contribuya, como el resto de actividades e iniciativas impulsadas por Fórum Café, a un mejor conocimiento de este producto y un crecimiento de la demanda de cafés de mayor calidad en nuestro país.

UNA APUESTA POR EL CAFÉ Y POR FÓRUM CAFÉ

La presentación y aplauso de todos estos proyectos en la Asamblea General de Socios de Fórum Café ha demostrado la excelente sintonía entre las propuestas presentadas y la voluntad de los socios de avanzar en el futuro con firmeza y entusiasmo. Esta complicidad ha destacado el presidente de la entidad, David Tomás, es fundamental para llevar a cabo con éxito el plan estratégico y garantizar que los objetivos marcados sean alcanzados de manera efectiva, como han demostrado 25 años trabajando ya en este sentido, "la unión de esfuerzos y la colaboración entre todos los actores involucrados en Fórum Café se ha convertido en un elemento clave para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan".
La Asamblea General de Socios de Fórum Café ha reafirmado la visión compartida de promover la excelencia, la innovación y la sostenibilidad en el sector, y ha destacado la importancia de mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias y avances en el mundo del café. Y este es, sin duda, el enfoque que no solo ha consolidado a Fórum Café como un referente en la industria del café, sino el que permitirá a la Asociación a seguir creciendo y divulgando con éxito la cultura del café en nuestro país.
A todos los que contribuyen a hacerlo posible, ¡felicidades!

25 ANIVERSARIO FÓRUM CAFÉ

CUANDO LIDERAR ES **INSPIRAR Y MOTIVAR**

Claves para lograr el éxito y conseguir diferenciarse verdaderamente de la competencia

En los 25 años de existencia de Fórum Café, la organización ha actuado como guía para buena parte del sector español del café, inspirando y animando a los socios de la entidad, como parte del equipo que son de la organización, a alcanzar metas y objetivos comunes. Es así que, en la celebración de este 25 aniversario, Fórum Café ha querido prestar especial atención al liderazgo motivacional como clave del éxito, aterrizándolo, en este caso, en las propias empresas del sector.

Fórum Café invitó a Granada a Antonio Jiménez, experto en liderazgo y profesor de Master en diferentes Universidades y prestigiosas Escuelas de Negocios de nuestro país, quien dedica su día a día, desde hace años, a trabajar directamente con los equipos de importantes empresas a nivel nacional en materias de ventas, liderazgo y equipo.
Creador del Método Alto Rendimiento Comercial y director del Master & Mentoría en Desarrollo y Entrenamiento Comercial, sabe lo que significa tener negocios tomar decisiones difíciles y arriesgar el patrimonio familiar. Con sólo diecinueve años, fundó su primera empresa y actualmente es socio director de A+ Potencial Humano, organización dedicada al desarrollo de las empresas a través de las personas.

Antonio Jiménez no es un psicólogo que receta consejos empresariales y más que formador o coach le gusta definirse como transformador…

Sí, transformador creo que define mejor lo que hago. A mí me ayuda a no poner el foco sólo en transmitir conocimiento en mis intervenciones en empresas sino centrarme en que finalmente haya transformación.
Solo cambiando la forma de pensar y desarrollando nuevas habilidades, podremos comportarnos, sostenidamente en el tiempo, de otra manera más adecuada a las exigencias del entorno. Solo así pueden llegar los resultados.

En la conferencia que ofreció a todos los asistentes al 25 Aniversario de Fórum Café, habló de excelencia, personas, equipos, atracción, retención del talento y liderazgo. ¿Por qué excelencia?

Yo creo que estamos en un mercado tan competitivo, con clientes cada vez más informados y que reciben tal cantidad de estímulos que si la búsqueda de la excelencia no está en tu práctica diaria tarde o temprano, el mercado te sacará. Si eres uno más, eres uno menos.

¿Excelencia lo relacionas con Calidad?

Exacto. Hoy los consumidores somos más exigentes y la calidad, y aunque cada segmento o público objetivo buscará y valorará unos atributos, la tendencia general es hacia lo saludable, sostenible y la experiencia de cliente.
Por eso es tan importante diferenciarte de tu competencia, en positivo, a los ojos del consumidor por la calidad.

¿Y dónde entran en juego las personas?

En todo momento. Al final, por muchos procesos automatizados, por mucha inteligencia artificial, siempre necesitarás personas y si quieres diferenciarte de tu competencia, necesitas a los y las mejores.

¿Cuál es su experiencia acerca de esto?

En mi día a día siento que la mayoría de las empresas no están haciendo todo lo que está en su mano para atraer y fidelizar al talento. Por ejemplo, hay deficiencias claves en diferentes partes del proceso. En ocasiones son pequeños detalles, pero que afectan a la eficacia y, por tanto, a todo el proceso.
La mayoría de las veces sucede porque desconocen que no saben ciertas cosas que pueden hacer. Otras, creen que es muy difícil o no entienden el valor y el enorme retorno de inversión que tendría hacer las cosas bien.

¿Tanto es el retorno de inversión?

Todos sabemos que las personas más motivadas y comprometidas ofrecen un mayor rendimiento y compromiso. Si tienes a los y las mejores y además están comprometidos, le podrán más amor a las cosas que hacen y eso te ayudará a alcanzar la excelencia de que hablábamos al principio. Esto es algo obvio y para saberlo no hace falta ir a la Universidad de Salamanca o hacer un prestigioso Máster, ¿verdad?

Pues bien, parece que todo el mundo se sabe la teoría, pero, sin embargo, si nos fijamos bien, no existe mucha coherencia de acción en la mayoría de las empresas.
No se está poniendo el foco en las personas. Hay departamentos de "Recursos Humanos" con presupuestos ridículos y a veces que están solamente centrados en la parte administrativa de las personas. No en su formación y desarrollo.

En su intervención, relacionó la productividad, la atracción, la retención del talento, el compromiso y los resultados con el papel del líder y nos aportó algunos datos impactantes de estudios al respecto

¡Así es! Tan impactantes como reales. Lo que sucede es que el ego no nos deja ver y creemos que eso es cosa que le pasa a otros.
Tomemos como muestra uno de los estudios que para mí es más representativo y creíble por el tamaño de la muestra y los años que lleva realizándose. Me refiero al informe State of the American Manager de Gallup. Un informe que brinda una mirada en profundidad de qué caracteriza a los y las grandes gerentes, con base a más de 4 décadas de extensa y profunda investigación.

Los líderes deben entender que solo lo son, si resultan útiles y sirven a su equipo, y no al revés

En este estudio se analizan 2,5 millones de equipos de 195 países y presenta un análisis que mide el compromiso de 27 millones de empleados. El informe examina el vínculo crucial entre talento, compromiso y resultados comerciales vitales. Me refiero a rentabilidad y productividad.
Pues bien, entre sus resultados nos encontramos con datos como que actualmente solo el 29% de los empleados están comprometidos. El 54% no están implicados y el 17% están de cuerpo presente, pero de espíritu ausente. Son los "Working Dead".
Pero el dato de gerentes comprometidos es tan solo ligeramente superior de un 29% a un 35%. ¿Cómo alguien puede pedir compromiso si no lo está? ¡Coherencia de nuevo!
El principal problema es que los responsables que tienen personas a su cargo deben saber de personas. Tienen que tener ciertos talentos y desarrollar habilidades intra e interpersonales para la gestión de personas y de equipos.

¿No cree que puede haber un problema en la forma que se selecciona o promociona?

Totalmente de acuerdo. Si seguimos centrados en la forma en la que se promocionan a personas a puestos de responsabilidad, existen varias prácticas que te acercan al fracaso. Muchas veces se promociona a personas por la "intuición" de quien corresponda. Otras veces se promociona a la persona con más antigüedad en la empresa. Otras veces se coge al mejor vendedor o arquitecto, por ejemplo, y se le pone a dirigir un equipo. ¡Le acaban de cambiar de trabajo! Son trabajos totalmente diferentes.
A veces es una mezcla de todo y otras, se selecciona con necesidad y eso es como ir al súper con hambre. Todo te parece bien.

Hay muchas empresas que hacen entrevistas y procesos basados en competencias ¿Qué piensa al respecto?

Creo que te acercan un poco más al éxito y a ahorrarte mucho dinero y energía, en términos de malos ratos, sueldos y pobres resultados y por el coste oportunidad de no tener a la persona adecuada.
Solo por hacer una apreciación. Muchas veces no usamos un criterio objetivo para sumar a la entrevista o no medimos otros factores determinantes. Tanto o más que las competencias. Las competencias te dicen lo que sabe hacer, pero no te dicen cuáles son sus talentos. No te dicen cómo es la persona, su perfil conductual, sus motivadores, sus valores y es por estas cosas por las que se despide a la gente. Se les contrata por su currículum, se les despide porque sus talentos no se ajustan a las características del puesto e incluso a la cultura de la empresa.

¿Cree que existe mucha formación para los líderes?

Pues hay de todo. Formación en algunos casos sí. Procesos de transformación, los que menos. Me encuentro con multinacionales que su plan de desarrollo son 4 días de formación para los líderes, con un plan de contenidos enorme.
Otras veces, los propios gerentes, como creen que el problema son sus equipos, solo quieren formación para sus equipos. No son conscientes que si ellos cambian muchas cosas cambiarán y que, además, ellos son parte del equipo solo que con otras responsabilidades.
Yo apuesto por programas de desarrollo con sesiones frecuentes, como el entrenamiento para el deportista de alto nivel, para que se vayan produciendo cambios de mentalidad y desarrollo de habilidades en los participantes. Además, si se puede, hacemos planes transversales para sus equipos y sesiones donde se integran diferentes niveles y departamentos. Así aceleramos el cambio.

¿Recomienda, entonces, empezar la transformación por los líderes?

No sé si empezar. Lo que está claro es que en algún momento hay que ayudarles y darles herramientas para que puedan obtener lo mejor de sus equipos. No les puedes pedir resultados si no le enseñas a gestionar personas y equipos.

Según su visión, ¿qué debe hacer un líder con personas a su cargo para lograr los mejores resultados?

Dedicarse a lo que le pagan. Dedicarles tiempo a las personas. Pasar más tiempo en contacto directo con sus equipos. Salir del despacho. Levantar la cabeza de los papeles.
Solo puedes liderar personas si pasas tiempo con ellas escuchándolas. Ayudándoles a crecer, a mejorar. Dándoles un feedback oportuno. Tenemos que tener más conversaciones de calidad y también las difíciles. A la mayoría de los líderes no se les ayuda a desarrollar esta habilidad para decir también lo "desagradable" pero necesario. O lo dicen de una manera que "asesina" la motivación o se buscan mil excusas para no afrontar esa conversación a tiempo y luego el problema coge un tamaño difícil y costoso de digerir.

Confiar en el equipo, ¿es imprescindible?

Por suspenso, si no confías, es un sufrimiento. Dales autonomía. Si tienes a los mejores o quieres que lleguen a serlo, no tiene sentido no hacerlo. Muchas veces se les dedica poco tiempo o nos pasamos con la micro dirección y el control excesivo.
El o la líder debe entender que solo es líder si es útil. Sí sirve. Solo puedes ser útil si sirves a tu equipo y no ellos a ti. Es cuestión de cambiar el enfoque.
Cosas sencillas, a coste cero, pero que a veces por evidentes las obviamos.

Según lo expuesto, queda claro que las personas son la clave de las empresas, y que la motivación y el compromiso de los equipos depende en una inmensa parte de la gestión de sus líderes, los cuales deben estar a su servicio y no al contrario. Esto marca la diferencia competitiva entre empresas de éxito y las que no.

ORIGEN

UN VIAJE A TRAVÉS DEL SABOR DE LOS **CAFÉS DE ISLAS**

El café es un producto, en el que cada origen representa un portal a nuevas experiencias, y los cafés cultivados en algunas islas nos abren las puertas a nuevos aromas y sabores. En muchos de estos territorios, la tierra, el clima, las tradiciones ancestrales y, evidentemente, cafetos de calidades distinguidas se fusionan para ofrecer cafés singulares, con personalidad propia que sitúan a alguno de ellos entre los más preciados del mercado y a otros entre los más exóticos que se comercializan.

Como cualquier otro café producido en territorios continentales, los cafés cultivados en islas presentan características propias, incluso en muchos casos, únicas. En el Caribe, por ejemplo, encontramos islas como Puerto Rico y Jamaica, conocidas por su café suave y aromático. En el océano Índico, el café de la Isla Reunión destaca por su calidad y variedades originales como el Bourbon Pointu, mientras que, en el océano Pacífico, el café de la región de Kona en Hawái de acidez redonda y taza untuosas ha logrado ser un café de referencia mundial.

Además, en el archipiélago de Indonesia, encontramos una variedad impresionante de cafés provenientes de diferentes islas. Una de las joyas de la región es el café de Java y la otra el café de Sumatra, de gran cuerpo y sabor herbáceo como el que más.

En este articulo nos embarcamos en la aventura de conocer más sobre estos y otros cafés y ponemos rumbo a algunas de las islas productoras de café más conocidas y también más singulares para conocer más sobre su producción y la tradición de este cultivo en sus territorios.

CAFÉ DE JAMAICA

El café de Jamaica es conocido por su sabor suave, de acidez media y sin cuerpo acusado. Este café carece de fuerte retrogusto, tiene un ligero sabor a madera y un aroma inconfundible. Su contenido de cafeína oscila alrededor del 1,1%, invitando, generalmente, a degustar una segunda taza cuando se prueba.

El café de Jamaica crece en las montañas de la isla, en suelos ricos en nutrientes. Los cafetos mayoritarios son de la variedad arábica Typica, una planta que ofrece un volumen bajo de producción de grano, pero que, en la isla, al contrario que en otras zonas productoras, han decidido conservar, priorizando, aseguran los caficultores locales, la calidad a la cantidad.

La altura en la que crecen los cafetos en Jamaica va de los 600 a los 2.000 m.s.n.m y los suelos ácidos, las temperaturas regulares, 22 ºC, y la lluvia y nubosidad abundantes, son similares en toda la isla. Ahora bien, en la región de las Blue Mountain, los vientos alisios, al chocar con las altas montañas y entrar en contacto con el suelo caliente por la insolación, se transforman en densas nieblas, conocidas como "mist", que envuelven a las plantaciones de café. Esto tiene un efecto directo sobre la planta, enlenteciéndose el crecimiento de las cerezas, lo que permite que los árboles puedan estar produciendo bayas, lentamente, durante ocho o diez meses, otorgando un sabor único característico al fruto.

El mejor café Blue Mountain crece en los niveles más altos de las zonas orientales de St. Thomas, Portland y St. Andrew, en un radio de 24 kilómetros alrededor del Blue Mountain Peak y gracias a una excelente campaña de marketing unos años atrás, estos cafés han alcanzado fama mundial, en muchos casos, incluso, batiendo récords de precio en muchos momentos.

CAFÉ DE REPÚBLICA DOMINICANA

La República Dominicana ocupa parte de la isla más elevada del Caribe, La Española, y su café se nutre y beneficia de suelos ricos en nutrientes y una climatología muy favorable para este cultivo.

En 28 de las 31 provincias de este país se produce café, en su gran mayoría, Café

Arábica de la variedad Typica y, en menor escala, Caturra, que da un menor rendimiento. Existen también plantaciones de café Bourbon en la zona de Barahona, pero con poca incidencia en el ámbito nacional. En la isla también se cultiva café Robusta, pero en general esta producción va dirigida al consumo local.
En los últimos años, la roya ha castigado fuertemente a este origen, aunque el ahínco de muchos caficultores está haciendo posible el renacer del cultivo en la isla.
El café de República Dominicana presenta un aroma rico en matices, cuerpo contundente y sabores terrosos característicos, acompañados con cierto grado de acidez que varía según la zona en la que haya sido cultivado el café. Los cafés de Barahona, Bani y Ocoa son los más populares.

CAFÉ DE HAITÍ

Compartiendo isla con la República Dominicana, encontramos a Haití, donde el cultivo de café ha sido, también, una actividad histórica, aunque actualmente con mucho menos peso que décadas atrás.
Las condiciones geográficas de esta parte de la isla de La Española son propicias, también, al cultivo de café, el cual, a diferencia de su grano vecino, es procesado, mayoritariamente, de forma natural, lo que confiere a la taza haitiana sabores más suaves y más dulces que los conseguidos por el café dominicano. La acidez, además, del café de Haití suele ser más comedida.

CAFÉ DE CUBA

Los primeros cafetos llegaron a la isla en 1748 de mano de José Antonio Gelabert, natural de Barcelona, que como Contador Mayor de Cuentas de Cuba llevó hasta Wajay, en las inmediaciones de la Habana, unas cuantas plantas de café de la República Dominicana. Desde entonces el cultivo del café en la isla ha vivido repetidas etapas de éxito y fracaso, y aunque actualmente la producción cafetera cubana ha perdido buena parte del esplendor de antaño, los esfuerzos de algunos de sus productores para mejorar la calidad de su producto, está propiciando buenos resultados.
Las principales variedades de café que cultivan los productores cubanos son todas de cafés arábicas, siendo las más populares en las fincas, la Typica, Bourbón, Caturra, Catuai, Catimor, San Ramón y Villalobos. En taza, en general, estos cafés cubanos se revelan como cafés de baja acidez, cuerpo, intensidad media y fragancias cítricas.
Destacan, por su calidad, los cafés de las zonas montañosas de Arroyo Bermejo, Pico Blanco, topes de Sabanita, la Herradura, Boquerones y Jibacoa. En esta última ubicación crecen, entre otros, los afamados cafés de Crystal Mountain, un grano muy apreciado por los japoneses. En estos territorios también es fácil encontrar, plantaciones de café de la variedad Lafernó, salida de la Estación Experimental del Café de Jibacoa y que ofrece un grano de un sabor inconfundible y de muy baja acidez.

CAFÉ DE PUERTO RICO

Finalizamos el recorrido por el Caribe en Puerto Rico, cuyo café fue por mucho tiempo, sobretodo a finales del siglo XIX, uno de los preferidos por la realeza europea y el Vaticano. En aquel entonces, la isla era uno de los principales productores de café a nivel mundial y este producto era uno de los bienes más preciados para la economía de Puerto Rico, superando, incluso, a la caña de azúcar.
En taza, el café puertorriqueño entrelaza matices dulces de frutas secas con matices de chocolate y toques de almendras y ciruelas. Su cuerpo es redondo y su acidez aporta sutiles notas cítricas y no amargas a la bebida, haciéndola especialmente agradable al paladar.
Actualmente, a pesar de que la industria cafetalera de la isla ha disminuido considerablemente, aún existen haciendas cafetaleras en funcionamiento, la mayoría ubicadas en el centro, noroeste y oeste del territorio, en las partes bajas y medias de majestuosas montañas. Allí, la temperatura es húmeda y fresca y las lluvias las justas para el cultivo, logrando así, las mejores condiciones para el café. Pueblos como Maricao, Jayuya, Yauco, Ciales, Adjuntas, Lares, Las Marias o Utuado deben su fama a la calidad de su café.

CAFÉ DE HAWÁI

Uno de los cafés más famosos que se producen en el pacífico es el café de Hawái. El café se cultiva en este archipiélago de islas desde 1818 y el que crece en las laderas del volcán de Mauna Loa, en la zona occidental de Kona, da nombre al más famoso de estos territorios y el único café que se cultiva en los Estados Unidos.
El Kona hawaiano se caracteriza por su suave acidez, cuerpo medio, taza limpia y untuosa y buen aroma. Algunos expertos destacan, también, un sabor parecido a la canela. En los últimos años, algunos productores han empezado a experimentar con nuevos procesos con el objetivo de lograr un lugar destacado para sus granos en el mercado de Cafés de Especialidad, cosa que han conseguido con notable éxito, gracias a su nueva oferta de cafés fermentados, en los que han puesto el foco para destacar la dulzura y una menor acidez percibida en sus cafés.
Vale la pena destacar, también, la calidad de los cafés de la región volcánica de Ka'u, a escasos kilómetros de la Isla Grande, donde las lluvias uniformes distribuidas desde comienzos a finales de la floración favorecen el cultivo de cafés con un sabor muy suave y un aroma distintivo con un ramo floral muy característico.

CAFÉ DE JAVA

En esta isla comenzó la historia del café de Indonesia, y aquí se produce actualmente el 12% del café del país. Los cafés arábicas de Java se caracterizan por su cuerpo, notas herbáceas y dulzor más pronunciada que otros cafés como los de Sumatra. Aquí el método utilizado es el lavado, y los cafés provienen en muchas ocasiones de grandes plantaciones (Djampit, Belawan…), donde el café se transporta rápidamente a los beneficios para ser procesado completamente, consiguiendo así mayor homogeneidad en los lotes.
A menudo los aromas a ahumado y a especies son asociados a este origen, del

que cabe destacar, además, una curiosa producción de "cafés añejos", envejecidos durante varios años y comercializados, después, como "Old Coffee". Durante su reposo, estos granos pierden acidez y ganan cuerpo y dulzor, dejando aflorar notas pronunciadas a especias y caramelo. En el mercado estos cafés son muy valorados en determinados países consumidores como Japón, donde alcanzan precios altos.

CAFÉ DE SUMATRA

Sumatra es la tercera isla más grande del archipiélago indonesio y donde se produce el 60% del café del país. El café de este origen es conocido como café Mandheling, en referencia directa al nombre del grupo étnico indonesio más implicado en la producción cafetera en este territorio.
Los cafés arábicas de Sumatra representan las características básicas de los cafés de Indonesia: baja acidez, sabores herbáceos con tonos de chocolate, tabaco y mucho cuerpo.
En estas características tiene destacada incidencia su método de procesamiento semi-lavado o Giling Basah, al que se someten estos granos que son entregados en los beneficios tras rudimentarios métodos de separación de la cereza y el grano en las propias fincas. Esto obliga a los beneficios a secar el café en diferentes etapas para reducir los altos índices de humedad que mantienen cuando son recibidos.
El café de Sumatra tiende a ser un café con bastantes defectos, aunque algunas producciones están destacando por su calidad, como los cafés de Gayo, una zona montañosa del norte de la isla, que se caracteriza por ser cafés de más altura, siempre plantados en sombra, y en la mayoría de las ocasiones producidos bajo regímenes de cultivo orgánico.

CAFÉ DE LA ISLA REUNIÓN

En el año 2012, la Isla de Reunión recuperó la producción de Bourbon Pointu, una de las variedades históricas y más apreciadas de café de todos los tiempos.
Original de esta isla, el Bourbon Pointu fue, durante años, el café preferido del rey Luis XV y de su corte, y también de personajes ilustres de la época como el escritor, historiador y filósofo Voltaire o el pintor Fragonard.
Sin embargo, una fuerte plaga lo apartó de los circuitos comerciales antes de finalizar el siglo XVIII hasta que desapareció, cayendo en el olvido después de algo más de medio siglo. Un equipo del CIRAD -Centro de cooperación internacional en investigación agronómica para el desarrollo- dirigido por el ingeniero agrónomo Frédéric Descroixse propuso recuperar su producción y lo ha logrado, aunque por el momento esta sigue siendo poco más que simbólica.
Los expertos definen la taza de este café como de cuerpo medio y bien balanceado. No resulta excesivamente aromático, pero, en cambio, si presenta un retrogusto de largo recorrido. Su acidez puede considerarse media, igual que su amargor. La presencia de notas frutales es también la justa, sin desequilibrio alguno, destacando, además, una muy baja astringencia favorecida por el escaso contenido de cafeína de estos granos (se estima que este porcentaje se mueve entre el 0,4 y el 0,8 % frente al 0,9 y 1,2% del resto de los cafés de lavariedad Arábica).

Otros cafés exóticos de islas

CAFÉ DE MARTINICA

La isla caribeña de La Martinica, le cabe el honor de haber sido el primer lugar de América donde llegó el café. De ahí se extendería a las islas vecinas de influencia francesa, a la Guayana, a Brasil y a Centroamérica.
Normalmente, el poco café recolectado en Martinica, sirve para atender las necesidades del propio cultivador, y solo en contadas ocasiones se vende a tostadores locales. Estos lo mezclan con cafés casi siempre de origen africano y unicamente, en muy pocos establecimientos, se sirve el café producido en la isla.

CAFÉ DE GALÁPAGOS

El archipiélago de Las Galápagos en el Pacífico pertenece a Ecuador y forma un conjunto de flora y fauna que ha evolucionado durante sus cinco millones de años de existencia de forma independiente del resto del mundo por su lejanía a otras tierras habitada. El café se introdujo en San Cristóbal en 1869, donde se plantaron diversos ejemplares de cafetos Bourbon, la única variedad que se sigue produciendo hoy día en el archipiélago.

Specialty by ICONA

Nuevo café Arara y Mundo Novo: un placer sensorial extraordinario.

En Brasil, una nueva variedad de café está ganando competencias de calidad y está llamando la atención de productores y usuarios de todo el mundo: el Arara. Con puntajes de cata que alcanzan hasta los 95 puntos y una reputación de ser resistente y productiva, cada vez más fincas eligen cultivarla.

Es el caso de los productores João Ricci y Milton Ricci, que poseen la finca familiar Santa Luzia desde hace casi 80 años, por lo que estamos hablando de auténticos expertos productores de este selecto café.

Para estos productores, se trata de la planta ideal: produce café de calidad en grandes cantidades. Además, las cerezas de Arara maduran lentamente, un factor clave para el galardonado perfil sensorial de esta variedad de café, dado que una variedad de cosecha tardía tiene una calidad más alta porque tiene un tiempo de maduración mayor.

El futuro de la Arara todavía está por escribirse, pero en Specialty by Icona, tras exhaustivas catas, no hemos tenido dudas y nuestros clientes ya disfrutan de un café versátil, y cuya reputación en cuanto a calidad lo está convirtiendo rápidamente en una variedad muy popular en todo el mundo.

"Orquestamos nuestras mañanas al son de un buen café".

ICONA CAFE

www.specialtybyicona.com

Aquí, toda la plantación es orgánica, en parte porque en Galápagos está prohibido el uso de pesticidas y abonos químicos. En taza estos granos resultan bastante equilibrados tanto en aroma como sabor, sobresaliendo ligeramente su acidez y destacando, en algunos casos, un cuerpo más fuerte de lo esperado.

CAFÉ DE LA ISLA DE SANTA HELENA

A casi 2000 kilómetros de la costa del sudoeste de África se encuentra la pequeña isla de Santa Elena, famosa por ser el lugar de exilio del depuesto emperador francés Napoleón Bonaparte, quien en su estancia allí no cesó en repetir que lo único bueno era el café.
A día de hoy, la producción es poco más que simbólica, aunque la intervención del gobierno al comprar una de las fincas históricas, Bamboo Hedge Estate, ha supuesto un pequeño renacer para el cultivo en este territorio. Tanto es así que el café de la Isla de Santa Helena ya se puede encontrar en anecdóticas cantidades en países como Alemania, Bélgica, Rumania, Francia o Estados Unidos.
En la isla, la principal variedad de café cultivada es el Bourbon de punta verde y son plantas descendientes directamente de los primeros cafetos importados en 1733 desde el Yemen. Y es que curiosamente, las plantas de Café Arábica de esta isla nunca se han cruzado con ninguna otra variedad, gracias al puro aislamiento geográfico de este territorio, lo que ayuda a que el café de Santa Elena sea, realmente, único en el mundo.

CAFÉ DE VANUATU

En este archipiélago de más de 300 islas e islotes en el suroeste del Pacífico, en tres,

Tanna, Espíritu Santo y Efate se produce café. En la Isla de Espíritu Santo se produce Café Robusta de buena calidad, con mucho cuerpo y cierto aroma, parecido al apreciado Robusta Numea, de la cercana Nueva Caledonia. El Café Arábica de Tanna, por su parte, es el que se ha promocionado más en los últimos años tras encarar una nueva producción libre de pesticidas y en coexistencia con plantaciones de leguminosas, mientras que en Efate, la presencia de plantaciones de café corre peligro de desaparecer.

CAFÉ DE SAO TOMÉ Y PRÍNCIPE

Este país africano es una república formada por varias islas localizadas en el Golfo de Guinea, específicamente al noroeste de la costa de Gabón, muy cerca de la línea ecuatorial. En el siglo XIX, el azúcar fue reemplazado por el café y el cacao, que crecía en grandes propiedades llamadas roças, las cuales moldearon el paisaje y su historia.

Las plantaciones se nacionalizaron después de la independencia de 1975, lo que condujo a una drástica caída de la producción tanto de café como de cacao, entonces los cultivos más importantes. La privatización de la mayoría de las plantaciones no tuvo lugar hasta la segunda mitad de la década de 1980, como parte de un programa de rehabilitación del sector que ha pasado por sus más y sus menos, en todo este tiempo. El café más famoso de Sao Tomé y Príncipe es el de Monte Café, aunque también han logrado un cierto nombre en entre los cafés exóticos, los granos de Roça.

