fórumcafé

▸ 2023 N95 | forumdelcafe.com

ESPECIAL FÓRUM COFFEE FESTIVAL

CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO

I COFFEE SYMPOSIUM

MESAS REDONDAS: EL CAFÉ DE LA SEMILLA A LA TAZA

WORKSHOPS, SHOWCOOKINGS Y CATAS

CONCURSOS Y MUCHO MÁS

PRIMER PREMIO
CONCURSO DE FOTOGRAFÍA
FÓRUM CAFÉ

THIS IS THE ONE

COFFEE GRINDING INNOVATION

SANREMO
COFFEEMACHINES

www.sanremomachines.es

SUMARIO

04 **EDITORIAL**

ESPECIAL FÓRUM COFFEE FESTIVAL

6 **FÓRUM COFFEE FESTIVAL**
_ LA CRÓNICA

10 **ENTREVISTA A DAVID TOMÁS**
_ PRESIDENTE DE FÓRUM CAFÉ

12 **LAS MESAS REDONDAS**
_ DEL ORIGEN A LA TAZA

24 **LOS WORKSHOPS**
_ CONOCIMIENTO, TÉCNICA Y PRÁCTICA

36 **LAS PONENCIAS**
_ CIENCIA, MERCADO Y CULTURA DE CAFÉ

48 **LAS CATAS**
_ BRASIL Y HONDURAS

52 **LAS COMPETICIONES**
_ CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO Y CONCURSOS

63 **LOS PATROCINADORES**

66 **MÁS QUE CAFÉ**
_ EN FÓRUM COFFEE FESTIVAL

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

Foto Portada:
"¡Llena tus días de buenos momentos y de buen café!" de Beatriz Conde

A punto de despedir el 2023, en Fórum Café no podemos estar más satisfechos por lo vivido y, sin ningún reparo, podemos decir que este ha sido un año intenso, emotivo y muy gratificante para la Asociación. A lo largo de los últimos doce meses, hemos vivido momentos extraordinarios que han fortalecido nuestro compromiso con nuestros socios y con la divulgación de la cultura del café. Cerramos el 2023, con la satisfacción de haber abordado con éxito nuestra misión y la ilusión puesta en nuevos proyectos y la continuidad de los ya existentes.

Arrancábamos el año con la celebración del 25 aniversario de la Asociación en la ciudad de Granada, en un evento lleno de nostalgia, camaradería y, sobre todo, orgullo y reconocimiento al arduo trabajo de todos aquellos que han contribuido al crecimiento y desarrollo de Fórum Café a lo largo de los años.

Queremos expresar nuestra profunda gratitud por el apoyo incondicional de nuestros socios. Su compromiso continuo ha sido fundamental en este camino, contribuyendo todos y cada uno de ellos a avanzar hacia la excelencia del café en España. Este respaldo nos impulsa a seguir adelante y a explorar nuevas oportunidades para enriquecer nuestra labor, con nuevas propuestas y proyectos que verán la luz próximamente.

El 2023 ha sido, además, el año de la primera edición del Fórum Coffee Festival, un evento innovador que ha dado pie a nuevas experiencias relacionadas con el mundo del café y del que ya podemos anunciar próximas ediciones, prometiendo novedades y sorpresas que llevarán un paso todavía más allá, todo lo vivido y experimentado en esta primera convocatoria.

No podemos dejar de destacar el éxito de la nueva competición Barista Pro y los concursos Fórum Café que agregaron emoción y competitividad al evento. Estamos orgullos por la acogida que tuvieron, lo que nos lleva ya a trabajar, también, en próximas ediciones que prometen volver a ser una inmejorable oportunidad para seguir inspirando al futuro del café en España.

Y más allá de los eventos, acabamos el año con el lanzamiento de la nueva web Fórum Café. Esta plataforma se convertirá en una fuente completa de información sobre el café, la actividad de la Asociación y hará las veces de biblioteca temática online sobre este producto. Aquí, los profesionales y amantes del café podrán acceder y explorar los artículos de nuestra revista, favoreciendo, así, a la difusión de conocimiento sobre este producto.

A todos, gracias por un año excepcional y en estas fechas tan especiales, nuestros mejores deseos para unas fiestas llenas de alegría y, por supuesto, ¡muchas tazas de café compartidas en buena compañía!

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

sensius GOLD

by FUTURMAT

MÁXIMA EQUIPACIÓN DE SERIE

ECO FRIENDLY

IL GUSTO ITALIANO DEL CAFFÈ

ALTAS PRESTACIONES Y FIABILIDAD PARA ELABORAR
EL MEJOR CAFÉ ESPRESSO

Quality Espresso S.A.U | Motores, 1-9 Barcelona, Spain | Telf.: 93 223 12 00 | info@qualityespresso.net | www.qualityespresso.net

EL FESTIVAL

FÓRUM COFFEE FESTIVAL

Cultura, conocimiento, experiencias y tendencias

Fórum Coffee Festival ha celebrado su primera edición, del 29 de septiembre al 1 de octubre en Hospitalet de Llobregat (Barcelona), marcando un nuevo paso adelante en la evolución de la cultura del café en España. Organizado por Fórum Café, este innovador Festival ha introducido un nuevo concepto de evento cafetero en la península, abriendo las puertas a una nueva era de competiciones, concursos y actividades relacionadas con el café y con su cultura, en nuestro país.

Durante sus tres días de celebración, el evento atrajo a entusiastas del café, profesionales de la industria y curiosos interesados en sumergirse en el mundo y cultura de este producto que estuvo representado en el Fórum Coffee Festival, desde la semilla a la taza. La acogida fue buena, destacando la diversidad de actividades organizadas y la participación activa de empresas del sector café que estuvieron presentes en el evento, como firmas expositoras del salón temático sobre café que, también, acogió el Festival.

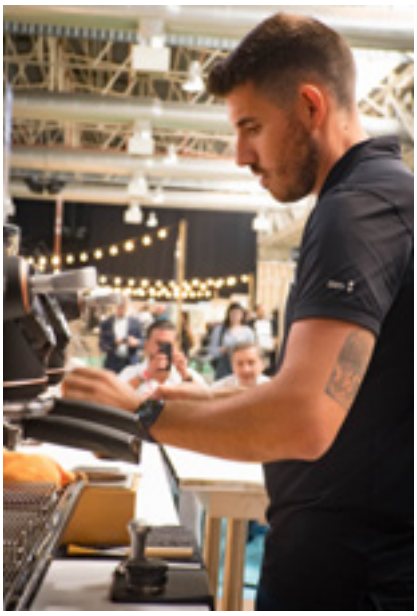
CULTURA, CONOCIMIENTO Y CIENCIA DE CAFÉ

Fórum Coffee Festival ha destacado por su enfoque integral, ofreciendo una plataforma única para la exhibición de las últimas tendencias, equipos, métodos y tecnologías relacionadas con el café, a través de demostraciones, talleres, workshops, catas, concursos y, también, ponencias impartidas por expertos de referencia de la industria del café y de ámbitos diversos, como la salud, la gastronomía o el deporte. Un ejemplo son Dale Harris, World Barista Champion 2017, Karen Quiroga, Campeona Nacional de Latte Art 2021 por Fórum Café, Francisco Villar, water Sommellier o el experto en marketing y Corporate Education Director de ESIC, Luca Dell'Oro, entre otras muchas de las voces que protagonizaron las diferentes sesiones del programa de actividades del Fórum Coffee Festival.

Fue, también, objetivo de Fórum Café poner el foco de atención de este Festival en el carácter que hace único al café como producto, ofreciendo la oportunidad a los asistentes de sumergirse en su cultura, el arte y la ciencia que lo rodean, a través de propuestas de diferente índole y que ofrecieron a los presentes un programa repleto de opciones para disfrutar.

I COFFEE SYMPOSIUM

Pero este evento no solo se centró en el presente, sino que también proyectó una mirada hacia el futuro de la cultura e industria del café en España y en el mundo, convocando como ponentes del I Coffee Symposium Fórum Café a expertos, tanto de países de origen como de países consumidores, para debatir al respecto. A destacar, por ejemplo, la participación como ponentes en este Symposium de Robert Eveson, analista de bebidas y café en Euromonitor; Carles González, docente del IIAC, Endika Montiel, Técnico Superior en Nutrición o todos los profesionales de las cinco mesas redondas organizadas en el marco de este evento, entre los que se encontraban nombres destacados del sector café, como Montserrat Prieto, Secretaria General de AeCafe, Clare López-Wright, Managing Director en BRITA IBERIA, Diana Ayala y Chantal Demonty, impulsoras del capítulo



español de la IWCA, además de referentes de otros ámbitos con relación directa con el café, como la Dra. Sofia Melgar, la investigadora y Máster en nutrición, Indira Paz, los chefs, Ada Parellada y Toni Romero o la directora del CETT-UB, Nan Ferreres, entre otros muchos de los ponentes.

PRESENTACIÓN DE LAS NUEVAS COMPETICIONES FÓRUM CAFÉ

Otro de los atractivos más destacados del Festival fue la presentación de los nuevos concursos Fórum Café y del I Campeonato Nacional Barista Pro que desafiaron y celebraron las habilidades de los baristas y aficionados del café.

El Campeonato Nacional Barista Pro es una competición que rompe con el concepto clásico de los campeonatos baristas organizados desde 2006 en España por Fórum Café, habiendo confirmado ya, en su primera edición, su gran atractivo, además de que se trata de una prueba muy emocionante desde el primer minuto, especialmente dinámica para los participantes y distraída y entretenida para el público.

Pruebas de elaboración de bebidas, latte art, cata, comanda, creación de blend… midieron las capacidades y habilidades de los 13 participantes de esta competición durante los tres días de un Campeonato, en el que resultó vencedor el barista Rufus Blad, demostrado todos los concursantes, el alto nivel barista que se puede encontrar ya hoy en nuestro país.

En cuanto al resto de los concursos, los hubo de diferente índole, desde latte art con bebida vegetal a Espresso Home, pasando por la elección de la mejor receta de Café Bombón, siendo muestra todos ellos, también, de la maestría e ingenio que se maneja ya. en el ámbito barista español.

Y es, con la introducción de estas nuevas competiciones, el reconocimiento a los talentos emergentes y el premio a los que a lo largo de los años han acumulado buen hacer con el café, que estos concursos y el Campeonato Nacional Barista Pro, se posicionan, desde su primera edición, como impulsores claros para el crecimiento y la evolución de la profesión barista en España, la calidad de la bebida y servicio de café en la hostelería y el renovado consumo de café en el hogar.

COMUNICACIÓN DE LA CULTURA DEL CAFÉ

Y buena cuenta de todo ello dieron, también, los medios de comunicación acreditados en el Festival y los que atendieron las notas de prensa distribuidas en torno a este evento, consiguiendo no solo dar visibilidad al Fórum Coffee Festival en general, sino más importante aún, al café y a su cultura, en particular. Prensa, radio y televisión cubrieron informativamente el Festival, prestando atención a aspectos tan diversos como la calidad del café, la preparación correcta de la bebida, las tendencias de mercado, o el papel emergente del café como producto gastronómico, entre otros temas de interés para la industria y el consumidor.

A destacar, además, la atención de administraciones y organismos que reconocieron el valor del certamen, a través de su presencia en el evento. Tal es el caso, por ejemplo, del Ayuntamiento de L'Hospitalet de Llobregat, representado por su teniente de alcalde de Promoción Económica, José Antonio Alcaide, o del gobierno de Brasil, de la mano

de su Embaixatriz en España, Patrícia Pereira Rebelo da Silva y de su cónsul general en Barcelona, Pedro Henrique Lopes Borio, todos presentes en el acto de inauguración del Festival.

PRÓXIMA EDICIÓN

Clausurada la primera edición del Fórum Coffee Festival, se trabaja ya en un siguiente evento que tratará de proyectar aún más los valores de este Festival. Volveremos a poner la cultura de café en el centro de atención, facilitando la conexión entre los eslabones de la cadena de valor de este producto, creando un espacio propicio para el intercambio de conocimientos, experiencias y tendencias, y procurando nuevas sorpresas que nos permitan, no solo seguir divulgando esta cultura y resaltando la calidad de este producto, sino fomentar, además, la colaboración para un futuro más sostenible y ético del sector del café.

A todos los que visitaron y participaron en el Fórum Coffee Festival y a todos los que han hecho posible esta primera edición – socios de Fórum Café, empresas patrocinadoras y association partners -, gracias.

De todas y cada una de las actividades, ponencias, competiciones y mesas redondas, workshops, catas,… celebradas en el Fórum Coffee Festival se puede leer un resumen en las siguientes páginas de esta revista.

PATROCINADORES OFICIALES FÓRUM COFFEE FESTIVAL

CAMPEONATO BARISTA PRO

QUALITY ESPRESSO · BRITA · Lotus Biscoff · VIPASA · COMPAK · ICONA

MEJOR ESPRESSO HOME Y GAGGIA VILLAGE

GAGGIA

MEJOR CAPPUCCINO CON LECHE VEGETAL

DeLonghi · Vivesoy Barista Avena

COFFEE SYMPOSIUM

CREM

BARISTA PARTY

AMBAR

MEJOR RECETA DE CAFÉ BOMBÓN

PROSALUD

ASSOCIATION PARTNERS

CETT · EHTB · Restauración colectiva · MACAFE · AECafé

Specialty
by ICONA

Desde el corazón de África, solo para los paladares más exigentes

Resulta increíble que este gran café provenga de BURUNDI, el diminuto y fértil país llamado el corazón de África por su silueta y situación geográfica.

Buen *terroir*, buena altitud y un clima favorable son las excelentes condiciones que, junto al amor, la experiencia y dedicación de los pequeños productores, han conseguido que en los últimos años destaquen los orígenes únicos burundeses entre los cafés *specialty* llamando la atención de paladares exigentes de todo el mundo y superando la barrera de los 90 puntos.

Y entre todos ellos sobresale el café KIBIRA de *Specialty* by ICONA. Cosechado a mano y secado al sol en parihuelas elevadas, KIBIRA destaca por su limpieza, suavidad, cuerpo, uniformidad y notas frutales cítricas a mandarina.

Una experiencia única desde el corazón a todos los sentidos.

Solo para muy pocos. Solo para los mejores.

ICONA CAFE

ICONA
KIBIRA
BURUNDI

www.iconacafe.com

EL FESTIVAL

DAVID TOMÁS, PRESIDENTE DE FÓRUM CAFÉ

"Fórum Coffee Festival ha logrado la convergencia perfecta de talento, cultura y amor por el café, en su máxima expresión"

¿Qué balance hace de la primera edición del Fórum Coffee Festival?, ¿Qué objetivos específicos se han alcanzado con la presentación de este nuevo Festival?

La primera edición del Fórum Coffee Festival ha sido la sinfonía inaugural de una nueva revolución de eventos cafeteros, marcada por el estreno del nuevo Campeonato Nacional Barista Pro, los nuevos concursos Fórum Café y un programa de actividades y exposición en el que, por primera vez en nuestro país, el café ha sido protagonista desde su origen hasta la taza. El Fórum Coffee Festival ha conseguido que el café resonara a todos los niveles, tejiéndose un hilo conector a través de ponencias, workshops, catas, concursos,… entre profesionales de la industria del café, productores, baristas, investigadores, expertos en gastronomía y, también, consumidores, tanto los presentes en el evento, como los que han descubierto más sobre el café a través de la atención despertada por el Festival en los medios de comunicación. Cada sorbo de café en el Fórum Coffee Festival se convirtió en experiencia y cada conversación, en una celebración de la magia de este producto.

¿Cómo evalúa la respuesta de la industria del café a la convocatoria del Festival?

La respuesta de la industria ha sido muy positiva, tanto a nivel de participación como de patrocinio y promoción. En el Festival hemos contado con cerca de una setentena de stands de empresas expositoras, además de con la colaboración directa de profesionales del sector como ponentes de los workshops, catas y conferencias del programa. Además, hemos disfrutado del patrocinio de primeras marcas para el Campeonato Nacional Barista Pro, Concursos y actividades como la Barista Party o el I Coffee Symposium.. Todo ello es una muestra contundente de la buena respuesta de la industria.

¿Qué aspectos del Fórum Coffee Festival le gustaría destacar?

Sin duda, la capacidad demostrada por el Fórum Coffee Festival para propiciar la convergencia perfecta de talento, cultura y amor por el café, en su máxima expresión. Por una parte, la presentación de las nuevas competiciones Fórum Café, no solo fue un éxito técnico, sino un despliegue y muestra de la seriedad con la que la industria abraza la excelencia. De hecho, resultaron mucho más que competiciones; fueron una exhibición de maestría y dedicación, sellando la alianza entre la destreza técnica, la pasión por el café y la profesionalidad barista que encontramos ya hoy en nuestro país. Además, por otro lado, las ponencias resultaron importantes faros de conocimiento que guiaron la conversación y el debate hacia nuevos horizontes en pro del futuro del café y de nuestra industria.

¿En qué radica la importancia del Fórum Coffee Festival para el café en España?

La trascendencia del Fórum Coffee Festival para el café radica en su capacidad para redefinir la narrativa cafetera. La primera edición no ha sido, simplemente, un evento, ha sido una declaración de intenciones. La presentación del Campeonato Nacional Barista Pro y del resto de concursos, junto con el valor de las ponencias, workshops, showcookings, catas,… han resultado un punto inflexión importante en nuestra misión de divulgación de la cultura del café. Este festival ha nacido para convertirse en el epicentro de una nueva era de comunicación y divulgación de café, donde este producto deja de ser solo una bebida para convertirse en una experiencia cultural.

En el Festival quedó demostrado que el sector del café en España parece haber apostado definitivamente por la calidad como vía de crecimiento y promoción. ¿Hemos dejado de ser un mercado de café por precio?

El sector del café en España ha logrado un equilibrio excepcional. Si bien reconocemos la importancia del precio, hemos elevado nuestra perspectiva. La apuesta por la excelencia ha redefinido nuestra ruta, donde la calidad ahora es el foco. No relegamos el precio a un segundo plano, pero lo contemplamos en armonía con la calidad. Es un cambio de enfoque, una metamorfosis que prioriza la calidad y el precio correcto. Este compromiso con la excelencia no solo es simbólico; es un paso adelante que marca un hito en la evolución y promoción del café en nuestro país.

¿Qué iniciativas tienen planeadas para las próximas ediciones del Fórum Coffee Festival? ¿Hay alguna novedad que pueda adelantarnos?

Queremos que las futuras ediciones se conviertan en propuestas en constante evolución. Estamos afinando experiencias, explorando nuevos terruños y elevando la narrativa del café y como novedad que nos llena de ilusión, podemos anunciar ya, el nacimiento del Coffee Urban Festival, una iniciativa innovadora que acercará al consumidor, la esencia de la cultura del café como nunca se ha hecho antes. Queremos tejer historias únicas en torno al café y vamos a trabajar intensamente en la siguiente edición del Fórum Coffe Festival profesional y el nuevo Urban para que resulten un gran éxito para el café y para toda la comunidad cafetera.

pergamino
COFFEE

DONDE NACEN LAS PASIONES

SEGUIMOS CRECIENDO JUNTOS

Cuando se juntan **el saber hacer, la experiencia y la calidad.**

Importadores de café para Canal Horeca **desde 1984.**

COFFEE SELECTION

Especialistas en microlotes.
Cafés de finca.
Descafeinado Mountain Water.
Orgánico.
Rainforest.

96 293 31 35

@pergaminocoffee.sl

pergaminocoffee sl

pergaminocoffee.es/

LAS MESAS REDONDAS

LA **SOSTENIBILIDAD** EN LA **CADENA DE VALOR** DEL CAFÉ

La sostenibilidad en el ámbito del café toma múltiples formas a lo largo de la cadena de valor de este producto, implicando a todos sus eslabones en la transformación verde de este sector. Y esto es así, porque la sostenibilidad en el ámbito del café no solo beneficia al medio ambiente y a las comunidades locales, sino que también contribuye a la calidad del café y a la estabilidad económica de la industria en su conjunto, contribuyendo la consecución de una sostenibilidad real, al futuro del sector en origen y en los países consumidores.

De izquierda a derecha, Montserrat Prieto, Clare López-Wright, Thaigo Amhof, Pablo García, Claudia Sans y Ricardo Oteros

En los últimos cinco años, la sostenibilidad se ha convertido en una de las estrategias de actuación más importantes para cientos de empresas del sector café y, también, para productores de todos los países de origen. Aún y así, los retos en este ámbito son muchos y superarlos a corto-medio plazo resulta vital para asegurar el futuro del café y de su industria.

Así lo apuntaron y se debatió en la mesa redonda, "La Sostenibilidad en la cadena de valor del café", celebrada en el Fórum Coffee Festival que contó con la participación de Montserrat Prieto, Secretaria General de AeCafe, Clare López-Wright, Managing Director en BRITA IBERIA, Pablo García, Responsable de Calidad en Icona Café, Thiago Amhof, Director de Grupo Brasiliano Ibérica, Claudia Sans, Responsable de Calidad en Cafés El Magnífico y Ricardo Oteros, director general de Supracafé que actuó como moderador de la mesa.

Conseguir la sostenibilidad de la cadena de valor del café y, por ende, de este producto es una tarea importante y desafiante que requiere, más allá de la atención de los implicados, su compromiso y colaboración activa para avanzar hacia el cambio verde de esta industria.

UN ESFUERZO COMPARTIDO

En esta misión, Pablo García, responsable de Calidad de Icona Café, advierte que desde los países consumidores, las empresas del sector no pueden ir solas a origen, si el objetivo es realmente conseguir asegurar la sostenibilidad del sector. "Las empresas que apuestan por la sostenibilidad tienen mejor prensa y mayores beneficios y parte de estos, está claro, deben reinvertirse en origen, pero se necesita además el entorno adecuado para que estos esfuerzos en sostenibilidad se puedan mantener en el tiempo".

Sostenibilidad para Claudia Sans, responsable de Calidad de Cafés El Magnífico es conciencia y de acuerdo con ello, defiende, que se deben diseñar las estrategias que contribuyan al cambio de paradigmas. "Hay que entender los recursos de los productores para comprender por qué no hay fincas más sostenibles, más cuando los gobiernos en origen no siempre están sensibilizados", añade Sans quien, además, convencida de la necesidad de invertir en sostenibilidad, aclara que "la solución no es dar dinero y olvidarse, sino dirigir los recursos a formación de los productores y, también, a concienciar al consumidor".

En este mismo sentido, Clare López-Wright, Managing Director de BRITA Iberia se reafirma en la responsabilidad de las empresas versus la sostenibilidad del sector, señalando a este compromiso como el verdadero reto. "El desafío es el tiempo. Como individuos, directivos o agentes de cambio, debemos bloquear tiempo para pensar que podemos hacer y ver en que áreas podemos trabajar a favor de la sostenibilidad, dedicando, además, tiempo, también, a pensar en cómo podemos ayudar a nuestros partners a ser más sostenibles".