CAFÉ DE TONGA

Este Reino está formado por un grupo de islas ubicadas en la Polinesia y el Royal Tonga Coffee es el único producto que este reino ha exportado alguna vez en su historia. La producción es muy limitada, menos de dos toneladas anuales.
En las islas, solo un pequeño número de fincas producen café, entre ellas la finca del Rey de Tonga, de ahí que el nombre del café sea Royal Tonga. Este café es, además, el único café que puede consumir el rey.

CAFÉ DE ISLA MAURICIO

Esta isla tropical en medio del océano Índico disfruta de paisajes extraordinarios en su costa y en su interior, donde abundan las plantaciones de caña de azúcar y unas cuantas, de café, también. Los cafetales se ubican en las laderas de picos dentados, en terrenos de tierras volcánicas que llenan de personalidad al café de esta isla, definido por los catadores como un café sutil y delicioso, con un ligero toque de perfume a vainilla.

Fuentes:La Ruta del Café de Albert Solà

Navarest

LA GUINDA DE SU CAFÉ

PANELA, AZÚCAR ECOLOGICO, AZÚCAR MORENO, AZÚCAR BLANCO, EDULCORANTE

Navarest, S.L. | Pol. Comarca 2 Calle D Nave 7 | 31191 Barbatain (Navarra) | T. +34 948 312 360 | comercial@navarest.com | www.navarest.com

MERCADO

CAFÉ, **PANDEMIA** E **INFLACIÓN**

Consecuencias en el mercado del café y qué debemos esperar

Por si hay dudas, desde el inicio me gustaría confirmar que sí, que tanto la pandemia de Covid-19 como la inflación de precios han tenido un impacto importante, y lo siguen teniendo ahora, en el mercado del café. Y aunque en estos efectos podemos distinguir algunos matices significativos según el país, lo cierto es que el encadenamiento de las dos crisis, pandemia y recesión, han alterado el mercado del café. Veamos a continuación las consecuencias de estos cambios y que es, además, lo que cabría esperar para los próximos años, en función de los datos que tenemos ahora.

Tomamos como punto de partida de este análisis sobre las consecuencias de la pandemia y la inflación en el mercado del café, la crisis de la COVID-19, la cual ha tenido un impacto considerable en la industria de alimentos y bebidas, especialmente en el consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar.

En España, por ejemplo, las ventas de volumen en 2020 en el canal Horeca fueron un 27% menores en comparación con 2019 y, a pesar de un aumento en el consumo de café en el hogar, esto no fue suficiente para compensar la disminución total en las ventas de volumen en el mercado del café. La pandemia, además, significó que la proporción de ventas de volumen que se llevaban a cabo en ubicaciones fuera del hogar en comparación con las ventas dentro del hogar aumentara de un 59%, aproximadamente en 2019, alrededor del 70% en 2020. Sin embargo, en los años posteriores y en los próximos años hasta 2027, esta proporción volverá más a los niveles previos a la pandemia.

En 2020-22, la cuota de las marcas blancas de café ha crecido en España, pero por debajo de lo esperado, sugiriendo que los consumidores son bastante leales a sus marcas

En comparación con otros países de Europa Occidental como Alemania, Francia y el Reino Unido, España tradicionalmente registra una alta proporción de ventas de volumen de café en el canal de servicios alimentarios. Por lo tanto, vale la pena mencionar que el retorno del turismo al país es importante para la recuperación de la demanda de café en el canal Horeca, cuya recuperación completa no se espera hasta alrededor de 2024.

Y tras la pandemia, llegó la inflación, convertida en la principal preocupación de la mayoría de las industrias de bienes de consumo en 2022, que se han visto inmersas en una subida continuada de los precios de la mayor parte de los productos y servicios, y han sufrido, no solo, como su dinero perdía valor para adquirir esos productos o hacer uso de ellos, sino que, además, han tenido que enfrentarse a problemas importantes en la cadena de suministro. En este escenario, las bebidas calientes no han resultado una excepción. Y, en particular, la industria del café se ha visto obligada, también, a enfrentarse, y los sigue haciendo, a varios desafíos en todos los niveles de su cadena de suministro, con impactos importantes en el precio de este producto.

Durante 2022, en general, los precios del café aumentaron un 11% a nivel mundial, un porcentaje muy similar al estimado para el café en España. Y es que además de los mismos costos crecientes de transporte, mano de obra y energía que todas las industrias tuvieron que enfrentar, el café también experimentó malas cosechas en Brasil, debido a una combinación de sequía y heladas. Todo ello ha llevado a que, en la mayoría de los lugares, las subidas de los precios del café superasen la inflación general de las tiendas de alimentación, lo que ha impulsado la disminución del volumen comercial.

HOY Y AHORA

A fecha de hoy, además, uno de los efectos duraderos de la COVID-19 en la industria de las bebidas calientes son los cambios rela-

cionados sobre donde se consumen estas bebidas. El cambio más significativo ha sido el aumento del trabajo híbrido y remoto, que ha trasladado una gran cantidad de consumo de bebidas calientes de las oficinas al hogar.
En 2020, las ventas de máquinas de café aumentaron un 9% a nivel mundial, después de un promedio del 1% en los cinco años anteriores a la pandemia. Los consumidores invirtieron en máquinas de café durante la pandemia y ahora seguirán usándolas y comprando cápsulas para usar en ellas. También, el aumento del tiempo en casa como resultado de la pandemia ha resultado en un mayor acceso a bebidas de alta calidad en el canal minorista que antes del inicio de la crisis mundial de salud pública. Además, ahora, con la inflación de precios en boca de todos, muchos consumidores tienen sobre si un fuerte incentivo financiero para evitar pagar precios más altos -y a menudo crecientes- en cafeterías, bares y restaurantes.

La inflación ha propiciado que algunas marcas reduzcan su variedad de productos y ofrezcan envases más pequeños

En teoría, la inflación y el aumento de precios favorecen a las marcas blancas debido a sus precios unitarios generalmente más bajos. En España, las marcas blancas ocupan una proporción notable de la cuota de mercado en ventas de volumen de café. De hecho, en las categorías de granos de café y café molido, marcas como Carrefour y Hacendado (de Mercadona) ocuparon casi el 50% de la cuota de mercado en volumen en 2022. A destacar, sin embargo, que, si bien la cuota de mercado de las maras blancas ha aumentado de 2020 a 2022, este aumento no fue tan alto como se predijo inicialmente, lo que sugiere que los consumidores son bastante leales a las marcas de las que compran café.

PRECIO VS CALIDAD Y GUSTO POR EL CAFÉ

Según múltiples estimaciones, se espera que la inflación se modere en 2023-2024, aunque lo que parece evidente es que no se volverá a la norma histórica a corto plazo. Los precios de los alimentos, en particular, han aumentado en todo el mundo, y lo han hecho a una velocidad solo superada por el crecimiento de costos de la energía. Esto ha ejercido una gran presión sobre el presupuesto de los consumidores y les ha obligado a hacer recortes.
Las bebidas calientes tienden a ser inusualmente inelásticas en términos de volumen porque son relativamente económicas, culturalmente significativas e indispensables en las rutinas diarias por su impulso de cafeína y como motivo para socializar con familiares o amigos, pero eso no significa que estén completamente aisladas de los recortes. Esto es especialmente cierto en términos de valor, ya que algunos consumidores cambiarán a marcas menos costosas, tipos de envases más pequeños o adoptarán otras medidas para ahorrar en el valor.
Sin embargo, también es importante decir que seguirá existiendo una proporción significativa de clientes dispuestos a pagar por café de alta calidad o que son bastante fieles a la marca.
Por otro lado, son muchos los que también sostienen que las credenciales sostenibles del café siguen siendo muy importantes, independientemente del precio. Sin embargo, como se mencionó, el acceso a café de alta calidad en el hogar sigue siendo un fuerte incentivo financiero para que los consumidores eviten pagar un precio premium en la restauración.

PLANTANDO CARA A LA INFLACIÓN

Para responder a la presión inflacionaria, las marcas de café ya han empezado a implementar varias estrategias para salir airosas de esta situación, por ejemplo, tratando de limitar el aumento directo del precio unitario tanto como puedan y reduciendo la variedad de productos.
Otras marcas han apostado, también, por ofrecer tipos de envases más pequeños para mantener los costos bajos. A veces esto se hace explícitamente para apelar a los consumidores para que ahorren dinero y otras veces se hace discretamente. Esto último a menudo se conoce como "shrinkflation" y tiende a desencadenar una reacción negativa del consumidor, pero generalmente se recibe mejor que un aumento completo de los costos.

Las perspectivas para los precios del café son relativamente buenas en 2023 y 2024

Comprar al por mayor también ha sido una táctica de consumo favorita para ahorrar dinero, mientras que los programas de lealtad en las principales cadenas de café han sufrido modificaciones significativas desde mediados de 2022, habiendo tenido que renovar en casi todos los casos las marcas que los ofrecen sus incentivos a los clientes.

Y DESPUÉS DE LA INFLACIÓN, ¿QUÉ?

Como se ha apuntado anteriormente, se prevé que la inflación global se modere en 2023-2024. Según el escenario base, se espera que la inflación global alcance el 6,5% en 2023 y el 4,5% en 2024. En este escenario, el pronóstico es que:

- El menor crecimiento económico y del gasto del consumidor, así como la estabilización de los precios de las materias primas, ayuden a limitar el aumento generalizado y sostenidos en los precios. A pesar de todo, se augura que la tasa de inflación en 2023 siga siendo mayor que la tasa de inflación global anual promedio de 4,1% en el período 2000-2020.

- Las perspectivas para los precios del café son relativamente buenas en 2023 y 2024, pero lo mismo no se puede decir de todos los insumos. Los costos de energía, mano de obra, empaques y lácteos tienen una gran probabilidad de permanecer altos o aumentar, lo que asegura que al menos algunas presiones importantes de costos seguirán afectando a la industria en el futuro inmediato.

- La tendencia dominante para las bebidas calientes en 2023 probablemente será adaptar los productos para este entorno inflacionario. En muchos casos, se trata de productos que permiten a los consumidores economizar, pero no siempre.

- La búsqueda de "indulgencias permitidas" también será una gran tendencia, y las bebidas calientes premium, como los pequeños placeres relativamente económicos, están bien posicionadas para beneficiarse de esa búsqueda.

- Con prácticamente todos los precios aumentando hasta este punto, la cuestión ahora es si algún alivio por la moderación/reducción de la inflación llegará a los consumidores. La respuesta más probable es muy poco, ya que la mayoría de las empresas señalan su deseo de mantener los precios en el margen en el que están, dada la persistente incertidumbre de costos y el deseo de proteger los márgenes en el futuro inmediato.

Robert Eveson
Analista Senior de Investigación en Euromonitor International

MERCADO

CÁSCARA DE CAFÉ: DE RESIDUO A RECURSO

La cáscara de café se convierte en una fuente de valor para los caficultores y en una alternativa saludable para la industria de alimentos y bebidas

La cáscara de café se ha convertido en el nuevo producto que está elevando la rentabilidad de algunos caficultores en países productores, después que la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) aprobase el pasado año los permisos para la comercialización de este derivado.

Tradicionalmente, la cascarilla se había desechado durante el proceso de los granos de café, pero desde que diversos estudios detectaron que la cáscara contiene menor nivel de cafeína - alrededor del 10 al 25% de la cafeína que tienen los granos de café -, pero un sabor intenso, en línea con el gusto de los nuevos consumidores, son varias las empresas, entre ellas grandes multinacionales, que han empezado a utilizar este residuo como ingrediente de sus productos y, también, en infusiones de bebidas no alcohólicas a base de agua.
Como el propio café, cada cáscara tiene sus sabores y aromas particulares y de estas, generalmente, se obtienen sabores mucho más frutales y que se relacionan, por tener semejanza, con los de los frutos rojos.
Además, se ha comprobado científicamente que la cáscara de café tiene cantidades apreciables de compuestos fenólicos (ácidos clorogénicos y ácido protocatecuico) con propiedades antioxidantes y antiinflamatorias.

EL NUEVO NEGOCIO DE LAS CÁSCARAS DEL CAFÉ

Todo ello, está favoreciendo una demanda progresiva de cascarillas en origen que, ahora, por ejemplo, Perú, ha aprovechado con un importante paso adelante para los ingresos de sus caficultores, convirtiéndose en el primer país en exportar cascarilla de café orgánico a Europa. El envío se ha realizado hace unas semanas a Alemania y han sido seis toneladas de producto que una empresa de este país, Knauer & Knauer GmbH, quiere utilizar en su nueva línea de bebidas energéticas.

> **Al igual que el café, cada cáscara tiene sus sabores y aromas particulares**

"La venta de cascarillas de café es un mercado potencial para nosotros. En estos momentos, estamos vendiendo, de media, el kilo de cáscara por 6 -7 US$ FOB frente a los 5 US$ FOB del grano verde. La cáscara tiene un precio más alto que el propio café. Ahí tenemos una ventaja", explica David Fundes Buleje, gerente de la Cooperativa Agraria Cafetalera Satinaki (Junin) que junto a la cooperativa del Valle de Incahuasi (Cusco) y el apoyo del proyecto Comunidad de Cafés Especiales (CCE) financiado por USAID, se han convertido en las primeras entidades que han empezado a exportar su cascarilla orgánica a Europa.

De hecho, el pedido, explican desde Satinaki, era más grande de las 6 toneladas enviadas. Desde Alemania querían 20 toneladas, pero el trabajo que comporta su producción y asegurar la calidad de la cascarilla no les ha permitido, por el momento, enviar más, aunque ya están en conversaciones con otras seis cooperativas para capacitarlas y poder cumplir con la demanda creciente de este producto en el mercado.
La apuesta, aseguran, vale la pena, pues según sus cálculos, la exportación de la cascarilla incrementará en un 20% los ingresos por quintal de café que recibe cada productor. Eso sí, a todos los que quieren entrar en esta rueda de producción, les aadvierten, "la cáscara debe ser de café de calidad y orgánico"
"Para conseguir un kilo de cáscara se necesita mucho más que un kilo de café y no se trata solo de cosechar el café y separar la cascarilla para su posterior secado, sino que, también, hay que ocuparse de que las plantas reciban los nutrientes necesarios de forma natural, sin pesticidas ni contaminantes químicos. Solo así se pueden exportar la cascarilla como producto orgánico, de mayor calidad y precio. Este requisito, sin embargo, es crítico, ya que para esta exportación, las cascarillas de café deben pasar hasta 28 evaluaciones químicas y físicas en laboratorio", explican desde Satinaki, donde insisten en la exigencia de esta producción.
"Obtener este insumo no es sencillo, puesto que la cáscara de café solo es aprovechable si la pulpa de la cereza es de calidad, por ello se requiere caficultores comprometidos en producir cafés excelentes, capaces de seleccionar los frutos y realizar una recolección manual solo de las cerezas que se encuentren en su punto perfecto de maduración", apuntan.
Otro requisito importante para asegurarse una cascarilla de calidad, explican, es que esta se seque con luz solar hasta reducir su humedad al 8%, una labor que debe hacerse con esmero para evitar que el clima húmedo de la selva favorezca que el moho se impregne.

En relación a la calidad, además, este es un proceso importante, pues, debido a que la cáscara del café se seca antes de utilizarse, las propiedades de su bebida acaban asemejándose más a las del té - cuyas hojas también se secan -, más que a los granos de café que se tuestan para su uso.
Finalmente, antes de exportarse, las cooperativas deben asegurarse, también, que este subproducto esté libre de sustancias nocivas y cumpla con las normas de certificación orgánica para permitir su ingreso a la Unión Europea, donde desde 2016, la demanda de este tipo de producto crece.

EL SABOR DE LA CÁSCARA DE CAFÉ

Como se ha indicado, el sabor de las cáscaras del café dependen en primera instancia de la variedad de la propia planta, aunque en general, son de sabor intenso y dulzón que recuerdan, en general, a pasas, frutos rojos y flores.
Ahora bien, los matices particulares de sabor de las cáscaras de los diferentes cafés vienen determinados por la propia variedad de planta y, también, por otros elementos importantes, como el sistema de procesamiento al que se haya sometido la cereza.
En el caso de las cáscaras de cafés procesados por vía húmeda, por ejemplo, el sabor resultante de su infusión suele ser más ácido y floral, mientras que el sabor de las cáscaras de cerezas de café procesadas por vía seca, el sabor resulta, generalmente, más dulce con menos acidez y con sabores a frutas más oscuras como pasas más acusados. En algunos casos, incluso, se llegan a percibir sabores terrosos como madera y tabaco.
La cáscara procesada en húmedo es fácilmente identificable, ya que en su mayoría son pieles de cereza bastante enteras, mientras que, en el caso del café procesado en seco, la apariencia de la cáscara no está intacta, al contrario.

BEBIDAS DE CÁSCARA DE CAFÉ, REINVENTANDO LA TRADICIÓN

Ahora bien, a pesar de que en Europa las bebidas de y con cáscara de café sean novedad, históricamente, este, a priori deshecho del café, se ha consumido en forma de infusión en varios países productores, destacando, entre ellos, algunos como Yemen, Etiopía y Bolivia, donde las bebidas elaboradas con cáscara de café son comunes y muy apreciadas por los locales.
En Yemen esta infusión es conocida como Qishr y se elabora con cáscara seca de café, azúcar y jengibre. A la mezcla, además, suelen incorporarse otros ingredientes adicionales al gusto, como el cardamomo.
Por su parte, en Etiopía, la bebida se prepara con las cáscaras muy tostadas, casi negras, que infusionan hasta obtener una preparación de sabores afrutados, llamada Hashara.

Los caficultores que exportan cáscara incrementan sus ingresos una media del 20% por quintal (46 kg) de café

En Bolivia, la bebida de cáscara de café es conocida como "Sultana" o café de los pobres y es muy popular entre los ciudadanos de este país que aprecian de la infusión su sabor ligero y afrutado. Para su elaboración utilizan cáscara de café ligeramente tostada, que infusionan en agua caliente y acompañan con azúcar y esencias.

EL VALOR DE LOS RESIDUOS

En todos los casos, una de las ventajas que ofrecen las bebidas de cáscaras de café es que, como la propia infusión del grano, se pueden consumir frías o calientes. En cualquiera de los dos casos, resultan agradables en boca y son ideales, también, para quienes quieren bajar de peso, según demuestra un estudio realizado por científicos españoles - de la Universidad de Granada (UGR) y de la Estación Experimental del Zaidín (CSIC) - y de EEUU que concluye que los compuestos de la cáscara del café, además de propiedades antiinflamatorias, tienen la capacidad para mejorar los niveles de insulina.
Adicionalmente, al uso de las cáscaras en la industria de la alimentación y las bebidas se le reconoce un impacto positivo en la sostenibilidad económica y medioambiental del café. Por un lado, los caficultores reciben un extra por un producto que hasta ahora desechaban y por otro se minimizan las consecuencias de las más de 1.160.000 toneladas de cáscara de café que se abandonan después del procesamiento, y que permanecen en el campo fermentando, formando moho y dando pie, en los casos en los que no se actúa, a problemas de contaminación.
En la actualidad ya hay empresas que han empezado a producir bebidas a partir de cáscaras de café, y la tendencia, apunta, a que seguirán creciendo en número y en variedades de propuestas. Y, aunque por el momento estas bebidas aún no son tan populares, por ejemplo, como las bebidas energéticas tradicionales, ya hay estudios de mercado que empiezan a recoger como cada vez más personas están descubriendo sus beneficios y optando por ellas al considerarlas una opción más saludable y sostenible.

LA CÁSCARA DEL CAFÉ

La cáscara de la baya del café es la capa externa del fruto del café que contiene una variedad de compuestos bioactivos importantes para la planta y que también tienen beneficios para la salud humana.
Desde un punto de vista estructural, la anatomía de esta baya es similar a la de otras frutas, con una capa externa gruesa y carnosa que envuelve las semillas o granos de café.
Las bayas de café alcanzan su madurez a lo largo de un amplio periodo de tiempo, el cual varía en función de multitud de factores, como la propia variedad de café cultivada, la altitud, la temperatura, la cantidad e intensidad de la luz solar e incluso el cuidado y mantenimiento de los cafetales. Esto provoca que no todas las cerezas maduren al mismo tiempo y que sea habitual tener que recolectar las bayas individualmente, a intervalos de 7-14 días, a medida que van adquiriendo su color rojo brillante característico que indican que se encuentran en su mejor punto de maduración.
Durante el procesamiento posterior del café, el objetivo es aislar a los dos granos que contienen cada una de estas bayas del resto del contenido de la cereza, eliminando, para ello, las diversas capas que rodean a ambas semillas: la cáscara del café, también conocida como piel externa o exocarpio; el mesocarpio o pulpa, y su capa interna, el mucilago, responsable de gran parte del dulzor del café; y el endocarpio o pergamino que suele desprenderse durante la última fase de trillado, quedando todavía adherido al grano, la película plateada o cascarilla que acabará desprendiéndose durante el tueste del grano de café.
Hasta ahora, después de extraer las semillas de la cereza del café, la mayoría de las pieles se desechaban o en el mejor de los casos se convierten en abono para utilizarse como fertilizante en la finca.

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

"EL **SECTOR DEL VENDING** PUEDE VERSE SERIAMENTE AFECTADO SI EL **NUEVO REGLAMENTO DE ENVASES DE LA UE** SE APRUEBA SIN LAS PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN DE LOS SECTORES IMPLICADOS"

Yolanda Carabante, Directora General de ANEDA

La propuesta del nuevo Reglamento de Envases de la UE ha hecho saltar las alarmas del sector del vending y tanto ANEDA, Asociación Nacional Española de Distribuidores Automáticos, como la EVA, European Vending & Coffee Service Association, han hecho pública su preocupación por un Reglamento falto de claridad en las definiciones y que podría llegar a prohibir, por ejemplo, los vasos reciclables o el uso de sobres de azúcar y cápsulas de crema en las máquinas de vending al no contemplar la singularidad de este segmento de actividad que no puede considerarse ni Horeca ni 'para llevar', dado que es un segmento distinto y no atendido.

En España hay unas 380.000 máquinas expendedoras de bebidas calientes, según datos estimados, las cuales representan más del 73% del mercado total en términos de número de ventas, siendo el café el producto estrella de su oferta.

Por su ubicación en centros sanitarios, educativos, estaciones, aeropuertos … alrededor del 20% de estas máquinas expendedoras de bebidas calientes funcionan con vasos de un solo uso, que en el caso de nuestro país ya son mayoritariamente de materiales sostenibles, biodegradables o compostables, por iniciativa del propio sector, desde hace tiempo comprometido con la innovación y las prácticas sostenibles. La falta de definición en la propuesta de una nueva reglamentación europea sobre envases, estaría condicionando la continuidad de uso de estos envases y provocando graves afectaciones al sector del vending si no se modifica.

Yolanda Carabante es la Directora General de ANEDA y con ella hemos hablado sobre la propuesta de este reglamento, la implicación del sector versus a la sostenibilidad y sobre el uso y reciclaje de vasos en las máquinas de vending españolas.

¿Cómo se han implicado hasta ahora las empresas del sector vending para hacer más sostenible esta actividad?

Las empresas están contrayendo un sinfín de responsabilidades extras que empieza a ser preocupante e inasumible. Sin duda, el compromiso sostenible con la sociedad es firme y, como tal, las empresas de vending tienen sus propias iniciativas y acciones encaminadas a ayudar, respetar y cumplir con los requisitos exigidos, muchas veces excediéndose de sus competencias y/o funciones. Sin embargo, no se puede responsabilizar a los operadores para que gestionen la recogida y reciclaje en las ubicaciones donde tengan las máquinas, aunque evidentemente deben contribuir a buscar soluciones que ayuden a no generar más residuos de lo imprescindible y ser cuidadosos y respetuosos con el medio ambiente.

Habrá que esperar dos años para saber si se alcanzan los objetivos de la Ley 7/2022 y de no ser así, el Gobierno deberá establecer un sistema de SDDR, en el que, evidentemente, ANEDA, como representante del sector, estará presenté en su desarrollo normativa y en la implementación del sistema para que se tenga en cuenta la idiosincrasia de nuestro sector.

¿Existen en España iniciativas que se enfoquen al reciclaje de tazas y vasos de café de las máquinas expendedoras al estilo del proyecto italiano Rivending?

No, no hay, ya surjan del ámbito privado o de la implementación de políticas públicas al respecto. A nivel autonómico ha habido una aproximación en de la Ley 5/2022, de 29 de noviembre, de la Generalitat Valenciana, de residuos y suelos contaminados para el fomento de la economía circular en esta Comunidad, si bien no ha quedado claro cuál es el alcance y aplicación respecto a la venta automática.

En cualquier caso, la postura de ANEDA es que debe de excluirse la venta automática de alimentos y bebidas del sistema de devolución y retorno de incentivo económico, por razones técnicas, ya que es materialmente imposible que la máquina pueda reconocer todos los envases que expide.

¿Instalar dispositivos de devolución de envases en las máquinas es una opción?

Consideramos que la gestión del residuo no debe ser asumida directamente por la empresa operadora que explota las máquinas ni la deben hacer las empresas donde están emplazas las máquinas, ya sean públicas o privadas, por evidentes razones de índole

sanitaria, ya que las empresas operadoras de vending no pueden encargarse de la recogida de residuos, dado que se tienen que asegurar que los productos están protegidos contra cualquier foco de contaminación cruzada ambiental (originadas por restos de basura o residuos), según se recoge en Reglamento 852/2004, relativo a la higiene de los productos alimentarios y a distintas normativas específicas desarrolladas por algunas Comunidades Autónomas. Tampoco las empresas pueden transportar residuos en los mismos vehículos donde se transportan alimentos.

En cualquier caso, actualmente es inasumible económicamente, sin apoyo financiero público, para las empresas operadoras de vending la inversión que supondría la instalación en todas las máquinas o en su anexo de dispositivos de devolución de envases.

¿Qué sucede, entonces, con los vasos o tazas de un solo uso acabada la consumición?

Durante la vigencia de la derogada Ley 11/1997, de 24 de abril, de Envases y Residuos de Envases, las empresas operadoras habían asumido las obligaciones que imponía dicha ley respecto a la responsabilidad ampliada a los comerciantes que ponían en el mercado envases junto a sus productos, como eran la pertenencia a un SIG (Ecoembes) o SDDR, la presentación de las declaraciones de envases y el abono de la tarifa del punto verde, mientras, los Ayuntamientos de los municipios, eran los encargados de la recogida de los envases domésticos, entre ellos, los vasos y tazas de plástico o papel de un solo uso (contenedores amarillos y azules).

El pasado 1 de enero entró en vigor el Real Decreto 1055/2022 de 27 de diciembre, de envases y residuos de envases, que deroga la Ley 11/1997 y que, entre otras obligaciones, impone a los comerciantes de envases, estar de alta en un Registro de Productores de Productos y hacerlo, también o adherirse en un SCRAP (lo que hasta ahora era llamado SIG, es decir, el propio Ecoembes, ya que hoy por hoy no existe más que esta entidad).

Ante las dudas surgidas en el sector sobre el alcance de la nueva normativa a las máquinas de bebidas calientes ANEDA formuló la oportuna consulta al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico que nos ha respondido recientemente a través de la Subdirección General de Economía Circular, en el siguiente sentido "… las máquinas suministradoras de bebidas preparadas al instante, realizan un envasado in situ que permite su consumo, por tanto, los operadores de dichas máquinas (titulares del comercio o punto de venta) serán envasadores, y cumplen la definición de productor de producto del RDERE, y entre otras, tendrán la obligación de inscribirse en el Registro de Productores de Productos regulado en el artículo 15, de igual forma que cualquier otro establecimiento de restauración sea o no automática.

No obstante, y respecto al caso concreto de los envases de servicio, según establece el art. 28.1 podrá acordarse voluntariamente que sean los fabricantes, adquirientes intracomunitarios o importadores de estos envases o, en su caso, las empresas de distribución de los mismos quienes, en nombre de los productores, den cumplimiento a las obligaciones financieras y de información que sean de aplicación, debiendo facilitar a los productores la documentación acreditativa del cumplimiento de estas obligaciones".

En este sentido, la existencia del acuerdo, apuntan, deberá, además, ser acreditada, por ejemplo, por la propia factura de compra de dichos envases, donde el titular de la actividad económica de restauración automática puede comprobar que su proveedor se encuentra inscrito en el Registro de Productores de Producto. En consecuencia, pues, estos titulares, para evitar asumir su responsabilidad como productores de productos, deberán adquirir los envases a proveedores que voluntariamente den cumplimiento a todas estas obligaciones.

Además de este nuevo Real Decreto, Europa propone un nuevo Reglamento de Envases, PPWR. ¿Cuáles son sus claves?

Las tres claves principales para entender las implicaciones de esta propuesta, que actualmente está en preparación por la Comisión Europea, son la Reciclabilidad, la Reutilización y el tamaño de los envases.

Reciclabilidad. Según la propuesta, todos los envases comercializados en la UE deberán ser reciclables y para ser considerados como tales, tendrán que cumplir los siguientes requisitos:

- Estar diseñados para el reciclado (a partir del 1 de enero de 2030)
- Recogerse por separado
- Tener la capacidad de ser reciclados a gran escala (a partir del 1 de enero de 2035)
- Tener el potencial de ser reciclados de tal manera que las materias primas secundarias obtenidas sean de calidad suficiente para sustituir a las materias primas primarias.

Se necesitará legislación secundaria para poder traducir lo anterior en ejemplos prácticos. Por ejemplo, aún no se ha especificado el diseño para el reciclado. Además, la Comisión quiere establecer un sistema de rendimiento del reciclado que clasificará a los envases según su reciclabilidad de la A a la E, siendo E "no reciclable" y, por tanto, prohibido en el mercado de la UE.

Reutilización. La propuesta del PPWD quiere que todos los envases comercializados en la UE se diseñen y utilicen para maximizar su reutilización. Los objetivos específicos de reutilización se aplicarán a los sectores de la restauración y el comercio electrónico, y también afectarán a los envases de transporte.

Los minoristas que comercialicen envases reutilizables tendrán que garantizar que existe un sistema de reutilización para dichos envases. Por ejemplo, los envases de consumo para bebidas alcohólicas y no alcohólicas (excluido el vino) tendrán que cumplir un objetivo de reutilización del 10%, que aumentará al 25% en 2040. Se aplicarán normas aún más estrictas a los envases de comida para llevar, que tendrán que cumplir un objetivo de reutilización del 40% en 2040.

En cuanto a los envases de transporte, se aplicará un objetivo de reutilización del 100% para el transporte de productos dentro de un Estado miembro, entre varios centros de una misma empresa o entre una empresa y sus filiales o socios. Esto se aplica a palés, cajas (excluido el cartón), bandejas, cajas de plástico, contenedores intermedios para productos a granel, bidones y latas de todos los tamaños y materiales, incluidos los formatos flexibles, utilizados para el transporte de envases de productos comercializados por primera vez a través del comercio electrónico, y será del 10% a partir de enero de 2030 y del 50% a partir de enero de 2040.

Tamaño de los envases. Cada unidad de envase debe reducirse a su tamaño mínimo en términos de peso y volumen. El ratio de espacio vacío (diferencia entre el volumen total del envase agrupado, de transporte o de comercio electrónico y el volumen del envase de venta en su interior) no superará el 40%.

¿Cuál es el posicionamiento de ANEDA en relación con esta propuesta?

Aneda ha apoyado sin fisuras el Documento de Posición de la Asociación Europea de Vending (EVA) al proyecto de Reglamento UE PPWR, adhiriéndose a todas las enmiendas propuestas, a las que hemos aportado desde ANEDA algunos puntos, y que, en resumen, llaman a la atención sobre la ya comentada falta de definiciones claras sobre HORECA, comida para llevar y venta minorista de alimentos, lo que generará incertidumbre legal y comercial para las empresas expendedoras. La petición, también, a que se contemple la consideración de naturaleza desatendida, así como la variedad de máquinas que representan el sector, pues, en ciertas circunstancias, como entornos sensibles, médicos o públicos, como estaciones de tren, una taza de un solo uso no solo es preferible, sino que también puede ser necesaria. Además, existe un claro riesgo para la salud y la seguridad que debe tenerse en cuenta, especialmente durante las pandemias. Sin embargo, los objetivos de reutilización podrían cumplirse en lugares de trabajo como las oficinas, donde se coloca el 80% de las máquinas expendedoras.

El Reglamento deba garantizar, además, que cualquier exención se haga a nivel de la UE, y no se deje a la discreción de los Estados miembros. Algo que creemos que podría traer más incertidumbre y posibles barreras de mercado único. Finalmente, preocupa que algunas medidas propuestas en la revisión de PPWD puedan interrumpir innecesaria o involuntariamente los modelos o canales comerciales establecidos, lo que ya puede conducir a materiales reciclados de calidad.

El sector del vending español y el europeo, en general, se pueden ver seriamente afectados por las limitaciones en la unidad de mercado si se aplica tal cual está ahora planteado el Reglamento PPWD. Por ello esperamos la introducción en el texto final de los cambios y enmiendas presentadas, entre ellas las de la EVA, apoyadas y complementadas por ANEDA.

Reciclar sienta bien

Al planeta, a BRITA y a ti.

El ciclo de vida del filtro profesional

En BRITA sabemos que los recursos de nuestro planeta son finitos y queremos utilizarlos de la manera más cuidadosa posible. Evitar el desperdicio y reciclar es muy importante para nosotros y, estamos seguros, que para ti también.

Únete a nosotros mandando un email a **csbrita@brita.net**

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

ALEXIS RODRÍGUEZ, JEFE DE DESARROLLO DE CAFÉ EN NESTLÉ NESPRESSO

"Cuando se habla de innovación en café, el café Robusta va a jugar un papel muy importante en el futuro"

Hablamos con Alexis Rodríguez, Jefe de Desarrollo de Café en Nestlé Nespresso, para conocer su trabajo, su visión de la industria del café y preguntarle sobre las tendencias que augura para un producto en el que su empresa ha liderado la innovación en muchos aspectos.

Colombiano de nacimiento y colombo-suizo en la actualidad, el café corre por las venas de Alexis Rodríguez, Jefe de Desarrollo de Café en Nestlé Nespresso, quien asegura, con humildad, que todo lo que es hoy, profesionalmente hablando, se lo debe a este producto y a los caficultores.

Estudió Microbiología y Bioestadística y se inició en el mundo del café ya en su trabajo de grado, en 1989. Becado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, FNC, llevó a cabo sus estudios de especialización realizando investigación en torno a la calidad del café y asesorando a tostadores de su país. En 1996 fue destinado a España por la FNC para desarrollar el programa "100% Café de Colombia" y para crear poco después, 1997, el laboratorio de Control de Calidad de la oficina de la Federación en Bélgica. De aquel tiempo, recuerda agradecido, la atención que recibió por parte de cicerones como Ricardo Oteros, actual miembro de junta de Fórum Café, quien le facilitó el conocimiento del mercado de esta parte del mundo.

La tecnología tiene mucho espacio para democratizar muchos de los cafés que hoy denominamos micro lotes

Asentado ya en Europa, en 1999, dio el paso a la empresa privada y se incorporó a Nestlé Coffee Specialties. Formó parte del equipo que realizó el diseño de la fábrica de Nespresso en Suiza y fue el responsable del desarrollo de las especificaciones vigentes que rigen la selección del café verde de la marca, de los análisis fisicoquímicos para evaluar la calidad de este café, así como del protocolo de cata de Nespresso que es único y diferente a la forma en que se evalúa el café en todo el mundo.

Desde el año 2000, Alexis Rodríguez ocupa el cargo de Jefe de Desarrollo de Café y sobre él y el equipo que dirige, recae la responsabilidad de crear las recetas de cada uno de los cafés en Nespresso, Original Line, B2B o VL. Tiene experiencia como juez barista y de la Taza de la Excelencia y es una voz reputada de la industria cafetera mundial, en la que es considerado un auténtico "arquitecto de aromas".

¿Cuál es el trabajo del Jefe de Desarrollo de Café en Nespresso?

Mi departamento es el responsable de definir las calidades y especificaciones de nuestros cafés y de crear, además, los nuevos productos y perfiles de sabor de Nespresso. Para ello trabajamos de forma coordinada con el equipo de Mercadeo, Logística, Sostenibilidad, Compras, y Operaciones, siendo nuestros colegas del equipo Sensorial, los responsables de describir nuestros cafés y de evaluar nuestros productos con los consumidores.

Con mis 16 compañeros de departamento tenemos el privilegio de trabajar de la A a la Z con el café. Esto significa, por un lado, la búsqueda y selección de los mejores café del mundo, viajando a cada uno de los países donde se produce el grano - hoy en día compramos cafés en más de 25 países y a aproximadamente 145.000 caficultores - y, por otro, también, la colaboración tanto con el equipo de compras para el abastecimiento de los cafés verdes, como con el equipo de sostenibilidad, apoyando, con-

juntamente con agrónomos y caficultores, proyectos que tienen su foco puesto en la agricultura regenerativa, en reducir la huella de carbono,...

Entre sus tareas ha destacado la creación de nuevos perfiles de sabor de café, ¿Cómo es este trabajo?,¿En qué se inspira para la creación de las nuevas propuestas?

Es una gran responsabilidad y reto a la vez, pero siempre me han gustado los desafíos. La inspiración, probablemente, viene dada de mi responsabilidad de plasmar en una taza de café el trabajo de miles de caficultores que hacen un gran esfuerzo para producir ese grano.
Por otro lado, este trabajo es la oportunidad de poder satisfacer el olfato y el paladar de cada persona que busca en un café ese momento único. Estoy seguro de que, a la mayoría de las personas, el aroma del café los abraza y deleita. En mi imaginación, el aroma del café juega un papel clave para el desarrollo de una receta que eventualmente puede llegar a estar en una cápsula de café.
Además, el grano de café, en sí mismo, ya es una gran fuente de inspiración. Dependiendo de factores como su variedad, su origen geográfico (región, clima, suelo, … en definitiva, "el terroir") y la mano del caficultor, se genera un grano con una composición fisicoquímica diferente, como una piedra preciosa en bruto. Así que hay que saber cómo actúa cada uno de los factores mencionados y que se espera de ese grano. La inspiración y experiencia será la que utilizaremos para pulir y transformar esa piedra bruta en algo que sea estético y que cuando se extraiga sea capaz de extraer ese aroma que embriaga los sentidos.

Entonces, ¿la base de la innovación en el café debemos buscarla en el producto o en la tecnología?

Yo diría que en ambas. No debemos olvidar que la innovación es un proceso donde se agrega algo novedoso que aporta valor; es decir, cuando se cambian elementos o ideas que ya existen, transformándolas en algo mejor o creando nuevas que generen un impacto positivo. Por otro lado, la tecnología es el conjunto de conocimientos científicos que el ser humano utiliza para un objetivo preciso.
Pues bien, en el café la tecnología es la clave para la innovación y como muestra de ello, solo es necesario fijarse en todo el trabajo que se está haciendo. Los fitomejoradores, por ejemplo, trabajan arduamente haciendo cruces de variedades para obtener progenies más resistentes a enfermedades, que produzcan mejores sabores, y que sean tolerantes al cambio climático.

Mi responsabilidad es plasmar en una taza de café el trabajo de miles de caficultores que hacen un gran esfuerzo para producir ese grano

Por otro lado, los agrónomos se esfuerzan en implementar nuevas tecnologías en el cultivo del café para lograr reducir el uso de fertilizantes sintéticos y, por ende, reducir la huella de carbono, mientras que el uso del conocimiento y de la tecnología por parte de los tostadores está dando lugar a tuestes "a medida" de tipos de granos concretos, lo que permite, de acuerdo con su composición química (compuestos precursores), que se puedan tostar optimizando la

Roure

Innovando desde 1959

GAMA DE TOSTADORES ROURE DESDE 0,5 KG HASTA 150 KG TOSTADA

DISEÑO Y FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA ALIMENTACIÓN S.L.

www.difmaq.com
info@difmaq.com

transformación en los compuestos que generan el sabor y aroma del producto. Con la molienda y extracción del café, sucede algo similar y, a día de hoy, se basan, también, en el conocimiento científico y la tecnología adaptada a cada sistema de preparación del café.

¿Los estándares de calidad de café para una multinacional son los mismos que para un tostador local?

La reputación que tiene un producto dentro de un mercado tan competitivo como es el café, es incluso más importante que otros aspectos más técnicos como su diseño o funcionalidad. Y lo cierto es que la popularidad de una marca se construye desde los estándares de calidad que posee la propia empresa. Yo con todo respeto no me podría pronunciar por nuestros colegas de la industria tostadora, pero si me puedo pronunciar por nuestro lado con entera autoridad, afirmando que nuestros estándares de calidad son percibidos como una característica que permite establecer una diferencia entre Nespresso y el resto del mercado. Nuestros estándares de calidad están conectados con los objetivos que conforman la filosofía corporativa de marca.
No hay que olvidar que la prioridad de un producto es la de satisfacer las necesidades de sus usuarios, por lo tanto, los parámetros de calidad y seguridad alimentaria son herramientas establecidas por nuestra empresa para cerciorarse de que esto sea así.

Nespresso ha utilizado café Robusta lavado en algunas de sus presentaciones, ¿no es algo que puede atentar contra la imagen de calidad que quieren ofrecer?

Me gustaría empezar por decir que lo que hace a un café especial son sus características de recolección (granos 100% maduros), trazabilidad, origen geográfico, así como las prácticas de sostenibilidad en su producción y preparación del grano durante la trilla y si durante todo el proceso, desde el instante en que es recolectado por el caficultor hasta que es servido en una taza, ha sido capaz de mantener su calidad.
De hecho, la SCAA ya define el término 'café especial' como "un café de buena preparación", de un origen único, con un atributo distintivo, ya sea en su sabor, aroma o acidez, y libre de desperfectos y machas.
Desafortunadamente, sin embargo, la connotación de cafés "robustas" está asociada con calidad mediocre y bajo precio. Probablemente, esta mala imagen fue causada por muchos factores históricos y geopolíticos que nada tienen que ver con el potencial de calidad de estos cafés en sí mismo. Desgraciadamente, es un círculo vicioso, y el precio internacional más bajo de estos cafés provoca que el caficultor tienda a hacer menos esfuerzos – mezcla de granos maduros con inmaduros, secado más pobre e irregular, trilla con menos separación de los defectos,…) y todo ello se refleja en la taza.
Si se lograse romper este círculo y el caficultor pudiese realizar las mismas prácticas agrícolas y manejo que se utiliza para el café Arábica y los mismos estándares de calidad y preparación, la percepción sería muy diferente.

¿Cómo cree que puede evolucionar, pues, la presencia de los cafés robustas en un mercado que cada vez mira más hacia los cafés especiales?

Cuando se habla de innovación en café, el café Robusta va a jugar un papel muy importante en el futuro, hay que recordar que estos cafés son, por naturaleza, más resistentes al cambio climático, y su diversidad genética es inimaginable. Dentro del material genético de los cafés Robustas y desde el punto de vista sensorial, muchos se sorprenderían del potencial que encierran.

Desde el punto de vista sensorial, muchos se sorprenderían del potencial que encierran los robustas

La innovación en la selección del material genético, las óptimas condiciones en las regiones en las que deberían plantarse estos cafés, el manejo en campo y el cuidado dado por los caficultores, así como las prácticas innovadoras de postcosecha, van a permitir cada vez ver más cafés especiales, independientes de que sean Arábicas o Robustas.

¿Hay variedades de café más o menos convenientes para el café de cápsula?

Desde el punto de vista técnico, la cápsula está considerada como un empaque primario en contacto con el café. Como tal, juega un papel muy importante en la calidad del producto, protegiendo al café tostado y molido del oxígeno y de la humedad, con el objetivo de poder garantizar que, en la extracción, el consumidor obtenga todo el aroma y sabor del café. Por tanto, no hay una correlación entre la variedad botánica, el proceso (cafés lavados, Honey, o Naturales, u otras prácticas de postcosecha), y la cápsula.
Lo que sí resulta muy importante, más que la cápsula, y que sucede igual con cualquier café que se extrae con presión, es que el sistema actúa como un amplificador. Es decir, si la calidad del café utilizado o el embalaje no es buena, la calidad de la bebida va a percibirse muy mal (amarga, con acidez desagradable y rancia).

¿Qué queda por inventar en el mundo del café?

Difícil de decir, pero el consumidor tiene que estar seguro de que estamos trabajando concienzudamente en diferentes frentes, desde el fitomejoramiento en variedades al desarrollo de híbridos mucho más resistentes y mejor adaptados al cambio climático, favoreciendo, además, los sabores nuevos y diferentes.
Esperamos avances importantes en la innovación en el uso de agro insumos respetuosos con el medio ambiente y la salud de los consumidores y la agricultura regenerativa va a ser clave en el que sembramos, cómo sembramos y en el manejo del suelo.
Con relación a la postcosecha, la tecnología tiene mucho espacio para asegurar una consistencia en la calidad y poder democratizar muchos de los cafés que hoy denominamos micro lotes.
Y, en cuanto al área de la extracción, estoy convencido de que las investigaciones actuales nos van a seguir sorprendiendo y favoreciendo la atracción de nuevas generaciones de consumidores.

STRAIGHT TO COFFEE

Invicta es la máquina de café espresso con caldera única más estable, fiable y fácil de utilizar. Proyectada para que todos los baristas tengan la mejor tecnología de extracción. Steady Brew garantiza una excelente estabilidad térmica, T-Switch que permite regular una temperatura distinta en cada grupo y pre-infusión ajustable para obtener lo mejor de cada café extraído.

Be inspired. Brew different.

RANCILIO SPECIALTY

@ranciliospecialty
ranciliogroup.com

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CAFÉ

Como en otros muchos sectores y en la propia vida diaria, la Inteligencia Artificial (IA) ha encontrado su lugar en la industria del café, ayudando a mejorar la calidad del producto, a aumentar la eficiencia en la producción, distribución y elaboración de la bebida. Además la IA se presenta como una herramienta, también, para reducir ciertos costos en toda la cadena de valor del café.

Desde la finca hasta la taza, la Inteligencia Artificial ha encontrado aplicaciones útiles en cada etapa del proceso de producción del café que, poco a poco, se van asentando, aunque problemas obvios de accesibilidad a estas herramientas, sobre todo en origen, no siempre lo están haciendo fácil. Aún y así, iniciativas no faltan y cada vez son más, lo que no deja de ser un síntoma del valor que el café tiene para la industria de la Inteligencia Artificial.

PRODUCCIÓN

En origen, por ejemplo, son varios ya los proyectos que han incorporado la IA en el día a día de las fincas. Uno de los más recientes es el de Anacafé (Asociación Nacional del Café de Guatemala) que ha firmado un acuerdo con la tecnológica ProfilePrine de Singapur, para proveer a los caficultores guatemaltecos de una plataforma digital que les servirá para evaluar sus granos. Para ello se les facilitará un analizador portátil que sobre el terreno les ofrecerá información basada en datos e Inteligencia Artificial, sobre la calidad de sus granos, permitiendo, así, que los productores puedan tomar decisiones informadas para mejorar el rendimiento de sus cosechas. El objetivo, además, es que, una vez implementado el sistema, este pueda ayudar a reducir el tiempo de clasificación, acortar el ciclo de ventas, así como disminuir la huella de carbono por un menor envío de muestras requerido.

Con el mismo objetivo de mejorar la calidad desde origen, otra startup colombiana-israelí, Demetria, tiene en funcionamiento, desde hace poco más de un año y medio, otra plataforma de IA capaz de determinar el sabor y la calidad de los granos de café verde. Para hacerlo, la aplicación utiliza un sensor que lee la llamada «huella dactilar» del grano de café, el proxy de su composición química, que, en este caso, la Inteligencia Artificial no relaciona con los componentes del grano sino con su sabor. Tanto es así, que el sistema ha sido definido por sus desarrolladores, como el reemplazo a la cata manual de café, con la ventaja añadida, explican, de poder realizar el análisis de los granos verdes en cualquier etapa del proceso, para poder intervenir a favor de una mejor calidad.

También, en origen, la Inteligencia Artificial se ha empezado a utilizar para analizar los patrones climáticos y predecir el clima para el cultivo del café, y poder, decidir, incluso, el mejor momento para ciertas tareas rutinarias relacionadas con la producción y beneficiado del café.

Además, proyectos de IA también están ayudando a los agricultores a optimizar la gestión del suelo, el riego y la fertilización, lo que, no solo debería repercutir en una reducción de costos relacionados con estos trabajos, sino, incidir, también, en la mejora de la calidad del café.

Otro de los segmentos de actividad del café en los que la IA se está haciendo un hueco es en la clasificación del café verde. Por el momento ya existen algunos proyectos en este sentido, los cuales, basados en la tecnología de aprendizaje automático por reconocimiento de imágenes, escanean en segundos muestras de granos de café verde e identifican con precisión el recuento de defectos, al momento. Estas aplicaciones son capaces de confirmar el tamaño de la pantalla de una muestra de café verde, cuantificar cada defecto individual por tipo y tomar imágenes escaneadas de cada grano identificado, informando si es útil o está dañado.

La IA está contribuyendo a mejorar la calidad del café y a aumentar la eficiencia en la producción, distribución y elaboración de la bebida

Gracias a ello, el vendedor puede escanear el café verde y entregar un informe objetivo al comprador para su revisión, acelerando el tiempo que lleva aprobar una muestra y la logística que lleva asociada esta operación.

PLANTA DE TUESTE

Ya en la planta de tueste, la IA, también está adquiriendo protagonismo tanto para analizar los datos de producción como para controlar el proceso de tueste de los granos. Existen, por ejemplo, soluciones de IA capaces ya de predecir con cierta antelación la curva de temperatura del café que se va a tostar, lo cual permite adelantarse

y ajustar los parámetros del tueste para conseguir el resultado que realmente uno quiere.
Estos sistemas de IA, como Roasting Intelligence, trabajan con un algoritmo de aprendizaje automático que tiene en cuenta los cambios de gas y el tipo de máquina de tostar para predecir la temperatura del grano y el índice de aumento (RoR) durante el tueste, aportando predicciones que, en estos momentos, sistemas tan avanzados como este, no implican más de un 1% de diferencia con la situación real en el interior del tambor. Esto puede ayudar a los productores a identificar los mejores perfiles de tostado para el café y a mejorar la consistencia del producto final.

A diferencia de tecnologías anteriores, la IA tiene la ventaja de adaptarse a los cambios a medida que los datos entran en el sistema

Además, en este eslabón de la cadena, softwares de IA se han utilizado ya para analizar los perfiles sensoriales del café y desarrollar mezclas que produzcan un sabor y aroma óptimos de acuerdo a la demanda de los consumidores.
La IA se está demostrando, además, un buen recurso para monitorear y controlar el uso de energía, otros recursos en el proceso de producción, y también, para predecir cuándo necesitan mantenimiento las máquinas, lo que, sin duda, puede ayudar a minimizar los tiempos de inactividad, mejorar la eficiencia y reducir los costos y el impacto ambiental.

LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

En la fase de distribución, la IA, por su parte, está resultando, también, útil para optimizar la logística y reducir los costos de transporte. Y es que la Inteligencia Artificial es capaz de analizar datos de tráfico y rutas de transporte para identificar las más eficientes para la entrega de los granos de café.
Además, la IA es también un recurso que se empieza a utilizar para monitorear la calidad del café durante el transporte y almacenamiento, lo que puede ayudar a reducir las pérdidas y mejorar la calidad del producto final.
Un ejemplo de este uso, es el de aplicaciones para la distribución de café como IBM Food Trust. Esta plataforma utiliza tecnología blockchain y de Inteligencia Artificial para rastrear el café desde su origen hasta

el consumidor final. La plataforma está abierta a productores y distribuidores para que puedan monitorear la calidad y la trazabilidad del café, mejorar la transparencia y la confianza en el mercado del café.
De igual modo, se ha empezado a utilizar la IA para predecir la demanda de café en diferentes mercados. Esto está ayudando a las empresas tostadoras a planificar la producción y el suministro de manera más efectiva y minimizando costos.

PREPARACIÓN Y CONSUMO

En la fase de preparación y consumo, la IA se está focalizando tanto en la automatización de procesos y la eficiencia energética como en la personalización de la experiencia del café para cada consumidor, a través de algoritmos que registran, en las máquinas de café, las preferencias personales de los usuarios. De hecho, es bien sabido que algunos establecimientos utilizan algoritmos de aprendizaje automático para recomendar bebidas y alimentos a los clientes en función de estas preferencias.
Además, en esta última fase de elaboración de la bebida, las máquinas de cafés profesionales con IA ofrecen funciones avanzadas de mantenimiento predictivo y diagnóstico y son capaces de detectar las que trabajan con incoherencias fruto de una configuración inadecuada.
Gracias a ello, se pueden definir de forma sencilla las mejoras que deben introducirse en la personalización de las opciones para que la configuración sea consistente y realmente se utilice la cantidad de café y agua adecuada para cada selección de tipo de café a preparar. Con ello se consigue, no solo, mejorar la calidad y consistencia de las bebidas, sino alargar la vida útil de los equipos y optimizar, también, el consumo de energía, agua y café.

¿Acabará la Inteligencia Artificial cambiando la industria del café como la conocemos hoy? desde la selección y clasificación de granos de café hasta la producción, el sabor y aroma, la demanda y la experiencia del cliente. Sin embargo, es importante tener en cuenta, también, que el café es un producto que está muy arraigado en la tradición y la artesanía, por lo que a diferencia de lo que se prevé en otros ámbitos, es muy probable que la Inteligencia Artificial no reemplace completamente la habilidad humana en la industria del café, sino que "simplemente" se ponga a su servicio para mejorar la calidad del café y haciendo que su proceso de producción y elaboración resulte más sostenible ■

Fuentes: ProfilePrine, Cropster, MCIA

¿QUÉ ES LA MACHINE LEARNING?

En la práctica totalidad de los casos, el "Machine Learning" o aprendizaje automático como subcategoría de la inteligencia artificial es el recurso principal en los que se basan las aplicaciones dirigidas a la industria del café.
Mientras que la IA consiste en crear máquinas similares a los humanos, el aprendizaje automático enseña a las máquinas a aprender de los datos sin instrucciones explícitas de estos. Esto permite que un sistema informático siga aprendiendo y mejorándose a sí mismo, basándose en la experiencia de los datos históricos.
Durante este aprendizaje las máquinas son capaces de identificar patrones entre los datos que analizan y es con ello que después pueden hacer predicciones. Esta capacidad ayuda a las empresas a predecir tendencias y patrones de comportamiento descubriendo relaciones de causa y efecto en los datos.

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

CAFÉ A SOLAS

Crece la oferta y la demanda de formatos individuales de café

La creciente oferta de formatos individuales para preparar café está facilitando una nueva experiencia de café personalizada en casa, impulsando nuevas presentaciones que se adaptan a los gustos individuales y que permiten explorar una amplia variedad de sabores y aromas. La selección es cada vez más amplía, desde las ya clásicas cápsulas de café hasta el café en bola que están llevando la experiencia del café casero a un nuevo escenario de diversidad y versatilidad.

En los últimos años, hemos sido testigos de un notable crecimiento en la oferta de formatos individuales para preparar café en casa. Esta tendencia ha revolucionado la forma en que los amantes del café disfrutan de su taza favorita, brindándoles variedad en la comodidad de su hogar.

Una de las principales razones detrás de este fenómeno es la creciente demanda de una experiencia de café personalizada, a base de opciones que se adapten a los gustos individuales de cada consumidor.

En este contexto, la AeroPress o la prensa francesa son cafeteras que se han hecho lugar en los armarios de las cocinas de muchos, pero la innovación en el "café para uno" ha llegado, además, a través del formato de presentación del propio producto.

Un ejemplo destacado de ello es, sin duda, las cápsulas que contienen la cantidad exacta de café molido necesario para preparar una taza, con la gran ventaja de su gran variedad de sabores y perfiles de café que permiten a los consumidores experimentar con diferentes opciones y descubrir nuevos favoritos.

Pero en un momento en el que la cultura del café crece en muchos países y los múltiples métodos de elaboración del café van ganando visibilidad, están surgiendo nuevos formatos individuales para completar la oferta actual de café en su formato para uno.

BOLSAS DE CAFÉ DE GOTEO PARA UNO

Las bolsitas individuales de café de goteo son un buen ejemplo de este revival de formatos que, ahora, parece que sí tiene mayores posibilidades de triunfar. Su versión original apareció hace unos años, tenían el formato de pequeño contenedor de plástico y se fabricaban en Bélgica. Ahora, sin embargo, la popularidad creciente de las preparaciones de filtro tipo Hairo o Kalita ha dado pie a una nueva versión que, aunque diferente en material y forma se inspira en el concepto anterior, rebajando su precio e incrementando su sostenibilidad.

La propuesta se basa en unas bolsitas de papel de filtro que contienen la cantidad justa de café molido para preparar la bebida. La bolsita se presenta al consumidor sellada y debe colocarse sobre el vaso o la taza, ayudándose de unos asideros que incorpora la propia bolsa. Hecho esto se abre para dejar al café molido a la vista y ya se puede empezar a verter el agua caliente sobre él para iniciar la extracción. Primero un poco de agua y después de esperar unos segundos, el resto agregada poco a poco. El secreto para obtener una buena taza será finalizar la extracción en su punto justo, pues de otra forma, el resultado puede ser un café sobreextraído y amargo.