LA AYUDA NECESARIA

Trabajar juntos y cooperar es una estrategia que también defiende Montserrat Prieto, secretaria general de AeCafe, quien recuerda que la sostenibilidad es un reto colectivo. "Estamos estableciendo unos niveles de exigencia en origen muy altos y difíciles de asumir por los productores. Faltan ayudas en origen, pero también aquí, para las empresas del sector que apuestan por la transformación verde. Necesitamos que la administración española se implique,

en forma tanto de cooperación de fondos como de ayudas a las empresas del sector de nuestro país".
En origen, la sostenibilidad es vista, también, como un imperativo para asegurar el futuro del café, explica Thiago Amhof, director de Grupo Brasiliano Ibérica, aunque no por ello resulta siempre una opción viable para los productores. "Muchos se quejan de que pueden hacer lo necesario, pero que, si luego no les compran el café a un precio que les cubra los gastos y les aporte un mínimo de beneficios para vivir, lo hacen inviable". Y es en este sentido que el experto en café de Brasil apunta la importancia y referencia que están adquiriendo las cooperativas en este ámbito, donde están ayudando a los caficultores a afrontar los retos de la sostenibilidad, mientras las grandes fincas ya están sacando adelante, por sí solas y con éxito, programas enfocados a la sostenibilidad.

EL PAPEL DEL CONSUMIDOR

Una de las claves para asegurar a largo plazo la sostenibilidad del sector café, es, el consumidor, según quedó claro en esta mesa redonda sobre "La Sostenibilidad en la cadena de valor del café", en la que esta figura fue identificada como "pieza esencial para lograr el éxito", en palabras de Montserrat Prieto. Y es en este sentido que Claudia Sans, identifica como cuestión primordial "lograr que el consumidor no olvide de donde viene el café, porque está demostrado que sus exigencias son las que pueden contribuir a grandes cambios como este".
En esta tarea, todos los participantes coincidieron, también, en señalar a la comunicación como el medio para conseguir los objetivos. Para Clara López-Wright, ante un mercado con consumidores cada vez más informados y la aceleración importante de su concienciación, "hay que dar respuestas a los consumidores", intensificando, apunta Thiago Amhof la comunicación para llegar a más gente, además de, por parte del sector, llevar el mensaje de la sostenibilidad a origen".
Es en este sentido que Pablo García no duda en incidir en el papel clave del consumidor, incluso para cumplir con esta petición de Amhof de llevar el mensaje a los países productores. "Existimos porque hay alguien que consume nuestro producto. El consumidor, si no tiene intención de pagar más por un producto diferenciado, no podemos llevar la idea de la necesidad de este tipo de café a lo largo de la cadena".
Es por ello que la responsable de Calidad en Cafés El Magnífico, Claudia Sans, insiste en la necesidad imperiosa de explicar al consumidor el porqué del precio de ese café, que se consigue pagándolo y porque lo hace diferente. "Todos somos consumidores, por lo tanto, todos debemos plantearnos que podemos hacer nosotros por la sostenibilidad".

PAGAR LA EXIGENCIA: EL PRECIO DE LA TRAZABILIDAD

Y relacionado con todo lo anteriormente expuesto, la trazabilidad fue identificada, también, por los participantes de la mesa como otra de las cuestiones básicas en la aspiración de conseguir una cadena del café sostenible.
En este sentido, Montserrat Prieto, hizo referencia a los nuevos mecanismos de la Comunidad Europea dispuestos para garantizar esta trazabilidad en el café, en forma de un nuevo e innovador reglamento que prohibirá la importación a Europa de café cuyo cultivo contribuya a la deforestación y no se pueda rastrear hasta la parcela de la finca donde es producido. Para la secretaria general de AeCafe, "La nueva normativa es viable, aunque representa un reto muy importante para toda la cadena. El desafío es que resulte aplicable. Cambiará las reglas del juego de las certificaciones al uso y requiere un trabajo coordinado de tostadores, orígenes y administración europea, que ya estamos desarrollando desde AeCafe con ánimo de que nuestras empresas lleguen lo más preparadas posibles a este cambio".
Y, si hoy, ya, la trazabilidad ya tiene un sobrecoste y en los cafés comerciales se asegura a través de las certificaciones, para el responsable de Calidad de Icona Café Pablo García, la clave de esta nueva normativa está en saber cómo la reglamentación europea va a hacer afrontar la trazabilidad exigida, que dejará de ser una opción para pasar a ser una obligación.
La clave, de la trazabilidad, defiende Claudia Sans está en que no podemos exigir y luego no pagar por esta exigencia. "Estamos yendo a las fincas y exigiendo a los productores como queremos que produzcan su café. Luego no podemos no pagar esa exigencia. La trazabilidad necesita exigir. Es más, el café de especialidad, por ejemplo, es trazabilidad. El problema que tenemos en estos momentos es que hay certificaciones que se han convertido en meros trámites de pago y perdido su valor inicial".

ACELERAR PARA AVANZAR

Para Clare López-Wright, esta legislación, aunque positiva para los objetivos que persigue, hay que simplificarla para poder acelerar y avanzar. "Como actores involucrados, debemos actuar. Nos hemos de poner las pilas yas. Hablar menos y actuar más. De no hacerlo, corremos el riesgo de tener que correr al final y entonces es cuando las cosas salen mal".
Es obvio que la sostenibilidad en el sector del café necesita avanzar pantallas sin demora, y el alegato a favor del paso inmediato a la acción lanzado por la Managing Director de BRITA IBERIA fue recibido positivamente entre los presentes, reconociendo, además, la importancia de abordar el reto de la sostenibilidad de manera efectiva y sin mayor dilación. La implementación de cambios significativos, asumieron todos los participantes de esta mesa redonda, requerirá la adopción de medidas concretas por parte de todos los actores de la cadena de suministro del café y un compromiso continuo al que no se deberá renunciar.

CONCLUSIONES

Durante la mesa redonda sobre "La sostenibilidad en la cadena de valor del café", se identificaron hasta cinco ejes de acción fundamentales para abordar los desafíos presentes en este sector. En primer lugar, se destacó la importancia del trabajo conjunto y coordinado entre todos los actores involucrados, desde los productores hasta las empresas y las administraciones, como vía esencial para asegurar compromisos efectivos en términos de sostenibilidad.
La puesta en común del esfuerzo fue, también, resaltada como una estrategia clave, donde las empresas que apuestan por la sostenibilidad deben reinvertir parte de sus beneficios en origen. De igual modo, la concienciación tanto a nivel de los productores como de los consumidores se presentó como un imperativo, subrayando la necesidad de entender los recursos disponibles y la importancia de explicar al consumidor el valor de un café sostenible.
En este sentido, en la mesa redonda, en la que participaron expertos de diferentes ámbitos del sector café, la comunicación fue identificada como un medio crucial para lograr los objetivos, especialmente en un mercado con consumidores informados y conscientes que buscan respuestas y que están dispuestos a pagar más por su producto si este se alinea con sus valores. Para ello, se apuntó en el debate, existe la necesidad de inversión, tanto en formación de productores como en la comunicación del valor diferencial de los cafés sostenibles a estos consumidores.
La mesa también señaló la relevancia de la trazabilidad como un componente básico para una cadena del café sostenible, reconociendo los desafíos que implica la nueva normativa europea al respecto. La simplificación de esta legislación y la necesidad de actuar de manera efectiva fueron subrayadas como medidas cruciales para avanzar en este enfoque integral recogido en la mesa y en el que, como se apunta, la colaboración, la concienciación, la comunicación y la inversión, van a ser claves para asegurar un futuro sostenible para el sector del café.

LAS MESAS REDONDAS

EL CAFÉ, UN **PRODUCTO SALUDABLE**

Si aceptamos la premisa de que somos lo que comemos…, si bebemos café, ¿qué somos? Ser lo que comemos es una metáfora que destaca la conexión entre nuestra dieta y nuestra salud física y mental, por lo que aplicando esta misma premisa al consumo de café, podríamos decir que, metaforicamente, si bebemos café, somos personas energizadas, atentas y listas para enfrentar el día. Pero el café, además, ha demostrado ser un producto con otros beneficios tangibles para nuestra salud física y mental. Aún y así, aún persiste cierto recelo en torno al consumo de café, posiblemente debido a la falta de comprensión o a mitos arraigados, y son muchos los que todavía pueden sentirse indecisos o preocupados sobre el posible efecto perjudicial de su consumo. Para acabar con estas creencias, el mejor aliado que puede tener el sector del café es la comunidad médica que, además, ya ha demostrado en los últimos tiempos un interés creciente por saber más de este producto y sus efectos sobre la salud.

De izquierda a derecha, Indira Paz, Cecilia Zúñiga y Sofía Melgar

En el esfuerzo por comunicar el carácter saludable del consumo moderado de café, la alianza y colaboración con la comunidad científica y médica se plantea como una estrategia ventajosa que permite al sector del café proporcionar información precisa y respaldada por la ciencia, sobre los efectos positivos del consumo de café sobre nuestra salud, contribuyendo, además, a despejar dudas y promoviendo una comprensión más informada sobre este tema.
Para hablar de ello y de la percepción actual que los profesionales de la salud tienen del café, la mesa redonda, "El Café, un producto saludable" celebrada en el Fórum Coffee Festival reunió a tres profesionales de este ámbito que abordaron la cuestión, aportando, su visión y propuestas para mejorar y optimizar la percepción sobre los efectos saludables del café.
En esta mesa redonda, Sofía Melgar, médico especialista en Anatomía patológica en el Hospital Vall d'Hebrón de Barcelona, Cecilia Zúñiga, Ingeniera Química, Gastrónoma y Coach de Salud e Indira Paz, Licenciada en Nutrición y Máster en nutrición y Metabolismo, desentrañaron, además, las dimensiones multifacéticas que rodean al café en la salud.
Y como punto de partida de la conversación en la mesa redonda, la sentencia de que "las hormonas de la felicidad necesitan de la cafeína", aportada por la doctora Sofía Melgar, cuando se le preguntó sobre la idoneidad del consumo de café para nuestra salud, dando pie, desde el primer momento de esta sesión, a destacar la relación entre el consumo de café y los procesos fisiológicos asociados con el bienestar emocional, una parte muy importante de nuestra salud integral.

LA PEDAGOGÍA NECESARIA

La doctora Melgar, es hondureña y proviene de una familia de caficultores de la aldea de San Luis de San Marcos de Ocotepeque, en el occidente del país y desde que llegó a España ya hace un tiempo, no ha dejado de hacer pedagogía del café en el ámbito de la salud, percibiendo ciertos desajustes que cree importantes resolver. "Falta mucho por hacer en la comunicación del café en el ámbito sanitario. En una consulta médica, por ejemplo, el tiempo por paciente es limitado y se hace difícil abordar el tema del café cuando se plantea, más cuando se trata de un producto cuyo consumo en pacientes necesita de un asesoramiento personalizado".
Indira Paz, subscribe las palabras de Sofía Melgar y como ya dejó claro en su intervención en la mesa redonda, cree que es necesario crear una comunicación clara de pautas de consumo de café. Para esta nutricionista, autora de un estudio que ha relacionado el consumo moderado de café con una reducción del riesgo de padecer deterioro cognitivo, es importante que tanto la comunidad médica como los propios pacientes sepan de estos efectos positivos del café sobre la salud, y que los profesionales de la salud puedan acceder a información precisa de manera que este conocimiento permita ayudar a sus pacientes a tomar decisiones fundamentadas sobre el consumo de café.

ACABAR CON LA CONFUSIÓN

En este sentido, desde su faceta como Coach de Salud, Cecilia Zúñiga, defiende la idea de que más que poner énfasis en determinar si el café es bueno o no para la salud, se debería poner el foco en la realidad de la persona que lo va a consumir, "Esta discusión sobre si es bueno o no, es, en si misma,la principal causa de confusión, ya que al partir de esta división, nos hace pensar que la opción correcta tiene que ser una u otra. Y aquí está la clave, entender que en términos de alimentación y nutrición nada es blanco o negro. Cada ser humano tiene una individualidad bioquímica única, por lo que lo que es saludable para una persona puede no serlo para otra".
Zúñiga que es practicante de disciplinas como la Nutrición Energética, lo que le permite tener una visión integral del in-

consciente, las emociones y la espiritualidad como parte de la salud completa, aboga por la Alimentación Intuitiva para aprender a identificar si el café es bueno o no para la salud particular de cada uno, confiando en la sabiduría interna de nuestro cuerpo para elegir alimentos que nos hacen sentir bien y nos dan energía, sin juzgar y sin la influencia de la cultura de la dieta.

Para Cecilia Zúñiga, utilizando la intuición nutritiva con el café, el consumidor es capaz de elegir cuál es el mejor momento para tomar su taza y determinar, si es el caso, con que otro producto va a combinar su café, favoreciendo un consumo más placentero y saludable.

ANTES DE LLEGAR A LA TAZA

Durante la mesa redonda "El Café, un producto saludable", también se abordó con cierta incisión por parte de Sofía Melgar, cuestiones relacionadas con el "manipulado" del café antes de llegar a la taza que pueden modificar las cualidades saludables que múltiples estudios recientes, han otorgado a este producto.

"Cada cosa que se añade o resta al café es para bien o para mal", dijo y como muestra de ello, esta doctora, aportó dos ejemplos significativos, relacionados con el tueste del grano, el primero relativo a la fabricación de café torrefacto y la adicción de azúcar al café en este proceso y, el segundo, al color de tueste. "Cuanto más oscuro se tuesta un café, menos cantidad de cafeína se mantiene en el grano y cuanta menos cafeína, menos antioxidantes, también", apunto. Esto hace disminuir, por ejemplo, el efecto diurético del café favorecido por la presencia de cafeína o la incidencia positiva de su consumo en el incremento de resistencia a la fatiga muscular. Del mismo modo, al reducirse la cantidad de antioxidantes presentes en el café tostado muy oscuro, su efecto ralentizaste de la degeneración natural del ADN y prevención de ciertas enfermedades, disminuye.

> **"Hay que crear una comunicación clara de pautas de consumo de café"**

Además, Sofía Melgar recordó la importancia de ser muy conscientes de qué café consumimos y como lo hacemos, antes de llegar a conclusiones erróneas. "A veces se dice que el café hace daño, y en muchas ocasiones es porque, simplemente, se trata de un mal café – léase, por ejemplo, un torrefacto – o porque lo hemos combinado con leche tan caliente que hemos acabado quemando sus proteínas y modificando su estructura". Una apreciación que muchos presentes de la sala reconocieron por habitual en muchos comentarios de consumidores de café.

CONCLUSIONES

Las expertas participantes en la mesa "El Café, un producto saludable" han dejado claro la necesidad de asegurar una comunicación más efectiva en el ámbito médico sobre los efectos del café, considerando, además, la individualidad de cada persona, en el abordaje de la idoneidad o no de su consumo. Abogan, además, por una comunicación clara de las pautas de consumo de este producto y que estas se respalden en los resultados de los estudios más recientes que han identificado efectos positivos del consumo moderado de café en el ámbito neurológico, protector y para prevenir diferentes patologías.

LAS MESAS REDONDAS

RETOS Y OPORTUNIDADES EN ORIGEN

Desde las montañas de Sudamérica hasta las plantaciones africanas, el Sudeste Asiático o el Caribe, el café ha tejido una cadena de producción y comercio que impacta directamente en la vida y economía de millones de personas en origen. A lo largo de la historia, a medida que ha evolucionado la demanda de café, su producción ha asumido un papel importante como fuerza motriz para el cambio social y económico de estas comunidades y, hoy, esto no es diferente. Los nuevos retos que se presentan al café tienen un impacto directo en origen, los cuales se reflejan en diversas áreas, donde las oportunidades, también, están presentes.

De izquierda a derecha, Thiago Amhof, Diana Ayala, Chantal Demonty, Jolie Marlene y Kim Ossenblok

En un momento crucial para el café, en el que la demanda crece casi a la misma velocidad que los retos que deben afrontar los caficultores para asegurar un lugar a su producto en el mercado, que estos productores puedan avanzarse a las oportunidades y aprovecharlas, resulta más importante que nunca para su futuro.

Y tomando como referencia este punto de partida, la mesa redonda "Retos y Oportunidades en Origen", celebrada en el Fórum Coffee Festival, tenía fijado como objetivo explorar, en la profundidad que permite el tiempo limitado de una actividad de este tipo, los desafíos que supone en los países productores un mercado del café en plena evolución. Para ello se contó con la intervención de Thiago Amhof, director de Grupo Brasiliano Ibérica y conocido divulgador del café de Brasil en España, Jolie Marlene, Gerente de Ventas de en EUROMEX Microscopen BV y experta en identificar oportunidades para mejorar el rendimiento del producto, Diana Ayala, emprendedora del sector del café y fundadora entre otras, de organizaciones como Aygo Organic Natural Colombian y Chantal Demonty, tostadora y experta en calidad y experiencia del cliente, y con Ayala, impulsora del capítulo en Epaña de la International Women's Coffee Alliance. La mesa fue moderada por Kim Ossenblok, formador y barista, colaborador habitual en la capacitación de profesionales del café en diferentes países de origen.

LOS RETOS

Sin intención alguna de andarse con rodeos, todos los invitados dieron muestra de una clara declaración de intenciones desde el primer turno de palabra en el que fueron invitados a intervenir para identificar los que son para ellos, en estos momentos, los retos más importantes para el sector del café en Origen, listando entre todos los participantes de la mesa redonda, seis desafíos acuciantes a abordar y superar a corto plazo para poder garantizar la sostenibilidad futura de la industria del café.

- **Proveer a los productores de conocimientos** que les aporten los recursos necesarios para conocer el valor real de sus productos y, también, apuntó, Jolei Marlene, para que sepan identificar lo que la gente valora de la calidad de sus cafés, haciendo evidente con ello que, hoy día, la desconexión entre los productores y los consumidores, siguen existiendo.
- **Facilitar y asegurar el acceso de las mujeres caficultoras a la titularidad de sus tierras,** a la financiación, a la igualdad de pago y a la exportación, recordando Chantal Demonty las prohibiciones todavía existentes en algunos países productores que vetan a las mujeres la propiedad de sus tierras y, también, las muchas dificultades que tienen muchas caficultoras para que sus pequeñas producciones lleguen al mercado.
- **Asegurar el relevo generacional en el campo,** consiguiendo que la caficultura resulte un medio de vida estable para las futuras generaciones, ofreciéndoles para ello, formación, herramientas y recursos que faciliten el empalme generacional, desarrollo del liderazgo en las nuevas generaciones y la promoción de sus emprendimientos. Tal y como lo está haciendo, por ejemplo, explicó Diana Ayala, Colombia, donde la Federación Nacional de Cafeteros ya tiene un programa de apoyo en este sentido.
- **Incidir en la cooperación entre los pequeños caficultores para conseguir que los cafés de calidad que producen puedan llegar al mercado** y estimular con ello, además, la apreciación del valor de este tipo de cafés. En este sentido, Thiago Amhof aportó la experiencia de Brasil, donde después de años trabajando con los pequeños caficultores, sus cafés se están viendo reconocidos, igual que el trabajo de las cooperativas que los engloban y que, en muchos casos, les están abriendo las puertas al mercado, empezando por el propio país.
- **Combatir el cambio climático** que ya ha empezado a incidir en la producción de café en muchas latitudes, asumiendo todos los presentes la necesidad de investigación y desarrollo en el ámbito de la producción de café para asegurar las cosechas y la calidad del grano, en el futuro.

LAS OPORTUNIDADES

Y si estos son los retos según los expertos de la mesa redonda celebrada en el Förum

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

Coffee Festival, las oportunidades para hacerles frente y superarlos son las que siguen:

▪ **Mayor y mejor acceso a la información.** El acceso a la información actualmente es más sencillo que años atrás. Aunque la brecha tecnológica está presente, disminuye y el hecho de la proliferación de cooperativas, por ejemplo, está contribuyendo, también, a acercar la información al productor.

En Colombia, por ejemplo, Diana Ayala explica que se ha producido una transición interesante en este sentido, y si, por ejemplo, antes había más conformidad a la hora de vender el café, ahora los caficultores han aprendido que sí agregan valor a su producto, llegando a tostar su café, pueden obtener más márgenes.

Hasta hace cinco años, el mejor café de Colombia solo se enviaba afuera. Hoy, algunos productores ya han empezado a crear alianzas con tostadores locales y los márgenes de sus productos están pasando del 5% al 40%. Este diferencial es el rédito, explica Ayala, que les está permitiendo mejorar e invertir en su formación, en muchos casos.

▪ **Comunicación sin fronteras.** La intercomunicación a todos los niveles existente hoy día facilita un montón de canales diferentes a través de los cuales llevar el mensaje de los productores hasta el consumidor final, con la ventaja añadida, apunta Thiago Amhof, de que nos encontramos en un momento en el que el consumidor, precisamente, quiere y busca saber más del origen del producto que está consumiendo, de la persona que lo produce, de como lo hace, …. Y estas ganas de saber, unidas a las nuevas facilidades para "esparcir" el mensaje, es lo que está resultando, ya, en muchos productores, apunta el experto en café de Brasil, un estímulo en las ganas de producir buenas calidades, que, por ende, poco a poco, están elevando la calidad general del mercado.

Y así lo ve, también, Chantal Demonty convencida que, realmente, lo que funciona para vender café al comprador es que el productor tenga el conocimiento, pero, también, el importador, el tostador y el barista. La tendencia, explica, es buscar una historia detrás de cada taza y el esfuerzo que hay detrás de un packaging bonito se ha de poder saber y transmitir. Los productores se han dado cuenta de ello, asegura Demonty, y han empezado a difundir su historia al exportador, para que este lo haga al tostador y este, a su vez, al consumidor. Además, cree que hemos llegado al momento en el que el barista ya no debe explicar "lo técnico" del café, sino que ahora le toca explicar estas historias que otorgan carácter, carisma y autenticidad a los cafés que está elaborando y sirviendo.

▪ **Cooperación y especialización, al alza.** En muchos países, las cooperativas están ampliando su protagonismo y también su forma de funcionar, integrando, incluso, según explica Thiago Amhof, secciones específicas de specialty que están ayudando a dar visibilidad a muchos cafés y a muchos productores, la pieza clave, nos recuerda, de la industria del café que nunca debemos olvidar o saltar.

En la estrategia de la cooperación y especialización, Amhof apuesta por no abandonar el acercamiento a los pequeños caficultores y ayudarlos a entrar en los mercados donde sus cafés pueden funcionar mejor.

Para Diana Ayala, la comunicación y cooperación entre origen y consumidores es vital, entendiendo esta conexión como la mejor vía para empoderar, por ejemplo, a las caficultoras y que estas puedan avanzar.