En países como Estados Unidos, Singapur, Australia o Japón estas bolsas de café de goteo para uno ya cuentan con diversos fabricantes.

BOLAS MONODOSIS DE CAFÉ

Otro formato individual – este sí, totalmente innovador - que sorprendió al mercado hace unos meses, fue el café en bola, una alternativa a las cápsulas que se presenta sin envase. Las bolas se crean prensando el café a alta presión y para que el producto no pierda sus propiedades, se protege con un bioplástico transparente hecho con algas que es, además, comestible y no tiene sabor. Dentro de la cafetera (especial para este formato), la bola entra en contacto con el agua caliente, se diluye y es extraída al estilo de un café espresso, adquiriendo la misma apariencia y características en taza de esta preparación. Una vez usada la bola sirve como abono o compost o bien puede tirarse directamente al contenedor marrón, ya que se trata, únicamente, de café molido.

SOBRES Y STICKS

Y no por no ser innovador, vamos a dejar de fijarnos, también, en los sobres y sticks individuales de café que contienen café soluble en porciones premedidas, listas para ser agregadas una taza de agua caliente. Se trata de una presentación práctica y portátil, cuya mayor novedad en estos momentos radica en las nuevas propuestas y calidades de bebida que ofrecen.

Además de la conveniencia y la variedad, estos formatos individuales también han sido impulsados por la creciente conciencia sobre la sostenibilidad. Muchas empresas han tomado medidas para hacer que sus cápsulas y sobres sean más respetuosos con el medio ambiente, utilizando materiales reciclables o biodegradables. Esto ha sido bien recibido por los consumidores preocupados por reducir su huella ecológica sin renunciar a la calidad del café.

ROYAL

El Café, nuestra pasión.

Desde siempre le ponemos mucha pasión al trabajo: con la garantía de calidad de una marca histórica hemos combinado la mejor tecnología para hacerte disfrutar cada día del verdadero espresso italiano.
Disfruta de las tres versiones de Royal.

Le ponemos pasión, como tú.

ROYAL
OTC

ROYAL
PLUS

ROYAL
BLACK

www.saecoprofessional.com

Saeco

SOSTENIBILIDAD

LA **BIOMASA** COMO **FUENTE DE ENERGÍA** PARA **TOSTADORAS DE CAFÉ**

La biomasa es una de las energías renovables más antiguas de la historia, y una de las alternativas a las energías fósiles que más está creciendo en la actualidad. Su tendencia es seguir aumentando en los próximos años y son cada vez más las empresas de café que apuestan por máquinas para tostar adaptadas para el uso de este combustible natural y más sostenible.

La biomasa es una fuente de energía renovable y sostenible que se obtiene a partir de residuos orgánicos, como la madera o las cáscaras de frutos secos.

En los últimos años, algunos de los fabricantes más innovadores de máquinas de tostar han incorporado a su oferta, calderas que utilizan biomasa como fuente de energía para tostar. En estos equipos el calor generado por la combustión de la biomasa se transfiere mediante un intercambiador al tambor, mientras este gira para agitar los granos depositados en su interio.

Las tostadoras con combustión de biomasa son utilizados para tostar granos de café y, también, para tostar cacao y frutos secos, entre otros productos, destacando entre sus principales ventajas, su bajo costo de operación y mantenimiento, eficiencia energética y su bajo impacto ambiental, ya que para trabajar utilizan una fuente de energía renovable.

Además, cabe destacar, también, que la combustión de biomasa puede dar pie a notas de sabor ahumado en los granos, lo que en muchos casos resulta deseable.

DEFINICIÓN DE BIOMASA

La biomasa es una materia orgánica renovable que se origina a partir de plantas y animales. Esta materia orgánica es heterogénea e incluye desde deshechos de agricultura (huesos de aceituna, cáscaras de frutos secos, hojas de árboles…) hasta restos de madera, como pellets o serrín.

La biomasa se puede utilizar como fuente de energía y dadas sus características presenta ventajas que no pueden ofrecer otros recursos energéticos. Se trata, por ejemplo, de un tipo de producción energética más barata y no solo es renovable, como ya se ha indicado, sino que resulta, también, más sostenible, ya que genera menos emisiones por su tipo de combustión.

Además, se ha demostrado que la biomasa contribuye al mantenimiento de los bosques limpios, por lo que también ayuda en la prevención de incendios.

¿CÓMO SE GENERA LA BIOMASA?

La biomasa puede haber sido obtenida de manera natural o proceder de transformaciones artificiales que se realizan en las centrales de biomasa.

La fuente de energía de la biomasa es el Sol. Tanto los vegetales como animales absorben y almacenan parte de la energía solar en forma de alimento y combustible. Durante este proceso, se generan subproductos que no son útiles para los seres vivos ni pueden ser convertidos en alimentos, pero sí pueden ser aprovechados para producir energía.

En el caso, por ejemplo, de la biomasa de origen vegetal, su energía proviene de cuando las plantas hacen la fotosíntesis. En este proceso, el dióxido de carbono y el agua -productos minerales sin valor energético- se transforman en materiales orgánicos con alto contenido de energía química que las plantas almacenan y que, luego, puede ser transformada en fuente energética no contaminante y muy competitiva.

En términos de aprovechamiento energético, la biomasa tiene un bajo contenido de carbono y un elevado contenido de oxígeno y compuestos volátiles.

PROCESO DE OBTENCIÓN DE ENERGÍA A PARTIR DE LA BIOMASA

Para la obtención de energía a partir de la biomasa, el método más sencillo es la combustión directa. Para ello se utilizan calderas de biomasa en las que se quema el material poco a poco, dando lugar, además, a cenizas residuales que pueden ser usadas posteriormente como abono. Es decir, se genera energía térmica y eléctrica, a la vez.

A pesar de que para la generación de energía se deba usar la combustión, no se trata un proceso contaminante, pues al ser quemadas, las plantas expulsan la misma cantidad de dióxido de carbono que absorbieron durante su ciclo de vida, por lo que la cantidad de este gas en la atmósfera no aumenta a consecuencia de este proceso.

CALDERAS DE BIOMASA

Las calderas de biomasa son una alternativa eficiente y ecológica como combustión para los tostadores. Este tipo de calderas son muy similares a las calderas de gas convencionales aunque normalmente son bastante más grandes, ya que, al estar quemando pellets de madera, se necesita más espacio para alojarlos. Aún y así, este tipo de calderas son una alternativa cada vez más demandada.

TIPOS DE BIOMASA Y SUS USOS

Madera como combustible

Se trata de biomasa de origen forestal, obtenida a base de actividades de explotación de bosques y de trabajos de mantenimiento y limpieza de los mismos, como podas y aclarados. La combustión de la biomasa permite generar electricidad, calentar edificios, producir calor para procesos industriales y proporcionar agua caliente.

La madera puede emplearse en las calderas de biomasa en diferentes tipos de combustión:

- **Astillas**

La astilla es madera triturada sin ningún tipo de aditivo. Esta suele provenir generalmente de los restos de bosques o árboles que no sirven para la industria del mueble.

- **Pellets**

Residuos provenientes de limpiezas forestales y de la industria de la madera. Este material se tritura y se seca para disminuir su nivel de humedad y luego se prensa y se comprime en pequeños cilindros. En cuanto a su seguridad, cabe destacar que, en caso de fuga, no existe ningún riesgo para la salud, ya que se trata de un combustible no tóxico.

- **Briquetas**

Las briquetas son una biomasa muy similar al de la leña tradicional, pudiéndose utilizar en cualquier chimenea, estufa o actividad industrial. Usando este tipo de materiales, se contribuye a reducir considerablemente la emisión de gases de efecto invernadero y se fomenta la limpieza de bosques, ya que los residuos de podas limpias se utilizan para fabricar este tipo de combustible.

Residuos agroindustriales

Son cultivos agrícolas y materiales de desecho que bien se queman como combustible, o bien, se convierten en biocombustibles líquidos. Este tipo de residuos provienen fundamentalmente de las industrias de la producción de aceite de oliva y aceituna, de las alcoholeras y la uva, y de los frutos secos.

Normalmente, todos estos son combustibles económicos y de buena calidad, aunque se debe prestar especial atención a las distintas calidades de una misma biomasa, pues de otro modo esto podría afectar a la consistencia del combustible y afectar a la calidad final del tostado del café.

Dejarse asesorar por parte de los fabricantes de este tipo de equipos es la mayor garantía de no errar en la elección y conseguir un tueste más limpio y sostenible.

Tostadoras ROURE

VENTAJAS DE LA BIOMASA

La Biomasa, además de romper la dependencia con los combustibles fósiles, resultar poco contaminante y contribuir a la limpieza de los bosques energéticamente, consigue los mismos resultados que otras energías, pero con un precio más económico, el cual puede llegar a ser hasta cuatro veces menor que el de combustibles como el petróleo o el carbón.

A su vez, este sistema reduce las emisiones de gases de efecto invernadero y también favorece la diversificación del sector forestal, lo que genera empleo en el ámbito rural. Todo ello ha dado pie a que actualmente esté considerada una de las fuentes energéticas más completas en lo que a sostenibilidad se refiere:

Fuente de energía renovable

Como venimos comentando, la biomasa es una de las opciones con mayor futuro a corto plazo del sector de las energías renovables. La biomasa se obtiene de fuentes de energías naturales inagotables, por lo que no está en riesgo en ninguno de los casos su supervivencia futura, a diferencia de otros tipos de combustibles tales como el carbón o el petróleo.

Convierte residuos en recursos utilizables

La biomasa emplea residuos de otras actividades industriales para la obtención de energía, por lo que ayuda al reciclaje y, además, da una salida a ese material excedente de muchos procesos económicos e industriales anteriormente inutilizados o desaprovechados.

No contamina y respeta el medioambiente

- Energía limpia, mínimas emisiones de dióxido de carbono, alta eficiencia de la tecnología, menos emisiones de azufre y nitrógeno.
- Conservación del entorno, disminuye el riesgo de incendios.
- Aprovechamiento de los residuos de biomasa agrícolas y forestales, así como de residuos industriales.
- Aprovechamiento de las cenizas generadas (adobo).

Es mucho más barata que otras opciones energéticas

Es evidente que esta opción energética es mucho más barata que las que se utilizan actualmente, ya que, entre otras cuestiones, su precio no varía en función de cuestiones políticas o económicas.

Ayuda a la limpieza forestal

Desde el punto de vista agrícola, minimiza el riesgo de incendio y contribuye a la reducción de plagas de insectos. Se aprovechan los residuos sin necesidad de quemarlos sobre el propio terreno y se realiza un mejor aprovechamiento de las tierras.

La limpieza de montes y bosques no solo proporciona una fuente de energía alternativa, sino que además favorece al medioambiente, reduciendo drásticamente el riesgo de incendios forestales.

Ofrece ventajas económicas y sociales

En las zonas rurales también pueden ayudar a dinamizar la economía, proporcionando puestos de trabajo. Esto se debe al crecimiento en el número de empresas dedicadas a la fabricación de pellets. Veamos algunos de sus beneficios:

- Desarrollo de un sector de innovación tecnológica.
- Ahorro en el coste de la energía.
- Creación industria local y ocupación.
- Mantenimiento población rural.

Contribuye al aprovechamiento de los recursos propios

- Fuente de energía gestionable local y renovable.
- Producción descentralizada y distribuida.
- Alternativa a la agricultura, cultivos energéticos.
- Reducción dependencia energética exterior.

SOSTENIBILIDAD

CÓMO CONSEGUIR UNA **TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL SOSTENIBLE**

Lograr una transformación empresarial sostenible se ha convertido en un objetivo clave para aquellas organizaciones que desean contribuir al cuidado del medio ambiente, a la mejora de la calidad de vida de las personas y al fortalecimiento de su propia viabilidad a largo plazo. Implementar estrategias y prácticas sostenibles puede resultar un desafío, pero también una gran oportunidad para mejorar la imagen de la empresa, aumentar su rentabilidad y promover el bienestar de la sociedad.

En los últimos siglos, la economía ha crecido de manera exponencial, instaurándose un modelo que, en estos momentos, se ha demostrado ya, se ha vuelto insostenible. Este crecimiento se ha conseguido, en buena parte, a expensas del medio ambiente y sin respetar las necesidades de toda la población. Para asegurar el futuro, un cambio se ha hecho más necesario que nunca y en este proceso, iniciativas como el movimiento B Corp, proponen utilizar la fuerza de las empresas como motor para conseguirlo, movilizando, en esta misión de transformación empresarial sostenible, a todos los actores de la sociedad, esto es a las propias empresas, pero también a la ciudadanía, academia, instituciones públicas, inversión de impacto, ...

Ya no se trata de querer ser las mejores empresas del mundo, sino las mejores para el mundo

Montse Sellarès Benet es la directora de Comunicación y Activismo en B Lab Spain, la organización que impulsa el movimiento B Corp en España y con ella hemos hablado sobre esta transformación en el ámbito del café, su gestión en las compañías españolas del sector y sobre los retos, oportunidades y beneficios que ofrece el cambio para las marcas que deciden convertirse en motores de un cambio hacia una economía y sociedad más sostenible.

¿Qué debemos entender cómo propósito corporativo sostenible?

El propósito es la razón de ser de la empresa. Un propósito es sostenible cuando está diseñado para aportar valor a la sociedad y al planeta. Este propósito es lo que permite orientar un negocio hacia la creación de impacto positivo, incrementando así su atractivo y competitividad. Aquellas empresas que incluyen un propósito social o ambiental y lo vinculan a su modelo de negocio son las que atraen más talento, más clientes y más inversores.

¿Cómo deben las empresas del sector café definir este propósito corporativo a nivel individual?

Cualquier empresa del sector del café que quiera iniciarse en esta transformación empresarial sostenible debe integrar la preservación del medio ambiente y el bienestar social como elementos clave de su modelo de negocio. Se trata de definir un propósito que dé respuesta a un reto social y/o ambiental concreto, logrando que la actividad de la compañía no solo genere ganancias, sino también valor social y ambiental.

¿Qué impacto tiene la gestión de la sostenibilidad en la imagen de marca y la reputación de las empresas?

Priorizar la sostenibilidad tiene un impacto directo en la imagen y reputación de las empresas. Las personas somos cada vez más exigentes cuando elegimos para quién trabajamos y a quién le compramos. Actualmente, el 84% de los consumidores toma decisiones de compra basadas en la sostenibilidad empresarial. Medir y comunicar el desempeño de forma clara y completa es muy importante. Transparencia y confianza van de la mano y son un activo estratégico para fortalecer la marca y la reputación.

¿Qué beneficios económicos pueden obtener al adoptar prácticas sostenibles en su gestión?

Las empresas que no sean vistas como agentes que tienen en cuenta a las personas y al planeta, cada vez tendrán más dificultades para conseguir el valor económico al que aspiran de facto. Ya no se trata de querer ser las mejores empresas del mundo, sino las mejores para el mundo. En este sentido, las cifras demuestran que apostar por la sostenibilidad no está reñido con ser rentable: los ingresos de las B Corps crecen anualmente un 31% de media, tal como se indica en nuestra Memoria Anual del 2022.

¿Cómo está afectando la integración de la gestión de la sostenibilidad a la operativa de la cadena de suministro del café?

Antes que nada, por "gestión de la sostenibilidad" en la cadena de suministro entendemos la integración del cuidado del planeta y del bienestar social como elementos fundamentales. Esto garantiza, no solo mitigar impactos negativos, como el deterioro del medio ambiente o la generación de residuos, sino sobre todo crear de forma intencionada un beneficio social, ambiental y económico.

¿CÓMO MEDIR Y GESTIONAR EL IMPACTO DE MI EMPRESA Y CONVERTIRLA EN AGENTE DE CAMBIO?

Sea del tamaño que sea, cualquier empresa dispuesta a actuar puede empezar hoy mismo a marcar la diferencia. El primer paso es iniciarse en la medición de su impacto y, para ello, B Corp pone a disposición de cualquier organización la Evaluación de Impacto B, el estándar de B Corp, utilizado por más de 200.000 compañías en todo el mundo.
Esta herramienta de gestión, gratuita, online y confidencial, permite a las empresas gestionar y mejorar su desempeño social, económico y ambiental, pudiendo, además, convertirse en empresas B Corp si superan una puntuación mínima de 80 puntos verificados.
Además, para todas aquellas compañías que necesiten ayuda en este proceso, se ofrecen programas de sensibilización, talleres, formaciones y herramientas como el propio libro del Movimiento B Corp que responde de forma práctica, con ejemplos concretos, recomendaciones y casos de éxito, a cómo las empresas pueden mejorar su impacto.

Integrar la sostenibilidad en la cadena de suministro del café es la única forma de lograr que la industria perdure en el tiempo. Y es que ningún sector empresarial es viable en un mundo que se extingue. Esta integración holística de la sostenibilidad está conllevando cambios que crean valor para todas las partes interesadas. Entre ellos, un mayor bienestar y salario digno de los caficultores, empleados y grupos de interés; el cumplimiento de estándares de calidad en lo referente a la gestión del agua o la conservación del suelo y la biodiversidad; prácticas de agricultura orgánica, regenerativa y/o sostenible; iniciativas para avanzar hacia la carbononeutralidad; programas de circularidad…. Aunque aún queda mucho trabajo por hacer, el rumbo está fijado y todo ello ya está redundando en una mayor creación de valor compartido.

¿Qué papel juegan las certificaciones de sostenibilidad en la industria del café? ¿Cómo se relacionan con la gestión de la sostenibilidad en las empresas?

A pesar de las reticencias de algunos, las certificaciones suponen un paso formal para promover empresas e industrias más sostenibles y transparentes de forma global y unificada. Es clave establecer criterios objetivos comunes de desempeño, que sean reconocidos internacionalmente y que permitan identificar a las empresas que, más allá de hablar de sostenibilidad, crean valor social y ambiental. Pero eso no es todo: las certificaciones no solo suponen una guía eficaz para las compañías que quieren avanzar en su transformación sostenible, sino que también permiten informar a todos los grupos de interés sobre el cumplimiento por parte de una empresa de un estándar determinado, que ha sido verificado por un tercero independiente.

Ahora bien, existen muchísimas certificaciones y esto a veces puede resultar confuso. En este contexto, es clave apostar por referenciales creíbles que, como B Corp, examinen la empresa en su conjunto, incluyendo todos los vectores. Solo así se logra una visión completa del desempeño, se adopta un compromiso más amplio con la sostenibilidad y se evita la desinformación.

¿Hasta qué punto la sostenibilidad resulta un factor decisivo en la elección de los consumidores de café? ¿Por qué?

Las personas somos cada vez más críticas y exigimos a las empresas un papel relevante. Actualmente, el 80% de la ciudadanía coincide en que las empresas deben jugar un rol activo en dar respuesta a retos sociales. Este consumidor consciente solamente depositará su confianza en las compañías que le hablen desde el propósito y la transparencia, y que demuestren con acciones reales su búsqueda de mejora en cada proceso. De hecho, un estudio reciente de Nielsen informa que el café sostenible ha aumentado sus ventas en un 52% respecto al 4% de la categoría general.

El café sostenible ha aumentado sus ventas en un 52% respecto al 4% de la categoría general

No se está proponiendo un cambio en las reglas del juego. Es que el juego ya ha cambiado. Cada vez hay más empresas de la industria del café que se están uniendo a esta transformación. Del mismo modo, cada día, en todo el mundo, hay millones de personas que están alineando sus decisiones con el tipo de sociedad que queremos construir. El voto no se ejerce cada cuatro años en las urnas. El voto se ejerce con cada decisión que tomamos.

¿Cómo pueden las empresas de café comunicar de manera efectiva a los consumidores su compromiso con la sostenibilidad?

Antes que nada, es crucial entender y comunicar la sostenibilidad como lo que es: un camino de mejora continua que abarca toda la compañía. Muchas veces, las empresas utilizan el término "sostenibilidad" en el marco de un producto o un aspecto concreto y esto da una visión parcial del desempeño de la compañía.
Para evitar la desinformación y generar confianza en el consumidor, la sostenibilidad debe comprenderse de forma global para el conjunto de la compañía. Además, es muy importante comunicar con transparencia, con coherencia y con acciones reales. Asimismo, avalar este compromiso y desempeño a través de la verificación de un tercero es también un elemento diferencial que genera credibilidad. En este sentido, las B Corps son las únicas compañías cuyo impacto social y ambiental, en todos los niveles y procesos de la empresa, está verificado por un organismo independiente.

¿Cuáles son las claves para el presente y futuro de la sostenibilidad en las empresas de café e industrias afines como la fabricación de equipos y la hostelería?

En primer lugar, lo que no se mide no se puede mejorar y en esta labor es importante involucrar a toda la cadena de valor. En segundo lugar, la innovación y la investigación son fundamentales para desarrollar soluciones que permitan ir más allá de la reducción del impacto negativo para generar de forma intencionada un impacto positivo. En tercer lugar, la unión hace la fuerza. Necesitamos un frente común para conseguir una verdadera transformación sostenible y esto conlleva implicar a las empresas, productores, la ciudadanía y las administraciones públicas.
Por último, es crucial empezar a apostar por la sostenibilidad como uno de los pilares estratégicos de la compañía, integrándose en todas las áreas, procesos y sistemas. De hecho, apostar por vincular un propósito al modelo de negocio de la compañía es una oportunidad única de diferenciación y competitividad, a la vez que garantiza que el negocio lleva implícita la creación de valor social y ambiental.

SOSTENIBILIDAD - Innovación al servicio de la sostenbilidad

CAFÉ DROMEDARIO

Compromiso 100% con el Medio Ambiente

Desde su nacimiento hace más de 150 años, Café Dromedario ha sido una empresa comprometida con la sociedad y el medio ambiente. En la última década, este #CompromisoDromedario ha alcanzado mayor vigencia y ha impulsado a esta firma a un importante esfuerzo y proyecto en materia de sostenibilidad, cuyo objetivo final ha sido alcanzar una huella energética y un impacto medioambiental nulos.

El proyecto se ha desplegado simultáneamente en diversas áreas de la compañía y en paralelo, se han incorporado al portfolio de la empresa un amplio abanico de productos comprometidos con la sostenibilidad, desde cafés y tés ecológicos, hasta vasos y removedores 100% compostables. En este proceso, además, Café Dromedario ha aplicado una drástica reducción del uso de papel y plásticos en todos sus procesos y está adaptando su flota de coches y furgonetas, incorporando vehículos híbridos.

Uno de los mayores retos abordados y ahora ya cumplido, ha sido alcanzar la máxima eficiencia energética, eliminando su huella de carbono. Para lograrlo, el proyecto se ha desarrollado en dos fases paralelas que ha contemplado, por un lado, la reducción y optimización del consumo energético y por otro, la utilización de fuentes de energías renovables.

Para mejorar su eficiencia energética, Café Dromedario ha asumido profundos cambios en su fábrica, renovando toda su iluminación por bombillas LED y modificado, también, todos sus hornos de tueste para que aprovechen la energía de una forma más eficiente, reduciendo tanto el consumo como las emisiones.

Además, han incorporado la Energía Verde en la operativa de todas sus instalaciones y actualmente, desde la electricidad hasta los combustibles, por ejemplo, de los hornos de tueste, se obtienen de manera totalmente respetuosa con el medio ambiente. La culminación en esta área ha llegado hace pocas semanas con la instalación de la última fase de paneles solares, que permitirán a Café Dromedario autoabastecerse de Energía Verde.

QUALITY ESPRESSO

Eficiencia energética y Sostenibilidad

Quality Espresso está realizando desde hace varios años ya, una clara apuesta por la sostenibilidad, el respeto medioambiental y la eficiencia energética y de acuerdo con ello, la compañía ha puesto en marcha un plan de acción con incidencia directa en múltiples ámbitos de su actividad.

A nivel de producto, destaca, por ejemplo, su objetivo en procurar que los componentes de las máquinas de café espresso que fabrica sean reciclables y orientados a la economía circular y, también, su apuesta por la eficiencia energética aplicada en el funcionamiento de sus molinos o de sus máquinas de café que ya incorporan, por ejemplo, ventajas de ahorro energético gracias al aislamiento Eco Friendly de la caldera y una mayor estabilidad térmica.

Además, Quality Espresso ha realizado una fuerte inversión en su fábrica ubicada en Barcelona, en la que ha introducido nuevas líneas de montaje, embalajes más respetuosos con el medioambiente e instalando, también, placas fotovoltaicas que permiten generar energía de origen 100% renovable para consumo propio. Esta energía contribuye a evitar la emisión de 192,84 Tn CO_2 al año a la atmósfera, reduciendo drásticamente las emisiones de esta empresa, que ya cubre el resto de energía necesaria para su actividad en planta, con electricidad certificada como energía de origen renovable.

En esta apuesta por una óptima gestión medioambiental, Qualtiy Espreso ha elaborado un manual de buenas prácticas de uso interno y un protocolo de gestión medioambiental de obligado cumplimiento por parte de sus proveedores. De igual manera, este próximo trimestre, pondrá en marcha un nuevo proyecto para realizar el cálculo global, como empresa, de la huella de carbono generada por su actividad (GEH) y poder determinar, así, los posibles puntos de mejora.

PASCUAL

Primera botella de leche del mercado hecha 100% de otras botellas

Pascual continúa reforzando su liderazgo en materia de innovación aplicada al cuidado del medioambiente en el mercado de la leche. La compañía ha vuelto a demostrar su carácter pionero en este campo, con el lanzamiento de la primera botella de leche fabricada íntegramente de otras botellas.

Este nuevo envase para su botella de 1,5L, es de plástico 100% reciclado y transparente y no utiliza tintas para asegurar que una vez utilizada puedan servir, una vez más, para la fabricación de nuevos envases para alimentación y bebida.

De acuerdo con las estimaciones de Pascual, este evanse les ayudará a reducir sus emisiones de CO_2 un 28,7% al obviar en su fabricación el plástico virgen, el cual proviene enteramente de materiales fósiles. Esto evitará la emisión de 395.106 kg de CO_2 cada año, lo que equivale a más de 58 vueltas al mundo en coche o al CO_2 absorbido por 4.582 árboles en crecimiento durante 30 años.

Tras el lanzamiento de esta innovadora botella que responde al compromiso de esta firma lechera con el cuidado de las personas, el planeta y los entornos bajo el concepto 'One Health', Pascual espera ya este año 2023 devolver al ciclo, 7,5 millones de botellas de 1,5 litros, dejando de utilizar 315 toneladas de plástico virgen.

Pascual seguirá, además, reforzando sus programas de eficiencia productiva en el campo, apoyando las economías locales y ayudando a los ganaderos a rentabilizar sus negocios.

CAFÉS OQUENDO

Café bajo en kilovatios

Otra de las empresas tostadoras españolas que ha sellado un firme compromiso a favor de la sostenibilidad es Cafés Oquendo que tiene en marcha un ambicioso plan de mejoramedioambiental y ahorro energético. Este plan incluye desde la renovación de la maquinaria para ganar eficiencia hasta el autoconsumo energético pasando por la concienciación de su personal sobre la necesidad de utilizar de forma responsable los sistemas de iluminación, climatización, equipos eléctricos y recursos de sus instalaciones.

Es así que desde julio de 2022, Cafés Oquendo ya dispone, por ejemplo, de su propio generador de nitrógeno, que le permite crear N_2, un gas imprescindible para que el café conserve todas sus propiedades organolépticas una vez envasado. Este generador ha hecho posible que la firma disminuya ya sus emisiones de CO2, al tiempo que ha supuesto un ahorro económico y una optimización de los procesos, gracias a la posibilidad, ahora, de adecuar los equipos a la demanda exigida en cada momento por las máquinas de envasado, sin necesidad de depender de un tercero, eliminando el transporte de suministros y recogidas, así como el consumo de electricidad.

Además, Oquendo ha incorporado recientemente un nuevo parque de tostadoras de última generación a su planta que hacen más sostenible su proceso productivo. Estos nuevos equipos disponen de quemadores de humos que incineran los gases, reduciendo las emisiones de CO2 a la atmósfera y consumen menos energía que las convencionales, habiendose reducido el tiempo de tostada a tan solo 10 minutos, la mitad que antes.

Este café es utilizado, entre otros, para las cápsulas compostables de Oquendo, diseñadas para ir al contenedor marrón, generar cero residuos y reducir drásticamente el impacto ambiental de los envases. La transformación de estas cápsulas biodegradables emite menos emisiones nocivas, y logran una degradación absoluta en muy poco tiempo gracias a sus materiales de fabricación como el almidón, glucosa, fibras vegetales o aditivos biodegradables que las hacen, también, veganas y las liberan de OMG, gluten y aluminio. Además, se convierten en abono en su totalidad y este compost se puede dedicar a la agricultura, cerrando, así, el ciclo.