▪ **La experiencia como valor de venta.** En el mundo del café, la experiencia del cliente con su taza ha emergido como un factor decisivo que supera con creces, asegura Chantal Demonty, el impacto de la publicidad. Más allá de simples estrategias de marketing, la clave radica en ofrecer una experiencia de consumo enriquecedora, en la que calidad del café y la historia detrás de él, se conviertan en un distintivo crucial.

Jolie Marlene en este sentido, expuso la iniciativa que se última en estos momentos que próximamente verá la luzcon intención, precisamente, de propiciaruna mejor experiencia para el cliente. Se trata de una App a través de la cual el consumidor podrá localizar las cafeterías donde pueda ir a degustar un buen café de Ruanda y donde encontrará, además, información detallada de los cafés de este origen.

▪ **El despertar del consumo interno.** Tradicionalmente, el consumo de café en los países productores se ha limitado a las calidades más bajas, aquellas rechazadas por el mercado internacional. Sin embargo, poco a poco, se está apreciando un cambio de paradigma en muchos países productores, donde la creciente formación por parte de los caficultores y, también, de los consumidores está dando pie a la entrada de cafés de mayor calidad en los mercados domésticos, repercutiendo positivamente en la economía de los primeros y, por ende, del país en general.

En este sentido, además, Jolie Marlene también apunta la oportunidad que tienen los países productores de promocionar su café, también, entre los turistas que los visitan.

CONCLUSIONES

La búsqueda de conocimiento, empoderamiento y cooperación ética se posicionan como factores clave para el éxito y la resiliencia de la industria del café en origen, donde, estos retos, además, llegan de la mano, de nuevas oportunidades, respaldadas, en la formación, comunicación y cooperación.

Estas oportunidades, sin embargo, se soportan, en buena parte, en la intervención y compromiso de los actores de toda la cadena del café, de modo que, desde productores que buscan conocimientos y empoderamiento hasta las cooperativas que contribuyen a abrir las puertas del mercado, los tostadores que se comprometen con los valores de una industria ética y sostenible y los consumidores que demandan historias auténticas, emergen, más que nunca, como factores imprescindibles para la sostenibilidad futura del café en origen.

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**

LAS MESAS REDONDAS

DE PROFESIÓN, **BARISTA**

Ser barista requiere conocimientos y habilidades y la formación no solo mejora la calidad del resultado, sino que también aumenta la satisfacción laboral y las oportunidades de carrera profesional. ¿Pero cuál es hoy día la realidad de la formación barista profesional en España? ¿Qué metas se han alcanzado y cuáles siguen pendientes?. De todo ello se debatió en la mesa redonda, "De Profesión, Barista", celebrada en el Fórum Coffee Festival, en la que participaron, Nan Ferreres, directora del CETT-UB, Carles González, Coffee Competence & Product Manager de Rancilio Group S.p.A y Salvador Sans, CEO Cafés El Magnífico y formador Fórum Café.

De izquierda a derecha, Salvador Sans, Nan Ferreres y Carles González

La formación es el trampolín que permite a los aspirantes a baristas profesionales adquirir los conocimientos y habilidades esenciales que les han de permitir ofrecer a sus clientes la mejor taza de café. Además, es también la formación la que no solo les abre las puertas a una carrera profesional, sino que también la expande, ofreciéndoles nuevas oportunidades de crecimiento y promoción.

Desde su fundación hace 25 años, Fórum Café ha concentrado una parte muy importante de sus esfuerzos en este ámbito, con formaciones propias dirigidas al sector, a los baristas y a los consumidores y también, a través de una estrecha colaboración con escuelas de hostelería, su dirección y profesorado para incorporar el conocimiento de café como materia de estudio de sus alumnos.

Salvador Sans, "Los primeros que han de creer en el potencial del café y de los baristas es la hostelería"

Los avances en la formación sobre café en las escuelas de Hostelería, asegura Nan Ferreres, directora de la Escuela Técnica Profesional y Estudios Universitarios de Gastronomía en CETT-UB Turismo-Hotelería-Gastronomía, a fecha de hoy son notables, aunque reconoce que todavía quedan aspectos por resolver para que la profesión barista gane visibilidad y prestigio entre los futuros profesionales del sector hostelero. "El café es un producto cultural que ya forma parte de la formación en nuestras escuelas. Pero, ¿cuántas ofertas de trabajo llegan del sector hostelero pidiendo este perfil profesional?, ¿qué formación están exigiendo los propietarios de los establecimientos a sus empleados para hacerse cargo del servicio de café?, ¿qué sueldos se están ofreciendo?, … , estos temas no están resueltos y son los que impiden en buena parte en conseguir mayor visibilidad y prestigio para este perfil profesional en la hostelería".

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

En relación con esta reflexión de la directora del CETT, Salvador Sans, CEO Cafés El Magnífico, formador Fórum Café, lo tiene claro, "Los primeros que han de creer en el potencial del café y de los baristas es la hostelería, y me refiero tanto a la alta restauración como a la hostelería de base. Solo deben pararse un momento a pensar y se darán cuenta. El café es uno de los pocos productos con los que pueden demostrar lo que hacen bien. Un vino, un refresco, un agua, se abre la botella y ya está. En la preparación del café deben intervenir directamente, desplegar sus conocimientos, habilidades, con la posibilidad, además, de diferenciarse y destacar de la competencia, aportando su sello personal a la taza. Pero no solo esto, el café es un producto aporta uno de los márgenes de negocio más grandes, sino el que más".

Carles González, "La hostelería debe asegurar la carrera profesional de sus trabajadores"

Y para demostrarlo, Sans realizó unos pocos cálculos in situ. Para ello puso el ejemplo de un hostelero con cinco locales en Barcelona, calculando un servicio total de 25.000 tazas mensuales de café entre todos sus establecimientos. Lo cual, estimando un precio medio de 1,70€ por café, arroja una facturación mensual de 42.500€ o lo que es lo mismo más de medio millón de euros al año, lo que bien merece, apuntó Salvador Sans, la atención del hostelero y la contratación de profesionales formados en este producto que le aseguren el control y servicio del café y la correcta manipulación y conservación de los equipos que se utilizan para prepararlo y que, dado que la tendencia es cada vez más que los tostadores ya no se los cedan en usufructo, pasaran a ser parte de la inversión directa de la empresa para desarrollar su actividad.

UNA LLAMADA A LA COLABORACIÓN Y EL CAMBIO

A esto, además, Carles González, licenciado IAC y Coffee Competence & Product Manager de Rancilio Group S.p.A, sumo el poder del café para tirar de la demanda de otros productos de la oferta de los establecimientos de hostelería y en su intervención abogó, además, por sentar unas bases sólidas para la formación cafetera en este sector. "Hoy, todavía se depende demasiado de profesionales del sector del café para ofrecer esta formación. Debemos conseguir el apoyo de la Administración, en forma de una

formación profesional reglada que incluya el café en la configuración curricular obligatoria de las escuelas", y esto, más allá, dijo, del módulo profesional sobre "Operaciones básicas de bar y cafetería", que Nan Ferreres explicó que ya existe y que las escuelas ofertan con mayor o menor ahínco, de acuerdo con el foco concreto en el que concentran la formación de sus alumnos.

González, además, estuvo de acuerdo con la directora del CETT en que la hostelería deberá asegurar la carrera profesional de sus trabajadores para que la profesión barista pueda seguir avanzando en nuestro país y con ello se contribuya a un mejor servicio de café. "Está claro que la hostelería por el momento no ofrece los atractivos necesarios a los baristas para desarrollarse profesionalmente. Y estoy tan convencido de ello que incluso me planteo si realmente es necesario que sigamos organizando competiciones baristas, porque en la mayoría de los casos, los jóvenes que se presentan lo hacen para encontrar un sponsor, entrar en una empresa de café a trabajar y huir del mundo de la hostelería".

CONCLUSIONES

Aunque se han logrado avances notables en la atención al café como materia de estudio en las escuelas de hostelería, siguen persistiendo desafíos que limitan la visibilidad y prestigio de los profesionales baristas, sobre todo por la falta de credibilidad que el propio sector hostelero otorga a estos especialistas, según aseguran los participantes de esta mesa de debate.

Nan Ferreres, "Las escuelas ya formamos en café, ahora la hostelería debe apostar por estos perfiles profesionales especializados"

Esta perspectiva limita las posibilidades de avance profesional para los baristas, e incluso limita los beneficios para los establecimientos de hostelería que ponen en peligro el potencial de sus ingresos por servicio de café - quizás el más alto de toda su oferta -, por falta de atención profesional a este producto. Superar estos desafíos implica no solo fortalecer la formación barista, sino también cambiar la percepción dentro del sector, reconociendo la importancia y el valor añadido que estos profesionales aportan a la experiencia del cliente y al éxito global de los establecimientos hosteleros.

En última instancia, pues, es imperativo que la industria hostelera reflexione sobre el potencial desaprovechado que conlleva subestimar la figura del barista. Y es que, reconocer y valorar la destreza, conocimiento y dedicación que estos especialistas aportan no solo eleva la calidad del servicio, sino que también abre las puertas a nuevas posibilidades de innovación y diferenciación en un mercado cada vez más competitivo. La convergencia de esfuerzos entre las escuelas de hostelería, los profesionales del café y los dueños de establecimientos se apunta como esencial para superar estos obstáculos, igual que la intervención de la Administración para avalar la profesión.

La colaboración puede conducir a un cambio de paradigma, donde los baristas no solo sean reconocidos como expertos en su campo, sino que también encuentren un entorno laboral que valore y recompense adecuadamente su experiencia y en el que, además, los hosteleros se vean beneficiados al enriquecer la oferta de calidad de su establecimiento y, con ello, su referencia.

LAS MESAS REDONDAS

EL CAFÉ EN **NUESTRA GASTRONOMÍA**

En el Fórum Coffee Festival, destacados exponentes de la gastronomía española expresaron con contundencia la carencia de una verdadera cultura del café en el ámbito culinario de nuestro país. La mesa redonda, "El Café en nuestra Gastronomía", protagonizada por cinco reconocidos chefs, Ada Parellada, Carlota Claver, Oriol Casals, Toni Romero y Elias de Toro, analizó el papel de este producto en los restaurantes de España, resaltando la necesidad de elevar la apreciación del café más allá de una simple bebida. Los expertos abogaron por la formación y sensibilización para enriquecer la conexión entre el café y la restauración, reconociendo el potencial de este producto como ingrediente culinario distintivo.

De izquierda a derecha: Toni Romero, Ada Parellada, Elías de Toro, Oriol Casals y Carlota Claver en la mesa redonda "El café en nuestra gastronomía" moderada por

Al hablar de café, ya sea comercial o de especialidad, normalmente se piensa en el final de su recorrido en una taza servida en un bar o cafetería, o preparada en la cocina de casa. Sin embargo, el café es un producto que por su sabor y aroma distintivos tiene un amplio potencial en cocina, donde puede realzar e, incluso, otorgar un nuevo carácter a ciertos platos. Su perfil sensorial único, que combina dulzor, acidez con diversidad de notas de sabor, según cada café, a frutas, flores, especias, frutos secos, chocolate… son atractivos importantes que cuando los cocineros los descubren, explica Toni Romero, chef de Bart Gastronòmic, "uno se da cuenta de lo mucho que nos puede servir el café en la cocina". Sin embargo, advierte "Nos falta formación y también información por parte de los que venden café a los restaurantes".

Ada Parellada, "Nos falta formación porque no nos hemos interesado"

Ada Parellada, chef y propietaria del restaurante Semproniana coincide con la apreciación de Romero de qué falta formación, pero achaca al propio colectivo de chefs esta carencia. "Nos falta formación porque no nos hemos interesado. No existe curiosidad por parte de los chefs porque mayoritariamente se sigue considerando al café un producto de sala. No hay excusa por no saber más. El reto es entender al café como parte de la oferta gastronómica del restaurante y no separarlo".

APRENDER SOBRE CAFÉ PARA INNOVAR

Un profesional de la cocina que ya se ha iniciado en este camino es el Chef Ejecutivo de Abades Triana, Elías de Toro, que lleva tiempo investigando y trabajando en la mejor manera de introducir el café como ingrediente en sus platos. Para esta tarea ha pedido a tostadores y a algunos de los baristas con más tablas del país, tratando con ello de conocer en profundidad el comportamiento del café en combinación con otros productos. "Todo en cocina tiene un riesgo si no sabes calibrar bien. El café tiene matices muy duros y por ello hay que utilizarlo, sabiendo y conociendo bien al producto. El café no es solo un sabor, sino un ingrediente de un plato que puede modificar el sabor de otro producto. Yo ya lo he empezado a utilizar al estilo de una especie, por ejemplo".

El camino completado ya por Elías Toro en la "gastronomía del café", aun encontrándose en las primeras etapas del largo recorrido que este producto puede tener en la cocina, representa un paso adelante importante y cualitativo para el café en los fogones de los restaurantes españoles, donde, eso sí, Oriol Casals, gerente y jefe de cocina de Teòric Taverna Gastronòmica, aboga, también, por la introducción de este producto, pero con coherencia. "En muchas de nuestras cocinas estamos trabajando con productos ecológicos, productos de proximidad de calidad, buscando la excelencia en cada elaboración y, por tanto, debemos ser cautos en la elección del café que vamos a meter en nuestra cocina. Este es un producto poco presente en la formación gastronómica y debemos prestar tiempo a conocerlo para poder hacer nuestra mejor elección".

APRENDER DE LOS EXPERTOS

Para cumplir con este objetivo, Carlota Claver, propietaria de La Gormanda no duda en señalar, como mejor compañero

en este viaje, a las marcas tostadoras de café. "Es importante confiar en nuestro proveedor, debemos ir de la mano.. El café tiene un lugar en la cocina de los restaurantes, pero también uno importante en la sala y esto también hay que saberlo aprovechar. Un buen consumidor si aprecia un buen café y entiende el precio. Y nosotros, como restauradores, debemos saber transmitirles ese valor del café al cliente. Es fácil detectar cuando un cliente quiere saber más y aunque es cierto, también, que hay muchos que no muestran más curiosidad, eso no quiere decir que no debamos tener conocimientos sobre café".

Oriol Casals, "Debemos ser coherentes con nuestra elección del café"

Ada Parellada, de acuerdo con ello, no deja pasar la oportunidad de entonar un mea culpa en nombre de toda la restauración. "En general, la restauración ha tratado mal al café, incluso destinando al peor camarero a la cafetera y pasando por alto las capacidades de este producto como ingrediente. La tendencia era pensar que el café maridaba con productos con poco sabor y eso nos ha llevado a grandes fracasos – sirva como ejemplo mi coliflor con café -. Hay que publicar recetas que lo desmientan, y en la que el café maride con productos con los que puede competir. Debemos interesarnos en aprender. Creo que no somos conscientes de la gran oportunidad que nos brinda el café para innovar".

Como ejemplo, el uso del cold brew que hace Elias de Toro en algunas de sus recetas, el café de alcachofa de Toni Romero o las maceraciones con café líquido de Carlota Claver.

Utilizar el café en la cocina, sin embargo, reflexionan también estos chefs de referencia de la alta restauración española, puede ser percibido como una provocación por parte de ciertos clientes, dada la falta de tradición de este producto en la cocina de nuestros restaurantes, lo que, advierte Ada Parellada, puede dar pie a una ambivalencia en su respuesta para la que hay que estar preparados. Habrá a quien les gustará y a quienes no.

EL CAFÉ COMO LA ÚLTIMA EXPERIENCIA

En cuanto al papel del café como último sabor y experiencia que se llevan muchos clientes de su paso por un restaurante, los chefs de esta mesa de debate coinciden en la necesidad de prestarles mayor atención,

consideran complicado que las cartas de cafés triunfen por una cuestión logística y de espacio y están de acuerdo en la necesidad de ser más exigentes en su calidad y no para con ello hacer un alegato a favor de estos cafés frente a sus clientes cada vez que sirven una taza, sino para ser más coherentes con su modelo de negocio.

Elías de Toro, "Todo en cocina tiene un riesgo si no sabes calibrar bien. El café, también"

"En nuestros restaurantes hay clientes que, si pregunta por el café de especialidad, pero luego este tipo de café se lo van a tomar a los establecimientos especializados", apunta Toni Romero. "No es necesario tener una carta de cafés en el restaurante con propuestas supe radicales. Lo que hay que hacer es buscar un buen café de calidad que pueda contentar a la mayoría y que maride bien con la leche, que es como muchos clientes nos piden el café", añade Oriol Casals.

A esto, Ada Parellada insiste en la importancia de encontrar al proveedor adecuado que aporte los conocimientos expertos al restaurador. "Si nos ayudan a encontrar el café que más nos guste a cada uno de nosotros, estoy segura de que ese café va a ser, también, el mejor café que cada uno de nosotros vamos a poder servir en nuestros restaurantes. El cliente no pide cafés diferentes, pero sí que aprecia un buen café".

CONCLUSIONES

En conclusión, pues, de la mesa redonda celebrada en el Fórum Coffee Festival, se desprende la falta de cultura del café en la gastronomía española, señalando la necesidad urgente de formación y de mecanismos para atraer la atención y despertar la curiosidad de los profesionales de la cocina por este producto.

Todos los participantes reconocen el potencial del café como ingrediente culinario, y el consenso es que se requiere un cambio de mentalidad para entender el café como parte integral de la oferta gastronómica, superando la concepción tradicional de ser solo un producto de sala.

La falta de cultura de café en la cocina de los restaurantes españoles plantea desafíos, pero también abre oportunidades para la innovación y, en este contexto, los chefs participantes en la mesa redonda "El Café en nuestra Gastronomía" señalan como clave, la colaboración con marcas tostadoras de café y un compromiso conjunto para aprovechar plenamente el potencial culinario de este producto.

Además, en cuanto al papel del café como última experiencia, los chefs abogan por una mayor atención a la calidad, sin necesidad de una gran variedad de cafés disponibles en cada establecimiento, pero sí de unas pocas opciones que garanticen una propuesta de calidad, a base de cafés "fáciles" de tomar, que satisfagan a un amplio abanico de paladares y que sean capaces de aportar un buen toque final a la experiencia gastronómica que ofrece cualquier buen restaurante de nuestro país.

LOS WORKSHOPS

EL PAPEL FUNDAMENTAL DEL **TIPO DE TRANSFERENCIA DE CALOR** EN EL **PROCESO DE TUESTE**

Tostadoras Roure

El proceso de tueste es fundamental en la preparación del café para su consumo. El tostar es comparable a la operación de cocinar los alimentos, en la que también, en función de diversas variables, podemos obtener sabores distintos con las mismas materias primas. El cuidado de los detalles durante la operación de tueste marca diferencias importantes en el gusto y aroma, siendo uno de los más importantes el tipo de transferencia de calor utilizado para tostar nuestro café.

La importancia de la transferencia de calor en el proceso de tueste del café radica en su impacto directo en la calidad y el perfil sensorial del producto final.
Durante el tueste los granos verdes se someten a calor para desarrollar sus sabores y aromas característicos. Esta transferencia de calor de la tostadora a los granos de café, debe de ser lo más constante, uniforme y controlada posible para lograr un tueste correcto que exalte las cualidades únicas del café que estamos tostando. Es más, la consistencia en la transferencia de calor es esencial para evitar resultados no deseados, como granos crudos o quemados, que podrían comprometer la experiencia gustativa del consumidor.
El maestro tostador es el encargado de vigilar que la operación de tueste se desarrolle de forma adecuada, contando hoy día con importantes avances técnicos que le permiten ajustar y monitorear los todos los parámetros de temperatura y tiempos de manera precisa, contribuyendo, así, al mejor resultado.
Una muestra de ello es, por ejemplo, la nueva tecnología para máquinas de tostar, en vías de patente, que ha desarrollado el equipo de ingeniería de Difmaq-Roure en colaboración con Félix Donosti, formador certificado por el SCA, y que gestiona la transferencia de calor - principalmente, convección - controlando el movimiento del aire para asegurar una distribución de la temperatura uniforme.
Durante el proceso de transferencia mediante convección, el calor se transfiere a través de este aire caliente, por lo que cuanto más uniforme sea su distribución, menor riesgo de quemaduras o tuestes desiguales.

TIPOS DE TRANSFERENCIA POR CONVECCIÓN

Existen dos formas de convección: una la que se produce de manera espontánea y la otra la que tiene lugar de forma inducida. La convección espontánea se relaciona con la inclinación natural del aire caliente a ascender y del aire frío a descender. En cambio, la convección inducida ocurre cuando se impulsa el aire caliente mediante el uso de un ventilador o un conducto para transferir el calor dentro de la cámara de tueste.
La mayoría de las máquinas de tostar emplean ventiladores con cierta capacidad para propiciar la circulación del aire en su interior. No obstante, la convección espontánea también se manifiesta de cierta manera en las tostadoras de tambor, donde el aire en la parte superior del cilindro tiende a ser más cálido que el aire cercano al fondo.
Durante la transferencia de calor mediante aire caliente al interior de la cámara de tostar, el aire circula, en el bombo y, por lo tanto, también alrededor del grano de café, que flota en el aire y se tuesta de una manera mucho más uniforme, sin entrar en contacto con las paredes recalentadas del bombo. Las nuevas tecnologías, como la indicada anteriormente, aseguran, además, que esta circulación se produce justo en el lugar y momento determinado y necesario.
Este aire caliente, además de actuar como regulador de la temperatura, nos permite controlar la velocidad o lentitud del tueste y por ende el color del grano y sus características finales.

CONVECCIÓN Y CONDUCCIÓN

A diferencia de la transferencia por convección, la transferencia por conducción transmite el calor por contacto directo entre la fuente de calor y la superficie del grano. En el tueste de café esto significa la transferencia de calor desde la superficie caliente de la tolva giratoria hacia el grano.
La conducción es eficaz para calentar la superficie del grano y por ello, en la búsqueda constante de la perfección en el tueste, los avances tecnológicos permiten a los tostadores modernos utilizar sistemas híbridos que combinan convección y conducción de manera sinérgica. Este enfoque integral optimiza el proceso térmico contribuyendo a un mejor tueste.
La transferencia de calor durante el proceso de tueste del café es un factor crítico que moldea la calidad y el perfil sensorial del producto final, por lo que la búsqueda de la perfección en este proceso tan delicado requiere de toda la atención de un buen maestro tostador.
Las innovaciones tecnológicas nos proporcionan herramientas precisas para ajustar y monitorear cada parámetro de esta operación, elevando una tarea tan artesanal como el tueste de café a un nuevo estadio, en el que la experiencia gustativa del consumidor resulta la más beneficiada.