INFORME

CAFÉ SOLUBLE, ¿SON TODOS IGUALES?

Uno de los principales hándicaps con los que debe lidiar el café soluble en el mercado es la percepción de que su sabor y aroma son de menor calidad que el de otros cafés regulares. Sin embargo, los nuevos avances en su fabricación, así como la apuesta por cafés de mejor calidad como materia prima, podrían acabar con esta percepción negativa y mejorar la reputación del café soluble en el mercado.

España es el segundo máximo productor de café soluble en Europa, después de Alemania. La producción española en este segmento de producto supera las 60.000 toneladas anuales, aunque en su gran parte, más del 85% del café, se destina a la exportación.

En el mercado interior, el café soluble ocupa el tercer lugar en la demanda de café en los hogares españoles, donde el consumo está liderado por el café molido, seguido por las cápsulas.

Durante la pandemia, el interés por el café instantáneo creció ligeramente hasta alcanzar en 2021, el 15,98% del volumen total del mercado en el canal alimentación, según datos mensuales del panel de consumo en hogares del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación., MAPA Desde entonces, la demanda se ha mantenido estable, aunque a falta del cierre anual del 2022 por parte del MAPA, los datos recogidos hasta el mes de noviembre del año pasado, denotarían un breve retroceso en este porcentaje del mercado, casi un punto, hasta el 15,04%.

UN CAFÉ, AMADO Y ODIADO A LA VEZ

Más que en otros países, donde el consumo de cafés instantáneos es mucho más generalizado, en España, el café soluble es un producto que ha dividido a los amantes del café durante años, generado muchas opiniones, sobre todo críticas con este producto.

Y es que si bien, el café es uno de los productos alimenticios más complejos que existe, el mercado a menudo percibe a los cafés solubles como homogéneos en términos de su diversidad.

Pero, ¿es esto así?, ¿todos los cafés solubles son iguales? La respuesta en primera y última instancia debería ser que no, pues la categoría de cafés solubles parte de la misma complejidad que ya existe en el café como producto. Cuestión diferente es que el mercado de un territorio concreto, apueste más o menos por la calidad de este producto. En España, por ejemplo, hemos visto en los últimos años como esta calidad no deja de mejorar y cada vez es posible encontrar en el mercado opciones de café soluble de calidad y con sabores y aromas más complejos, lo que además sería, una respuesta del sector a una creciente demanda por parte de los consumidores de opciones de café soluble más sofisticadas y refinadas.

EL SOLUBLE VIENE DEL CAFÉ

Cualquier café específico o mezcla de café puede procesarse como café soluble. Esto implica, pues, que en esta categoría de producto podemos encontrar toda la gama de sabores y calidades de los cafés tostados en general: arábica o robusta, vía seca o vía húmeda y sus mezclas; origen único o blend, y, también, cualquier nivel de tueste. Esto por sí solo ya implica un enorme rango de calidades a las que hay que añadir, un extra más de complejidad y diversidad aportada por las tecnologías de elaboración y los parámetros de proceso del café soluble.

El primer paso de la elaboración de café instantáneo es la extracción, resultando el porcentaje del grano tostado que pasa al extracto, por sí mismo, un parámetro que le agrega diversidad al producto y que puede controlarse en la planta de cafés solubles. El mismo café dará productos muy distintos dependiendo del porcentaje de extracción empleado.

COMPLEJIDAD Y TECNOLOGÍA

El extracto de café puede comercializarse como tal o bien secarse mediante distintas tecnologías para obtener diferentes tipos de productos de café soluble. Las principales tecnologías de secado son el secado por aspersión, que utiliza una corriente de aire caliente para deshidratar el extracto, y la liofilización, en la que se seca el extracto. El café secado por aspersión, a su vez, puede venderse pulverizado o aglomerarse para obtener un producto que se disuelve más fácilmente.

Es así que cada una de estas técnicas ofrecerá, también, un resultado diferente en términos de sabor y calidad, ofreciendo al mercado tantas opciones como cafés existen..

La complejidad del café molido es, pues más que obvia e iniciativas como la de la Asociación Brasileña de la Industria del Café Soluble (ABICS) que propone un sistema específico para evaluar su calidad, se presentan como un buen recurso para lograr una mayor comprensión y apreciación de estos cafés, ahora, y en el futuro, dotando a la industria y a los consumidores de indicadores claros para identificar y diferenciar la calidad del café instantáneo.

Fuentes: MAPA, ABIC

CAFÉ SOLUBLE EN ESPAÑA. CANAL ALIMENTACIÓN. AÑO 2022

	PRECIO MEDIO/kg	VOLUMEN*	VOLUMEN TOTAL*
Enero	23,12	1.399,59	10.414,71
Febrero	21,19	1.195,28	8.891,03
Marzo	23,96	1.415,78	10.601,62
Abril	21,31	1.189,62	8.669,85
Mayo	20,62	1.152,08	8.692,99
Junio	21,81	1.126,27	8.632,87
Julio	18,95	1.017,65	7.769,11
Agosto	18,72	946,77	7.866,44
Septiembre	20,28	1.074,13	8.339,77
Octubre	21,26	1.155,78	8.564,59
Noviembre	22,34	1.170,70	9.317,70

Fuentes: MAPA / *Miles Kg /Todas las formas de café: Natural, Mezcla Torrefacto, Descafeinado, Soluble y Cápsulas**

INFORME

NUEVO **SISTEMA DE EVALUACIÓN** PARA **CAFÉS SOLUBLES**

La Asociación Brasileña de la Industria del Café Soluble (ABICS) ha presentado el primer sistema formal de evaluación de calidad del café soluble. El sistema cuenta con un léxico sensorial para clasificar objetivamente la calidad de estos cafés, así como parámetros estandarizados describir sus sabores y aromas.

El café soluble representa 25% del café consumido en el mundo y su demanda ha crecido en estos últimos años a un ritmo del 2% anual. Este crecimiento constante del consumo, inclusive durante la pandemia, se debe a la diversificación de calidades con nuevas mezclas y nuevos empaques, adaptados a las distintas formas de consumo.

Sin embargo, hasta ahora, y a diferencia de los productos de café tostado y molido que cuentan con sistemas de evaluación de calidad ampliamente reconocidos, como el Protocolo de cata SCA, los productos de café instantáneo han carecido de un sistema para evaluar la suya y que esta haya sido posible de comunicar a los consumidores de forma transparente.

Para cubrir esta necesidad, la Asociación Brasileña de la Industria del Café Soluble (ABICS), en colaboración con el Instituto de Tecnología de Alimentos (ITAL) han desarrollado el sistema de evaluación de calidad del café soluble, una propuesta que incluye entre las novedades más importantes, un léxico sensorial común para el café soluble y diversos grados de calidad para clasificar a estos cafés.

Que la necesidad de contar con un sistema de evaluación como el desarrollado haya surgido de Brasil no es una casualidad, pues este país, además de ser el máximo productor mundial de café, durante varias décadas ha sido, también, el mayor productor y exportador mundial de café instantáneo, con una de las industrias más potentes en este segmento de café a nivel internacional.

El proyecto de desarrollo de esta metodología, iniciado en 2019 y presentado hace unos pocos meses, ha contado con la participación de expertos de todas
las compañías de café soluble que operan en Brasil y de múltiples consultores brasileños y extranjeros que se han sumado al proyecto para validar el método a escala nacional e internacional.

RECONOCER LA CALIDAD

La gran diferencia del sistema de la ABICS e ITAL con otros típicos en el ámbito del café es que evalúa la calidad del producto mediante la intensidad de sus atributos y no por puntuaciones afectivas. Y esto es así porque el objetivo final es facilitar a los consumidores elegir cafés de acuerdo con sus preferencias, ayudándoles a identificar que cafés solubles son más adecuados para sus preparaciones favoritas, café solo, mezclas con leche, capuchinos, bebidas preparadas, para el uso del café soluble en la cocina,..

"En el café, la calidad percibida está estrechamente relacionada con el sabor, pero también está fuertemente influida por factores extrínsecos tales como el beneficiado, el origen, las certificaciones y demás información sobre el producto. Esto ya de por sí implica que los cafés instantáneos tendrán diferentes calidades, dependiendo de la calidad de la materia prima. Sin embargo, a diferencia de los productos de café tostado y molido, que cuentan con sistemas de evaluación de calidad, los productos de café soluble no la tienen. Por esta razón, a los consumidores les cuesta entender por qué deberían pagar mayores precios por ciertos tipos de café soluble. Además de lo anterior o quizás debido a ello, la calidad percibida de la categoría de los cafés instantáneos por parte de los consumidores suele ser baja", explican desde la ABIC.

EN LA "DESEABILIDAD" ESTÁ LA CLAVE

Ahora, sin embargo, gracias a este nuevo sistema de evaluación, defienden desde la entidad brasileña, la calidad de los cafés solubles podrá diferenciarse fácilmente, y recuerdan que igual que el café tostado regular el café instantáneo además de altamente diversos (genética, origen, prácticas de cultivo, métodos de cosecha, procesamiento, tueste, porcentaje de extracción, tecnologías de elaboración, mezclas, parámetros del proceso,…) tiene la capacidad de ofrecer resultados muy diferentes en términos de sabor y calidad, por lo que esperan que el nuevo sistema de evaluación de cafés solubles contribuya a que todo esto se conozca y se valore.

"Tenemos ante nosotros una oportunidad de afianzar un sistema de evaluación y clasificación de la calidad de los cafés solubles, a través de un ejercicio transparente de diferenciación de productos, basado en la ciencia sensorial del siglo XXI. El sistema tradicional de cata de café ha evolucionado en los últimos años, pero aún depende de la subjetividad de los catadores expertos. Sin embargo, si se establece un consenso sobre la *deseabilidad* o *no deseabilidad* de los atributos del café, se puede eliminar la necesidad de juicios afectivos y clasificar la calidad del soluble basándonos en la intensidad de varios atributos. Esto hace que la clasificación resulte objetiva y fácilmente comunicable, lo que estimula una diferencia-

ción transparente de productos y dota a la categoría de un lenguaje para hablar acerca del sabor y calidad", argumentan.
Así pues, en este trabajo ABICS e ITAL primeramente se centraron a identificar los atributos clave de sabor en el café instantáneo, para luego hacer lo propio con las interrelaciones entre estos atributos y la calidad percibida y obtener, así, el "peso de deseabilidad" de cada atributo. Con todo ello han creado su método de prueba y evaluación.

IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS

El estudio buscó identificar atributos clave de sabor que diferencien entre los cafés solubles, utilizando catadores profesionales de diferentes empresas productoras de café soluble en Brasil. Se realizaron pruebas con distintas muestras de café y se utilizó el método Sorting para agrupar las muestras por similitud de sabor.
Los datos se analizaron posteriormente utilizando el método de escala multidimensional (MDS) para visualizar las distancias entre objetos en un pequeño espacio dimensional y fueron los propios catadores los que confeccionaron un léxico sensorial para los cafés instantáneos, basado en los atributos clave *Premiumres* que se habían encontrado en la primera sesión.
En base con los atributos clave de diferenciación que se hallaron, se elaboró un Léxico sensorial para el café soluble, incluyendo 15 referencias sensoriales
para una escala de intensidad de 0 a 5, en donde 0 implica que el atributo no es perceptible y 5 implica que la intensidad es muy alta. Este léxico comparte algunos atributos tales como dulzor, acidez, cuerpo, etc, con léxicos para café tostado y molido, e incluye otros descriptores exclusivos para la categoría de cafés solubles como "sabor de café sobre extraído".

EL LÉXICO

- **Dulzor:** gusto básico relacionado normalmente con los azúcares. En los cafés más delicados, el dulzor se percibe en el paladar y puede percibirse cuando los niveles de amargor, salado y ácido son bajos. Referencia: sacarosa a 5 g/L (intensidad 1) y 15 g/L (intensidad 5)
- **Acidez:** gusto básico causado por los ácidos orgánicos del café. También presente en cafés con tueste claro y de altura. Referencia: ácido cítrico a 0.25 g/L (intensidad 1) y 0.5 g/L (intensidad 5).
- **Madera:** ver la definición para "madera" del Léxico sensorial de World Coffee Research (WCR).
- **Floral:** Le Nez du Café, frascos #11 y #12 (referencias cualitativas).
- **Vegetal:** jugo de pepino diluido a 5 g/L (intensidad 1) y 25 g/L (intensidad 5). Además, agua de perejil como se describe en la definición de "verde" en el Léxico WCR.
- **Nueces:** Le Nez du Café5, frasco #29 (referencia cualitativa).
- **Especias:** Le Nez du Café, frascos #7 y #8; cúrcuma, canela, clavos de olor y nuez moscada (referencias cualitativas).
- **Afrutado:** Le Nez du Café, frascos #11 y #17 (referencias cualitativas).
- **Chocolate:** Chocolate oscuro marca "Native", 75% cacao (intensidad 5).
- **Miel:** Le Nez du Café, frasco #19 (referencia cualitativa); miel de abeja diluida a 4 g/L.
- **Intensidad del sabor residual:** Percepción que permanece en el paladar después de haber tragado la bebida o que queda en la boca por un tiempo. Se utilizaron muestras específicas de café soluble como referencias.
- **Astringencia:** Sensación táctil de sequedad en la cavidad bucal después de probar el café. Referencia: plátano verde (una mordida, referencia cualitativa).
- **Sabor a café sobrextraído:** Un sabor complejo descrito como "caramelo", "cocido" y "amargo". Se utilizaron muestras específicas de café soluble como referencias.
- **Amargor:** Gusto básico causado por la presencia en el café de tres componentes: alcaloides, ácidos clorogénicos y quínico, y tuestes oscuros. La percepción es más intensa en la parte posterior de la lengua, generalmente al tragar. Referencia: cafeína a 0.15 g/L (intensidad 1) o 0.45 g/L (intensidad 5).
- **Cuerpo:** Sensación táctil percibida en el paladar como viscosidad de la bebida. Referencia: maltodextrina a 2 g/L (intensidad 1) o 0.60 g/L (intensidad 5).

DEFINICIÓN INICIAL DE LOS GRADOS DE CALIDAD PARA CAFÉ

Después de la confección del léxico sensorial de atributos discriminantes clave para el café soluble, se exploró su relación con la calidad. Esto se hizo, en primer lugar, definiendo tres grados de calidad por consenso entre los miembros de la industria brasileña del café soluble. El sistema de tres niveles se inspiró en las Normas brasileñas de calidad mínima para café tostado en grano o molido: "Gourmet", "Superior" y "Tradicional" que en este caso y por acuerdo de las compañías participantes en el proyecto pasaron a denominarse y definir como: Cafés solubles Excelentes, para el grado superior; Cafés solubles Premium, para el intermedio, y Cafés solubles Clásicos, para el grado básico.

- **Cafés solubles excelentes:** Destacada dulzura y acidez, con intensa complejidad aromática, poco amargor y astringencia, presencia de notas de chocolate, afrutados y florales, con un aroma y sabor suave.
- **Cafés solubles Premium:** Acidez equilibrada, con presencia de notas amaderadas, nueces y especiadas, con un sabor ligero de extracción excesiva, potencia media en el paladar, amargor y astringencia media.
- **Cafés solubles clásicos:** Bajo dulzor y acidez, presente amargor y astringencia, paladar fuerte, buen cuerpo, sabor con extracción más excesiva, final largo y duradero.

Finalmente, en este proceso de creación del nuevo sistema de evaluación de cafés solubles impulsado por la ABICS e ITAL, se solicitó primero a un panel de quince catadores expertos de café soluble y, después, a grupos más pequeños para validar el sistema y ajustarlo a la realidad, que clasificaran seis muestras de café como Excelente, Premium o Clásico y evaluaran en cada café, utilizando la escala del 0-5, los atributos de sabor del léxico. De este modo se logró detectar las

correlaciones significativas y, también, las diferencias entre descriptores "deseables" e "indeseables", válidas para diferenciar entre grados de calidad.

En esta diferenciación, los atributos correlacionados directamente con la calidad fueron el dulzor, la acidez, y los sabores floral, afrutado, vegetal, de miel, de nueces, achocolatado y especiado, en orden de mayor a menor peso, mientras que los atributos mientras que los atributos correlacionados inversamente con la percepción de calidad fueron el amargor, el sabor de café sobre extraído, madera, astringencia y la intensidad del sabor residual, en orden de peso (es probable que la intensidad del sabor residual esté inversamente correlacionada con la percepción de calidad debido a que los sabores residuales más intensos suelen ser los desagradables).

De este modo es que con el sistema de evaluación de la calidad propuesto por ABICS e ITALS se obtiene un puntaje de calidad para cada café instantáneo. Esta puntuación no es una calificación afectiva, basada en la opinión del catador, como sería el caso de la cata tradicional, sino un puntaje ponderado, basado en las intensidades de los atributos discriminantes clave, por lo que desde las dos entidades desarrolladoras defienden que, de este modo, la puntuación de calidad resulta objetiva y replicable por parte de cualquier panel que utilice las mismas referencias.

CASO REAL DE EVALUACIÓN DE UN CAFÉ SOLUBLE SEGÚN MÉTODO ABICS/ITAL

ATRIBUTO	VALOR MEDIO	PESO	PUNTAJE ATRIBUTO
Dulzor	3 *	5,11	15,33
Acidez	3 *	5	14,99
Madera	1	-5,02	-5,02
Floral	0	5,08	0
Vegetal	2	4,98	9,97
Nueces	3 *	3,37	10,12
Especias	2	0,57	1,15
Afrutado	2	4,99	9,99
Chocolate	2	2,86	5,71
Miel	0	4,78	0
Intensidad del sabor residual	2	-4,34	-8,68
Astringencia	2	-4,93	-9,86
Amargor	2	-5,24	-10,28
Sabor sobre extraído	3	-5,03	-15,08
Sumatoria			18,33
Puntuación de calidad (tras sumar 122 y redondear)			**144**

Ejemplo de calificación. Los atributos de este café podrían comunicarse como "Café Soluble Premium con dulzor, acidez y sabor a nueces", en base a sus atributos positivos con intensidad de 3 o mayor (marcados en la tabla con asterisco)

Fuente: ABICS

PROTOCOLO DE CATA

El protocolo general para la evaluación del café soluble de acuerdo con esta metodología se resume a continuación:

- **1.** La muestra debe evaluarse por un grupo de 6 a 7 catadores de café soluble entrenados. Los catadores deben haber sido entrenados y calibrados previamente en la evaluación de los atributos del léxico, utilizando la escala del 0 al 5. Los catadores se pueden reunir para una sesión de cata en persona o bien se les pueden enviar las muestras para que cada uno cate por separado. De cualquier manera, las muestras deberán estar codificadas, y no deberá compartirse con los catadores ninguna información.
- **2.** Las muestras de café soluble deberán prepararse utilizando 20 g de café soluble por litro de agua en ebullición. La bebida deberá mantenerse en un termo y servirse en las tazas de los diferentes catadores al momento de la cata.
- **3.** Los resultados de los catadores deberán ingresarse en una interfaz de cata en el que deberán marca la puntuación de 0 a 5 para cada uno de los 15 atributos identificados en el café soluble.
- **4.** Las referencias sensoriales estarán a disposición de los catadores, por si les resultan necesarias.
- **5.** Los resultados de todos los catadores para cada atributo se promedian y se redondean al entero más próximo.
- **6.** La intensidad media de cada atributo debe multiplicarse por su peso: este es el puntaje por cada atributo. Se suman los puntajes de todos los atributos y se suma 122 al resultado, para que el puntaje final sea siempre un número positivo. Este se redondea al entero más próximo.
- **7.** El grado de calidad del café se determina con base en su puntaje final de acuerdo con el siguiente criterio:
  - **a.** Puntajes del 0 al 102: Café soluble Clásico
  - **b.** Puntajes del 102 al 142: Café soluble Premium
  - **c.** Puntajes del 142 al 306: Café soluble Excelente
- **8.** El grado de calidad y los atributos positivos con intensidades de 3 a 5 pueden comunicarse al consumidor.

VALIDACIÓN Y OPORTUNIDADES DEL SISTEMA

Actualmente, este Sistema de evaluación de la calidad del café soluble ya ha sido validado además de con cafés instantáneos elaborados en Brasil, con muestras de cafés fabricados en otros países como Estados Unidos, siendo los resultados satisfactorios para el objetivo por el que se ha creado este nuevo método de clasificación de calidad de estos cafés.

"La oportunidad más inmediata es la adopción del sistema dentro de Brasil por parte de las compañías de café soluble que son miembros de la ABICS", apuntan desde esta entidad, convencidos de que la adopción de este sistema común de evaluación y clasificación de la calidad del café soluble y su comunicación hacia los consumidores permitirán mayores oportunidades de diferenciación en una categoría que, si bien ya es diversa, carece de una manera de comunicar dicha diversidad hacia los consumidores. Además, desde la Asociación Brasileña de la Industria del Café Soluble son de la opinión de que, así, "si los consumidores pueden reconocer el diferente valor de cada grado de calidad y aprender más acerca de los atributos de sabor positivos presentes en sus marcas preferidas, esto permitirá mayores niveles de diferenciación y agregación de valor al café soluble, conforme las compañías empiecen a interactuar con el sistema y a desarrollar nuevos productos como respuesta al sistema".

Además, desde esta organización apuntan que, dado que se ha comprobado con éxito que el sistema puede aplicarse a solubles fabricados, también, fuera de Brasil, se abre la posibilidad a que este nuevo método de evaluación se adopte fuera del país. Esto, desde la ABICA auguran, crearía las condiciones para la estandarización de un sistema mundial de evaluación y clasificación de la calidad para cafés instantáneos, lo cual sería una herramienta clave para abrir nuevos mercados y mejorar la percepción sobre la calidad de los cafés solubles en los mercados de café maduros■

Fuentes: "White Paper: Evaluación de la calidad del café soluble, un desarrollo mediante ciencia sensorial" de ABICS

CALIDAD

TÉCNICA DE WEISS

Qué es y qué incidencia tiene en la preparación de un espresso perfecto

La molienda y correcta distribución del café en el portafiltros es un factor crucial en la preparación de un buen café espresso, cuya calidad puede verse directamente comprometida por estos factores que poco o nada tienen que ver con la propia calidad del grano.

Ezebesta

Para extraer los sabores y aromas deseados de los granos de café tostado en una preparación espresso es esencial asegurarse una molienda correcta y una distribución uniforme de la misma en el cacillo. Solo de este modo, una vez compactado el café, el agua, a unos 88 a 96ºC y 9 bares de presión, podrá empapar toda la pastilla y extraer adecuadamente todos los compuestos del café.

El objetivo es obtener una taza de café con una densidad regular y una capa de crema suave y espesa en la parte superior. De ahí la importancia de una molienda correcta y una perfecta distribución del café molido para poder controlar la velocidad de extracción y a optimizar el equilibrio entre sabor, cuerpo y acidez de la bebida resultante.

TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN

Esto es así, porque el tamaño del café molido influye en la velocidad de extracción. Si los granos están molidos demasiado gruesos, el agua fluirá rápidamente a través del café y el resultado será una taza de café débil, sin cuerpo y sin los sabores complejos característicos del espresso. Pero, si los granos están molidos demasiado finos, el agua tendrá dificultades para pasar a través del café, lo que dará como resultado una extracción lenta y un sabor amargo. Hacer pruebas y ajustar el punto de molido a nuestro café es vital.

Pero, además del tamaño de molienda, la correcta distribución de los granos molidos en el cacillo del porta también es esencial. Solo una molienda uniforme y bien distribuida garantiza que todas las partículas tengan la misma exposición al agua durante la extracción, lo que contribuye de forma esencial al resultado de una taza de café espresso equilibrada en términos de sabores y aromas.

La distribución de la molienda se puede lograr utilizando diversas técnicas, desde los típicos golpecitos del portafiltro contra la superficie de la estación barista o contra un lateral de la base del támper hasta el uso de una herramienta de agujas especialmente diseñada para este menester. El objetivo en todos los casos es evitar la formación de grumos o montículos de café en la pastilla que nos disponemos a extraer y que la cama de café molido presente una distribución uniforme en la cesta del cacillo.

ESPONJAR Y DESAPELMAZAR

La técnica que utiliza las agujas es conocida como Técnica Weiss, por su inventor, el científico informático y bioquímico jubilado John Weiss, y consiste en remover el café molido mientras este se encuentra en el cacillo.

Para realizar esta operación, el barista utiliza una herramienta conocida con el nombre WDT - las siglas de Weiss Distribution Technique –. Esta herramienta dispone de un pequeño mango ergonómico del que salen varias agujas flexibles y muy delgadas de 0,1 a 0,4 milímetros de diámetro, que se deben introducir suavemente en la cama del café molido y moverlas con igual suavidad para distribuir bien el grano molido por todo el espacio y romper cualquier posible aglomerado, antes de compactar el café e iniciar la extracción del espresso.

Y apuntamos "posible aglomerado", pues lo cierto es que gracias a la tecnología de los molinos de café profesionales actuales, junto con el hecho de que hoy día se utilizan unos tuestes más claros que años atrás, se evita ya, en prácticamente todos los casos, la posibilidad de que aparezcan estos apelmazamientos. Esto nos lleva, pues, a que, en realidad, y en el ámbito de la preparación profesional del espresso con equipos no domésticos, la herramienta de Weiss a lo que nos estaría ayudando, simplemente, es a conseguir una distribución del café molido más uniforme.

Al margen de esta apreciación, si hay una cosa en la que es cierto que el debate está abierto y en la que la comunidad barista no consigue ponerse de acuerdo, es sobre qué patrón de agitación debe seguirse mientras utilizamos la técnica de Weiss sobre nuestro café, o cuál es la profundidad correcta a la que debemos adentrar las agujas. Por lo que, de momento, y con relación a este punto, solo podemos concluir que si el resultado de la bebida es la de un espresso perfecto con un cuerpo denso que no deja pasar la luz, en boca cremoso, un sabor equilibrado, una crema de unos 3 milímetros de color nuez atigrada y un aroma intenso, todo confirmaría que lo hemos hecho bien y la profundidad y la agitación a la que hemos sometido a nuestro café ha sido la correcta.

¿RASTRILLEAR O PROFUNDIZAR?

Aún y así, vale la pena saber que algunas pruebas recientes y que han comparado el "rastrilleado de disco" y el "WDT profundo" es decir, la operación de solo mover el café molido en la superficie de la canasta con la que incide hasta el fondo de la misma subiendo lentamente y luego terminando en la superficie, han detectado que esta segunda opción estaría asegurando unos mejores resultados en taza. Así lo asegura el autor de las pruebas, el conocido blogger cafetero Jonathan Gagne, cuyo trabajo, además, ha recibido el visto bueno del experto en café Scott Rao quien, a pesar de haber defendido inicialmente la opción del "rastrilleado de disco" del tercio superior del disco como la mejoropción, ha cambiado su opinión después de conocer las pruebas y conclusiones de Gagne.

Quien se mantiene firme en su convicción que el rastriellado es mejor, es John Buckman creador del método Puck racking que consiste en utilizar una herramienta DWT para distribuir los posos en la superficie, sin profundizar demasiado. Buckman sostiene que el WDT se inventó para eliminar los apelmazamientos de café molido, y los molinillos de hoy en día ya no los producen, y además explica que el "WDT Profundo" comporta el riesgo de crear fácilmente zonas de baja densidad si no se realiza la operación con cuidado, lo que llevaría al traste la extracción. Utilizar la herramienta WDT realizando con ella movimientos circulares ayudaría, sin embargo, a evitar el riesgo apuntado por Buckman, según otros baristas.

Sea de un modo u otro, lo que sí parece claro es que, a diferencia de otras técnicas, la de Weiss es la única que asegura una distribución realmente uniforme del café molido, pues al girar las agujas en el cacillo, logramos mover el café horizontalmente, de lado a lado, y también verticalmente, de arriba debajo de la pastilla, contribuyendo con ello a esponjar el café y desapelmazarlo, facilitando su correcta distribución.

Como herramienta complementaria a las agujas, hay baristas que cuando utilizan esta técnica optan, también, por colocar una especie de embudo sobre el cacillo para evitar que cuando utilizan la herramienta de agujas, el café molido se pueda caer y, por tanto, la dosis que ha previsto se vea alterada y con ella el resultado de la extracción.

¿CÓMO USAR UNA HERRAMIENTA DE TÉCNICA DE DISTRIBUCIÓN DE WEISS?

1. Preparamos en el molino la dosis de café para llenar la cesta del portafiltros.

2. Colocamos el café molido en la cesta y golpeemos suavemente por el lado para nivelar el café recién molido. Idealmente, se recomienda colocar una pieza de cono encajada en la canasta, ya que esto permite un golpecito más vigoroso y también ayuda para el siguiente paso.

3. Introducimos las agujas de la herramienta WDT en la cama de café y bajamos hasta el fondo de la cesta, hasta llegar al metal, si hemos optado por la versión "WDT profundo".

4. Movemos la herramienta en el portafiltro, con un movimiento circular para eliminar los grumos y distribuir uniformemente el grano molido.

5. Si hemos optado por la opción "rastrilleado de disco", en vez de bajar las varillas hasta el fondo, las movemos por la superficie, introduciéndolas en el café lo mínimo necesario para lograr mover las partículas molidas mientras "rastriellamos" el café.

6. Una vez que el café está distribuido uniformemente, utilizamos una herramienta de nivelación para obtener una superficie de disco uniforme.

7. Apisonamos con nuestro támper favorito para comprimir los posos y crear un lecho de café nivelado en el portafiltro.

8. Con el sistema "WDT profundo" crea más resistencia al disco, por lo que es posible que debamos ajustar las variables de extracción para reducir esta resistencia si la salida del café fluye demasiado lento.

Fuentes: Coffee Ad Astra

CALIDAD

¿EL **CAFÉ Y LA LECHE CONGELADOS** ASEGURAN UNA **MEJOR CALIDAD EN TAZA**?

La congelación de la leche y el café es un tema que ha generado debate en torno a la obtención de bebidas de mayor calidad. La comunidad barista no consigue llegar a un consenso y en un contexto de constantes estudios, formales y oficiosos, y la aparición de innovaciones en la industria, no hace más que alimentar el debate en busca de la excelencia de café.

Desde que el científico Christpher Hendon y el barista Maxwell Colonna-Dashwood colaboraran juntos en un estudio sobre la física de la molienda, concluyendo que congelar los granos de café asegura una mejor conservación y uniformidad de las partículas molturadas, son muchos los baristas que se han decantado por esta práctica, aunque, también, son muchos los que no le acaban de ver las ventajas, sobretodo teniendo en cuenta la precisión creciente de la tecnología de molido de los equipos profesionales actuales.

Últimamente, además, al debate sobre los granos de café congelados, se ha unido el de la leche congelada, después que el australiano Anthony Douglas ganara el Mundial de Baristas 2022 utilizando leche obtenida de un proceso de criodesecación en el que la congelación es, también, protagonista destacada.

Todo ello ha generado un renovado interés por estas técnicas que someten a café y leche a temperaturas bajo cero con el objetivo de mejorar las cualidades de las bebidas resultantes y, como en todo buen debate, las voces opuestas intentan hacerse oír a favor de sus tesis.

GRANOS DE CAFÉ CONGELADOS, ¿SÍ O NO?

En el caso del café, por ejemplo, el estudio de Hendon y Colonna-Dashwood defiende que la congelación de los granos ofrece una mejor consistencia en el tamaño de las partículas después de la molienda, asegurando, de este modo, la posibilidad de optimizar el área de superficie de contacto agua-café, a favor de una mejor extracción de los compuestos de aroma y sabor del grano. La razón, explican, es que el grano congelado es más frágil y, por tanto, más fácil de moler en particulares de similar tamaño. Además, al estar congelado, le afectaría menos el posible incremento de temperatura en el molino, sobretodo si optamos por un punto de molido más fino, en el que la molienda se alarga.

Igualmente, científico y barista, en su trabajo, encontraron que al congelar el café y minimizar los cambios sutiles en las distribuciones de tamaño de partículas, que hacen una gran diferencia en la tasa de extracción (las partículas más pequeñas reaccionan más rápido), se pueden obtener, con menos granos, extracciones más altas de sabor. Congelar el café, además, defienden ambos, tiene otro beneficio importante, preservar durante más tiempo su calidad.

Y esta es, a día de hoy, la razón que aducen más baristas para congelar su café, obviando en muchos casos la de la uniformidad de la molienda, pues es algo, aseguran, que los nuevos molinos profesionales ya permiten. Además, el aislamiento en estos nuevos equipos, añaden, salvaguarda al grano de cualquier calentamiento accidental.

En cambio, conservar las propiedades del café intactas sí que es una razón de peso para congelar su café, aunque no existen datos consolidados que avalen que este sistema es mejor o tiene más ventajas que hacerlo, por ejemplo, en recipientes o bolsas herméticas, libres de oxígeno y de humedad.

En cambio, sí que hay voces que advierten sobre los posibles efectos de la condensación del café congelado en la cámara del molino y desaconsejan utilizarlo en este estado tanto por las consecuencias en la conservación y funcionamiento del equipo, como por el cambio estructural que sufre el grano.

CRIODESECACIÓN DE LA LECHE, ¿UNA NECESIDAD?

Y si el debate sobre la conveniencia o no de la congelación del café está servido y se mantiene en el tiempo, el de la congelación de la leche, también está abierto y en plena vigencia desde que en 2017 el barista canadiense Ben Put, presentará en el mundial la técnica Freeze Distilled Milk que ahora ha llevado un paso más allá, hasta la criodesecación, el Campeón Mundial de Baristas 2022, Anthony Douglas.

En el primer caso, la técnica Freeze Distilled Milk consiste en congelar la leche para eliminar los cristales de hielo y, mediante una simple destilación, recuperar sus grasas, azúcares y proteínas. Esto da como resultado una bebida con una textura más densa y suave que se mezcla de manera más homogénea con el café.

La criodesecación, por su parte, produce una leche aún más concentrada, con sabores más pronunciados y dulces. En esta técnica, la leche se congela rápidamente a temperaturas extremadamente bajas para evitar la formación de grandes cristales de hielo. Una vez congelada, se somete a un proceso de sublimación, aplicándole calor suave en una cámara de vacío a baja presión y temperatura controlada, de modo que el agua presente en la leche pasa directamente de estado sólido a gas, sin derretirse, y desapareciendo en forma de vapor.

Al final de la criodesecación el resultado es leche en polvo, libre de agua y con todos sus nutrientes esenciales intactos. Cuando se reconstituye, la leche mantiene sus mismos componentes que en su versión original, pero más concentrados, lo que la convierte en un producto con un sabor más completo y dulce y una estructura mejor para la elaboración de determinadas elaboraciones gracias a la presencia más alta de proteínas y grasas.

Anthony Douglas destaca, además, el comportamiento estable de la leche durante el proceso de criodesecación, lo cual, explica, permite replicar resultados consistentes utilizando el mismo producto original, además de dejar en manos del barista, la elección de la mejor concentración durante la reconstitución según las necesidades de su café.

Aún y así, y a medida que la discusión sobre esta técnica continúa, queda por ver si tendrán un mayor alcance y aceptación, sobre todo teniendo en cuenta la oferta creciente en el mercado de leches baristas que se han formulado, específicamente, para lograr una textura y sabor adecuados que complementan al café de forma óptima y favorable para la calidad de la bebida■

SABÍAS QUE

CAFÉ CON **SAL** Y CAFÉ CON **MANTEQUILLA**

¿Modas pasajeras o verdaderas delicias?

El café con sal y el café con mantequilla, poco a poco, se están asegurando el favor de muchos consumidores de café. Estas combinaciones pueden parecer sorprendentes a primera vista, pero han ganado seguidores entusiastas que afirman que aportan un sabor único a la taza, una nueva experiencia sensorial que hay que probar y beneficios varios a nuestro metabolismo, en el caso del café con mantequilla.

El mundo de la elaboración del café está en constante evolución y la incorporación de nuevos ingredientes y técnicas forman parte de estos cambios que en ocasiones toman formas y sabores de lo más sorprendentes. Tanto el café con sal como el café con mantequilla son ejemplo de ello, dos tendencias que se están haciendo un hueco en el recetario cafetero y que no dejan de ser una muestra más de como los amantes de esta bebida exploran y experimentan con diferentes combinaciones buscando crear nuevas experiencias que les sigan sorprendiendo.

CAFÉ CON SAL

El café con sal es una tendencia relativamente nueva que ha capturado la atención de los consumidores de café más arriesgados y aventureros, sobre todo de occidente, pues añadir sal al café es una práctica que no es novedad en otras partes del mundo como Taiwán, México o incluso Turquía, donde hacerlo, forma parte de una de las tradiciones más arraigadas en el país, según la cual las mujeres deben preparar un café con sal a su futuro marido como parte de una ceremonia informal.

Según explican los que han descubierto ahora esta combinación, adicionar sal al café puede parecer una práctica extraña al principio, pero muchos aseguran, también, que han encontrado en esta combinación de sabores una experiencia muy satisfactoria y sorprendente para el paladar.

Y si bien, estas apreciaciones pueden llegar a sorprender, no es algo tan pelegrino como podríamos pensar, sobre todo cuando hablamos de cafés de baja calidad. Incluso existe una base científica para ello: el cloruro de sodio es extremadamente eficaz para suprimir el amargor del café y de todo tipo de alimentos. Al anular la percepción de la amargura, la sal permite que otros sabores, como la dulzura o el umami, pasen a primer plano y realmente brillen. Esto explicaría la popularidad de la sal como ingrediente de cocina a lo largo de la historia y podría justificar, también, la optimización de la percepción sensorial en boca de un café de dudosa calidad.

E insistimos en la acepción de café de baja calidad, pues de añadir sal a otros tipos de café, con mejores características sensoriales, el resultado puede ser que sus sabores se oculten.

En algunos países, algunos baristas han comenzado a incorporar técnicas específicas para preparar el café con sal. Por ejemplo, al estilo taiwanés, utilizando sal marina en la leche emulsionada para adornar la bebida o incluso añadiendo una pizca de sal al café molido antes de prepararlo.

Pero más allá de si consideramos un acierto o una aberración añadir sal al café, lo cierto es que se trate de una opción que contemplan algunos consumidores, no deja de ser una confirmación más de la gran versatilidad del café que tanto se puede beber solo como mezclado con azúcar, con leche, con sirope, con licores, con bebidas vegetales o incluso con mantequilla, otra de las combinaciones tendencia que ha llamado más la atención en los últimos tiempos.

CAFÉ CON MANTEQUILLA

De hecho, el café con mantequilla debe su popularidad a la dieta conocida como "Bulletproof Coffee" (café a prueba de balas). Esta mezcla, creada por Dave Asprey, combina café recién hecho con mantequilla sin sal y aceite de coco o aceite MCT (triglicéridos de cadena media).

En taza, la mantequilla sin sal, rica en grasas saturadas, añade una textura cremosa al café, similar a un café con leche, pero con un sabor más pronunciado y una sensación de plenitud, mientras que al añadir el aceite de coco o MCT puro, se logra aumentar la saciedad al consumir la bebida.

Los amantes del Bulletproof Coffee afirman, además, que el café con mantequilla proporciona una energía inmediata y sostenida que ayuda a acelerar las cetonas y elevar el metabolismo, gracias, en este caso, a la combinación de las moléculas de las grasas saturadas y la cafeína. Ahora bien, también advierten que si bien los triglicéridos de cadena media (MCT) son clave para elaborar un café a prueba de balas, no vale cualquier grasa. La elegida, explican, tiene que ser una que contenga una cantidad suficiente de MCT para otorgar a la bebida todos sus beneficios. De ahí la recomendación del aceite de coco para esta elaboración o del ghee (mantequilla clarificada, originaria de la gastronomía india y paquistaní), dos de los alimentos con mayor índice de MCT.

Y aunque esta tendencia puede resultar controversial debido a su alto contenido de grasas saturadas y contenido calórico (342 Kcal por 250gr de bebida), lo cierto es que ha ganado muchos seguidores, ya entre de los que buscan una alternativa saciante al café tradicional, siguen una dieta cetogénica o baja en carbohidratos, o, incluso, entre los que realizan ejercicio de alta intensidad.

Para gustos… ¡Sabores!

SABÍAS QUE

EXPERIENCIAS INMERSIVAS EN CAFETERÍAS

El café a través de los sentidos

El café es mucho más que una bebida, es una experiencia sensorial que va más allá del sabor y el aroma. Por esta razón, cada vez son más populares las experiencias inmersivas relacionadas con la degustación y disfrute de este producto, que buscan crear vivencias únicas y memorables para los amantes del café.

Las experiencias de café inmersivas son una tendencia en aumento en la hostelería y algunos establecimientos de café están creando, ya, experiencias que van más allá de simplemente servir una buena taza, ofreciendo a sus clientes oportunidades para aprender sobre los orígenes, probar diferentes cafés y ejercitarse en la identificación de los distintos perfiles de sabor.

CATAS DE CAFÉ

Una de las experiencias más populares son las catas guiadas que, sobre todo, cafeterías especializadas organizan para grupos reducidos de clientes. En estas catas se ofrece al consumidor la posibilidad de probar diferentes cafés y, a través de las explicaciones de un experto, se le invita a descubrir y experimentar con los sabores y aromas de los diferentes cafés, además de a comprender mejor el proceso de producción, tostado, y preparación de la bebida.

Otra experiencia inmersiva es la degustación de diferentes orígenes de café, donde los clientes pueden probar café de distintas regiones y países, y aprender cómo factores como el clima, el suelo y la altitud afectan, por ejemplo, al sabor del café.

MARIDAJES CON CAFÉ

Los maridajes de café con alimentos son otra experiencia que, poco a poco, empezamos a encontrar, también, en algunos restaurantes, donde el café sale de la barra y salta a los fogones. Y es que como ingrediente, el café es un producto que ayuda a completar y el realzar el sabor de muchos platos, sobre todo de carne, y postres. Su sabor intenso, también lo hacen ideal para utilizar en adobos o marinados para carnes, en salsas para pastas o incluso en guisos de verduras.

Además, hay que recordar que el café es una bebida versátil y que se puede disfrutar de muchas maneras, incluyendo en la coctelería. La combinación de sabores y texturas que se pueden lograr con el café y los licores es infinita, lo que ha llevado a bartenders de todo el mundo a experimentar y crear cócteles deliciosos e innovadores que combinan lo mejor de ambos mundos, y que ya podemos encontrar en muchas cartas de coctelerías y establecimientos especializados de nuestro país.

MÁS ALLÁ DE LAS BEBIDAS CON BASE DE ESPRESSO

Aunque el espresso es una opción popular y clásica, existen muchos métodos diferentes para preparar el café que algunos establecimientos ya ofrecen con el fin de brindar nuevas experiencias inmersivas a sus clientes que sean capaces de fomentar nuevas conexiones de estos consumidores con el proceso de preparación del café. Las preparaciones de filtro son un buen ejemplo.

Al ofrecer una variedad de métodos de preparación de café, estos establecimientos pueden adaptarse a diferentes gustos y preferencias de sus clientes. Además, ofrecer varias posibilidades contribuye, también, a "educar" a los consumidores sobre los diferentes tipos de café y los métodos de preparación, explican algunas cafeterías que ya han incluido este tipo de oferta en su negocio. Esto, añaden, les está ayudando a crear en su entorno una comunidad más informada y apasionada por el café, lo que sin duda se traduce, además, en clientes más leales y comprometidos.

TALLERES

Además de estas experiencias más tradicionales, algunos establecimientos de café están incorporando actividades interactivas y educativas para brindar a los clientes una experiencia diferente. Por ejemplo, talleres de latte art o talleres de tostado de café, como ofrece ya alguna cafetería de Nueva York, donde los clientes pueden tostar su propio café y llevárselo luego a casa.

En esta misma ciudad, además de en Seattle, Chicago, Shangai, Tokyo y Milán, la que quizás sea la cadena de cafeterías más importante del mundo en este momento, dispone, también, de un café "reserve", un modelo de tienda dedicada en exclusiva a conectar al cliente con el café y que es definida por sus propietarios como "santuario teatral y experimental de la pasión por el café". En esta tienda de Nueva York y en el resto de localizaciones, ofrecen degustaciones de cafés de alta calidad y cafés raros, talleres prácticos de inmersión y todo tipo de degustaciones de nuevas bebidas y cócteles de café. El éxito es tal, que estos reservé se incluyen ya, en muchos de los itinerarios de los operadores turísticos con presencia, sobre todo, en las ciudades mencionadas de Estados Unidos.

POP-UP CAFÉS

Los Pop-up Cafés son otra propuesta que empieza a ser habitual en las calles de algunas ciudades, por ejemplo, Londres. Los Pop-up Cafés son pequeñas tiendas de producto de especialidad, con servicio de elaboración de café, en las que el espacio deja de ser fijo para convertirse en itinerante y temporal. Esto da pie a encontrar cafeterías en el interior de un antiguo autobús, en una barcaza, en el interior de un contendor reconvertido en moderna cafetería y en otros muchos lugares más, a los que los clientes suelen acudir bien porque se topan con ellos o atraídos por las publicaciones en redes sociales, el principal canal de comunicación para este tipo de negocios.

Generalmente, además, los Pop-up Cafés ubicados en espacios más convencionales -locales que ocupan por unas pocas semanas o meses -, ofrecen experiencias inmersivas diseñadas específicamente para que el cliente desarrolle su fidelidad a la marca y puedan disfrutar, además, de su slow moment en una atmósfera única que invita a ello.

Una de las características de los Pop-up Cafés es que su oferta incluye cafés exclusivos que solo se pueden encontrar durante el tiempo que dura la experiencia, lo que unido al carácter efímero de la propuesta, otorga a estos negocios cierto sentido de exclusividad y sorpresa que atrae a los amantes del café.

Estos cafés se han convertido, además, en una forma innovadora para que los propietarios de negocios prueben nuevas ideas y conceptos, y para que los baristas experimenten con nuevas formas de preparación y presentación de café.

ESPACIOS INMERSIVOS

Y si lo que se busca es ofrecer al cliente una experiencia inmersiva, nada mejor que el espacio en sí mismo, lo sea tambien. Como muestra, las muchas cafeterías que en estos últimos años han aparecido en Alemania, países nórdicos y, poco a poco, también en España, en las que se reserva un espacio a la vista de los clientes donde se tuesta café.

Con ello, los propietarios de estos establecimientos persiguen no solo que los clientes pueden disfrutar y ver el proceso de tostado del café, lo que les da una mayor comprensión y apreciación por la bebida que están disfrutando, sino que se crea un ambiente auténtico que ayuda a los consumidores a conectarse con la cultura y el arte del café.

DIGITALIZACIÓN, LA EXPERIENCIA DEL CAFÉ LLEVADA AL ORIGEN

La digitalización es otro de los recursos que ha encontrado el sector para favorecer la experiencia inmersiva de sus clientes en el mundo del café. Esto incluye soluciones tan básicas como los códigos QR que ubicados en cartas, envases o espacios claves de la cafetería facilitan a los consumidores ampliar la información sobre el café, a través de enlace directo a información generada por el propio negocio, por sus proveedores u otras fuentes de interés.

Existen, también, establecimientos que van un paso más allá y ofrecen propuestas más avanzadas, como apps de realidad aumentada, que brindan al consumidor nuevas experiencias interactivas a partir de una combinación de la dimensión virtual y física capaz de crear un ambiente inmersivo y único.

Estas aplicaciones de realidad aumentada facilitan al usuario poder explorar, por ejemplo, la historia y el proceso del café que está consumiendo, acceder a información sobre las diferentes variedades y sabores que ofrece, y hasta incluso interactuar con otros usuarios en tiempo real.

Además, algunas cafeterías también están utilizando tecnología de inteligencia artificial para personalizar las recomendaciones de café para cada cliente, basándose en su historial de consumo y preferencias. Esto, aseguran, proporciona una experiencia de café más personalizada y satisfactoria para el consumidor.

Todas estas experiencias de café inmersivas ofrecen, pues, una oportunidad a las cafeterías para diferenciarse de su competencia y a los clientes para explorar el mundo del café más allá de la degustación de la bebida. Además, en la mayoría de los casos, se están demostrando una herramienta útil y educativa para divulgar la cultura del café entre los consumidores, abriéndoles las puertas a descubrir nuevas variedades de café, mejorar su paladar y apreciar la complejidad y la diversidad del café y del trabajo que realizan los profesionales de este sector ■

Radar process
SYNTEGON PROCESSING & PACKAGING
Soluciones y servicios globales para el *procesado* y *empaquetado* de **café**
PROBAT
RYCHIGER FILLING AND SEALING MACHINES
IMCO PROCESS&PACKAGING
Representación en exclusiva en España y Portugal
www.imco.es | imco@imco.es | Còrsega 381-387, 08037 Barcelona | T. 934 572 800

FÓRUM COFFEE FESTIVAL

A medida que se acerca la fecha del Fórum Coffee Festival, 29 y 30 de septiembre y 1 de octubre se van conociendo más detalles de este nuevo evento cafetero en España que Fórum Café lleva meses preparando y que reunirá durante tres días en la Farga de L'Hospitalet (Barcelona) a productores, importadores, fabricantes,, expertos de la industria, tostadores, baristas y aficionados para celebrar y explorar la cultura del café.
Durante el Fórum Coffee Festival, los visitantes tendrán la oportunidad de sumergirse en el fascinante mundo de este producto, y lo podrán hacer desde todos los ámbitos en el que café se encontrará presente en este evento, que dedicará más de 5.500 m² dedicados en exclusiva al café.

Exposición de productos y equipos

En el Fórum Coffee Festival, participarán las principales marcas del mercado nacional del café que traerán consigo los productos y equipos más innovadores para que los visitantes puedan explorar y descubrir las últimas tendencias en tecnología, maquinaria y calidad del café. En algunos de estos stands, además, las marcas ofrecerán demostraciones relacionadas con el café a los visitantes.

Competiciones profesionales y amateurs

Fórum Coffee Festival será el escenario de la puesta en marcha de una nueva generación de competiciones Fórum Café, entre las que destaca el Campeonato Barista Pro, que coronará y premiará con 6.000€ al barista más completo del país. Además, el programa de competiciones también contempla los concursos de Mejor Blend Comercial y Mejor Café de Especialidad, Mejor Espresso Home, Mejor Capuccino con bebida vegetal y Mejor receta de Café Bombón.

Workshops y Masterclass

Los asistentes podrán participar en talleres y clases magistrales sobre diversos temas relacionados con el café. Estas sesiones de aprendizaje cubrirán desde la introducción a la cata hasta las técnicas de Latte Art, pasando por la preparación de cafés con bebidas vegetales y la creación de combinados de café. También se abordarán temas más técnicos, como los perfiles de tueste, los defectos del café verde y la calibración del espresso y en el I Coffee Symposium de Fórum Café, profesionales y personalidades del mundo de la empresa, la investigación, el marketing, la Universidad, así como representantes de las principales instituciones cafeteras mundiales abordarán los temas más candentes que preocupan y ocupan en estos momentos al mercado y a la industria del café, con especial foco en la sostenibilidad, tecnologías disruptivas y evolución de la demanda de café.

Catas

La zona Tasting Área del Fórum Coffee Festival acogerá diversas sesiones formativas y de cata, tanto para consumidores como para expertos. Por ejemplo, se han programado formaciones técnicas en torno al tueste de café – "Deep dive roasting insights" y "Aprende a tostar tu propio café" -, y, también, catas de cafés de diferentes regiones productoras, como El Salvador, Brasil, Colombia y Honduras. Además, expertos en productos complementarios al café, como tés y chocolates, dirigirán catas temáticas. También se explorará la importancia del agua en la elaboración de Cafés de Especialidad y habrá Mastersclass apoyadas en catas sobre la percepción sensorial de café y el Café de Especialidad.

Arte Urbano Cafetero

El festival de Fórum Café nace con la voluntad de dar cobertura a toda la cultura del café y es así que contará con exhibiciones de arte urbano relacionado con el este producto, brindando un toque extra de creatividad y arte al evento. Están previstas, también, actuaciones musicales y de DJ's.

Coffee Trucks y Gaggia Villages

El festival contará con una zona diseñada especialmente para el descanso, en la que los visitantes podrán sentarse a disfrutar de los cafés y entablar reuniones y encuentros, en el caso del público profesional. Además, se habilitarán sendos villages dedicados a las cafeterías de especialidad y a los micro roasters, en los que se propondrá a los visitantes descubrir el trabajo y las tendencias que dan carácter a este segmento de actividad del café.

Barista Party

Fórum Café ha cerrado un ciclo de Competiciones Baristas (2006-2021), y arranca en este festival una nueva etapa con nuevas competiciones. Es por este motivo y con intención de poner el broche de oro a las competiciones pasadas que en el Fórum Coffee Festival se homenajeará a todos los Campeones y Campeonas pasados y, seguido de este homenaje, dará inicio la Barista Party del Fórum Coffee Festival, una fiesta para celebrar y brindar por el éxito de la comunidad barista en España.
Toda la información actualizada del programa del Fórum Coffee Festival se publica puntualmente en la web del Festival

Patrocinadores oficiales Fórum Coffee Festival

CAMPEONATO BARISTA PRO

QUALITY ESPRESSO · BRITA · Lotus Biscoff · Vipasa & Chepre II · COMPAK · ICONA CAFE

MEJOR ESPRESSO HOME Y GAGGIA VILLAGE

GAGGIA

MEJOR CAPPUCCINO CON LECHE VEGETAL

DeLonghi · Vivesoy

COFFEE SYMPOSIUM

CREM

Association Partners

CETT · EHTB · Restauración colectiva · ANFAC · MACAFÉ · Ajuntament de L'Hospitalet · AECafé

RUBÉN SANZ,
JUEZ BARISTA FÓRUM CAFÉ

"El Campeonato Barista Pro quiere contribuir a formar y crear profesionales que dominen y transformen su trabajo en la mejor de las experiencias para el consumidor"

Fórum Café estrenará en la primera edición del Fórum Coffee Festival, una nueva y emocionante competición, el Campeonato Barista Pro que, además de novedad mundial, nace con todos los alicientes para convertirse en una nueva y eficiente herramienta para seguir avanzando en la excelencia del café en España.

Rubén Sanz Navarro es Juez Fórum Café y una de las personas que más implicada ha estado en el diseño del nuevo Campeonato Barista Pro de Fórum Café y, también, en el del resto de competiciones que acogerá el Fórum Coffee Festival, entre las que se encuentran concursos abiertos a los home baristas y coffee lovers.

Sanz, además de miembro fundador del Comité de Jueces Fórum y formador homologado de la entidad, es una de las caras más conocidas de los campeonatos baristas Fórum Café. Se inició como participante y desde hace ya más de una década colabora como juez, con más de 50 participaciones en competiciones regionales, provinciales y nacionales, donde ha actuado en todas las categorías de juez, posibles.

Su trabajo como Coffee Ambassador de EVOCA Group le asegura un contacto constante con la comunidad barista y las tendencias de un sector que no para de evolucionar, como lo hacen, también, las competiciones Fórum Café, de las que hemos hablado con él, interesándonos, además, sobre el rol y la preparación de los jueces y su visión sobre un evento, el Fórum Coffee Festival, que tiene en los campeonatos y concursos uno de sus atractivos más importantes. Estas competiciones se repartirán a lo largo de los tres días del festival, del 29 de septiembre al 1 de octubre, en la Farga de L'Hospitalet (Barcelona), asegurando, todas ellas, muchos alicientes para la diversión, el aprendizaje y el disfrute de nuevas y únicas experiencias entorno a la cultura del café.

¿Qué nos puede adelantar de este nuevo Campeonato Barista Pro?

El campeonato Barista Pro será la primera competición a nivel mundial que premie al profesional más completo, al Barista que domine absolutamente todas las "skills" y "knowledges" que engloban el trabajo de estos profesionales.

Durante la competición, los participantes deberán demostrar sus habilidades sensoriales, sus habilidades de elaboración con distintos métodos, el manejo de la estación barista y sus habilidades de servicio... ¡Será un gran espectáculo!

En esta competición, todas las pruebas - cata, café filtro, latte art, la comanda, bebida de autor, espresso blend y origen - tendrán la misma importancia y serán valoradas de forma individual, incluyendo la calidad de todas sus elaboraciones. ¿El por qué? Es muy sencillo, desde Fórum Café la apuesta es clara y contundente... formar y crear profesionales que dominen y transformen su trabajo en la mejor de las experiencias para el consumidor.

¿Cuál es el papel que juegan los jueces baristas en las competiciones Fórum Café? ¿Cómo contribuyen a la experiencia general de los asistentes y concursantes?

En nuestras competiciones, los Jueces son parte fundamental y su función no es otra que evaluar los ejercicios del barista, tanto las habilidades propias del participante como las características organolépticas de las bebidas que presentan.

En cuanto a su contribución, es diversa e igualmente importante. Por una parte, al público le genera confianza estar presenciando un evento relevante en el que se reconoce la calidad tras ser evaluada por jueces especialmente preparados para ello. Mientras que, en el caso de los baristas, y a pesar de que pueden darse sensaciones encontradas, pues el hecho de ser examinados de cerca por los jueces puede provocarles nerviosismo, nuestra presencia es la certeza de que la evaluación de su actuación será realizada con objetividad. Además, los jueces estamos instruidos y preparados para ofrecer al participante confianza, colaboración y calma.