PERFILES DE TUESTE

Oriol Coll Badell, Head Roaster & QControl en Cafés el Magnífico

Conocido como el oro verde, el grano de café sin tostar actúa como el precursor imprescindible del perfil sensorial que disfrutaremos después de tostar ese café. Existe una diversidad asombrosa de orígenes y regiones donde las plantas de café crecen y prosperan, cada una de ellas es influenciada por sus condiciones climáticas, altitudes de cultivo, el tipo de terroir, las prácticas agronómicas, técnicas de cultivo y métodos de recolección. Cada uno de estos orígenes aporta atributos únicos al café, por lo que la elección que hagamos del café va a significar el 100% del potencial sensorial que puede ser desarrollado durante el proceso de tueste.

La gran variedad de café verde disponible hoy día en el mercado, de diferentes orígenes, abanico sensorial, procesados de diferentes formas, … nos brinda, como tostadores, la posibilidad de crear perfiles de tueste adaptados a lo que nos gusta, o mucho más importante, a lo que les gusta a nuestros clientes. Para ello es imprescindible, además de conocer bien el café que nos ocupa, entender que la evaluación sensorial a través de la cata es indispensable para comprender el perfil de tueste, tal y como se demostró en la práctica de la sesión sobre "Perfiles de Tueste" que impartimos en el Fórum Coffee Festival.

ASPECTOS CLAVES PARA LA MODULACIÓN DE SABOR DE UN PERFIL DE TUESTE

La modulación de un perfil de tueste es un arte refinado basado en gran parte en tres puntos clave, el color, la distribución del tiempo de desarrollo y el aumento gradual de la temperatura, cuyo dominio nos sirve a los tostadores para afinar el sabor de nuestro café y crear perfiles de café únicos que aportará valor a nuestro producto final.

▪ Grado de color

El color del grano, después del primer crack, es un indicador visual crucial en el desarrollo del perfil de tueste. Durante el primer crack, los granos de café experimentan una rápida expansión debido a la liberación de gases y la acumulación de presión interna. A medida que el grado color se va volviendo más oscuro, el amargor va a ir en aumento y la acidez, el dulzor y el cuerpo se van desvaneciendo. Es así, que los tostadores deben mantenerse muy atentos y observar cuidadosamente este cambio de color para ajustar el tueste según el perfil de sabor deseado.

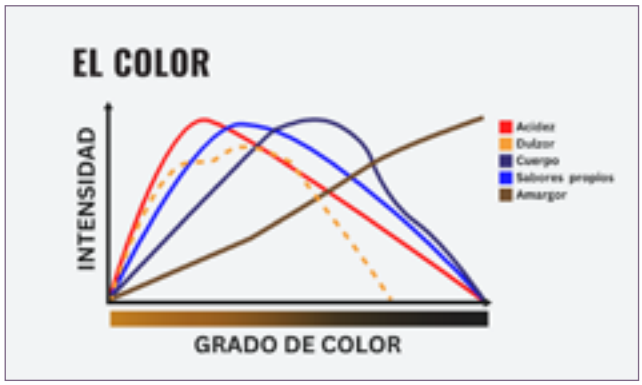
▪ Distribución del tiempo de desarrollo

El segundo punto clave es la distribución del tiempo entre el primer crack y el tiempo de desarrollo. El tiempo hasta el primer crack representa el intervalo desde que el grano entra en la tostadora hasta el primer crack que, generalmente, se produce a los 7 - 10 minutos. Mientras que el tiempo de desarrollo se refiere al intervalo después de este primer crack, cuando los sabores y aromas se desarrollan de manera más rápida. Esta etapa tiene un gran impacto en el perfil de tueste, pudiendo obtener el mismo grado de color de tueste, aunque no de perfil sensorial, combinando tiempos de desarrollo y temperaturas distintas. Por ejemplo, en tiempos de desarrollos más cortos necesitaremos temperaturas finales más elevadas para llegar tener el mismo grado de color que alcanzaremos con tiempos de desarrollo más largos y una temperatura final más baja. En ambos casos, el resultado será un café con unas características sensoriales y táctiles diferentes, debiendo el tostador encontrar el balance más adecuado para cumplir su propósito final de tueste.

▪ Aumento controlado de la temperatura del grano

En la modulación del perfil de tueste, el aumento controlado de la temperatura es el tercer punto clave. De acuerdo con ello, los maestros tostadores ajustan cuidadosamente la temperatura del tueste para influir en el proceso de caramelización de los azúcares y en las reacciones químicas que tienen lugar dentro del grano mientras está en el interior de la máquina de tostar. Un aumento gradual de la temperatura nos permite obtener un control absoluto del tueste en cada una de sus etapas. Para un ajuste más preciso todavía, nos podemos ayudar con la tasa de aumento de temperatura, o también llamado Rate of Rise (RoR), una métrica entre la temperatura ambiente del bombo y la temperatura del grano, que mide la velocidad en que el café absorbe la energía del interior de la cámara de la máquina de tostar.

Experimentar con diferentes perfiles de tueste nos permite a los tostadores crear productos diferenciados con personalidad propia. La interpretación hábil de todos los parámetros aquí descritos y su dominio requiere práctica, experiencia y conocimiento. Y es esto, junto con una profunda comprensión de las sutilezas inherentes a cada origen de café, lo que da forma al arte del tueste de café.



LOS WORKSHOPS

TÉCNICAS DE LATTE ART

Karen Quiroga, Formador de la empresa Café Dromedario y Campeona Nacional de Latte Art 2021 Fórum Café

El Latte Art es mucho más que una forma de expresión artística que deleita visualmente a los clientes. Es una forma de añadir valor a nuestro servicio siempre y cuando logremos dominar todos los parámetros que entran en juego, sobre todo, la correcta emulsión de la leche y su vertido. Si la leche se emulsiona correctamente, se potencian sus azúcares naturales, ofreciendo una bebida mucho más dulce, sin necesidad de azúcar ni ningún tipo de endulzante. Además, con un vertido controlado el sabor de la taza de café con leche queda mucho más equilibrado, todo lo contrario de cuando el vertido es descontrolado y se descompensa la bebida, tanto en sabor como en forma.

En el Workshop sobre Técnicas de Latte Art celebrado en el Fórum Coffee Festival, nos enfocamos, precisamente en esta cuestión, la preparación del barista para poder avanzar en la técnica del Latte Art, identificando los principales errores de esta técnica para evitarlos y lograr mejores resultados. Los asistentes también recibieron tips para poder ahorrar en sus prácticas sin necesidad de desperdiciar leche ni café, ayudándoles, así, a que alcancen sus objetivos de una forma mucha más sostenible.

En el Latte Art, aunque tener un buen pulso, e incluso ciertas habilidades artísticas, es importante, lo es aún más, conseguir una correcta emulsión de la leche y dominar el vertido sobre el café.

Para conseguir esta emulsión ideal, la posición de la jarra es igualmente determinante y no prestar atención a ello, es uno de los errores más comunes entre los que se inician en esta técnica.

EMULSIÓN

Para empezar, purgaremos el vaporizador para eliminar restos de agua cubriendo la boquilla con un paño y lo colocaremos en posición diagonal. Entonces apoyaremos la lanceta en la jarra, e introduciremos la boquilla dentro de la leche. Abrimos el vaporizador a máxima potencia y bajamos la jarra hasta que la boquilla esté por encima de la superficie para inyectar oxígeno a la leche.

La jarra debe permanecer inmóvil durante todo este proceso. La emulsión implica incorporar aire en la leche para crear una textura sedosa y subir o bajar la jarra durante esta operación, rotarla o cualquier otro movimiento, puede generar burbujas de aire grandes en la leche, en lugar de las microburbujas deseadas y que son las responsables de una textura suave y cremosa de la leche, en lugar de grandes burbujas que pueden dar lugar a una espuma irregular y poco atractiva. Además, si movemos la jarra, podemos hacer que la leche se caliente de manera desigual, lo cual no es deseable.

En este proceso, iremos controlando la temperatura apoyando la mano en la superficie exterior de la jarra. Solo inyectaremos aire hasta llegar a los 40ºC y, muy importante, también, la leche debe estar fría, de nevera, a una temperatura de partida de entre 4ºC y 8ºC, pues para que la leche emulsionada sea conveniente para el Latte Art, el oxígeno debe haber sido inyectado, mientras aún está fría.

Una vez lleguemos a la temperatura deseada, cerraremos el vapor y apoyaremos la jarra en la barra, limpiando con un paño la lanceta y cubriéndola con el mismo para purgar nuevamente.

La leche estará lista y nosotros a punto para verterla sobre el café.

VERTIDO

Para conseguir un buen Latte Art, el barista debe dominar el control del vertido, esto es, la cantidad de leche que vierte, la fuerza con la que está cae sobre el café y la distancia entre la jarra y la taza. Además, de la inclinación correcta de estos dos elementos.

Un error muy común de quienes se están iniciando en esta técnica es verter la leche en la taza con movimientos circulares, dibujando involuntariamente círculos blancos lo que hará que el lienzo que deseamos crear de color uniforme se torne una base veteada difuminada. En cambio si el vertido es controlado, yo recomiendo que sea de forma lateral en el centro creando un trayecto de" ida y vuelta" de tal forma a mantener la crema del espresso como lienzo para dibujar sobre ello, obteniendo mayor contraste.

Un tip importante es que antes de empezar a latte art se debe hacer un giro con la taza "para romper" la crema del espresso, para evitar que se creen islas con el aceite del café que impida que la leche se expanda libremente en el momento de dibujar.

DISTANCIA DE VERTIDO Y POSICIÓN DE LA TAZA

En cuanto a la distancia del vertido, hay que saber que cuanto más cerca el pico de la jarra a la taza, mejor para dibujar. En cambio, cuanto más lejos, el efecto es contrario y el vertido actuará como "borrador", esparciendo la leche sobre la superficie y difuminando cualquier diseño.

Para favorecer un buen resultado, además, deberemos inclinar la taza 45º e irla recolocando, poco a poco, a una posición recta a medida que se va realizando el vertido.

Entendidos todos estos aspectos podemos empezar.

¿Quién se anima?

TEMPERATURE PROFILING

Carles González, Coffee Competence & Product Manager en Rancilio Group

La temperatura del agua durante la preparación del espresso afecta la solubilidad de los compuestos presentes en el café, influyendo directamente en aspectos como el sabor, aroma y cuerpo de la bebida extraída. Para comprobarlo, en esta sesión celebrada en el Fórum Coffee Festival invitamos a los presentes a un viaje sensorial en el que comprobar, in situ, estas claves.

Las principales familias de compuestos químicos presentes en una taza de café tienen velocidades de reacción diversas y, por ello, variaciones fisicoquímicas en la extracción o disolución ofrecen resultados en taza distintos, con una gran variabilidad a nivel sensorial.

Conocer el comportamiento de estos compuestos nos ayudará en nuestro cometido de conseguir la mejor taza de café espresso. Dividamos estas familias en dos grandes grupos, de acuerdo con su comportamiento durante la extracción y veamos.

En el primer grupo incluiremos las sales minerales, ácidos orgánicos (cítrico, acético, láctico, málico, quínico, etc), azúcares, complejos carbohidratos y lípidos y observando su extracción veremos que esta se produce siguiendo una función parabólica invertida. Esto conlleva que se agote, durante este proceso, su paso a la bebida.

En cambio, el segundo grupo de compuestos, formado por alcaloides como la trigonelina o la cafeína y ácidos clorogénicos, presenta una disolución menor y más lenta, y su tiempo de extracción debe ser mayor. La función, en este caso, pues, es incremental, volviéndose, después, asintótica hasta permanecer en extracción constante, mientras el aporte de compuesto de la otra función es igual a cero.

Durante la elaboración del espresso, pues, estos comportamientos deben ser tenidos en cuenta, estando claro que no podemos tratar por igual a todos los cafés y que según la extracción, "provocaremos" que se agoten antes los compuestos que nos aportan sensaciones positivas a nivel sensorial, haciendo aumentar los compuestos que no nos ayudan, precisamente, a disfrutar de estas sensaciones. El balance de la bebida, entonces, se desequilibra, y con ello desaparece el que es el mayor placer de un buen espresso.

Y para comprobarlo, y ver como la temperatura del agua influye en la extracción, veamos a continuación los resultados de los ejemplos prácticos propuestos en el workshop sobre perfiles de temperatura en el Fórum Coffee Festival.

ARÁBICA LAVADO

El método espresso no es el más apto para conseguir las mejores experiencias con estos cafés. Su resultado suelen ser tazas que tienden hacia un espresso con acidez, pero con poco cuerpo por falta de estructura, carbohidratos y lípidos. Su amargo será bajo y su astringencia inexistente.

En muchas ocasiones con una extracción estándar, después de menos de la mitad del tiempo de extracción, con este tipo de cafés, habremos agotado la extracción de los compuestos, finalizando con la fracción lipídica. El problema reside en que hasta llegar a tener el volumen deseado en taza solo extraeremos compuestos que nos aportan amargo y astringencia, con una evidente perdida de balance.

Asimismo, si queremos disminuir la capacidad de disolución bajando la temperatura constantemente, la concentración será más baja, perdiendo la intensidad característica del espresso.

Por ello, la mejor opción es partir de una temperatura baja y aumentarla gradualmente de forma que nos permita extraer de modo estable y respetuoso la fracción lipídica, aumentando la sensorialidad, viscosidad y densidad. Con ello, la percepción de balance será superior sin riesgo de amargos o astringencia, ya que alargaremos la función durante todo el tiempo de extracción.

ARÁBICAS NATURALES COMO BRASILES

En espresso son cafés que se comportan fenomenalmente, pero su acidez es escasa y su factor crítico es el riesgo de astringencia. Si utilizamos una temperatura alta inicial y posteriormente durante la extracción, la bajamos gradualmente, obtendremos una taza con la máxima expresión de acidez y con muy buen cuerpo. A la vez disminuiremos los amargos, mientras que, por sinestesia, la sensación de dulce aumentará.

La sensorialidad de estos cafés siguiendo estos parámetros de extracción se caracterizará por un aumento de acidez, no esperada en un Brasil, que dará como resultado una taza redonda, balanceada y con un largo sabor.

ROBUSTAS

El café Robusta se utiliza en espresso, principalmente, en mezclas. Su acidez es imperceptible y son cafés con cuerpo, intensos en notas amargas y con finales secos que nos dejan el paladar seco y sin lubrificación en boca, provocándonos su astringencia, estas sensaciones que pueden ser molestas, en muchas ocasiones.

Si utilizamos un perfil de temperatura como el utilizado con el Brasil, aumentaremos la constitución de compuestos ácidos y mantendremos el cuerpo y, bajando la temperatura, minoraremos el riesgo de amargo excesivo y de astringencia. La consecuencia será una taza muy limpia que puede sorprender por tener un perfil sensorial inesperadamente positivo.

En la extracción espresso, los apuntes aquí ofrecidos, nos ayudarán en el cometido de conseguir una buena taza que nos permita disfrutar de un buen espresso. Les invito a comprobarlo.

LOS WORKSHOPS

LA IMPORTANCIA DEL AGUA EN LOS CAFÉS DE ESPECIALIDAD

Francisco Villar Madrid, National Key Account Manager en Brita Iberia y Water Sommelier Certificate

Aprender cómo se debe tratar y entender al único elemento natural que se presenta en los tres estados de la materia, y sin el que no podríamos vivir ningún ser vivo… el agua, es de gran importancia en la elaboración de cafés de calidad, para conseguir el resultado deseado.

El café perfecto empieza con el agua perfecta. Así lo ha constatado BRITA a lo largo de sus más de 50 años de experiencia en el sector del agua filtrada y así lo explicamos y demostramos en el taller "La importancia del agua en los Cafés de Especialidad" impartido en el Fórum Coffee Festival, en él que quedó claro, tanto que el agua es el elemento que tiene mayor control por parte de las autoridades sanitarias como que el agua de la red potable es 100% segura, aunque esto no quiere decir, sin embargo, que esta agua resulte la mejor para preparar nuestro café de calidad.

CUESTIÓN DE QUÍMICA

¿Y esto por qué? Pues porque en el agua potable no solo está formada por el compuesto químico puro de hidrógeno y oxígeno, H_2O, inocuo al sabor, sino por una cantidad variable de minerales disueltos distintos que influyen significativamente, tanto individualmente como en su conjunto (mineralización), en las propiedades químicas y el comportamiento del agua como disolvente, haciéndolo, por ende, también, en su sabor y en el del café.

Los minerales más importantes que se encuentran de forma natural en el agua potable son el calcio, el magnesio, el sodio, el potasio, el cloruro, el sulfato y el carbonato de hidrógeno. Este último es responsable de la alcalinidad y, junto con el calcio y el magnesio, representa la dureza carbonatada del agua, de gran influencia en el desarrollo del sabor del café.

En el departamento organoléptico de BRITA, hemos comprobado como estos minerales disueltos influyen en la forma en que el agua se extrae de la pastilla o cama de café, lo que afecta al perfil de sabor. Además, algunos minerales, como el carbonato de hidrógeno, también interactúan con los componentes del café.

UN AGUA MAL TRATADA PUEDE ACABAR CON UN GRAN CAFÉ

Cuando hay mucho carbonato de hidrógeno o el agua contiene demasiada dureza de carbonatos, reacciona con los ácidos cafeicos finos, dando como resultado un café que puede tener un sabor desequilibrado, amargo y plano. De ahí que, en general, la mayoría de la gente prefiere el café preparado con agua blanda.

Este tipo de agua, de entre 15 y 75 mg/l de carbonato cálcico, tiene el equilibrio perfecto de acidez y amargor para que puedan desarrollarse los delicados aromas del café. Aún y así, solo resulta ideal para nuestro café, cuando se presenta libre de sustancias procedentes del tratamiento del agua, pues estas pueden provocar aromas indeseados a cloro, corcho o moho que acabarán, también, en nuestra taza de café, llegando, incluso, a alterar su perfil de sabor.

De ahí, la gran importancia de asegurarse un agua óptima y en condiciones equilibradas, tratada por un sistema de filtración en cartucho específico. Con ello, conseguiremos que los aromas y sabores de nuestro café se expresen en su máxima expresión y que

nuestra cafetera perdure en el tiempo sin averías, pues, atención, también a esto, no solo la cal, sino, además, las partículas y metales de las tuberías que se suman al agua en la red de distribución y que se filtran con estos sistemas, hacen crecer el riesgo de obturación de los conductos en nuestros equipos para preparar café.

DESCUBRIENDO LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE UN AGUA DE CALIDAD

Y más allá de la teoría, para ser conscientes de todas estas diferencias, y comprobar las ventajas de elaborar el café con agua filtrada, en el Workshop del Fórum Coffee Festival realizamos tres catas diferentes. Una de cinco clases de agua con distinta mineralización, otra de tres aguas con diferente alcalinidad y la última de un mismo café preparado con dos aguas distintas.

Esto sirvió al público participante para apreciar las diferencias en boca de aguas con distintas características y su influencia en la extracción, resultando evidente para los presentes, la conveniencia de un agua de calidad filtrada para la calidad sensorial del café.

El agua de red se sometió al sistema de filtrado BRITA y llegó al equipo de preparación sin componentes capaces de afectar el perfil de sabor en el proceso de extracción e interacción con el café y libre, también, de desinfectantes que modificasen el perfil de aroma y aportando un mal sabor a la bebida. Tras pasar por el filtro, tampoco presentaba ya más, compuestos orgánicos que interfirieran negativamente en el sabor de la infusión final.

En resumen, esto es un agua de sabor fresco y puro; sin olores perceptibles; sin cloro libre; TDS 200-350 mg/l; dureza total 6-8 º dH; dureza de carbonatos 3-5 º dH; pH 7-8; cobre <0,5 mg/l; y sin hierro, las especificaciones que Fórum Café considera idóneas para una elaboración de café de calidad y que se aseguraron a todos los participantes del Campeonato Barista Pro, gracias al agua optimizada con los sistemas de filtración BRITA para esta competición.

DEFECTOS DEL CAFÉ VERDE

Mònica Romaguera Canteras, Quality Control Technician en Mercon Coffee Group

El grano de café es un producto delicado y expuesto a números condicionantes climáticos, físicos, mecánicos,… que pueden comprometer su calidad. Por ello, saber detectar los defectos en el café verde que pueden acabar en la taza de café y estropear su sabor, es primordial.

Las normativas SCA y CQI para el café verde son unas de las más utilizadas por expertos en café de todo el mundo que las utilizan para evaluar la calidad del grano. Además, existen otras como la la de la Green Coffee Association INC, aplicable de manera más amplia al café de América Central y del Sur, que se enfoca, en aspectos más comerciales. Las repasamos, para conocer sus detalles principales y su incidencia en la categorización actual del café en el mercado internacional.

DEFECTOS VISUALES EN LOS CAFÉS ARÁBICA & ROBUSTA

La normativa SCA prevé unos estándares generales diferenciados para cafés regulares y cafés de especialidad, en cuanto a conteos de defectos y muestras mínimas a examinar, y un puntaje común en cuanto a los defectos de categoría 1 y 2 que contempla. La primera de estas categorías contempla, entre otros, defectos como el grano negro, completamente amarillo, … mientras que en la categoría 2 encontramos los relativos a grano negro parcial, agrio parcial, pergamino, flotador, roto/astillado/cortado...

En el caso de los cafés arábicas de especialidad, la normativa SCA exige una muestra mínima para la evaluación de 350 gramos, no permite ningún defecto de categoría 1 y solo hasta cinco defectos de categoría 2.

Por su parte, y según la normativa CQI - SCA no tiene ninguna al respecto, por el momento - los cafés Robustas... con una puntuación por encima de los 80 puntos SCA, se clasifican en finos y premium según sus defectos totales, menos de cinco en el caso de los fine Robusta y menos de 12 en los premium. En ambos casos, Arábica y Robusta +80 se exige la inexistencia de olores defectuosos.

En cuanto a los cafés robustas comerciales, únicamente se consideran defectuosos los granos negros, rotos y con materias extrañas, estableciéndose la cantidad de granos defectuosos como un porcentaje con respecto al peso total, en lugar de llevar a cabo un conteo individual.

DEFECTOS VISUALES EN EL TUESTE

Los quakers son granos que no han madurado completamente y aunque desde un punto de vista técnico, no se consideran un defecto de tueste, si lo son a nivel de café verde. Este defecto es muy difícil de detectar cuando se realiza la selección del café antes de tostar y se hace visible cuando el grano es sometido a la temperatura del bombo de la tostadora. Al final del tueste es fácil descartarlos, pues no adquieren color y presentan una consistencia blanda y granulosa al partirlos. Si estos granos llegan a la taza, aportan un sabor a cereal, al café.

En los cafés arábicas de especialidad SCA no se permite la presencia de quarkers. El CQI permite hasta 3 en cafés Arabica y Fine robusta y hasta 5 en el Robusta Premium, en muetras de 100gr.

DEFECTOS POR CONTAMINACIÓN Y MANIPULACIÓN

Estos son los defectos provocados por factores externos y que pueden tener un impacto adverso en el café. Se consideran factores de este tipo, un almacenamiento deficiente, daños mecánicos durante el transporte o la manipulación, daños por animales, plagas u otros incidentes a lo largo de la cadena de suministro que pueden facilitar la aparición de moho, alterar la humedad del grano o dotar al café de un olor extraño por la absorción de compuestos químicos u otros (el grano de café es muy poroso y puede absorber olores extraños del entorno. Si se almacena, por ejemplo, cerca de productos con olores fuertes, como productos químicos o alimentos con fragancias intensas, puede adquirir esos olores no deseados).

CLASIFICACIÓN DE CALIDADES SEGÚN ORIGEN

Esta clasificación se centra en aspectos más comerciales, contemplados en la normativa avalada por la Green Coffee Association INC y que admite que los orígenes específicos

tengan su propio sistema de puntuación dentro de los parámetros generales dispuestos por esta entidad. Esto significa, por ejemplo, que mientras que la norma internacional establece un rango de 2 a 5 granos de color negro parcial para penalizar con una imperfección la calidad de una muestra, Brasil solo considera 2 granos en su evaluación, mientras que otros países como Colombia, admiten hasta 5 granos.

En esta clasificación, además, de los defectos del grano, también se contemplan otros factores de clasificación del grano de café verde, como su región de origen, altitud, dimensión del grano y cliente.

CATA DE DEFECTOS

Para aprender a detectar los defectos del café verde, en el workshop sobre este tema celebrado en el Fórum Coffee Festival, los asistentes fueron invitados a realizar una cata in situ, en la que se presentaron varias muestras de granos de café verde con diferentes tipos de defectos visuales, olfativos y táctiles, que pueden afectar la calidad final de la taza de café.

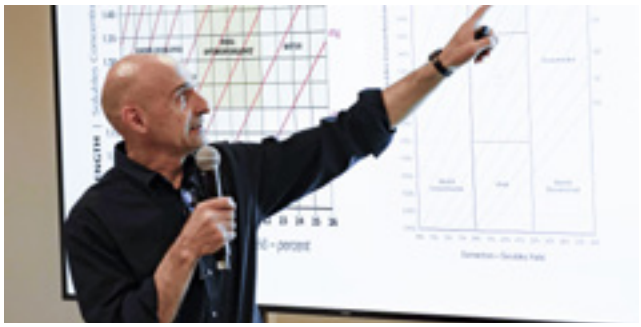
Este enfoque práctico complementó la información teórica presentada durante el evento, brindando a los participantes una comprensión más completa y práctica del proceso de evaluación de la calidad del café verde.

LOS WORKSHOPS

MÉTODOS DE EXTRACCIÓN ALTERNATIVOS AL ESPRESSO

Lauro Fioretti, Knowledge & Education en Simonelli

La preparación de café de filtro, independientemente de sistema de filtrado elegido, se basa en seis elementos esenciales comunes, aunque el resultado en taza no sea el mismo, pues el método de extracción influye, incluso más de lo esperado.



Para ofrecer una visión general del mundo del café filtrado, conozcamos cuáles son los elementos esenciales del brewing, entendiendo que son todos comunes para los diferentes métodos de filtrado, aunque difieren en su detalle, marcando estas diferencias de granulometría, temperatura, tiempos,… relacionadas con el propio sistema de extracción, el resultado final en taza.

ELEMENTOS ESENCIALES DEL BREWING

Proporción de agua del café

Hace referencia a la cantidad de gramos de café por litro de agua. El SCA Gold Cup Standard, indica como correcto para preparaciones brewing: 50/65 gr de café (peso) por 1l de agua (volumen), siendo el ratio mínima 1:20 (50g/1l) y el máximo de 1:15 (67g/1l).
La fuerza y extracción son valores que van acordes al ratio, entendiéndose como un rango aceptable de fuerza: – 1.15% - 1.45% para café filtrado (– 8% - 12% para espresso). En cuanto a la extracción, el rango óptimo se fija entre el 18% - 22%, aceptándose como máximo el rango 27% - 35% (65%-73% no soluble). En un café de filtro, el porcentaje de agua en la extracción es del 98,85%.

Configuración de la molienda

La molienda aumenta la superficie de extracción del grano. Cuando es más gruesa, la superficie de contacto con el agua es menor, se produce menos resistencia y el tiempo de extracción es más rápido, dando como resultado una menor extracción de sólidos. En cambio, cuando la molienda es más finas, el efecto en todos los parámetros es totalmente el contrario. No existe una única molienda ideal para las preparaciones de café de filtro y esta dependerá del método de brewing seleccionado.

Tiempo de preparación

El tiempo de preparación de un café de filtro se divide en dos fases, la primera conocida como tiempo de entrega de agua, durante el cual se moja la cama de café molido y se inicia la extracción y la segunda como goteo, que es cuando la extracción continua y se completa. Según el metodo de filtrado, la duración de estas fases varía.

Temperatura del agua

Según la SCA, la temperatura estándar para la extracción del café en preparaciones brewing debe ser de entre 90-96°C. Por encima de esta temperatura el riesgo de sobrextracción es alto y por debajo de los 90ºc, de subextracción.

Turbulencia

Entendemos como turbulencia, todo movimientoque afecte a la extracción de sólidos. Su objetivo es permitir una extracción más uniforme - cada gramo de café retiene alrededor de 2ml de agua -, siendo importante para conseguirlo, asegurar una profundidad adecuada para el lecho de café y mantener su base plana para evitar la canalización.

Calidad del agua

La calidad del agua es la base de un buen café. El agua para nuestro café de filtro debe estar libre de olores y no presentar ningún sabor extraño. Para una elaboración óptima se recomienda agua con un pH 6-8 y TDS entre 125 – 175 ppm, aunque una franja más amplia entre 75 – 250 ppm, también es aceptable.

Resultados en tazas

Conocidos los elementos esenciales del brewing , permítanme dar cuenta del estudio "Discrimination of Filter Coffee Extraction Methods of a Medium Roasted Specialty Coffee Based on Volatile Profiles and Sensorial Traits ", en el que yo mismo he participado y que ha investigado el resultado en taza de un café de especialidad de Kenia, extraído con cuatro métodos diferentes de brewing: Pure Brew, V60, AeroPress y French Press, demostrando que independientemente de los elementos básicos comunes del brewing, el método de filtrado tiene incidencia directa en el resultado.
Para el análisis utilizamos cromatografía de gases-espectrometría de masas (GC-MS) no dirigida, combinado con análisis sensorial, mostrando los resultados una buena discriminación y una clara agrupación de los grupos de muestras en función de sus perfiles volátiles. Se encontraron similitudes relacionadas con el material del filtro y la forma utilizada para la extracción. Las muestras extraídas con filtros de papel (V60 y AeroPress) dieron como resultado mayores porcentajes de compuestos relacionados con el caramelo y las flores, mientras que de las muestras con filtros metálicos (Pure Brew y French Press) se obtuvieron cafés más afrutados y tostados.
El análisis discriminante permitió la identificación de ocho compuestos con un alto valor discriminante de VIP (variable importante en la proyección), es decir, >1, siendo el 2-furanmetanol la característica principal en la discriminación.
Los análisis sensoriales se realizaron mediante una prueba de panel de expertos y las principales evaluaciones revelaron al sistema Prensa Francesa como la muestra con menor puntuación en todos los parámetros evaluados, excepto en acidez, donde su puntaje fue similar al de la V60. En conclusión, los datos obtenidos de los análisis GC-MS estuvieron en línea con los resultados sensoriales, confirmando que el proceso de extracción juega un papel fundamental en el perfil de sabor de las bebidas de café filtrado ■

TODO SOBRE EL **CAFÉ DESCAFEINADO**

Pablo García de Vinuesa, Responsable de Calidad en Icona Café

Con la intención de minimizar la pérdida de aromas y sabores, en la mayoría de los procesos de descafeinización, la extracción de la cafeína tiene lugar en el grano de café verde, antes de ser tostado y molido. Los procesos han mejorado sensiblemente, y hoy ya se alcanzan rendimientos de extracción que oscilan entre 97%-98% de la cafeína total.

Existen varios métodos para descafeinar el café, pero independientemente de la técnica, todos los métodos tienen en común las siguientes cuatro etapas básicas:

- Un pretratamiento del café con vapor de agua hasta alcanzar una humedad del 40% para preparar el grano para la posterior extracción de la cafeína.
- Extracción de la cafeína con un disolvente, natural o químico.
- Eliminación de los posibles restos de estos agentes a través de un nuevo proceso de vaporización.
- Secado del café descafeinado con aire caliente hasta llevar su humedad, aproximadamente, al mismo punto, que tenía al inicio del proceso, dejándolo a punto para tostar.

PROCESOS DE DESCAFEINIZACIÓN

Descafeinización por disolventes químicos

Este método emplea cloruro de metileno y acetato de etilo como disolventes químicos y tras emplearse de acuerdo con los pasos comunes de descafeinización indicados, ambos disolventes se reutilizan para posteriores procesos de descafeinado.

Este es el proceso más extendido, actualmente más del 50% de la producción mundial se descafeína bajo esta técnica. Para descafeinar una tonelada de café con este método, se emplean aproximadamente 10k de disolvente.

Descafeinización por agua

Este método supone el 22% de la capacidad mundial. Durante los primeros años de uso (1941), se consideraba al agua solamente un disolvente indirecto, ya que la cafeína contenida en el extracto acuoso del café verde se separaba por un proceso de extracción líquido-líquido, con disolvente orgánico. Solo cuando se introduce la absorción de la cafeína sobre carbón activo o resinas cambiadoras

de iones (ósmosis), podemos hablar de un proceso puro de extracción por agua.

Con el perfeccionamiento de la técnica, se empezó a usar extracto de café verde libre de cafeína como agente de extracción en lugar de agua, a fin de minimizar las pérdidas en sólidos solubles. Este extracto tiene que estar en equilibrio con la concentración de sólidos que existe en el café verde, siendo las etapas de extracción, las siguientes:

1. Extracciones sucesivas de los granos de café previamente humedecidos con extracto de café verde libre de cafeína, hasta alcanzar el límite legal de cafeína.

2. Separación de la cafeína del extracto líquido por medio de un absorbente (carbón activo, resinas cambiadoras de iones, diferentes tipos de polímeros...).

3. Recuperación del extracto para su utilización posterior.

4. Recuperación de la cafeína del absorbente: lavado agua y alcohol, agua a altas temperaturas...

Este método se describe como un proceso natural, no tiene riesgos de manipulación y carece de impacto medioambiental, pero resulta sensiblemente más caro y su rendimiento de extracción es menor que con disolventes químicos.

Descafeinización con fluidos supercríticos: CO_2

Representa el 20% de la producción mundial. El CO_2 es el disolvente supercrítico más utilizado, aunque existan otros. En este proceso, se hace circular dióxido de carbono entre los granos, dentro de tambores que funcionan a una presión de 250 a 300 atmósferas. A estas presiones, el CO_2 adquiere una viscosidad similar a la de un líquido y la capacidad de difusión de un gas, permitiéndole penetrar en los granos y disolver la cafeína. El CO_2 con cafeína se canaliza a través de un filtro de carbón vegetal que la absorbe, permitiendo que este fluido vuelva al circuito y a los tambores.

Se considera el proceso más natural y el que garantiza un perfil organoléptico para el café descafeinado, prácticamente igual al del café verde de partida. Los fluidos supercríticos son inertes, no inflamables, se puede disponer de ellos en un alto estado de pureza y no dejan residuos. En contra, este método plantea una fuerte inversión inicial en maquinaria y elevado coste en mantenimiento.

Otros procesos

Swiss Water® process es un proceso orgánico certificado en el que los elementos usados son el agua, la temperatura y el tiempo. Es el único proceso en el que no se emplea ninguna sustancia química para eliminar la cafeína. El café se separa en pequeños lotes, a los que se les añade agua local a la vez que se aumenta cuidadosamente la temperatura, hasta que se logra dejar al café, un 99,9% libre de cafeína

Método Mountain Water es similar al anterior, aunque con la peculiaridad que se lleva a cabo con el agua de los glaciares del Pico de Orizaba, en México. Para separar la cafeína del agua, pasan a esta por un filtro especial, siendo el resultado, un "agua cargada de sólidos de café solubles", saturada con los componentes de sabor, pero libre de cafeína. El agua se se reutiliza en procesos de descafeinización posteriores, asegurando, así, que los granos verdes sumergidos en esta agua mantienen sus componentes originales. El resultado es un café 99.9% libre de cafeína.

LOS WORKSHOPS

EL NUEVO SISTEMA DE **EVALUAR CAFÉ**

Kim Ossenblok, fundador de Estudio de Café Online y SCA CVA Ambassador

En nuestro sector, el valor del café está determinado por varios factores. Unos valoran la calidad física, otros las características sensoriales, el puntaje u otros atributos intrínsecos y extrínsecos del producto. Cuantos más atributos, más potencial tenemos para conectar el café con consumidores que reconozcan su valor. El nuevo sistema para la evaluación del valor del café de SCA, Coffee Value Assessment, nace con este objetivo.

Según Mario Fernández, director técnico de la SCA, para evaluar el valor de un café, deberemos contar con tres habilidades. La primera, tener conocimientos profundos sobre el café y el protocolo de cata. La segunda, alimentar nuestro criterio continuamente para entender al sector y los diferentes perfiles de café y consumidores en el mercado. Y la tercera, tener sensibilidad. Sin ella no serás capaz de percibir los atributos más sutiles en un café, conectar emocionalmente con el producto y con los procesos aplicados durante cada fase de la producción, y, por tanto, no podrás, tampoco, ser un puente entre el café y un mercado que reconozca su valor.

Cuando un catador profesional o Q grader define un puntaje según el perfil sensorial, hay varios retos que se presentan. El primero es que este puntaje es una visión reducida de la amplitud de características que aportan valor al café y muchas veces, actúa de determinante del valor económico del café durante la comercialización, pudiendo, incluso, provocar que este se reduzca, ya que, actualmente, hay una gran oferta de cafés con puntajes por encima de los 80 puntos.

De acuerdo, pues, con el sistema actual, si un grupo de catadores "calibrados" definen este puntaje basándose en una referencia establecida por "los expertos catadores del sector del café de especialidad", lo que hacen es decidir unilateralmente que un atributo del café es bueno, muy bueno, excelente o extraordinario. Y esto, muchas veces, sin importar si ese criterio coincide, realmente, con el gusto del mercado o no, ya que las preferencias del consumidor pueden diferir en diferentes partes del mundo. Es decir, la forma de evaluar es algo arbitraria.

Otro reto importante que presenta la evaluación convencional de café, establecida por la SCA hace casi 20 años atrás, son los nuevos procesos del café que evolucionan a pasos agigantados. Fermentaciones, oxidaciones, secados y almacenajes cada vez más controlados, favorecen encontrar el mismo perfil de sabor procedente de varios orígenes, además de sabores tan extraordinarios, que se complica evaluarlos con un sistema basado en métodos de análisis distintos, influenciados por el gusto subjetivo del catador, el examen de las características sensoriales y la discriminación por uniformidad y defectos.

COFFEE VALUE ASSESSMENT

Es ante estos desafíos, y para que nuestro cerebro funcione con más eficiencia, que la ciencia sensorial propone separar estas evaluaciones en momentos diferentes y usando hojas de cata específicas. De aquí nace el nuevo sistema para la evaluación del valor del café de SCA, llamado CVA o Coffee Value Assessment.

Como SCA CVA Ambassador, organizo talleres sensoriales por el mundo para testar esta primera versión beta que verá la luz en 2024, y uno de estos talleres fue el del Forum Coffee Festival, donde después de hacer ejercicios para mejorar la percepción sensorial y memorizar los aromas del café, dimos a conocer los detalles de las 4 hojas nuevas del CVA: hoja de evaluación física del café verde, formato descriptivo, formato afectivo y evaluación extrínseca.

La nueva hoja descriptiva evalúa la intensidad de los 7 atributos del café, la fragancia, el aroma, el sabor, sabor residual, acidez, dulzura y sensación en boca y permite seleccionar descriptores sensoriales basados en la nueva rueda de sabores del café de SCA. Además, permite marcar la acidez seca o dulce y sensaciones en boca como suave, aceitoso, áspero, astringente o metálico. Lo más curioso y novedoso, es que no contempla una interpretación de calidad de este atributo.

La hoja de cata afectiva, por el contrario, sí está creada para poder recoger la impresión de calidad de un individuo o de un mercado. Según el objetivo de la cata, previamente definido, la impresión de calidad puede ser desde extremamente baja hasta extremamente alta. Aquí sí entra en juego el puntaje, basado en los ocho atributos positivos, descontando puntos por desuniformidad entre las muestras o eventuales defectos. La gran diferencia entre el sistema antiguo y el nuevo es que ahora se amplía el rango de puntaje, lo que evita las concentraciones entre los 80 y 90 puntos.

Otra gran novedad es la hoja de evaluación extrínseca que resume los atributos que hablan sobre el café. Aspectos como la identidad, los procesos, la calificación en origen, la sostenibilidad y la historia tienen un lugar especial en esta nueva hoja.

PRACTICANDO CON EL CVA

Para probar el CVA, durante el taller catamos un café de nuestros alumnos del curso online "Fermentación Controlada, método CuBa Biotec", obteniendo un resultado curioso en la hoja de cata afectiva, en la que el grupo mostró una clara diferencia en gustos.

A la mitad claramente le disgustó este café sometido a un proceso alcohólico, en el cual han inoculado los microorganismos específicos de la propia fruta, pero el resto lo calificó como "extremadamente alta impresión de calidad". Esto demuestra que hay cafés "divisores de aguas" y que el CVA nos va a permitir hacer investigaciones de mercado, detectando los gustos y preferencias de nuestros clientes y, así, asegurar la conexión de un café con un mercado que lo busca por las características intrínsecas y extrínsecas que lo hacen especial.

Tras el Fórum Coffee Festival he viajado a Colombia, donde hemos hecho varios talleres más de café sensible y visitado fincas, unas experiencias que nos ayudan a reconocer el gran trabajo de los productores y que, estoy seguro, la nueva herramienta CVA va a potenciar.

COMBINADOS DE CAFÉ

Luis Ibanez, Responsable de Formación y Calidad en Cafés El Tostadero y Campeón Nacional de AeroPress 2019

En la coctelería, como en cualquier otra disciplina gastronómica, la innovación es la clave para cautivar a los paladares modernos y mantener viva, también, la atención de quienes gustan de este tipo de bebidas. En este contexto, la fusión entre el café y los licores premium se está convirtiendo, cada vez más, en una opción para quienes buscan nuevas experiencias sensoriales. Estos cócteles, que combinan la complejidad del café con la de los licores, están capturando, además, la atención de nuevos consumidores, brindando una oportunidad de consumo adicional de café en la hostelería y la restauración.

Desde el clásico Irish Coffee hasta el exquisito Espresso Martini, los cócteles con café ofrecen una gama de sabores y aromas que van desde lo robusto y ahumado hasta lo dulce y afrutado. La versatilidad del café permite a los bartenders y baristas experimentar con una variedad de perfiles de sabor, creando combinaciones únicas capaces de adaptarse a los gustos individuales de sus clientes.

Además del placer sensorial que ofrecen, estas bebidas con café tienen el potencial de atraer a nuevos consumidores. Al integrar el café en la coctelería, se presenta una nueva forma de disfrutar esta bebida, desmitificando su naturaleza única de "despertador". Los cócteles con café no solo son para los conocedores del café, sino también para aquellos que buscan una experiencia de sabor diferente y única.

Así que mi recomendación es que la próxima vez que entremos en un local especializado, nos aventuremos más allá del espresso tradicional, y optemos por un delicioso cóctel con café o incluso lo intentemos preparar nosotros mismos, para disfrutar, de forma diferente, de nuestro café favorito.

Las opciones son muchas y muy variadas. A continuación, algunas de las propuestas que presenté en el Workshop sobre Bebidas con Café en el Fórum Coffee Festival.

CHOCO & CHILES

Este es un coctel que se elabora con el método Built y Stir y al que tengo especial cariño, pues ha sido creado por mi gran amigo Jimmy Valios, del Taller Clandestino, en Zaragoza. Con él hemos estudiado la receta y la mejor forma de reformularla para darle un toque diferente con café, que al final hemos determinado en una maceración de 24 horas de un Honduras natural de especialidad.

Servido en vaso Old Fashioned y aromatizado con corteza de naranja, los ingredientes de este cóctel son: ron Don Papa, licor de chocolate blanco, licor de chili y Cordial Rue berry Paragon.

COFFEE SOUR

Este coctel es una reconstrucción de uno de mis combinados favoritos, el Whisky Sour, en este caso con algunos cambios y el añadido del café. Elaborado en coctelera y servido con un doble colado en un vaso bajo con hielo, mi Coffee Sour lleva: café espresso macerado con un chai, whisky Bourbon, jugo de lima, azúcar líquido y sirope de jengibre. Al servir este cóctel lo acompañaremos con una jarrita con un poco de refresco de jinger-ale y una botellita con humo de café, para que el cliente se sirva al gusto.

Mi receta original está preparada con el blend ganador del Concurso Mejor Blend de Especialidad 2019, a base de cafés centroamericanos, de África Oriental y Asia Meridional y que destaca por su aroma a almíbar de fresas y vainilla con matices lácticos y un sabor que recuerda a una piruleta de moras.

COFFEE NEGRONI

Para la elaboración de este clásico coctel de aperitivo yo suelo utilizar, por ejemplo, café de especialidad Burundi Honei preparado en cafetera italiana, cambiando, además, el agua por el vermut rojo. Con el café a punto, elaboramos el coctel en su receta original, con tres partes iguales de: Vermut rojo (el realizado en la cafetera italiana), campari y ginebra. Para juntarlos, utilizamos el vaso mezclador y servimos el coctel en un vaso con hielo, con una rodaja de naranja deshidratada y tuis de naranja.

ESPRESSO MARTINI

Este coctel clásico está elaborado con vodka, licor de café y café, que aportan un toque distintivo al final del coctel. El combinado se prepara con café espresso, a mí me gusta utilizar Kenia de especialidad, y se elabora en coctelera, con mucho hielo, para servirlo, luego, en una copa de cava, con un doble colado, ralladura de naranja y ralladura de cacao.

Este workshop sobre Bebidas con café finalizó con un divertido concurso abierto al público, con el cóctel Espresso Martini como protagonista, y atractivos obsequios, gentileza de Cafés El Tostadero, para las mejores elaboraciones.