¿Qué habilidades y conocimientos son necesarios para ser juez barista?

Los jueces han de estar homologados por la entidad organizadora del campeonato en el que participan, en nuestro caso Fórum Café, y superar exámenes prácticos y teóricos que engloban todos los aspectos evaluables durante una competición. En la bolsa de jueces de Fórum Café somos muy afortunados por poder contar con perfiles muy diversos, lo que nos permite contar con auténticos especialistas en cada materia. De esta forma, y en momentos puntuales, la resolución de consultas o valoraciones más complejas, siempre encuentran una respuesta profesional.

¿Cómo se están preparando los jueces para evaluar a los participantes de las nuevas competiciones Fórum Café?

El entrenamiento ha de ser constante. Casi todos los jueces desarrollan su actividad laboral dentro del sector del café y de forma inherente, aplican sus conocimientos en el "día a día". Otra forma de capacitarse y "refrescarse" con nuevas tendencias es con su asistencia a los cursos que Fórum Café ofrece a sus asociados de forma continuada.
Este año, además, con el nuevo Campeonato Barista Pro a punto, nuevo formato y reglamentación, Fórum Café lanzará en breve una homologación de jueces para esta competición y otras.

¿Cuál cree que va a ser el mayor reto para los baristas en esta competición Barista Pro?

El mayor reto y sabiendo que se presentan auténticos profesionales, será enfrentarse a una nueva competición con un nuevo reglamento. Pero no han de preocuparse porque será un reto compartido con los jueces y con la propia organización de Fórum Café, que trabaja desde hace ya dos años en el diseño de esta nueva competición para que resulte un éxito y un nuevo estímulo para el sector.

Además del campeonato Barista Pro, en el Fórum Coffee Festival acogerá otros nuevos concursos abiertos a los aficionados. ¿Cuál es el objetivo de esta invitación?

Estos concursos serán, sin duda, otro de los grandes alicientes del Forum Coffee Festival. Aprovechando el marco incomparable que proporciona una propuesta como esta, de 3 días dedicados en exclusiva a la cultura del café, con exhibiciones, charlas, catas, ponencias, feria de producto... incluir a "coffee lovers" ofreciéndoles actividades como "workshops", "talleres", "cursos" y "concursos paralelos" a los profesionales, es la oportunidad perfecta para unir al consumidor final con la industria, asegurando, así, la conexión completa de todos los eslabones de la cadena del café en este encuentro.
Actualmente, muchos consumidores han desarrollado conocimientos, habilidades e inquietudes en lo que respecta a su consumo habitual de café y qué mejor manera de seguir ofreciéndoles posibilidades de mejora que invitándoles a ser partícipes de un evento como este y con el único objetivo de compartir conocimientos y por supuesto buenos sorbos de café.
Estoy convencido de que el nivel de los home baristas será alto y que pueden sorprender agradablemente a los afortunados jueces que participen en estas competiciones.

¿En relación con otras competiciones baristas que se realizan en todo el mundo y que usted conoce bien, dada su condición también de juez SCA, qué cree que aportan como novedad las competiciones Fórum Café al mundo del café?

Son muchas las novedades. Desde el planteamiento del Campeonato Barista Pro, como ya he explicado antes, hasta las competiciones home barista que no existen de forma oficial en ningún otro evento. También, es novedad el hecho de englobarlas todas en una sola "feria – exposición", lo que resulta una gran diferencia con el resto de organizaciones que realizan estos eventos en distintas localizaciones, a la vez que una gran ventaja para los asistentes que pueden optimizar su inversión de tiempo y costes.
Además, otra de las grandes novedades del Fórum Coffee Festival es su carácter integrador y que ofrece una mejor oportunidad para reunir en un mismo espacio a Pymes y grandes empresas de nuestro país. Esto generará sinergias positivas para todo el sector.

Una de las claves de las competiciones baristas ha sido siempre ir un paso por delante de las tendencias y servir de escaparate de novedades en técnicas, producto, "herramientas", ¿qué espera ver en la competición Fórum Café? ¿Es importante que los baristas ofrezcan algo nuevo y diferente para destacar en los campeonatos?

Creo que todo el evento en sí ofrecerá novedades y nuevas tendencias. No será responsabilidad única de los participantes el hecho de sorprender con nuevos elementos, será responsabilidad de la organización y de las empresas que exhiban sus productos en un marco especialmente creado para este menester.

Para acabar y volviendo a su rol de juez ¿Cómo crees que evolucionará en el futuro el papel de los jueces baristas?

Los jueces han evolucionado gracias a la evolución de los baristas, gracias al crecimiento y transformación del mercado, gracias a la inquietud de los consumidores. Si el sector continúa evolucionando, los jueces, afortunadamente, evolucionarán de forma paralela ■

Campeonato Barista Pro
FÓRUM CAFÉ

29 y 30 de septiembre
y 1 de octubre de 2023

FÓRUM

COFFEE FESTIVAL

LA FARGA
L'Hospitalet

fórumcafé

La Farga de l'Hospitalet

Barcelona

TÉ

EL TÉ DE **TURQUÍA**

En Turquía, el té se conoce como "çay" y es una bebida que forma parte de la cultura nacional. En taza, el té de Turquía elaborado a la manera tradicional del país, es un té muy diferente al té que se consume en otros países, con una historia propia y una forma de preparación distintiva.

Turquía es el quinto productor mundial de té y en torno a este producto ha desarrollado una sólida cultura, repleta de tradiciones y rituales.
El Té (Çay en turco) se empezó a cultivar en el país iniciado ya el siglo XX, cuando en 1917, tras diversos intentos, se determinó que era posible producir esta planta en la provincia de Rize, en la parte este de la costa del mar Negro, en el noroeste del país. Antes lo habían probado, sin éxito, en Bursa entre 1888 y 1892.
Las condiciones óptimas para el cultivo de té Rize pronto fueron evidentes y ya en 1924, el gobierno del país aprobó una ley para proteger y promover este cultivo en esta zona de Turquía, dando pie, además, a la fundación del Instituto de Investigación del Té. El objetivo era asegurarse una producción con garantías para poder iniciar la producción comercial de este producto. En este intento, a finales de la década de 1930, Turquía importó 70 toneladas de semillas de té negro desde Georgia y creó viveros en Rize para abastecer a los productores de la zona.

LOS CAMPOS DE TÉ DEL MAR NEGRO

Fue así que, poco a poco, se empezaron a ocupar tierras con jardines de té que acabaron transformando el paisaje de estos territorios, donde hoy la producción de esta planta es una de las principales actividades económicas de la zona.

En 1940, una ley adicional que apoyaba a los agricultores y protegía sus derechos impulsó el cultivo de té en la región y siete años después, 1947, se inauguraba ya en Rize la primera planta de procesamiento de hojas de té verde.
A partir de ese momento, el cultivo de té se extendió con éxito a los territorios próximos de Ordu, Giresun, Trebisonda y Artvin, ocupando actualmente la producción de esta planta una extensión superior a 9.700 hectáreas en Turquía.

El té negro turco tiene un sabor fuerte y aroma agradable y resulta ligero en el paladar

Hasta 1984, el té fue un negocio de Estado en Turquía. En 1971 se había creado Çay-kur, Directorio General de Empresas del Té, como única empresa autorizada para el comercio del té, con el objetivo de lograr un mejor y rápido crecimiento al sector. Logrado esto, el negocio se liberó en gran parte y se otorgó a las empresas privadas el derecho a comprar, procesar y comerciar té.
Inicialmente, la meta principal de la producción de té en Turquía era satisfacer la demanda interna. Hasta 1963 la producción había sido insuficiente, y se cubría la brecha entre la producción y la demanda mediante importaciones. A partir de entonces, la producción alcanzó un nivel superior a la demanda y, con el apoyo de las políticas implementadas, se empezó, incluso, a exportar, aunque esta sigue sin ser la principal misión de esta industria turca del té.
Aún y así, desde entonces, este país exporta hojas de té enteras y también té empaquetado a punto para la venta al público a algunos países. Los principales destinos de estas exportaciones son la Unión Europea, Arabia Saudita, EE.UU, Israel e Irak. Dentro de la UE, los mercados más importantes son Bélgica, Alemania, Francia y Holanda.

PRODUCCIÓN

En Turquía se cultiva té negro, cuyas hojas se recogen a mano, tres veces al año, en mayo, julio y septiembre. A diferencia de otros países, este es uno de los pocos donde nieva sobre el té, contribuyendo esta nieve a proteger las plantas de hongos y plagas de forma natural.
El microclima único de las áreas montañosas cercanas al mar Negro hace posible este cultivo que se estima el sustento para más de 205 mil productores en este país. El té crece en las laderas de los montes, en terrenos regados por las lluvias monzónicas, hasta que los cosechadores cortan con tijeras las hojas durante la madrugada para asegurar su máxima calidad. A continuación, el té es trasladado a las estaciones de procesamiento donde se emplean los métodos Ortodoxo - hojas enrolladas a mano o por máquinas para romper las celdas y provocar la oxidación) o CTC (triturado, despedazado

y enrollado) para dejar a punto el té para su comercialización.

Turquía es el máximo consumidor de té per cápita del mundo

La producción media de estos últimos años en Turquía, ha superado las 270.000 toneladas/anuales, de las que cerca de un 90% se quedan en el país para consumo interno.

MÁS QUE UNA BEBIDA

Los habitantes de este país aman el té, tanto que es considerada una bebida nacional, junto con el ayran, el salep, el boza y el café turco. El té lo beben personas de todas las edades y clases sociales y lo hacen durante todo el día, en especial en el desayuno y por la tarde. Tanto es así que, según datos de Comité Internacional del Té, Turquía lidera el consumo mundial de té per cápita.

El té turco es considero una bebida social en el país, y se consume en reuniones familiares y con amigos. Es una forma de demostrar hospitalidad y es común que se ofrezca té a los visitantes en una ceremonia, ya, de larga tradición. También es habitual que los asistentes a un funeral lleven té y azúcar a la funeraria para expresar su solidaridad con la familia del fallecido.

DEGUSTACIÓN DEL TÉ TURCO

El té de Turquía no es lo mismo que el té turco. Y eso es así porque "té de Turquía" hace referencia al origen del producto, pero "té turco" se refiere a una modalidad de preparación del té y su cultura, más allá que en este país, esta elaboración se lleve a cabo mayoritariamente con té nacional.

Sensorialmente hablando, se considera al té negro turco, un té de sabor fuerte, consistente, y buen aroma, descrito, generalmente, como herbal e incluso, agradablemente especiado. En taza, este té ofrece un cuerpo ligero, aunque su sabor intenso se encarga de llenar la boca. En cuanto a la textura, los tés turcos son suaves en el paladar.

La preparación del té turco resulta un proceso minucioso que se lleva a cabo en un "çaydanlik", una doble tetera de dos recipientes. El de abajo para el agua y el de arriba para las hojas del té que esperan allí a que se caliente el agua y las haga infusionar.

Una vez que el té está listo, se sirve en pequeñas tazas de vidrio conocidas como "çay bardağı", se endulza generosamente y se bebe caliente, acompañado de pequeños bocados dulces como baklava o lokum (delicias turcas).

Las tazas turcas para el té tienen un diseño único, similar a la forma de un decantador de vino, salvando las distancias, pues su base es más estrecha, pero con la boca casi tan ancha como la base, pensado para mantener el calor de la bebida. Su tamaño es pequeño, explican, para asegurarse de que siempre tengas el té caliente y están fabricadas en vidrio transparente para qué se pueda ver bien la intensidad de la bebida, pues, dado el sabor fuerte del té turco, es habitual que durante el servicio se rebaje con agua, por lo que necesitan ver el color del té para asegurarse de que están sirviendo la intensidad correcta.

El té se consume en casa y también es una bebida habitual fuera del hogar. Alrededor de las tiendas, en las oficinas, en las fábricas y en las escuelas, etc, es habitual encontrar puestos con una persona que prepara té para su consumo al momento. Además, en Turquía son muy populares, también, los Kahvehane, locales donde se reúnen los hombres a beber café y té y divertirse con juegos de mesa, tipo backgammon. Otro espacio predilecto por los turcos para disfrutar de su bebida, son los Jardines de Té.

En estos lugares, además del té negro turco, también sirven té de frutas, algunos de sabor extradulce, té de jazmín, de limón…

UN SÍMBOLO DE IDENTIDAD

Toda esta singularidad del té turco, así como de su preparación y degustación, como su rol de cohesionador social, ha sido avalada en diciembre de 2022 por la Unesco que, a petición de este país y de Azerbaiyán, ha inscrito la cultura del té turco en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Esta inscripción reconoce a la cultura del té turco como parte esencial de la vida cotidiana para todos los estratos de la sociedad, por su capacidad para proporcionar un fuerte sentido de identidad cultural de los territorios donde se consume esta bebida. Entre los portadores de esta cultura, la Unesco destaca a los cultivadores y cosechadores de té, los propietarios de salones de té, los fabricantes y los artesanos de las çaydanlik y resto de utensilios necesarios para la preparación de la bebida y a los que elaboran, también, los dulces tradicionales que se sirven en la degustación del té turco.

El té turco es un símbolo de identidad cultural a Turquía

Antes que el té, Turquía ya consiguió en 2013 que la Unesco inscribiera en su Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, la cultura y tradición del café turco, reconociendo así sus métodos de preparación y sus tradiciones de consumo como uno de los pilares del patrimonio cultural turco.

El café turco se prepara moliendo finamente los granos recién tostados y vertiendo después este polvo fino en un cazo con agua fría y azúcar, que se pone a cocer a fuego lento hasta producir la espuma deseada. La bebida se sirve en tacitas y se consume principalmente en los cafés.

Esta tradición impregna todos los niveles de la sociedad y celebrado en la literatura y en las canciones, el café turco es símbolo de amistad, hospitalidad y refinamiento, desempeñando un gran protagonismo en actos sociales como ceremonias de compromiso y fiestas■

Fuentes: Ministerio de Comercio de Turquía, Unesco

HISTORIAS CAFETERAS

CAFÉS BAY

El origen de Cafés Bay – Bay Coffee Roasters se remonta a la década de los cincuenta del siglo pasado y desde entonces esta empresa se ha convertido en un referente del buen café en Mallorca, Menorca, Ibiza y Madrid, conocida, además, a nivel nacional por su trabajo en el tueste y venta de Specialty Coffee.

Toni Vallcaneras, actual gerente de Cafés Bay

Los comienzos de Cafés Bay se deben a cinco socios que en 1952 decidieron poner en marcha una tostadora de café, entre ellos, Don Francisco O., conocido importador de café verde. La primera sede de la empresa la abrieron en la calle Luis Martí de Palma, desde donde distribuían a toda la isla.

Como nombre para la empresa eligieron, Cafés Bahía y empezaron a ofrecer su café a la hostelería de Mallorca. En aquel momento, las técnicas de preparación del café eran bastante rudimentarias en comparación con las actuales y los bares consumían más café que ahora, lo que dio pie a un servicio de reparto en la capital de tres días a la semana y de dos por los pueblos, en todos los casos a través del sistema de autoventa, tal cual siguen haciendo hoy.

SEGUNDOS PASOS

No pasó ni una década que el negocio había evolucionado lo suficiente como para ser necesario buscar una nueva sede más grande y adecuada para la actividad creciente de la empresa, que trasladó a la calle Capità Castell, también en Palma.

Cafés Bahía por aquel entonces contaba con distribuidores locales en la práctica totalidad de los territorios de Mallorca, hasta que casi llegó a tener uno por pueblo. Estos iban a la tostadora, compraban el café y lo revendían a los bares de su pueblo.

Uno de los distribuidores más importantes eran los hermanos Miralles. Se habían convertido en socios de la empresa hacia los años 60 y se encargaban de la zona del Pla y Manacor. La muerte accidental de uno de ellos, en 1973, marcaría el futuro de la empresa.

Cafés Bay en la década de los 60 contaba casi con un distribuidor por pueblo en Mallorca

Tras este fallecimiento, su lugar fue ofrecido a Miquel Vallcaneras quien, junto a su hermano, años más tarde, compraría la empresa. Vallcaneras comenzó haciendo la distribución de la zona del desaparecido Miralles.

DE CAFÉS BAHÍA A CAFÉS BAY

Antes de adquirir la empresa, esta cambió de nombre en 1980, de Cafés Bahía a Cafés Bay, después del intento fallido de registrar la denominación Cafés Bahía y no ser posible debido a que este nombre, existía en Valencia.

A punto de cambiar de década, en 1988-89, Miquel Vallcaneras y su hermano Toni compraron la empresa y trasladaron la tostadora a su sede actual en la finca de son Bieló, en Lloret de Vistalegre (Mallorca).

Este cambio trajo consigo, además, una apuesta decidida tanto de los nuevos propietarios como de todos sus colaboradores por el café tostado de forma artesanal como camino para asegurar nuevas fórmulas de éxito. A día de hoy, mantienen esta apuesta.

NUEVA ERA

En 2008 se produce el relevo generacional al frente de la empresa y el actual propietario, Vallcaneras (Mallorca, 1980), químico de formación, cafetero de corazón y emprendedor por naturaleza, fue el que inició la transformación y modernización de la tostadora, pasando de un modelo de operativa clásica a una fórmula, la actual, donde inversión y crecimiento van de la mano con paso decidido. Además, creó un nuevo departamento dedicado a la maquinaria de hostelería (servicio de cafeteras), y una nueva imagen publicitaria.

En paralelo a su trabajo como CEO de la empresa, Toni Vallcaneras fue uno de los impulsores de la Associació de Torradors de Cafès de les Illes Balears, de la que es presidente. Desde este puesto reivindica la calidad del producto para poder ofrecer al cliente un café fresco, recién tostado y diferenciarse de las marcas de fuera.

EXPANSIÓN Y SPECIALTY COFFEE

En 2014, Cafés Bay inició su expansión como grupo con la adquisición de Cafés Albertí (fundada en 1977) creciendo y, a su vez, haciendo pervivir una de las míticas marcas isleñas de café. Ese mismo año se cerró la adquisición de Cafés Amengual (Mallorca). En 2017 el grupo adquirió Cafés Gomila, otro de los tostadores de café más antiguos de Mallorca, y en 2018 hizo lo propio con la conocida marca Oroma (Menorca), integrándola totalmente en el grupo.

En paralelo a todos estos cambios, en 2016, en pleno descubrimiento y crecimiento del Café de Especialidad en España, Cafés Bay lanza su proyecto Arabay (arábicas de Bay), englobando, así, bajo una sola marca, a todos los cafés arábica y Specialty Coffee de la firma. Solo un año más tarde llegaría la apertura de tiendas bajo esta denominación en diversos puntos de la geografía española, las cuales se han convertido, ya, para muchos, en verdaderos templos del Café de Especialidad.

Las tiendas Arabay responden a la filosofía de la empresa de comprar global y tostar local, para que el café llegue al consumidor en su momento de máximo sabor

A día de hoy, Bay Coffee Roasters, nombre comercial actual de Cafés Bay, mantiene el tueste artesanal como seña de identidad de la empresa, la cual, además, sigue teniendo su sede en Lloret de Vistalegre, donde han modernizado sus instalaciones y están restaurando su tostadora original-.

LAS TIENDAS ARABAY

Cafés Bay ha decido apostar por hacer llegar su producto directamente al consumidor y desde 2017 tiene en marcha su plan de expansión de tiendas Arabay, una manera de acercar a todo el mundo su pasión por el café, además de una aproximación a su forma de entender el tostado, los orígenes, las elaboraciones, …, comprando global y tostando localmente, para que el producto llegue al consumidor en su momento de máximo sabor.

Las primeras de estas tiendas en abrir fueron diversos locales en Palma y en el mercado del Olivar de la ciudad de Palma (2018). Les siguieron, tiendas en Ibiza (2018 y 2022), Madrid (2021).

Todas estas tiendas están ubicadas en las calles más céntricas de las ciudades donde se instalan siguiendo un patrón muy similar bajo dos modelos de negocio: los flagship store y los coffee points.

Los primeros, los flagship store de Arabay son cafeterías con venta de café en grano y molido en las que, en algunos casos, además de cafetería y tostadora propias, disponen de academia de formación y tienda especializada de artículos para la preparación del café. Los coffee points, por su parte, son establecimientos ubicados en espacios emblemáticos y corners en tiendas gourmets.

Actualmente Cafés Bay ya planea la apertura de nuevas tiendas en España y también en Europa donde llevar y compartir su visión y pasión por el café de calidad tostado de forma artesanal.

ARABAY TEAM

El origen del Arabay Team se sitúa en 2007 cuando Toni Vallcaneras, CEO de Bay Coffee Roasters y amante del ciclismo de carretera y de montaña, decidió fundar el club ciclista Sporty+. Tres años después, el equipo empezó a rodar y en 2012 Cafés Bay se convirtió en su espónsor principal.

En 2016, el equipo se profesionalizó y empezó a competir ya a nivel local, logrando, además, en 2017 la incorporación de Lluís Mas, ciclista profesional con el Caja Rural y que hoy milita en las filas del Movistar Team.

En 2020 Arabay Coffee entró como espónsor principal y fue entonces cuando se presentó el actual Arabay Vas Team Balears, que compite en la Copa España y que acaba de estrenar sección femenina con la que estará presente y competirá, también, en tres secciones: carretera (Copa España y vueltas nacionales e internacionales en la categoría Elite-Sub23), pista y BTT (pruebas nacionales e internacionales).

HISTORIAS CAFETERAS

CAFÉS FLOR DE JAMAICA

Dos generaciones dedicadas al café, un compromiso inalterable por la calidad desde el principio y una apuesta decidida por la sostenibilidad medioambiental y el compromiso social sitúan a Cafés Flor de Jamaica como una de las empresas más sólidas y prestigiosas del sector el café en España.

Nueva fábrica de Cafés Flor de Jamaica

En 1967 el espíritu emprendedor del matrimonio formado por Jerónimo Ruiz Baeza y Carmen Lacarcel Saura dio lugar al primer tostadero de Cafés Jamaica, ubicado en la zona alta de la localidad de Algezares, en Murcia.

El nombre de Jamaica llegó por la unión de las siglas de José Antonio, Mari Carmen y Carmina, todos ellos miembros de la familia.

En aquella época, el matrimonio se dedicó al tueste, envasado y distribución de su café trabajando muy duro y el gran espíritu comercial de Doña Carmen pronto dio sus frutos llevando su receta artesanal de tueste de café a una gran parte de los establecimientos de la Región de Murcia.

MAESTROS DEL CAFÉ

En 1991, su hijo, José Antonio Ruiz Lacarcel se hizo cargo de la empresa convirtiendo la marca Cafés Jamaica en un referente en el sector industrial murciano. El hijo de los fundadores fue el artífice de unas nuevas instalaciones para Cafés Jamaica, poniendo en marcha un proyecto mucho más innovador y preciso en todos los procesos de tueste, calidad y trazabilidad del tostadero, sin perder, nunca, la esencia y el sabor de la taza tradicional tan característico de la firma.

Por causas ajenas a la empresa, en el año 2004 y aprovechando la buena nueva del nacimiento de la primera hija de José Antonio Ruiz Lacarcel, Cafés Jamaica pasó a renombrarse Cafés Flor de Jamaica y tiempo después, y gracias al buen hacer y buena marcha del negocio, se iniciaron las obras de unas nuevas y modernas instalaciones en el Polígono Industrial Oeste de San Ginés, dotadas con la última tecnología del mercado.

La visión y compromiso con la producción de un café de alta calidad forman parte del ADN de Cafés Flor de Jamaica

Y mientras todo esto sucedía y durante más de 55 años, los vehículos de reparto de Cafés Flor de Jamaica han salido y siguen saliendo a diario para acercar su producto a los principales establecimientos murcianos. Primero lo hacían unas pocas furgonetas y actualmente se encarga de este trabajo una extensa flota de vehículos propios que dan cobertura a diferentes puntos y canales de venta.

COMPROMISO CON LA CALIDAD

Convertida a fecha de hoy en una marca referente en el mercado, uno de los mayores valores que se reconocen a esta firma es su capacidad por haber mantenido, a lo largo de más de este más de medio siglo de historia, su visión y compromiso con la producción de un café de alta calidad, lo cual, explican desde la empresa, ha sido posible combinando tecnología y equipamiento con el factor humano, imprescindible en un producto con el café.

Esta empresa ha encontrado en la conciliación familiar la mejor estrategia para incrementar la eficiencia de sus trabajadores

Es así que en Cafés Flor de Jamaica se ocupan de seleccionar meticulosamente los orígenes más prestigiosos y selectos del mundo - aquellos que garanticen un sabor único e inconfundible en cada uno de sus blends – y apuestan, además, por la formación constante en cuestiones de calidad y tueste. Esto lo hacen tanto a nivel interno como, también, con sus clientes, a los que ofrecen soporte continuo a través de seguimiento en sus establecimientos, independientemente del blend o café de especialidad elegido. Además, disponen de formadores propios que acompañan a estos clientes en todo lo relacionado con el café, técnicas e introducción a nuevas tendencias capaces de aportar nuevos valores a su trabajo.

CALIDAD SOSTENIBLE

Además, en esta búsqueda constante de la calidad, la sostenibilidad se ha convertido, también, en otra de las marcas de identidad de esta firma que, a medida que iba creciendo el interés por el café en los hogares, ha ido centrando su oferta en cafés de finca, orgánicos y orígenes que cuentan con una

certificación de Rainforest Alliance, comprometiéndose así con el medio ambiente, y un cultivo de la tierra que protege los bosques, los suelos, cursos de agua y el hábitat de la vida silvestre, además de asegurar que los trabajadores agrícolas se benefician de salarios decentes, condiciones de trabajo seguras, vivienda digna, atención médica y escuelas para sus hijos.

Y para asegurarse de que todo esto se cumple en los cafés que compran, Cafés Flor de Jamaica ha desplegado un ambicioso programa de control de producto desde el origen y que en planta se materializa en iniciativas tan potentes relacionadas, por ejemplo, con la circularidad y residuos orgánicos tanto de sus cápsulas compostables y biodegradables como el desperdicio de materia orgánica a través de colaboraciones directas con la planta de compostaje y aprovechando los residuos producidos durante el proceso de tueste.

Además, sus nuevas y modernas instalaciones, están dotadas de paneles solares, permitiéndonos así ahorrar costes, proteger y respetar el medio ambiente. A todo ello se debe sumar, además, la totalmente renovada flota comercial de vehículos, apostando por los eléctricos de la firma.

De igual modo, en los últimos tiempos, Cafés Flor de Jamaica se ha destacado por su apuesta por la innovación y mejora de los procesos, siendo objetivo de la marca desplegar su tecnología para innovar en el sector, con especial énfasis en la maquinaria industrial y soportes técnicos avanzados de última generación que están permitiendo ya a esta marca ofrecer un servicio integral a sus clientes desde la semilla hasta la taza.

EL ÉXITO DE FAVORECER LA CONCILIACIÓN FAMILIAR

Esta firma murciana de Cafés de Especialidad, gourmet y ecológicos complementa este enfoque hacia la calidad y la sostenibilidad, con acciones de responsabilidad social con incidencia directa tanto en el bienestar de sus proveedores, productores en origen, como también de sus propios trabajadores.

En origen lo hacen a través de Café Mundi, la ONG española formada por empresa del sector café que lleva a cabo diferentes acciones de apoyo al desarrollo en comunidades de productores de café de todo el mundo, mientras que en planta son una de las empresas del sector que pueden presumir de haber puesto en práctica la conciliación familiar.

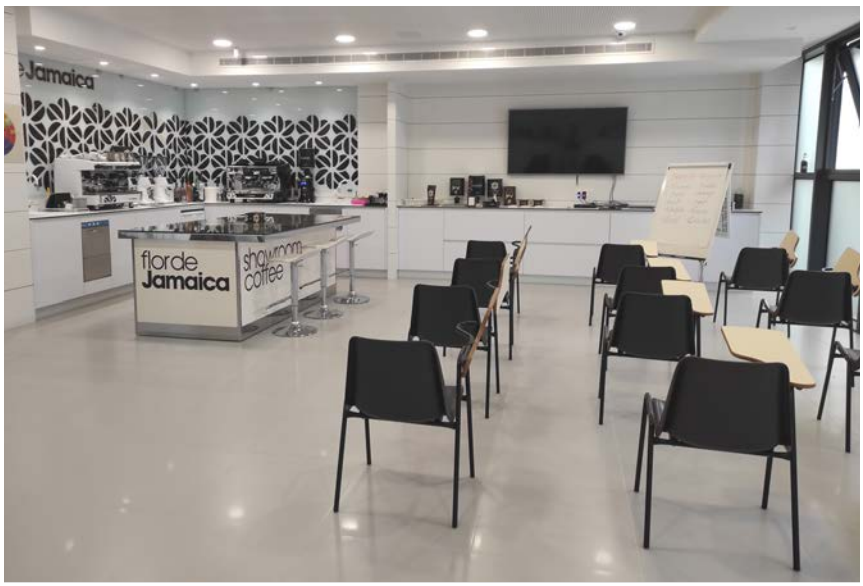
En Cafés Flor de Jamaica están convencidos de que conciliar vida laboral y vida familiar es bueno para la sociedad y para las empresas y qué conciliación familiar no es poder llevarse los hijos al trabajo, ni que los mismos pasen más tiempo en guarderías… sino que es saber organizar la carga y los horarios laborales adaptándolos a las necesidades del puesto de trabajo. Es más, aseguran, la conciliación de la vida familiar y laboral permite el desarrollo pleno de la familia e incrementa la eficiencia en el puesto de trabajo de todos los empleados de la familia Flor de Jamaica.

RETOS INMEDIATOS

Más allá de mantener este rumbo puesto en la sostenibilidad y la calidad, esta firma se plantea como retos más inmediatos poner de moda el café de calidad entre los más jóvenes, presentándoles las nuevas tendencias y versatilidad del café que les haga descubrir el atractivo de este producto.

De igual modo, y en opinión de Café Flor de Jamaica, el objetivo común de las empresas cafeteras en España debe ser seguir educando al consumidor para lograr que esté más abierto a probar diferentes tipos de bebidas y diferentes técnicas de extracción. Esto aseguran, en su caso, es un estímulo en la búsqueda constante del espresso perfecto, y la búsqueda incansable, también, de nuevos sabores, aromas y perfiles organolépticos que les mantienen motivados tanto en la selección de las materias primas como el fomento del consumo de café de calidad, a todos los niveles. El resultado, más de 170.000 tazas de café Flor de Jamaica, servidas al día■

El compromiso con la sostenibilidad en Cafés Flor de Jamaica pasa por controles del producto desde el origen, medidas de eficiencia energética en planta y distribución y colaboración con iniciativas sociales como Café Mundi



Aula de formación

CAFÉ Y SALUD

LOS CONSUMIDORES DE CAFÉ **CAMINAN MIL PASOS MÁS** AL DÍA Y **DUERMEN MEDIA HORA MENOS**

Un nuevo y riguroso estudio sobre los efectos del consumo de café en la salud realizado por investigadores de la Universidad de California concluye que la ingesta de café tiene efectos sorprendentes en los niveles de actividad física, los cuales favorecen que las personas se muevan más, lo que podría ayudar a explicar por qué el consumo de café se ha relacionado durante mucho tiempo con una mejor salud. El estudio, publicado en el New England Journal of Medicine, también ha estudiado el efecto del consumo de café sobre el sueño y el corazón, sugiriendo todos los resultados obtenidos que los efectos del consumo de café en la salud son complejos.

Años de investigación reciente sugieren que el café tiene efectos principalmente beneficiosos para la salud. Muchos estudios de observación muestran que los bebedores de café viven más tiempo y tienen tasas más bajas de diabetes, cáncer, enfermedad hepática, depresión e incluso menor riesgo de morir por una enfermedad cardíaca o un derrame cerebral, lo que algunos expertos atribuyen a las grandes cantidades de antioxidantes y otros compuestos antiinflamatorios que contiene el café.

Aún y así, y a pesar de la falta de pruebas sólidas, algunas autoridades sanitarias a menudo han advertido, por ejemplo, a las personas con enfermedades cardíacas (en particular a aquellas con trastornos del ritmo cardíaco como la fibrilación auricular) que eviten el café y otras bebidas con cafeína por temor a que puedan desencadenar palpitaciones. Y en muchos casos, la justificación para permanecer inamovibles en esta cuestión es el argumento de qué gran parte de los datos de las investigaciones que constatan efectos saludables del consumo de café sobre nuestra salud, provienen de grandes estudios epidemiológicos, que muestran solo correlaciones, no causa y efecto o que bien estos trabajos se basan en datos autoinformados y, por tanto, hasta cierto punto, cuestionables.

Cuanto más café, más actividad física y menos ganas de dormir

"La gran mayoría de la investigación sobre el tema ha sido observacional, lo que significa que solo miramos y vemos que les sucede a las personas que beben y no beben café, lo cual está profundamente limitado por la posibilidad de que pueda haber alguna otra característica que esté impulsando los resultados obtenidos. La única forma de mitigar esos efectos potenciales era realizar un ensayo de intervención aleatorio y así lo hemos llevado a cabo", explica el Dr. Gregory M. Marcus, profesor de medicina en la división de cardiología de la Universidad de California en San Francisco, director de este nuevo estudio, de planteamiento innovador que, apoyado en la tecnología y el monitoreo continuo de los voluntarios participantes en la investigación ha confirmado nuevos datos sobre el efecto del café en nuestra salud, interviniendo, para ello, directamente sobre sujetos voluntarios.

ANÁLISIS CONTINUO DE LA RESPUESTA A LA INGESTA DE CAFÉ

Con este objetivo reclutaron a 100 hombres y mujeres saludables de una media de edad de 39 años en San Francisco y los equiparon con dispositivos Fitbit, para obtener un análisis continuo de sus pasos y sueño. Monitorearon, además, la glucosa en sangre de todos los participantes y con dispositivos de electrocardiograma rastrearon sus ritmos cardíacos, durante 14 días.

Cada participante siguió un patrón estricto de consumo de café de dos días de consumo libre de café – sin limitación de tazas – y dos días de abstinencia total de esta bebida, repitiendo este ciclo a lo largo de dos semanas.

Cada vez que bebían café, los participantes debían presionar un botón en sus monitores cardíacos, de modo que los investigadores han podido documentar su ingesta en tiempo real.

Para asegurarse de que los participantes siguieran las instrucciones, durante el estudio se les enviaron recordatorios diarios e incluso les reembolsaron todas las consumiciones de café realizadas fuera de casa – para ello debían presentar el ticket de pago correspondiente-. También utilizaron una forma de monitoreo virtual llamada geofencing para rastrear las visitas a las cafeterías.

MÁS ENERGÍA Y MOTIVACIÓN

En los días en que bebían café, los participantes tendían a consumir de una a tres tazas, aunque algunos bebían menos y unos

pocos bebían hasta seis tazas de café al día. Estudiado su comportamiento en estos días y en los que tenían prohibido consumir esta bebida, los datos obtenidos a través de los monitores han llevado a concluir al grupo de investigación de la Universidad de California que los efectos de la ingesta de café sobre la actividad física son particularmente importantes, pues los días que los voluntarios consumían café, realizaban una media de 1.058 de pasos más diarios.

El café puede provocar un aumento de las palpitaciones cardíacas conocidas como contracciones ventriculares prematuras que son comunes y a menudo benignas

Buscando la razón de esta evidencia, los investigadores creen que, probablemente, después de tomar su café tenían más energía y motivación, aunque "no está claro porque caminaban más", afirma el Dr. Gregory M. Marcus quien destaca la importancia de estos resultados, "mil pasos más al día es una diferencia clínicamente relevante en la actividad física que puede tener implicaciones positivas a largo plazo", y es que esta cantidad de pasos adicionales por jornada se asocia con una reducción del 6 al 15% en la mortalidad.

Respecto a esta correlación café y mayor energía y motivación, sin embargo, el investigador advierte que es importante que "las personas no extrapolen esta nueva evidencia a tomar bebidas energéticas o altas dosis de cafeína como una forma de mejorar los entrenamientos", ya que las altas dosis pueden provocar trastornos, ha dicho.

CAFÉ Y PALPITACIONES

La investigación de la Universidad de California también ha analizado el efecto del café en el corazón y más concretamente su relación con las palpitaciones, concluyendo que, en hombres y mujeres sanos, el café no es la causa desencadenante. Este hallazgo contradeciría, pues, lo dicho por algunas autoridades sanitarias, que han relacionado este tipo de palpitaciones como un efecto secundario del consumo de café.

Ahora bien, lo que sí parece comprobado es que el consumo de café puede provocar un aumento de otro tipo de palpitaciones cardíacas, conocidas como contracciones ventriculares prematuras. Estos latidos cardíacos adicionales o irregulares son bastante comunes y benignos. Casi todo el mundo los experimenta de vez en cuando, y aunque pueden ser desconcertantes, la mayoría de los expertos dicen que no deben ser motivo de preocupación para las personas sanas.

Los investigadores encontraron, además, que en los días en que las personas bebían más de una taza de café, experimentaban un 50% más de contracciones ventriculares prematuras. Si bien estas no se consideran peligrosas, existe cierta evidencia de que podrían ser una señal de advertencia en personas con ciertos trastornos.

Peter Kistler, jefe de investigación de electrofisiología clínica en el Baker Heart and Diabetes Institute en Melbourne, Australia, y un experto reputado en trastornos del ritmo cardíaco que estudia los efectos del café en la salud, con este incremento de palpitaciones en los días de ingesta de café, asegura que la incidencia mostrada por la investigación es baja y las palpitaciones son "totalmente benignas". "La gente puede estar tranquila de que el café es seguro y forma parte de una dieta saludable", ha declarado al respecto Kistler, a The Washington Post.

CAFÉ Y SUEÑO

Igualmente, este estudio del Dr. Gregory M. Marcus y sus colegas, ha puesto su foco en los efectos del café sobre el sueño, concluyendo que los voluntarios dormían aproximadamente 36 minutos menos los días que bebían café.

En estos resultados, explican, la genética parece que ha desempeñado un papel importante, pues las personas que portan variantes genéticas que los convierten en lo que se conoce como "metabolizadores lentos" de la cafeína tuvieron mayores reducciones en su sueño cuando bebieron café en comparación con los "metabolizadores rápidos", posiblemente porque en estos últimos, la cafeína permanece en sus sistemas durante menos tiempo.

Los nuevos hallazgos sugieren que un enfoque individualizado del consumo de café podría ser el método más apropiado para determinar sus efectos sobre la salud

"Este estudio sugiere que el consumo de café es, en general, seguro. Pero las personas deben saber que existen estos efectos fisiológicos reales y medibles que podrían, ser útiles conocer según el individuo", apunta el Dr. Gregory M. Marcus, quien, además,

añade "no hay una receta o recomendación única de ingesta de café para todos, sino que las personas debemos adaptar nuestra ingesta de café a nuestras necesidades individuales. Si necesitamos motivación para hacer ejercicio, podemos considerar usar café para darnos un impulso. Pero si sufrimos de insomnio o nos preocupa poder tener un alto riesgo de desarrollar insuficiencia cardíaca porque es algo familiar, entonces consideremos reducir la cantidad de la ingesta", concluye este científico, que no obvia sugerir la necesidad de seguir investigando para avanzar en un mejor conocimiento de los efectos del café sobre nuestra salud.

De igual opinión es el investigador Peter Kistler, quien ha descrito este trabajo del Dr. Gregory M. Marcus y sus colegas de la Universidad de California como un "estudio sólido, aunque no hay que pasar por alto que es un estudio a corto plazo en voluntarios sanos. No brinda información sobre el impacto del café en personas con otras afecciones de salud y, en general, los participantes del estudio, consumían cantidades modestas de café, por lo que se deberá de seguir investigando".

Ambos científicos se reafirman, pues, que estos nuevos hallazgos sugieren que un enfoque individualizado del consumo de café podría ser el método más apropiado para determinar sus efectos sobre la salud de cada uno.

Fuentes: The Washington Post; "Acute Effects of Coffee Consumption on Health among Ambulatory Adults", de Gregory M. Marcus, M.D., David G. Rosenthal, M.D. y otros

MÁS QUE CAFÉ

CAFÉ ARGENTINO CON AROMA ESPAÑOL

Son varias las empresas de café argentinas que nacieron de la mano de españoles emigrados a este país, donde el negocio de la importación, tueste y venta de cafés les permitió labrarse un futuro. Algunas de estas empresas son hoy día líderes del mercado y en su historia las referencias a sus orígenes son, todavía, fácilmente rastreables.

Entre 2020 y 2021, el flujo migratorio de argentinos a España aumentó un 65,8%, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas, convirtiéndose nuestro país en la congregación más grande de argentinos residentes en el exterior. Para muchos, el viaje hacia España ha sido un retorno a las raíces, pues durante el siglo pasado, entre 1936 y 1959, cerca de medio millón de españoles, hicieron el camino contrario hacia tierras argentinas , huyendo, en casi todos los casos, de la guerra y no menos cruda postguerra y buscando al otro lado del Atlántico nuevas oportunidades que les permitieran seguir con sus vidas.

Y es en estas nuevas oportunidades que el café representó para varios de estos españoles emigrados, el punto de partida de florecientes negocios que les hicieron prosperar.

Tanto es así que, a fecha de hoy, algunas de las empresas de café más importantes de Argentina tienen al frente segundas y terceras generaciones de estas familias. Es el caso, por ejemplo, de Café Cabrales, Café Oyambre o de Café Martínez, todos con historias que destacan su origen español, su contribución al desarrollo de la industria cafetera en Argentina y en las que, además, un grano ovalado de poco más de 7-8 mm, repleto de sabor y aroma, ha representado, sin duda,mucho más que café.

CAFÉ CABRALES

Antonio Cabrales en su tienda de la calle Rivadavia. Copyright: Café Cabrales.

Antonio Cabrales, natural de Cangas de Onís, en Asturias, dejó España en plena Guerra Civil, con 18 años y puso rumbo a Argentina, eligiendo la ciudad de Mar del Plata, en aquella época, en plena transformación, como su nuevo hogar. Como otros muchos españoles que llegaban esos años al país, Cabrales buscó trabajo en el ámbito de la gastronomía y alimentación y logró su primer empleo en "El grano de Café", un pequeño comercio, también de españoles, que importaba granos de café de Colombia.

En 1941, el desarrollo de Mar del Plata era evidente y su progresiva transformación de balneario de la aristocracia a ciudad de veraneo de la clase media fue la señal que animó a Cabrales a renunciar a su trabajo y a emprender su propio negocio, "La planta de Café".

Inauguró su primera tienda en la calle Rivadavia, todavía hoy abierta, y su tesón e implicación de la familia que formó con su esposa, hicieron realidad el sueño de prosperidad con el que había llegado a Argentina.

Antonio Cabrales supo relacionarse bien y afianzo importantes lazos de amistad con miembros de la Federación de Cafeteros de Colombia en Argentina. Se especializó en estos cafés que tostaban en la tienda, además de en otros productos gourmet, whisky y licores, logrando en poco tiempo una buena y amplía clientela. El negocio crecía y audaz como era, supo aprovechar, de nuevo, la oportunidad que le ofrecía un Mar del Plata floreciente, iniciando su negocio de venta al por mayor, en realidad, el que siempre había sido su objetivo.

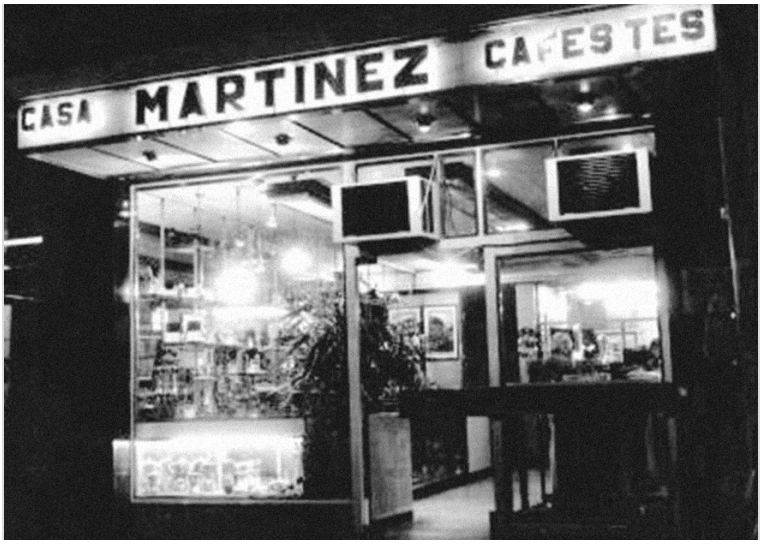
En pocos años, compró el local contiguo a su tienda y expandió su negocio hasta convertirse en el principal proveedor de café de los hoteles y restaurantes de la ciudad. Sus hijos repartían el café en bicicleta y apilaban sacos en el almacén, el hermano de Antonio Cabrales recorría el país en busca de nuevos clientes y el mismo mantenía el trato diario con los clientes, afianzando un crecimiento fulgurante que en 1960, llevaría a la empresa a apostar, además, por los supermercados, donde empezó a vender su café envasado de forma manual y sellado al calor, en paquetes dorados y con el logo original de una cafetera y un pocillo de café. Bajo la dirección, ya, de sus hijos, la marca de Café Cabrales empezó a producir paquetes de café para grandes hipermercados, y a partir de los '80 iniciaron su gran expansión a Buenos Aires y construyeron su nueva fábrica de café.

Una década después, la tercera generación tomó las riendas del negocio, consiguiendo relevancia internacional y, todo, habiendo logrado mantener la apuesta por la calidad y el carácter familiar de la empresa que siempre defendió su fundador y, también, su hijo, Antonio Néstor Cabrales fallecido a finales del reciente mes de mayo.

CAFÉ OYAMBRE

Igualmente, inspiradora resulta la historia de Café Oyambre que ha llegado a ser, incluso, proveedora oficial del gobierno argentino y que tiene su origen en la ilusión y trabajo de los santanderinos, Rubén y Raúl González Lon y su primo y socio Guillermo Velarde, de Trasvía y Ruiloba, respectivamente.
Los González Lon llegaron a Argentina acompañando a sus padres. Raúl encontró trabajo en el sector de la hostelería y Rubén en la empresa de cafés la Compañía Asturiana, donde aprendió el oficio y vio la oportunidad de convertir el café en el negocio familiar. Tanto es así que, en 1977,se aventuró con su hermano y primo a la compra de su propio tostadero artesanal, aprovechando, además, los conocimientos sobre el sector hostelero de Raúl para introducirse en este segmento de mercado.
Wn recuerdo a la playa donde jugaban de pequeños en España, llamaron a su nuevo tostadero Café Oyambre, logrando, ya, en 1981 que este nombre fuera bien conocido en capital federal y en el conurbano bonaerense, donde instalaron una gran fábrica, en la localidad de Ramos Mejía.
Algunos de los cafés de Brasil de mayor calidad se convirtieron pronto en la mejor tarjeta de presentación de esta marc, que inició su gran expansión, primero por el sur del país, con dos plantas distribuidoras en Neuquén y San Carlos de Bariloche que hoy día abastecen de café a toda la Patagonia; siguieron por el norte, dondecuentan cdesde 1995 con una sucursal en Rosario y acabaron por el centro, con una importante presencia en Córdoba, la segunda ciudad más poblada de Argentina.
Por el camino, Café Oyambre ha tenido que trabajar duro y sobrellevar la hiperinflación de los ochenta, la etapa de la paridad peso/dólar, el "corralito" de 2001 y la complicada situación económica que vive este país desde hace años. Para hacerlo, han apostado por tratar de mantener la calidad y servicio que siempre les ha caracterizado, han modernizado sus fábricas para optimizar su capacidad productiva y desde 2017 han incursionado, además, en el mercado del Café de Especialidad, apostando por la formación de su personal y clientes para alcanzar el éxito en este segmento.

CAFÉ MARTÍNEZ



Otra historia de emigrantes españoles en la que el café se convirtió en su medio de vida y progreso familiar es la de Atilano Martínez y su esposa y prima, Justa de Salas, ambos de Pola de Lena, Asturias, desde donde partieron a Buenos Aires huyendo de los indicios de una Guerra Civil y la firme voluntad de Atilano de no participar en ningún conflicto bélico más, tras casi perder la vida luchando en el norte de África.
En Buenos Aires, Atilano encontró trabajo en Casa Torres, en esos momentos uno de los principales tostadores de café de la ciudad. Conoció el café, el oficio y se enamoró de este producto hasta el punto de decidir arrancar su propio negocio en 1933.
Alquiló un pequeño local y creó "El Convidado", un negocio de importación, tostado y distribución de café, que él y su esposa hicieron crecer, con el único "fracaso" de no lograr afianzar nunca su nombre comercial, ya que todo el mundo se refería a sus cafés como el café de Casa Martínez, lo que finalmente los llevó a adoptar ese nombre. Años más tardes, sus nietos, hoy día la frente del negocio, cambiaron la denominación por Café Martínez.
Justa se encargaba de la venta al detalle y Atilano del canal mayorista, formando un sólido tándem que trabajó de forma incansable durante toda su vida. Casa Martínez se convirtió en el lugar de encuentro de la comunidad asturiana. Allí, Justa, Atiliano y su hermano Ángel, que también emigró a Argentina, recibían a sus compatriotas y los ayudaban en sus primeros pasos en el nuevo país.
Tras la muerte del fundador en 1975, su esposa e hija continuaron el negocio, al que paulatinamente se unieron tres de los nietos que dieron un nuevo y renovado impulso a la empresa, profesionalizando su gestión y convirtiéndose, además, en una de las principales cadenas de cafés de Argentina, con más de 200 tiendas, entre propias y franquicias que operan en este país, en Uruguay, Paraguay y Bolivia. Sirva apuntar que ya su abuela, en su tiempo, había agregado una pequeña barra a su tienda de cafés, donde, en honor al nombre original del negocio, se convidaba a los clientes a probar las distintas variedades de café que ofrecían, resultando esta oferta tan atractiva para todos que, ya cobrando, se convirtió en una línea más de su negocio.
En su camino hacia la expansión actual, Café Martínez han adoptado el café de alta calidad como santo y seña de su negocio y han hecho que el tueste del grano no sea únicamente el final de su negocio, sino que han creado una cadena de cafeterías donde este continua y, además, en su mejor expresión.
Tanto es así, que no son pocos los que reconocen en Café Martínez a los artífices de la tercera ola del café en Argentina y, también, en los abanderados de la cuarta en la que la sostenibilidad será el live motive de los negocios de café y para la que la tercera generación de esta familia de origen asturiano se prepara desde hace ya algún tiempo, buscando no solo nuevas formas de hacer que no dañen el planeta, sino que, además, ayuden a regenerarlo.
La referencia de Café Martínez se verá reforzada próximamente con la inauguración de un museo que recorrerá la historia de Buenos Aires a través de la historia de la empresa y el café. El museo estará ubicado en el segundo local que compró Atilano Martínez para su negocio, en la calle Talcahuano, y cuenta con el apoyo de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires■

Fuentes: La Nación, El Diario Montañes, I Profesional, blog fotosviejasdemardelplata

HISTORIAS CAFETERAS

CAFÉ DE RÉCORD GUINNESS

Bravilor Bonamat es una empresa familiar fundada Hace más de 65 años en los Países Bajos, especializada en el desarrollo y producción de un amplio surtido de sistemas de preparación de bebidas, sobre todo para bebidas calientes como café y té. Las ideas innovadoras, la tecnología avanzada, la calidad y la producción propia han sido, siempre, aspectos importantes que han caracterizado a esta empresa y que la han llevado a su referencia actual en el sector del café.

EL CATADOR MÁS RÁPIDO

La mayor cantidad de sabores de café identificados con los ojos vendados en un minuto es 10 y lo logró Mansour ZandiNahad (Irán), en Teherán, Irán, el 1 de enero de 2023. Desde los 16 años, Mansour ha trabajado siempre en la hostelería y desde hace cerca de una década se ha especializado como barista, consiguiendo, además, diversos títulos nacionales. Sin embargo, debido a las sanciones impuestas por los Estados Unidos a Irán, no se le permitió participar en las recientes ediciones del Mundial de Baristas, por lo que decidió establecer un récord en el Libro Guinness de los Récords que reconociera sus habilidades.

LA TAZA DE CAFÉ MÁS GRANDE

La ciudad de León, en México, tiene el récord Guinness de la taza de café más grande del mundo. Con una altura de 3,05 metros y un diámetro de 3,5, esta taza gigante se llenó con 26,939.22 litros, preparados con 780 kilos de café arábica. Para la elaboración, primero se higienizó la taza y se llenó con agua purificada. A continuación, se vertió el café para conseguir la mezcla final, realizando un filtrado final para dejar a punto su degustación que fue disfrutada por más de 2.300 personas. Para lograr el reto, además de superar el récord que tenía Colombia con 22.739 litros, el café en taza debía presentar un aspecto limpio, sin restos de partículas en la superficie y con una temperatura de 40 grados.

LA CAFETERA MÁS GRANDE

Desde 2007, la empresa murciana Salzillo Tea and Coffee atesora el récord Guinness de la cafetera más grande del mundo, una pieza de tres metros de altura y 70 centímetros de diámetro, capaz de albergar 400 litros de café. La cafetera es de acero inoxidable, tiene forma cilíndrica de cuerpo y dispone de pistón filtrante y tapa superior. En su presentación al público, se sirvieron de la cafetera cerca de 10.000 cafés, casi el doble de unidades del récord anterior. La distribución duró horas y despertó tanta expectativa que se formaron colas de más de 30 metros para probar el café.

LA BARISTA MÁS RÁPIDA

Liza Thomas, barista australiana, ostenta el Guinness de mayor número de cappuccinos preparados en una hora. En total, 420 tazas, a una media de 7 cappuccinos por minuto. De acuerdo con las pautas, para la preparación, Liza utilizó una máquina espresso profesional y comercialmente disponible que permitía la preparación simultánea de 4 espressos, sincronizando durante todo el tiempo la preparación de la leche necesaria para sus cappuccinos que debían tener, en todos los casos, un tamaño mínimo de 142 ml. El evento formó parte de la inauguración de un café en el RSL Club de Bribie Island, una organización de apoyo a hombres y mujeres que han servido o están sirviendo en las Fuerzas de Defensa australianas.

LA CAFETERÍA MÁS GRANDE

Desde el año pasado, el café Positive Space 566 en Gyeonggi-do, en Corea del Sur, está reconocida como la cafetería más grande del mundo, con un aforo total para 2190 personas, más del doble del anterior récord Guinness que ostentaba Al Masaa Café, frente a la famosa Kindom Tower de Riyadh, en Arabia Saudita con 1050 plazas disponibles. La oferta de cafés en Positive Space 566 es muy amplia e incluye algunos de los cafés de especialidad más selectos que llegan al país. El espacio dispone de diferentes ambientes, en cada uno de los cuales se propone al visitante una experiencia diferente de consumo, tal cual estuvieran sentados en la salita de estar de un apartamento, en el lobby de un hotel o en la sala de un salón de bodas, entre otras ambientaciones.

LA CÁPSULA MÁS CARA

Aunque es probable que, a fecha de hoy, el récord esté ya superado, aunque no oficializado, el libro Guinness sigue identificando las cápsulas King Jantan Black Gold de edición limitada de Medano Coffee Pte Ltd (Singapur), como las más caras del mundo. Cada cápsula tiene un precio de 54,63 $ y en su interior contiene café de Indonesia, uno de los orígenes donde se producen algunos de los granos más exclusivos del mundo y polvo de oro de 22 quilates.

NUEVO

ORHI

DISEÑO Y EFICACIA AL SERVICIO DEL PROFESIONAL DEL CAFÉ

El nuevo molino de café ORHI reúne en un elegante diseño la tecnología más avanzada de MARKIBAR®.

FACILIDAD DE USO
Reconocimiento automático de portas.

RAPIDEZ Y FRESCURA
Cambio rápido PREMOLIDO - ON DEMAND.

CALIDAD DE EXTRACCIÓN
Cámara de molido independiente separada térmicamente del motor.

ALTA CONSISTENCIA EN TAZA
Dosis repetitivas en cantidad y calidad.

FIABILIDAD Y FÁCIL MANTENIMIENTO
Tecnología probada.
Acceso simple al interior.

Entra en **markibar.com** y descubre nuestro nuevo molino de café profesional ORHI

mar K ibar
automaticgrinders

Water Experts
Coffee lovers

BWT
water + more

El café perfecto se consigue con la mejor agua

CON **BWT**, UN AGUA DE CALIDAD, SEGURA E HIGIÉNICA, IDÓNEA PARA PREPARAR BEBIDAS CALIENTES.

SOLUCIONES PRÁCTICAS Y OPTIMIZADAS, TRATAMIENTOS ESPECÍFICOS PARA CADA NECESIDAD, MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA Y UN SERVICIO ÓPTIMO EN TODO MOMENTO.

2022-2025 WATER FILTRATION SPONSOR

The London Coffee Festival
OFFICIAL WATER FILTRATION SPONSOR

ath aplicaciones técnicas hidráulicas, s.l. · 661 558 777 · david.gasull@water-and-more.es

bwt-warm.com/es