LOS WORKSHOPS

SHOWCOOKING DE COCINA CON CAFÉ

Elías del Toro, Chef Ejecutivo de Abades Triana

Desde hace años el café intenta dar el salto a los fogones, aunque sigue siendo un gran desconocido en este ámbito. Esta falta de conocimiento se debe, en buena parte, porque tanto en la hostelería como en la restauración, el café todavía está muy asociado a su condición de bebida en momentos determinados como el desayuno, la sobremesa, … Sin embargo, el café ofrece, también, múltiples y variadas oportunidades en la cocina, donde, como ingrediente gastronómico, no solo aporta sabor y aroma al plato, sino que es capaz de potenciar el de salsas, mousses, fondos, carnes, pescados…

El café en la cocina es un reto, una ventana abierta a nuevas propuestas que, sin duda, van a revolucionar el mundo gastronómico. Para ello es muy importante que los profesionales de la cocina seamos receptivos y sigamos recibiendo más información sobre las propiedades y virtudes del café. En mi caso, por ejemplo, estoy experimentado con ahumados con café y trabajando en el escabeche de café. Además, he conseguido buenos resultados en la aromatización de aceites con café y estoy desarrollando otras técnicas a las que aspiro a dar forma y contenido. Y para todo ello he contactado con baristas y tostadores para averiguar más sobre el café y me gustaría que el sector me viese como un aliado fiel para poder establecer más relaciones provechosas para el café en la cocina, un ámbito en el que me gustaría continuar investigando.

SESIÓN PRÁCTICA

Para evidenciar las muchas posibilidades que tiene el café como ingrediente gastronómico, en el workshop celebrado en el Fórum Coffee Festival propuse cuatro platos diferentes elaborados con café, combinándolo con diferentes productos y utilizando distintas técnicas.

▪ Codorniz en escabeche de café

Añadiendo unas notas de café a una receta tan clásica en nuestra cocina y sustituyendo la pimienta en grano por este producto, lograremos sorprender al comensal. Para las aves, el café es un ingrediente que va muy bien, sobre todo, si lo conjugamos con el vinagre. En esta receta, sin embargo, no podemos llevar la acidez a extremos, pues debe tener un sabor muy sutil.

Marcaremos las codornices a fuego de forma tradicional y cocinaremos con los ingredientes habituales del plato a los que añadiremos café. Retiramos el jugo y lo emulsionaremos con aceite de oliva y café espresso que elaboraremos con un Robusta de India. De este modo, intercambiaremos el ácido del escabeche por los matices del café y sus sabores terrosos, a madera y quico, entre otros, hasta conseguir la gama de sabor deseada.

▪ Col a baja temperatura osmotizada en café

Como he apuntado, el café, como ingrediente en sí, ofrece múltiples posibilidades en la cocina, que se amplían, además, utilizando el café de diferentes formas y extracciones. En esta receta, por ejemplo, la propuesta es envasar al vacío una col con un Cold Brew" de café Arábica Etiopia, que cocinaremos a 70 ºC para unificar sus sabores. Tras reposar durante 24 horas, podremos decantar el cubo y hacer lingotes con la col para plancharlos en una sartén antiadherente con un poco de mantequilla. Ya en un plato hondo, pondremos el jugo reservado de la col, encima esta, y en la parte superior, un praliné de almendras tostadas, rematadas con toques florales.

La col, el café y la almendra son sabores que se equilibran entre ellos y presentados todos en un solo bocado, forman un original y atractivo juego de combinaciones de sabores y matices, digno de ser probado.

▪ Ceviche con matices de café

El objetivo con esta receta ha sido otorgar un matiz diferente al ceviche tradicional, con ingredientes muy propios de América que aseguren como resultado final un sabor diferente, pero asociado a aquellas tierras.

Para macerar el pescado mi propuesta es un café Arábica de El Salvador, con notas de chocolate y cuero. En el plato incorporaremos, boniato asado, frambuesas, arándanos, cancha, encurtidos de apio y cebolla morada, además del pescado macerado en café y la "leche de tigre" elaborada de manera tradicional. Si queremos rebajar el amargor del café, podemos hacerlo con un poco de leche de coco. El resultado de este plato es un ceviche diferente, pero genuino en sabores sudamericanos.

▪ Foie con olorosos y matices a café

La combinación perfecta del foie con olorosos andaluces y las notas sutiles de café con los licores, elevan esta receta al más alto nivel en boca. Para su elaboración, desvenamos el foie y le incorporamos sal y azúcar y lo maceramos con oloroso dulce, oloroso seco y coñac. Añadimos, a continuación, canela y un espresso de café Arábica, a mí me gusta utilizar Ruanda Natural. Lo metemos todo en el molde y dejamos la maceración durante 12 horas. Racionaremos y lo acompañaremos con frutos rojos, con reducción de vino tinto y Módena, manzana caramelizadas y tostas para poder untar ▪

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

LAS PONENCIAS

ESPRESSO IIAC

Carles González, Coffee Competence & Product Manager de Rancilio Group

El Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (Iiac) es autor del Manual de Cata de Espresso Italiano, un protocolo que permite delinear el perfil sensorial objetivo de un espresso, asegurando, además, al placer que ofrece su degustación, la importancia que merece y teniendo en cuenta, además, como la cadena de valor del café incide en cada uno de los aspectos de la evaluación.

El Manual de Cata de Espresso italiano del Iiac es una herramienta de uso preferente para profesionales del café de todo el mundo. El Manual incluye un catálogo semántico relacionado con el café espresso, definición las evaluaciones visual, olfativa, táctil y gustativa, un protocolo de cata específico y su hoja correspondiente.

VALORACIÓN VISUAL

La intensidad visual de la crema
Se refiere al nivel de saturación del color de la crema, teniendo como referencia una escala en la que el amarillo pálido es igual a cero y el marrón "habito de monje" representa el máximo valor.

Correlación de la cadena de valor: La saturación del color es mayor cuando se utilizan robustas o blends con robustas para preparar el espresso.

La textura de la crema
Imaginando que la crema sea un tejido, independientemente de su cantidad y consistencia, la textura se determina de la densidad de la trama por milímetro, por tanto, es mayor cuanto más intensa sea la trama y es máxima cuando la trama no se puede percibir porque la crema resulta como nata con color dorado.

Correlación de la cadena de valor: La textura perfecta se consigue con cafés Arábica, tostados lentamente hasta el pleno tueste de los granos. Resultan especialmente óptimos para el desarrollo de la mejor textura, los granos cosechados maduros, ricos en grasas, y que contienen, además, cantidades adecuadas de azúcares y proteínas.

La atracción
Este es un carácter hedónico y determina cuanto nos invita el café solo al mirarlo.

Correlación de la cadena de valor: Para los catadores expertos y quién cata con frecuencia, la atracción decrece cuando la intensidad del color es demasiado elevada o baja y la textura ancha. Esto es sinónimo de gran cantidad de Robusta, tostados exagerados o débiles, presencia de granos inmaduros...

VALORACIÓN OLFATIVA

La intensidad olfativa
Se refiere al volumen global de los olores, independientemente de su calidad.

Correlación de cadena de valor: Cualquier materia prima y proceso que lleve al desarrollo de sustancias olorosas no debe pasarse por alto.

Aromas positivos y negativos
Se entiende como intensidad global positiva de los aromas, citados y no citados en otros descriptores, los derivados de una buena materia prima y de la maestría de producción. Se califican de negativos cuando derivan de problemas de la materia prima y del proceso de producción.

Correlación de la cadena de valor: Inciden directamente la calidad de la materia prima y de la tecnología utilizada en el proceso del café.

La perspectiva aromática
Se refiere a la duración de los aromas después de la deglución del sorbo. Se evalúa teniendo en cuenta solamente los aromas y no las eventuales percepciones sápidas y táctiles.

Correlación de la cadena de valor: Calidad de la materia prima y de la tecnología. Es un valor que adquiere protagonismo en cafés defectuosos por el aumento de su persistencia.

La Fineza
Es un descriptor hedónico, por lo tanto, subjetivo, con el cual se define el nivel de elegancia y placer del aroma.

Correlación de la cadena de valor: Cafés perfectamente maduros y sanos, tostados con maestría.

La Riqueza
Otro descriptor hedónico, con el cual se define la complejidad del aroma. En su evaluación se contabilizan el número de tonos positivos que se encuentran en el café a examen.

Correlación de la cadena de valor: Cafés lavados, maduros, sanos y correctamente tostados.

El nivel hedónico
Descriptor subjetivo mediante el cual se determina el placer global del café en examen.

Correlación de la cadena de valor: Como en otras valoraciones, está directamente relacionada con la calidad de la materia prima y la producción.

VALORACIÓN TÁCTIL

El Cuerpo
Hace referencia al nivel de densidad (jarabe) del café, también definido como viscosidad. El cero corresponde a un café filtro y el máximo a un espresso con fuerte presencia de sustancias extractivas.

Correlación de la cadena de valor: Cafés maduros, grasos, ricos en azúcares y proteínas, sometidos a un tostado pleno. Correlación negativa con cafés inmaduros.

La Astringencia
Se entiende, como tal, la percepción de sequedad que se percibe en unos 15", a través de: la pérdida del poder lubrificante de la saliva y/o la sensación de arrugado o de rigidez de la mucosa de la cavidad oral.

Correlación de la cadena de valor: Cafés robustas y granos inmaduros.

El equilibrio táctil
Es perfecto cuando no son percibidas las asperezas como la astringencia y la mucosa de la cavidad oral. Identifica solo percepción y sedosidad.

Correlación de la cadena de valor: Cafés pobres en ácidos clorogénicos y ricos en grasas y azúcares, tostados en el punto óptimo.

Acidez
Percepción sápida perceptible como una corriente eléctrica de muy baja intensidad que vaga sobre la lengua y enseguida desaparece, dejando una sensación fresca.

Correlación de la cadena de valor: Granos inmaduros y defectos correlacionados, cafés lavados o descascados, bajos niveles de tueste.

Amargo
Percepción de amargor elevable a través de las papilas gustativas.

Correlación de la cadena de valor: Más elevada en Robusta, en granos inmaduros y sus defectos correlacionados y en los tuestes fuertes.

Equilibro gustativo
Carácter hedónico que considera el balance entre ácido y amargo.

Correlación de la cadena de valor: Perfecta selección del café, correcta introducción en la mezcla de cafés naturales y de cafés lavados y con justo nivel de tueste.

TENDENCIAS GLOBALES DEL CAFÉ

Dale Harris, Campeón Mundial de Baristas 2017

En un mundo en el que el café es, ya hoy, mucho más que una simple bebida, la diversificación de su oferta, la apertura a sabores y aromas más amplios, la entrada en juego de nuevos criterios de evaluación de calidad, así como la adopción de tecnologías avanzadas están redefiniendo la forma en que disfrutamos de este producto. En este contexto dinámico, los negocios de café se enfrentan a una encrucijada entre ofrecer experiencias de café de alto valor o proporcionar conveniencia a través de la tecnología y la escala, invitándonos, este emocionante viaje hacia el futuro del café, a descubrir cómo la industria se adapta, innova y se transforma para seguir cautivando a los amantes del café de todo el planeta.

El mundo del café está en constante evolución, y en el reciente Fórum Coffee Festival, tuve el privilegio de compartir con los presentes algunas de las que están dando forma al futuro de esta apasionante industria. En mi charla sobre las "Tendencias Globales del Café", exploramos cómo los cambios en las reglas de los campeonatos, las preferencias de los clientes y la tecnología están transformando el paisaje del café en todo el mundo.

Comencé mi presentación destacando la revolución en los campeonatos de café, particularmente en el Campeonato Mundial de Baristas (WBC) que cuenta, a partir de ahora, con un nuevo sistema de puntuación que cambia la forma en que se ha evaluado hasta ahora a los baristas. Este sistema enfatiza el progreso en la ciencia sensorial y la incorporación de información del manual de Catadores de la SCA. El Sistema de Evaluación del Valor del Café (CVA) respalda estos cambios, ampliando la definición de café de especialidad para incluir diversas cualidades más allá de la limpieza y el aroma, animando a la industria a abrazar una variedad más amplia de sabores y aromas, lo que a su vez tiene implicaciones significativas para las cafeterías.

Y abro aquí un paréntesis para dar una recomendación a los dueños de estos establecimientos que quieran significarse, e ir un paso por delante. Ha llegado el momento de diversificar sus ofertas, explorar diferentes orígenes de café, estilos de procesamiento, variedades y niveles de tostado, para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores y brindarles un espectro más amplio de experiencias con el café.

REDEFINIENDO EL ROL DE LOS BARISTA

Volviendo a las competiciones baristas, más allá de las habilidades técnicas, ahora se valora la calidad de la presentación, la narrativa y el conocimiento del café. Esto subraya la importancia del aspecto humano en nuestra industria y reconoce a los baristas por su capacidad para interactuar con los clientes, más allá del proceso de preparación del café.

BEBIDAS VEGETALES

La creciente popularidad de las leches vegetales también está dando forma a las tendencias del café. Al incluir opciones de leche a base de plantas en los campeonatos, como pudimos ver, también, en el Fórum Coffee Festival, está favoreciendo un impulso hacia la creatividad y la personalización en las ofertas de café. Esto no solo satisface a un grupo más amplio de consumidores, sino que también abre nuevas oportunidades para combinaciones de sabores únicas y emocionantes.

CAFÉS BOUTIQUE

Además, también se detectan algunas tendencias bastante claras relacionadas con la gestión de los negocios de café y como ejemplo, podemos ver como en el Reino Unido ya proliferan cafeterías boutique como WatchHouse, Rosslyn y Blank Street Coffee done, aunque la calidad del café sigue siendo la prioridad, se observa un cambio hacia el crecimiento empresarial y la eficiencia, lo que refleja una tendencia global hacia operaciones más escalables y sostenibles.

EXPERIENCIA VERSUS CONVENIENCIA

Hablemos también de tecnología y sostenibilidad. La innovación tecnológica está transformando la industria del café al permitir una preparación más rápida y eficiente del café de alta calidad. La automatización y las herramientas eficientes están ayudando a los baristas a servir café excepcional con menos mano de obra, lo que hace que nuestros negocios sean más sostenibles a largo plazo.

Es así como, mirando al futuro, preveo una bifurcación en el mercado del café. Los negocios se centrarán en ofrecer experiencias de café de alto valor o en proporcionar conveniencia a través de la tecnología y la escala. Esta tendencia dará forma a las operaciones de las cafeterías y las elecciones de consumo de café en todo el mundo.

Además, en esta mirada al futuro del servicio de café, no pasemos por alto, algunas tendencias destacadas, especialmente en países como China, donde conceptos innovadores y la fusión del café con otras experiencias están transformando el panorama del consumo de este producto.

Está claro que el mundo del café está en un estado de cambio constante. Para seguir siendo relevantes y emocionantes para nuestros clientes, es crucial que las cafeterías y los negocios de café estén al tanto de estas tendencias que continuarán dando forma a nuestras experiencias con el café.

Todo apunta a que el futuro de nuestra industria va a ser emocionante. ¡Ansioso por verlo!

LAS PONENCIAS

MERCADO DEL CAFÉ EN ESPAÑA, EXPECTATIVAS Y TENDENCIAS

Robert Eveson, analista senior de Investigación en Euromonitor Internacional

Estar atentos a las tendencias de mercado es clave para asegurar el éxito sostenido de nuestras empresas en un entorno en constante evolución como es el mercado del café. Las tendencias actuales no solo reflejan los comportamientos cambiantes de los consumidores, sino que también ofrecen oportunidades para la innovación y el crecimiento. Mantenerse al tanto de estas tendencias nos permite anticiparnos a las demandas del mercado y ajustar estrategias comerciales de manera proactiva. Además, nos brinda la capacidad de identificar nichos emergentes y adaptar productos o servicios para satisfacer las necesidades específicas de los clientes. Ignorar las tendencias podría resultar en la obsolescencia de nuestros productos o servicios, así como la pérdida de competitividad frente a otras empresas que se adaptan ágilmente al panorama cambiante del café en España.

El mercado del café en España está evolucionando rápido en estos últimos años. Nuevas calidades, nuevas marcas, nuevos establecimientos y también, un nuevo gusto de los españoles para disfrutar en casa de un café como el de la cafetería. En este año 2023 las ventas de café ya se sitúan muy cerca de los niveles prepandemia, estamos a un 98% del nivel visto en el año antes de los cierres y restricciones del 2020, y todo apunta que este próximo año 2024, ya los superaremos.

Según datos de Euromonitor, España tiene el gasto per cápita más alto de Europa Occidental en bares y cafés, lo que nos anima a pensar, además, que el gasto en este canal se cerrará este 2023, con un nivel muy alto como consecuencia del aumento en precios.

Pero, y de cara al futuro, ¿qué debemos esperar?, ¿qué va a definir el mercado del café en España?, ¿qué oportunidades y retos se presentan? y, también, ¿qué debemos esperar de los precios?

Empecemos por el final, los precios, y de ellos debemos decir que, por el momento, seguirán siendo altos. La inflación ya no es tan alta como meses atrás, pero sigue existiendo y, por tanto, los precios siguen creciendo, con la particularidad, en nuestro caso, de que el café como otras bebidas no alcohólicas presentan una tasa de inflación más alta que la tasa general, a causa de los precios en origen, los precios del transporte y los costos de los salarios que se acumulan a lo largo de toda la cadena de valor de este producto.

La inflación ya no es tan alta, pero existe y, los precios seguirán altos en los próximos cinco años

Dicho esto, fijémonos ahora en las tendencias que configurarán el mercado del café en España en los próximos años más inmediatos, Innovación, Polarización, Diversificación, Precios elevados y Café RTD, y que dan respuesta al resto de cuestiones planteadas sobre las expectativas que cabe esperar para el sector a corto y medio plazo.

INNOVACIÓN

La innovación en el sector viene de la mano de la premiurización del producto que seguirá creciendo en estos próximos años. El conocimiento del café por parte de los consumidores es mayor. Ahora saben de la existencia de las diferentes calidades, orígenes, formas de preparación y la compra de café de mayor calidad se ha convertido en una indulgencia permitida para los que han decidido que si deben pagar más, prefieren hacerlo por un café de buena calidad.

La tendencia es que estos consumidores y los que poco a poco van descubriendo los cafés de calidad, busquen, cada vez más, cafés de origen único, sabor natural, orgánicos, respetuosos con el medio ambiente y parte de una cadena de suministro sostenible.

De hecho, la sostenibilidad se convertirá en un tema, aún, más relevante en el ámbito de la innovación en la industria del café, y a medio plazo empezaremos a ver envases para el café reciclables, rellenables y compostables y los consumidores comprarán su producto en bolsas reciclables para rellenar frascos de cristal con su café.

Y es que, aunque el precio sigue siendo la gran cuestión en muchas decisiones de compra, casi el 50% de los consumidores españoles ya manifiestan su interés por productos reciclables o biodegradables.

POLARIZACIÓN DEL MERCADO

Se espera que la polarización entre las ofertas más premiums y más económicas siga existiendo e, incluso, crezca, pues, si bien hay consumidores que quieren más calidad, otros no.

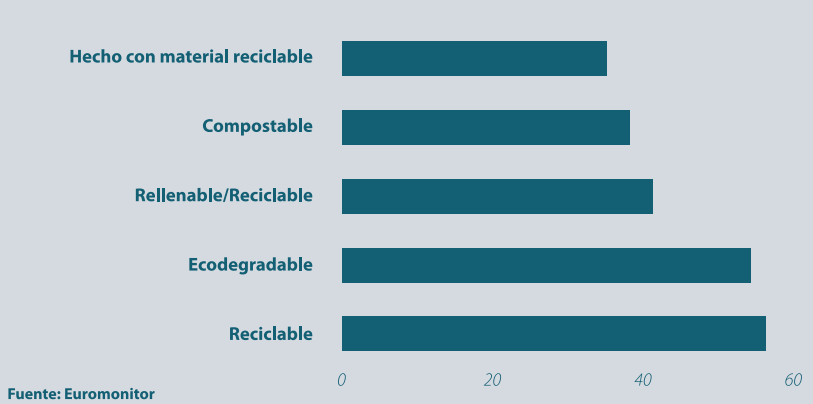
El café en España sigue siendo un producto de consumo y no habrá un decrecimiento en esta demanda, pero los consumidores

españoles, encabezan el ranking europeo de preocupación por el aumento de precios de los productos de consumo cotidiano y los menos exigentes, optarán por cafés de más bajo precio, como, por ejemplo, las marcas blancas, que este 2023 ya han alcanzado el 44% de cuota de mercado Vs. el 17% de cafés de marcas de tostadores locales que venden cafés premium y de calidad. El resto del mercado se lo reparten, casi al completo, grandes marcas internacionales.
Un dato significativo al respecto y que hemos observado en Euromonitor con nuestra herramienta de monitoreo de precio, VIA, que nos permite ver el importe de venta de un producto en cualquier momento a lo largo de los años recientes y hacer comparaciones sobre las variaciones del mismo, es que los cafés de marca blanca son los que más han crecido en precio. Aún y así, su precio medio sigue siendo más bajo que el de los cafés de marca, sobre todo en lo que se refiere a café molido, y, también, en cápsulas.

DIVERSIFICACIÓN

España tiene el gasto per cápita en café en hostelería más alto de Europa. A través de este canal se vende el 40% del café que se consume en el país, asumiendo prácticamente en su totalidad, el canal retail, el 60% de las ventas restantes, pues la distribución de café a través de e-commerce en España sigue siendo muy poco significativa 1%. Aún y así, en el segmento de producto en que el e-commerce puede ganar protagonismo es en el del café de Especialidad.
Esta variedad de oportunidades para las empresas les obligará a estar presentes en más de un canal y se hará imprescindible que consideren las motivaciones de sus clientes para beber café, para poder responder con productos que se adecuen a ellas.
Esto favorecerá una diversificación del mercado del café de mano de la ampliación de formatos de compra de café. Los consumidores de todas las edades buscarán productos que se adapten a su estilo de vida, y con ello veremos crecer la demanda de opciones como el café en grano, café take away o el café RTD.
En este contexto, las marcas deberán adaptarse para satisfacer esta demanda diferente, en la que el tipo y formato de café que pide el consumidor responde a sus motivaciones experienciales – más del 60% de los consumidores españoles buscan experiencias que se adapten a sus gustos, un porcentaje sensiblemente más alto de lo observado en otros países europeos como Inglaterra, Italia o Alemania-.
En el canal Horeca, el café en grano seguirá siendo el protagonista y las previsiones apuntan que las ventas en volumen de este producto crezcan en torno a una tasa anual de un 2.5%, lo que de ahora al 2028, se traduce en un 13% de crecimiento.

¿QUÉ VALORAN LOS ESPAÑOLES DEL EMBALAJE DE LOS PRODUCTOS QUE COMPRAN?. AÑO 2023



Fuente: Euromonitor

PRECIOS EN EL CANAL RETAIL

Aunque la inflación se está moderando, sigue existiendo y en los próximos cinco años se mantendrán los precios altos, por encima de los precios prepandemia y similares a los de este año.
En el ámbito del sector del café, la previsión es que los costes de producción de café caerán en comparación con los de este año y además, dado que también se prevé una estabilización de las ventas en volumen de café en España, se espera que habrá iniciativas de actividad promocional que ayudarán a dinamizar el canal Retail.

CAFÉ RTD

En los últimos años, una de las categorías más dinámicas del mercado de bebidas no alcohólicas ha sido el café RTD y existen muy buenas previsiones para este producto en el futuro de mano, entre otros factores, de la ya apuntada tendencia a la diversificación del mercado.
El café RTD tiene la capacidad de responder a la demanda de los consumidores actuales, sin embargo, es necesario contextualizar la categoría para poder prever cuál va a ser su evolución.
Las ventas de café RTD en volumen solo representan actualmente el 1% del mercado de café en su totalidad, lo que significa que es un segmento bastante pequeño de demanda, por lo que lo más lógico es pensar que, de momento, y a corto plazo, el café RTD no va a despuntar por sí solo, pero si va a ocupar un lugar importante como complemento a una oferta más amplia de productos de las marcas fabricantes.
En este sentido, cabe destacar las buenas expectativas que tiene este café para ganar relevancia por su conveniencia, sobre todo entre las personas que tienen menos de 44 años. Además, las investigaciones de mercado también identifican en la salud y el bienestar una ruta de expansión de esta categoría de café, por ejemplo, con el desarrollo de la oferta de cafés RTD funcionales, un segmento en el que ya se ha empezado a notar una demanda creciente.

LAS CLAVES DEL FUTURO DEL CAFÉ EN ESPAÑA

Polarización
Divergencia entre los productos premium y productos mas económicos.

Diversificación
De canales de venta, formatos y motivaciones de consumo.

Precios elevados
La inflación se modera, pero los precios se mantendrán altos en los próximos 5 años.

EL CAFÉ EN ESPAÑA

Ventas en volumen totales de café 2023:
147.000 tm (+1% Vs 2021)

Ventas en volumen totales de café 2020-2023:
+7,8%

Variación del precio interno medio del café en el canal Retail 2023:
+12% Vs 2022 / +22% Vs 2021

Previsión precio interno medio del café en el canal Retail 2023-2028:
-2,5%

LAS PONENCIAS

EL **ROL DE LA MUJER** EN LA **INDUSTRIA DEL CAFÉ**

IWCA, Alianza Internacional de Mujeres del Café

En España, la incorporación laboral de las mujeres ha avanzado en las últimas tres generaciones, pero la equidad de género todavía no es una realidad. En la industria española del café, las mujeres, en general, se sienten valoradas, aunque la mayoría coinciden en la necesidad de seguir avanzando para alcanzar la verdadera igualdad. A nivel mundial, la Alianza Internacional de Mujeres del Café - IWCA tiene fijado como misión principal este objetivo y España, en los próximos meses, podría tener su propia estructura IWCA para trabajar en las necesidades específicas de las mujeres del sector del café de nuestro país y tender puentes, además, entre ellas y los más de 16.000 miembros a nivel mundial que tiene esta organización.
Al frente de la iniciativa para crear el Capítulo IWCA España, encontramos a Diana Ayala, emprendedora con más de nueve años de experiencia en la industria del café, fundadora de Aygo Organic, exportadora de café colombiano de especialidad y cofundadora de una empresa exportadora de café en Minas Gerais, Brasil y a Chantal Demonty, profesional del turismo con más de dos décadas de bagaje en el sector, especializada en calidad y experiencia al cliente, barista profesional, tostadora y cofundadora de Ombú Bcn Café de Especialidad. Ambas, al saber de la inexistencia del Capítulo IWCA España, creyeron en la posibilidad de hacerlo realidad y, sin saberlo, ambas comunicaron, casi simultáneamente, su voluntad a la IWCA. Al saber una de la otra, han decidido conectar y avanzar juntas en este ambicioso proyecto que tiene como objetivo hacer el cambio hacia una industria más equitativa para ambos géneros.

Chantal Demonty y Diana Ayala, en el centro de la imagen, conversando tras la charla sobre IWCA y el rol de la mujer en la industria del café

La Alianza Internacional de Mujeres del Café, IWCA, unifica una red global de capítulos en 27 países productores y 6 países consumidores, apoyando el trabajo y el crecimiento de mujeres dentro de la comunidad internacional del café. En Europa solo existen los capítulos de Alemania e Italia, aspirando España a unirse a ellos, en breve.
Los Capítulos de la IWCA son organizaciones autónomas, centradas en sus necesidades locales únicas y unidas globalmente por la misión compartida de la IWCA de empoderar a las mujeres en toda la industria del café. Es así que los perfiles de las mujeres que se encuentran en los capítulos son variados, cubriendo toda la cadena de valor del café.
Cada Capítulo de IWCA desarrolla e implementa sus propias prioridades estratégicas y modelos de membresía, siguiendo el Protocolo de Formación de Capítulos de IWCA que ya hemos empezado a desplegar en España, habiendo culminado con éxito, la etapa de socialización. Para ello debemos agradecer el apoyo invaluable del Fórum Cultural del Café, quien a través de su directora Yolanda Bolaños, su equipo y sus miembros, nos dieron un espacio increíble en el I Symposium del Fórum Coffee Festival.
Además, en nuestro stand en este evento pudimos conectar con muchas mujeres que se encontraban allí, conversamos sobre sus retos y muchas de ellas se inscribieron para seguir conectadas, incluidos algunos hombres que también creen en nuestra misión.

PLAN PARA LA CONSTITUCIÓN DEL CAPÍTULO ESPAÑOL DE LA IWCA

Con la información recolectada y las entrevistas que hemos tenido con personas muy relevantes de la industria en España, vamos a definir el plan estratégico del Capítulo, los objetivos y el plan de acción, avanzando, a la vez, hacia la legalización de la asociación que será informada a las personas interesadas, tan pronto se materialice.
El perfil de asociados que esperamos estará principalmente vinculado a la parte consumidora de la cadena de valor del café. Con esto nos referimos a asociados que estén vinculados con la verificación de la calidad, la importación de café verde, la distribución, marketing y las ventas, el tueste, el barismo y por supuesto el emprendimiento y liderazgo. También a aquellas organizaciones y asociaciones vinculadas a la difusión de la actividad.

RETOS Y OBJETIVOS DEL CAPÍTULO IWCA EN ESPAÑA

En esta primera etapa de socialización y exploración, hemos agrupado los retos de-

tectados en tres áreas principales. La primera está relacionada con la presencia de mujeres en ciertas partes de la cadena o actividades, pues es evidente, y hay datos, de la escasa presencia de mujeres en ciertas áreas. Por ejemplo, el número de mujeres que participan en competencias de barismo o brewing no ha alcanzado más del 25%, siendo la media, tan solo, de un 10%. También es bajo el porcentaje de presencia femenina en puestos de liderazgo o en ciertas actividades, como, por ejemplo, el tueste.
Los retos de la segunda área están relacionados con el desarrollo de una carrera profesional dentro de la industria. No hay información disponible de cuáles son las posibilidades reales de crecimiento dentro del sector o cuáles son las distintas áreas donde se puede trabajar. Tampoco existe un claro entendimiento de qué formación es necesaria para los distintos puestos. Relacionado con esto, no está claro cómo afrontar el desarrollo de emprendimientos - cómo hacer un plan de empresa -, por lo que el objetivo será dar respuestas a todas estas carencias.
En cuanto a la tercera área, esta agrupa todo lo relacionado con el acceso a información sobre la realidad de las mujeres en otras áreas y sobre cómo podemos colaborar desde nuestros puestos.

CÓMO INVOLUCRARSE CON LA MISIÓN DE IWCA

Para afrontar estos retos, abrimos las puertas a todos y todas las interesadas. Hay diversidad de formas de apoyar los objetivos de IWCA. Las profesionales en el mundo del café que ya se encuentran en puestos de liderazgo, por ejemplo, están marcando el tono al que otros aspiran. "Si puedes verlo, puedes serlo" así que invitamos a visibilizar su trabajo para que sea un referente internacional en términos de inclusión.
Países como España, además, están mucho más adelantados en términos de derechos humanos y de equidad de género que algunos países en origen, así que a través del intercambio cultural y de conocimientos podemos continuar trabajando para romper con los estereotipos de género y eliminando suposiciones sobre los roles que desempeñan las mujeres dentro de la industria cafetalera.
Se necesita, también, más tutoría para las mujeres en el sector cafetero para ayudarlas a identificar su voz, su valor y sus oportunidades de crecimiento. Y como la tutoría eficaz no proviene únicamente de ellas, hombres y mujeres en la industria del café están invitados, por igual, a compartir sus experiencias.
Difundir y apoyar eventos de networking para fomentar la colaboración entre los asociados, no solo dentro del país donde se desarrolla el Capítulo, si no globalmente es, también, otra forma de implicarse.

UN PUENTE DE COLABORACIÓN ENTRE MUJERES DE PAÍSES PRODUCTORES Y CONSUMIDORES

Y es que la colaboración entre mujeres de países productores y consumidores es la base para que los proyectos y el impacto que estamos creando sea sostenible y efectivo. Por ello realizamos diversas actividades de una amplia cobertura, desde reuniones globales, videollamadas entre capítulos y sus miembros hasta encuentros en ferias o seminarios web.
Para mejorar el acceso al mercado de las mujeres productoras de café, organizamos, además, eventos de cata y entre productores e importadores. Además, en nuestra web global se publica una lista de disponibilidad de café con información de nuestras productoras, facilitando el contacto directo con ellas. Y a lo largo del tiempo, también, se han establecido numerosas conexiones entre capítulos y miembros de capítulos, facilitando relaciones directas entre diferentes sectores de la industria del café para lograr un sector más equitativo e inclusivo.

Tú puedes ser parte y participe de este cambio. ¡Te esperamos!

Diana Ayala y Chantal Demonty

UNA MISIÓN Y TRABAJO CON IMPACTO

Como organización que empodera e impulsa localmente y conecta globalmente, nuestra definición de impacto se reconoce por aquellos que lo logran. Los casos de estudio de IWCA demuestran el impacto comunitario del empoderamiento de las mujeres, incluido el progreso hacia varios Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.
Actualmente, se estima que el 70% del trabajo en los cafetales lo desarrollan mujeres, aunque en muchos países estas caficultoras no pueden ser propietarias de sus fincas. De igual modo, se calcula que sistemáticamente ofreciendo a las mujeres el mismo acceso que a los hombres a los recursos necesarios para cultivar café, se podría aumentar un 20%-30% la producción y el 2,5%-4% de la producción agrícola total, reduciendo, a la vez entre un 12 y un 17% el número de personas que pasan hambre en el mundo.
Ejemplo de estos cambios es el caso de Burundi donde, a medida que las mujeres comenzaron a recibir una prima por el café, aumentó el reconocimiento y el aprecio por su participación, lo que las llevó a involucrarse como socias en negocios familiares en Ngozi y Kayanza, incluida la plantación de nuevos cafetos. Con ello incrementaron su producción, de 94 sacos de café verde en 2012 a 2.065 sacos en 2017 y lograron la ampliación de sus fincas. El impacto positivo sobre las familias al ofrecer oportunidades de capacitación y bonificaciones ha resultado en mejores medios de vida. Las mujeres ya no necesitan pedir a sus maridos que cubran los gastos necesarios y han invertido en sus hogares, como comprar bicicletas, cabras, vacas y poder pagar las tasas escolares de sus hijos.
En Perú, estamos trabajando para el colectivo femenino barista aprovechando las conexiones globales, IWCA capítulo Perú organizó un concurso mundial, "Espressate Mujer", para reconocer y celebrar a las mejores baristas del país.
Y aunque los casos de estudio de países consumidores aún están por escribirse, podemos adelantar que capítulos como el de IWCA Australia está facilitando plataformas, como el desayuno "Stronger Together", para establecer contactos a nivel local y global, compartir conocimientos y objetivos comunes, y crear más visibilidad para que las mujeres desarrollen su liderazgo y sus habilidades empresariales. IWCA Italia, por su parte, ha importado el primer contenedor completo de café verde de una de las productoras de IWCA Brasil e IWCA Alemania ya conecta con éxito importadores con productoras directamente en origen.

LAS PONENCIAS

CAFÉ Y **DEPORTE**

Endika Montiel, Técnico Superior en Nutrición, exfutbolista y fundador de Irreverentes Café

La cafeína ofrece numerosos beneficios para el rendimiento deportivo al afectar positivamente el sistema nervioso central, muscular y energético. Su capacidad para reducir la fatiga, mejorar la activación muscular y aumentar la oxidación de grasas la convierte en una herramienta valiosa para los deportistas. Sin embargo, es crucial respetar las dosis recomendadas y el momento de ingesta para maximizar sus efectos sin afectar negativamente el descanso y el bienestar general del individuo. En un mundo donde la optimización del rendimiento es fundamental, la cafeína se presenta como una opción segura y efectiva para mejorar el desempeño físico de los deportistas.

En los últimos años, numerosos estudios científicos han arrojado resultados muy positivos sobre los beneficios del consumo moderado de café para la salud humana. Estas investigaciones han capturado la atención de diversas comunidades, incluyendo a muchos deportistas que apuestan por la alimentación saludable como base para su rendimiento deportivo y calidad de vida. Ya sea como una fuente natural de energía, un apoyo en la recuperación muscular o un impulso para el estado de ánimo, el café ha encontrado su lugar en la dieta de muchos deportistas, contribuyendo significativamente a su rendimiento deportivo.

La cafeína, presente de forma natural en el café, pero también en el cacao, las hojas de té, las bayas de guaraná o la nuez de cola, aumenta los niveles de energía, retrasa la fatiga y mejora la concentración, entre otros beneficios que no solo son cruciales para los atletas de alto rendimiento, sino también para los aficionados al deporte que buscan mejorar su resistencia y disfrutar de entrenamientos más efectivos.

Un buen café de especialidad tostado de manera correcta es un superalimento que contiene una gran cantidad de micronutrientes que nos ayudan a sanar, no a enfermar. Es rico en bioflavonoides que mejoran la presión arterial y en antioxidantes que combaten los radicales libres.

Por todos es sabido, además, que el consumo moderado de café se ha asociado con una serie de beneficios para la salud, incluyendo la reducción del riesgo de enfermedades crónicas como la diabetes tipo 2, enfermedades cardíacas y ciertos tipos de cáncer. Así, que el café no solo impulsa el rendimiento deportivo, sino que también contribuye a una vida más saludable y activa para personas de todas las edades y niveles de condición física.

CAFEÍNA Y ACTIVIDAD FÍSICA

La cafeína es, sin duda, uno de los alcaloides más estudiados y su efecto en el rendimiento físico de los deportistas ha sido objeto de numerosas investigaciones científicas.

Está comprobado, por ejemplo, que este alcaloide, en nuestro sistema nervioso central, bloquea los receptores de adenosina A1, A2A y A2B. Este bloqueo es el responsable de su leve efecto excitante en el sistema nervioso, ya que la absorción de adenosina por las células del sistema nervioso es uno de los mecanismos que desencadenan el sueño y la sedación, por lo que su consumo, reduce la sensación de fatiga y aumenta la dopamina y la adrenalina, mejorando el umbral de esfuerzo y haciendo, así, el ejercicio más placentero. Es así, que a la cafeína se le considera un nootrópico.

Además, la ingesta de cafeína potencia la activación de nuestro sistema muscular, el reclutamiento de unidades motoras y la reducción del dolor muscular asociado al entrenamiento, mientras que, en el sistema energético, mejora la movilización de grasas, aumentando la oxidación durante la actividad física.

BENEFICIOS PARA EL RENDIMIENTO DEPORTIVO

Numerosos estudios han demostrado los beneficios de la cafeína en el rendimiento físico. Y la ingesta de dosis moderadas de cafeína han demostrado mejoras valiosas en diversas habilidades relacionadas con el rendimiento deportivo de ciclistas, futbolitas y atlentas.

Por ejemplo, tras una sesión de depleción de glucógeno, la combinación de carbohidrato y cafeína (CHO+CAFF) mejora mucho más el rendimiento deportivo a las 4 horas, que con solo la ingesta de carbohidratos (CHO) o agua (WAT).

Además, una revisión sistemática y un metanálisis han demostrado que la ingesta de cafeína en dosis de 2-6mg/kg, 60 minutos antes de medir el rendimiento deportivo, optimiza tanto la fuerza como la potencia y mejora significativamente la fuerza del tren superior.

En otras pruebas, y según consta en la actualización de la revisión de nutrición deportiva y ejercicio del ISSN, consumir cafeína mejora

la velocidad, la potencia máxima y la potencia media en los ciclistas. Identificándose mejoras en el rendimiento de pruebas contrarreloj y, también, en el rendimiento en sprints repetidos.
De igual modo, una dosis única y moderada de cafeína, ingerida 5-60 minutos antes de una práctica de fútbol, produce mejoras valiosas en ciertas habilidades relacionadas con el rendimiento físico mejorado en este deporte, según la revisión sistemática "Suplementación con cafeína y rendimiento físico, daño muscular y percepción de fatiga en futbolista".

DOSIS RECOMENDADA PARA DEPORTISTAS

La dosis recomendada de cafeína varía entre 3-6mg/kg y se sugiere ingerirla 45-60 minutos antes del entrenamiento para obtener los máximos beneficios. Es importante considerar que el cuerpo elimina la cafeína en un período de 4-9 horas, por lo que se debe evitar su consumo excesivo, especialmente por la tarde, para no interferir con el descanso nocturno.
Además, cada persona es diferente y las recomendaciones pueden variar según factores individuales como el tipo de deporte practicado, la edad, el sexo y el estado de salud. Un enfoque personalizado, de mano de un profesional, es clave para maximizar el rendimiento y mantener una buena salud a largo plazo.

EL MEJOR MOMENTO PARA UN CAFÉ SI HACES DEPORTE

En cuanto al momento de la ingesta, se recomienda ingerir la cafeína entre 45-60 minutos previos al entrenamiento. El tiempo de absorción depende de la vía de administración. Por ejemplo, el pico del café es más rápido (42 minutos) en comparación con la pastilla de cafeína (67 minutos).
Es importante mencionar que la respuesta a la cafeína puede variar de una persona a otra, y algunos individuos pueden ser más sensibles a sus efectos. Por lo tanto, es aconsejable que los deportistas experimenten con la dosis y el momento de la ingesta para determinar lo que funciona mejor para ellos y se adapte a sus necesidades y tolerancia.
Además, se debe tener en cuenta que la cafeína no es la única fuente de energía para el rendimiento deportivo. Es fundamental mantener una dieta equilibrada y adecuada en carbohidratos, proteínas y grasas saludables para garantizar un suministro constante de energía durante el ejercicio. También es esencial mantenerse bien hidratado antes, durante y después del entrenamiento para optimizar el rendimiento y favorecer la recuperación muscular.

El café en dosis adecuadas tiene muchos más beneficios que riesgos para los deportistas y para la población, en general. Hay personas que no pueden tomarlo, está claro, pero sobre el 90% de la población no tiene un efecto nocivo. Así que, deportista o no, si evitamos tomar una taza de café por miedo a subir nuestro cortisol y no tenemos ninguna patología, ese consejo no va con nosotros.
Disfrutemos de nuestro café de calidad y no dejemos que las evidencias que confirman el efecto positivo del consumo moderado de café sobre nuestra salud, se pierda nunca más de vista.

LAS PONENCIAS

CASO DE ÉXITO: **SYRA COFFEE**

Desde que abrimos en 2015 nuestra primera cafetería Syra Coffee en el barrio de Gràcia de Barcelona, nuestro objetivo ha sido el de contribuir a que el buen café sea un hábito para todos. Además, tras poner en marcha nuestro plan de expansión que nos ha llevado hasta 7 ciudades españolas, es, también, nuestra prioridad demostrar que el café perfecto, ético y ambientalmente sostenible se puede tomar en toda la península.

En Syra Coffee apostamos desde nuestros inicios por establecernos en barrios, donde transcurre la vida del día a día, buscando romper con la idea de que el café de calidad es exclusivo de ciertos ambientes, porque, ¿saben?, no lo es. Es más, el buen café es mucho más que una mercancía, es una experiencia esencial que debe ser accesible para todos.

¿CUÁL ES NUESTRO FOCO?

En ocho años hemos abierto más de 40 locales, hemos puesto en marcha nuestra tienda online y queremos ser accesibles para todos, garantizando siempre y en todo momento a nuestros clientes que en Syra Coffee van a encontrar un buen café para llevar o para comprar y preparar en casa.

Para ello, estamos totalmente involucrados en toda la cadena de valor del café. En origen tenemos trato directo con más de 70 productores y familias, disponemos de una planta propia de tueste de 1.000 m2 en Hospitalet de Llobregat (Barcelona), y nuestros establecimientos, los hemos enfocado directamente al consumidor final. Este planteamiento de la semilla a la taza, nos permite el control total sobre nuestro café y también poder formar a nuestros baristas en esos cafés, para que conozcan todos sus detalles y sepan tratar este producto que nosotros seleccionamos en origen, tostamos y vamos a llevar hasta la taza del cliente.

Y me gustaría significar esta referencia de nuestro equipo de baristas, pues son precisamente estos profesionales los que pueden magnificar o estropear un café. En Syra Coffee, en dos años, hemos pasado de 20 a 160 baristas formados, y puedo decir que parte del crecimiento de nuestra cadena viene fundamentado en el propio crecimiento de los baristas.

Otro pilar importante es la tienda online que si bien pusimos en marcha como un apoyo, ahora ya es una línea más de negocio que representa una buena parte de nuestra facturación. A través de este canal fomentamos poder estar presentes tanto fuera como en casa.

COMUNICACIÓN Y CONEXIÓN

En Syra Coffee hemos apostado, también, por la comunicación como herramienta para llegar, también a nuestros clientes. Desde hace poco más de un año ya tenemos App propia que uusan gran parte de nuestros clientes, pudiendo de este modo recoger datos de valor sobre sus preferencias para ofrecerles, siempre, la mejor opción. En esta App, además de poder pedir su café y comprarlo para prepararlo en casa, los clientes encuentran información detallada del café que están comprando, pero no solo de sus características sensoriales, sino, también, datos de valor que los conectan al origen de ese grano y a su cadena de valor. Esto nos ayuda a comunicar el carácter más sostenible tanto a nivel medioambiental como social que tiene los cafés de especialidad, el único café con el que trabajamos en Syra Coffee - todos cafés Arábica de origen único, cosechados en la temporada, y provenientes de cultivos éticos y sostenibles -.

Y es que, como sucede en cualquier tendencia de alimentación, en estos momentos todo se dirige hacia un consumo más responsable y en lo que se refiere a café, también. El consumidor quiere cambiar sus patrones de consumo en casa y nosotros los estamos acompañando en este cambio.

En España el café de especialidad ha llegado unos 10-15 años más tarde que en otros territorios. Aún y así estamos avanzando y aunque el cambio es más rápido donde no hay tradición cafetera – Inglaterra, China, … - en un tiempo conseguiremos ver cómo llega el café de especialidad a todas las ciudades españolas.

En este camino, hemos de dejar que el consumidor pruebe, no debemos ser invasivos, no hay que imponer, hay que explicar, trabajar con un buen producto, formar a nuestros baristas, dejar que cambie el paladar de nuestros clientes, pero, sobre todo, también, hay que dejar que el café haga lo suyo.

En Syra Coffee estamos convencidos de que esta es la mejor estrategia y sobre ella queremos seguir aumentando nuestra presencia en las ciudades españolas como una referencia local de café de alta calidad, de especialidad, sostenible y con valores. Y esto es así porque el éxito, el que me ha llevado a participar como ponente en el Fórum Coffee Festival, empieza, precisamente, con los valores. El éxito de Syra Coffee no es solo vender café, sino el haber crecido respetando la integridad, la pasión y nuestro compromiso con la sostenibilidad, la calidad y la autenticidad.

Yassir Raïs
CEO de Syra Coffee

CASO DE ÉXITO: **CAFÉS EL MAGNÍFICO**

Mis amigos de Fórum Café me pidieron una charla en el Fórum Coffee Festival sobre Cafés El Magnífico como caso de éxito en el nicho del Specialty, pero como el éxito es algo relativo y que puede verse desde diferentes ángulos, no me creo en disposición de dar consejos. Por ello, les comparto lo que he vivido en el mundo del café, para que cada uno pueda sacar sus propias conclusiones.

En mis ya 40 años de profesión, únicamente he querido tostar buen café y solo quise, y sigo queriendo, ser bueno en mi oficio. Desde mi infancia he vivido la evolución del mercado del café en España. Comencé ayudando a mis padres en su tostadero en Barcelona, en un momento en el que el café estaba fuertemente regulado por el Estado y solo se podía vender tres clases de café, superior, corriente o popular.

En aquellos años descargué muchos sacos, llené muchas bolsas, empaqueté muchos pedidos, y atendí a muchos clientes y, también, conocí a profesionales del sector que alimentaron mi curiosidad y aumentaron mi interés por el café. Recuerdo las conversaciones con Lluís Bou, quien nos trajo los primeros Kenias AA y Costa Ricas regionales y con Masalleras, otro importador, que me regalo el libro "Los cafés producidos en el mundo" de Philippe Jobin que lo cambió todo para mí, tanto o más lo hizo, la nueva reglamentación técnica sanitaria española del 78 para todos los tostadores.

Esta permitía vender café molido en los supermercados, lo que derivó en dificultades para muchos pequeños tostadores y en catástrofe para la calidad del café en España, que se redujo al mismo ritmo que el precio de un paquete de 250 gr. de molido en el supermercado. Pero en medio de este desastre, se nos abría, también, una oportunidad. Los tostadores podíamos comprar directamente a importadores e intermediarios.

OFICIO Y VALENTÍA

Así que en el verano del 87 me fui con mi Seat Ibiza a Le Havre a conocer al Philippe Jobin. De aquel viaje volví con la compra de mis primeros 50 sacos de su casa, entre los que figuraban un Etiopia Limu, Méjico Maragojipe, Kenia fine washed, ...

Arranque a vender cafés de orígen, algo que no hacía nadie. Encontré mi profesión en el café y, mis padres compraron la tienda de la calle Argentería, que inauguramos en 1989. Y todo esto lo pude hacer gracias al fondo de comercio familiar. Es decir, no empecé de cero, pero sí que fui lo bastante valiente para ofrecer cafés que nadie se había atrevido a vender aquí debido a su alto precio y procedencia.

Fui a Milán, a Reunité, a aprender más sobre el diseño del blend para espresso italiano, y, también, a Hamburgo, a Lorenzen, donde probé el primer Papúa Nueva Guinea Bunum Wo. Traje Jamaica Blue Mountain y tosté el primer Hawai Kona, en Barcelona.

VIAJE AL ORIGEN

A punto de llegar a los 90, me contactó el primer productor con el que recuerdo haber hablado, Jaime Fortuño de Yauco Selecto, Puerto Rico, a quien tuve la suerte de conocer viajando a origen, disfrutando a pie de finca de todo lo que había leído en libros y revistas, durante años. Desde entonces he visitado muchos países y conocido a productores excepcionales.

Pero volviendo a España, por aquel entonces, había conseguido que varios restaurantes de alto nivel, como Neichel, tuvieran carta de cafés y tés, las primeras que hubo en Barcelona. Era la época de los primeros coffee shops y, también, se empezaban a organizar viajes a origen para grupos de tostadores "gourmet", a los que tuve la suerte de asistir.

Y fue en uno de estos viajes que conocí a Gonzalo Pérez, director de Anacafé, quien encendió la mecha de mi carrera como catador. En 2002, debuté como juez en la primera Cup of Excellence (COE) de Nicaragua. Desde entonces he tenido el privilegio de catar con George Howell, Willem Boot, Kentaro Maruyama, Geoff Watts, Eduardo Ambrocio, Erwin Mierish, entre otros grandes maestros.

Gracias a la COE se empezó a hablar de terruños, los cultivares ganaron relevancia, el dulzor y la nitidez se identificaron como claves de calidad, y los caficultores artífices de esa excelencia empezaron a ser reconocidos.

Y en 2006, nueve años después de fundar, junto a un pequeño grupo de tostadores, el Fórum Cultural del Café para divulgar la cultura del café en España, llegaba George Clooney a nuestras pantallas y muchos anunciaron el final del café a granel en casa. ¡Pero, no! Y es que Nespresso con sus tiendas, glamour y marketing ha contribuido a prestigiar el café, enviado mucho más rápido a millones de personas, el mensaje de que hay muchos tipos de café y orígenes, lo que ha hecho que muchas de ellas acaben acercándose a nuestras tiendas.

Estoy orgulloso de formar parte de una minoría privilegiada en la industria del café que trabajamos con materia prima de alta gama y con proveedores con los que compartimos la pasión por el buen café. Estamos a punto de abrir nuestro nuevo tostadero en Cornellà, viajamos a países maravillosos y conocemos a gente inspiradora, atendemos diariamente a clientes interesados en nuestro trabajo, nos formamos, y recibimos estímulos constantes que nos ayudan a mejorar. ¿Es esta la clave del éxito? Quizás, sí ■

Salvador Sans
Propietario de Cafés El Magnífico

LAS PONENCIAS

CÓMO TRIUNFAR EN TIEMPOS REVUELTOS

Luca Dell'Oro, Business School Professor & Corporate Education Director

Desde hace algún tiempo, ya, palabras como crisis, recesión o inflación son parte de nuestro día a día. Los tiempos actuales se caracterizan por la agitación en diversos frentes: guerra en Europa que compromete suministros importantes, guerra, también, en el Medio Orientes que perturba la estabilidad geopolítica, crisis climática, cambios de paradigma y un aumento de la inflación, que se sitúa más cerca del 10 que del 5% anual. La economía española se encuentra entre las tres más inflacionistas de Europa, mientras que el consumo no logra recuperarse completamente. En este contexto, más que nunca, numerosas empresas y negocios emprenden una cruzada, más o menos exitosa, para definir acciones y estrategias que les permitan no solo resistir, sino también superar esta situación.

Hasta el año 2000, en el momento de tomar alguna decisión empresarial, generalmente se pensaba primero el "Qué" luego el "Cómo" y finalmente el "Por qué". Hoy este orden se ha alterado, pasando el "Cómo" por delante del "Qué" y por encima de ambos, el "Por qué". Así se han pensado empresa de éxito como Apple o Starbucks en EE.UU.
Pero, además de esto, el mercado ha cambiado. El consumidor se ha vuelto juez y sabio; la inflación se ha convertido, una vez más, en el impuesto del 90% de la población; el online se ha convertido ya en rutina, mientras que el offline hoy es experiencia, o lo que es lo mismo, la suma del producto más el servicio, el cual, además, es buena parte del valor que podemos ofrecer a nuestros clientes, los cuales, como consumidores, siguen moviéndose, precisamente, para comprar no solo productos, sino valor.

EXPERIENCIA IGUAL A VALOR

Y déjenme que les diga que es, precisamente, este valor el que puede resultar uno de los posibles factores correctores más importante para salir airosos de estos tiempos complicados, en los que los compradores se presentan más inseguros y se toman tiempos más largos de decisión y compra.
Pero cuando toman la decisión, el patrón es casi siempre el mismo. Las marcas más sólidas y los productos de confianza resultan ganadoras, porque, para suerte de nuestras empresas, si somos de estas, el comprador siempre recurre a los partners seguros y a las más altas calidades compatibles con sus posibles gastos.

SER LÍDERES Y ÚNICOS O MORIR

Y, ¿cómo podemos sacar partido de todo esto? Gestionando el presente, optimizando nuestro espacio, nuestros flujos y costes y abandonando, selectivamente, el pasado, a la vez que olvidamos lo inútil para nuestro futuro. A partir de este momento, estaremos a punto para buscar y encontrar la innovación que nos puede ayudar a hacernos líderes.

> **El comprador siempre recurre a los partners seguros y a las más altas calidades compatibles con sus posibilidades de gastos**

Y en este marco, Simon Sinek ofrece una visión muy actual de por qué hay empresas que son mediocres como productos y servicios, pero excelentes como valores y otras, al revés, que son líderes en productos, pero no en ventas. Es el bautizado como círculo dorado, el poder del Business con Sentidos, que propone un modelo en el que las personas y empresas exitosas fundamentan su existencia con bases en significados y creencias que logran inspirar a otras personas. Utilizando para ello, el "Por qué", "Cómo" y "Qué", al que nos referíamos antes, como clave de esta estrategia.

El ¿por qué?

Es la clave del círculo dorado de Sinek, que recoge la visión de la empresa, el propósito de negocio, el valor diferencial como marca y la motivación detrás de cada producto o servicio de la firma.

El ¿cómo?

Recoge los pasos a seguir para conseguir el propósito ya determinado en el "por qué", facilitando la creación de la estrategia y el plan de acción empresarial.

El ¿qué?

Es el producto o servicio que vende la empresa. La parte tangible que el consumidor adquiere.
El círculo dorado propone una comunicación de adentro hacia afuera en lugar de

afuera hacia adentro con el objetivo de generar impacto positivo por medio del propósito de la empresa – lo que la mueve a realizar algo en lo que cree -, en el momento de crear y desarrollar la propuesta de valor de una nueva idea, negocio o campaña, con éxito. La cuestión está en no mostrar las cualidades de un producto, sino de conquistar personas a través de este propósito, más sabiendo, como ya hemos indicado anteriormente, que los consumidores no solo compran cosas, sino que compran valor.

El "Plus" es una tendencia al alza según la cual los clientes premian más el valor imprevisto, aquel que no esperan

Repensar nuestra estrategia bajo este concepto puede ser un paso adelante importante, igual que tener en cuenta hechos irrefutables que hoy ya son la norma, como que el consumidor siempre nos pedirá más, que todo pasará por el móvil/online y que hoy o eres único o mueres.

DIEZ POSIBLES TENDENCIAS EN EL SECTOR HORECA

Y en este contexto, mi intuición motivada por la experiencia y los datos, me anima a aventurarme a destacar diez posibles tendencias en el segmento Horeca que, creo, vale la pena prestarles atención, más cuando el café, es uno de los productos estrella de este sector en España.

El Origen. Los productos eco, top, únicos y raros seguirán ganando protagonismos

El Plus. Los clientes premiarán el valor inesperado, aquel que no esperan

All-Inclusive. Los consumidores también reconocerán a las marcas que comuniquen su sensibilidad versus a las personas intolerantes, veganas, alérgicas y les aseguren productos adecuados.

No Delivery. El consumidor apostará por la experiencia vivida en el lugar. Un momento, una experiencia, alta y única, en el que el valor que entregamos a nuestros clientes nunca puede ser el mismo que se les puede dar con un servicio delivery.

Deco-Ambiente. Ya no valdrá solo lo bonito. Será necesario darle un sentido.

Micro tast. Concentrado pero único y top calidad.

Eatentainement. Crecerá el gusto por los espacios temáticos, gaming, con música y conciertos.

Home Outside. El cliente se convertirá en el servicio. Y como ejemplo, negocios de éxito como Starbucks, donde el cliente remata su café con los ingredientes que más le gustan y que el negocio pone a su disposición.

Dark Bars. Apareceran nuevos nichos de mercado que apostaran por espacios poco convencionales donde invitar al público a disfrutar de experiencias culinarias, fiestas, actividades gastronómicas, …

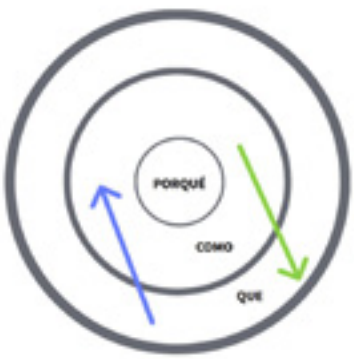
Booking Vip. Aumentará el uso de Apps para reservar las mejores mesas en restaurantes de todo el mundo, generando nuevos márgenes para la hostelería que gana nuevos canales para atraer clientes a sus mesas.

SER GUAY

"Ser guay" para nuestros clientes, está a nuestro alcance y en nuestras manos, y sin intención de parecer pretensioso, en la sesión "Cómo triunfar en tiempos revueltos" en el Fórum Coffee Festival, el objetivo planteado a los asistentes fue aprender conceptos nuevos sobre la mejor forma de conseguirlo; reforzar algunas ideas e imaginar un posible futuro, oxigenándonos la mente, que siempre resulta útil y recurriendo al efecto salmón, o lo que os lo mismo, pensando contra corriente.

Ser sólidos, atractivos y referentes para nuestros clientes es sinónimo de éxito. Aquí el único "pero" está en los tiempos de respuesta del mercado que, a menudo, no siguen el ritmo que nos gustaría. En los negocios todo lo que buscamos a corto lo podemos forzar a corto, pero todo lo que buscamos a largo, lo debemos construir poco a poco, con unos tiempos más dilatados y sosegados.

El círculo dorado, el poder del Business con Sentidos



Lo que siempre cuenta, y solo, es el valor. No compramos productos

Además, es fundamental destacar que la autenticidad y la transparencia son elementos clave en la construcción de esa relación "guay" con nuestros clientes. En un mundo empresarial cada vez más interconectado, la sinceridad en nuestras acciones y comunicaciones fortalece la confianza mutua.

No se trata solo de ofrecer productos o servicios excepcionales, sino de crear una experiencia integral que resuene con la identidad y las expectativas de nuestros clientes. Al abordar estos aspectos, no solo perseguimos la fidelidad a corto plazo, sino que también sentamos las bases para una relación a largo plazo basada en la autenticidad y la conexión genuina. En definitiva, ser "guay" no solo es un objetivo, sino un compromiso continuo con la excelencia y la autenticidad en cada interacción con nuestros clientes.

Mi deseo es que a los presentes en la charla les haya servido de provecho todo lo dicho, igual que a ustedes, este breve resumen de la ponencia.

LAS CATAS

PREMIO AL MEJOR CAFÉ BRASILEÑO

CATA DE CAFÉS DE BRASIL

Desde el año 2006 colaboramos con Fórum Café, aportando información sobre los cafés do Brasil y haber podido mostrar en el Fórum Coffee Festival los cambios y desarrollos que la producción de cafés de calidad en nuestro país ha experimentado en los últimos años, nos ha llenado de alegría. Este Festival ha sido la atmosfera perfecta para promocionar cafés origen Brasil.

A través del stand de Grupo Brasiliano Ibérica hemos podido presentar cafés fine cup y de especialidad, producidos por caficultores reconocidos en el mercado internacional y que este año, por primera vez, hemos empezado a promocionar en España. Y tanto a través de la Cata de Cafés de Brasil como de las catas en filtro que hemos hecho en el stand y, también, las mesas redondas, en las que hemos participado, Fórum Coffee Festival ha sido el medio perfecto para acercar más a los productores de nuestro país al sector del café en España.

En la Cata de Cafés de Brasil del festival, participaron cafés brasileños que estaban entre 79 y 87 puntos, algunos con perfiles de tazas ya bastante conocidos por los tostadores en España, pero otros fueron novedades importantes, como algunos cafés sometidos a fermentaciones aeróbicas y combinadas, o un café todavía bastante desconocido por el mercado español, como el café Arara, cuya popularidad no deja de crecer en Brasil, tanto por las ventajas de producción que presenta como por su buen resultado en taza.

PREMIO AL MEJOR CAFÉ DE BRASIL

Los cafés de la cata fueron evaluados a ciegas por catadores expertos para determinar el mejor café de Brasil de Fórum Coffe Festival, honor que recayó en el café producido por la familia Andrade, en Cerrado Mineiro.

Esta familia se supera año tras año en el mercado de los cafés de calidad, donde el fruto de las inversiones que vienen haciendo desde hace tiempo en su finca São Silvestre, en favor de la excelencia de su producto, ha sido reconocida ya con diversos premios, incluido una Taza de la Excellence.

El café de los Andrade, es un Catuaí Amarillo sometido a fermentación aeróbica y producido a 1.200 m.s.n.m, que destaca por sus notas cítricas, florales y a miel. Un microlote excelente que hemos conseguido traer a España en pequeña cantidad, pues es un café que tiene como principal destino el mercado de Alemania y Suiza.

Además de este café, también sobresalió en la cata por su gran aroma, el café Capin Branco, mientras que el resto de las muestras catadas destacaron por su dulzura acentuada, acidez controlada y buen cuerpo, en unos casos y por sus notas más especiales florales, con matices más prevalentes por la fermentación, en otros.

EL PREMIO A UN ESFUERZO CONJUTO

Todas estas buenas notas y calidad de los cafés es la mejor muestra del impacto del trabajo de los productores brasileños en postcosecha, y del mucho trabajo que se lleva ya tiempo realizando directamente en el campo, y que, en conjunto, está consolidando la imagen de Brasil como país productor de calidad, muy centrado, además, en las tendencias mundiales del café. A ello colabora, de forma destacada, la BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association) que se preocupa por aportar información relevante en este sentido a los caficultores y organiza, entre otras actividades dirigidas a incrementar constantemente la excelencia del café, el Concurso de Calidad BSCA, que se ha convertido en un importante estímulo para los caficultores que se esfuerzan por producir cada año mejores cafés.

Y es el espacio que Fórum Café proporciona a nuestros cafés en los medios de comunicación y eventos como el Fórum Coffee Festival, lo que nos está ayudando, también, a que estos cafés brasileños de calidad se conozcan y lleguen estas novedades a España.

En Europa ya se nota mucho el incremento de participación de Brasil en las principales ferias y festivales de cafés, y como país productor somos muy optimistas con los resultados para los próximos 2 o 3 años, en los que esperamos dar un salto no solo en cantidad sino, también, en calidad de cafés en taza comercializados en España.

Y es en este marco que Grupo Brasiliano mantiene su compromiso de continuar la promoción de la cultura de cafés de Brasil en España.

Thiago Amhof
Director de Grupo Brasiliano

DEGUSTACIÓN DE CAFÉS DE CALIDAD

CATA DE CAFÉS DE HONDURAS

Desde inicios del año 2000, la caficultura hondureña está viviendo una destacada evolución en la producción de cafés de especialidad. Los productores se están organizando, cada vez más, en cooperativas, cajas rurales,… y esto está ayudando a perfilar orígenes en los que el café ya se está empezando a ofrecer de manera consistente, cada año.

Los caficultores están haciendo un gran esfuerzo enfocándose en la agricultura de precisión, mantenimiento de fincas y en mejorar la etapa del beneficiado del café, en la que ya se experimenta con diferentes fermentaciones.

Además, hoy, la etapa de deshidratación del grano, es decir, cuando se debe bajar del 52% al 12% la humedad del café, además de manejarse y controlarse de acuerdo al proceso de fermentación elegido y los tiempos ideales, se realiza mayoritariamente en secadoras solares, al estilo invernadero, y en patios habilitados con materiales adecuados para evitar dañar el grano. De igual modo, se ha avanzado en el almacenamiento de calidad de los cafés, que se protegen con los mejores materiales para su estocaje.

CALIDAD AL ALZA

Todo esto está ayudando a mejorar, de forma notable, la calidad de los cafés de Honduras, entre los que podemos encontrar ya, en estos momentos, una amplia variedad de perfiles sensoriales que responden a grandes familias de cafés, unos con notas y aromas a flores y miel, otros a frutas tropicales, a uvas y frutos rojos, a frutas de hueso, a chocolate y caramelos, a cítricos, especies, ...

De igual manera, cada día, se abren más escuelas de cata y control de calidad de café en el país, en las que se gradúan hijos de caficultores. Todo esto, ayuda a un mejor entendimiento del mercado y consumo del café, igual que lo hacen los contactos entre los importadores y tostadores de café de diferentes partes del mundo, con los productores, presidentes de cooperativas y líderes que dirigen grupos de caficultores en Honduras.

La evolución de la calidad del café hondureño es positiva en cada cosecha y la producción de cafés de especialidad por encima de los 85 puntos, incluso 90 putos SCA, también crece en porcentajes destacados en el registro oficial de exportaciones de café de nuestro país.

LA CATA

Una buena muestra de esta calidad de los cafés hondureños la tuvimos en la cata monografía organizada en el Fórum Coffee Festival, en Barcelona. Allí, se presentaron hasta 13 cafés diferentes de categorías HG, SHG EP, SHG Plus y Especiales de diferentes varietales, sometidos a distintas fermentaciones, haciendo evidente su resultado en taza, el progreso de Honduras en este campo.

Los cafés pertenecían a Finca Monste de Agua Ibérica de Domingo Rosales y Gallo Coffee de Carlos Reyes y entre las muestras catadas destacaron, por ejemplo, el Geisha y el Caturra de fermentación Honney del productor Juan Ramiro Rosales, representado por Finca Montes de Agua; el Geisha de fermentación natural de este mismo productor, los cafés de la Denominación de Origen Marcala de Gallo Coffee o los blends de la cooperativa Codicafé y el Lempira de la empresa ECPP, ambos en la mesa de cata de mano de Finca Montes de Agua.

El buen feedback recogido de esta experiencia, así como la constatación de que el paladar de las personas de España es exigente y aprecia la calidad de un buen vino, un buen queso, un buen jamón, … nos anima, pues, a seguir apostando por este país como destino para los cafés de calidad de Honduras.

COMPROMETIDOS CON EL CAFÉ DE HONDURAS

Además, como empresas con fincas propias en origen y representantes de otros productores de café del país, estamos comprometidos con la divulgación de los cafés de Honduras e implicados para que los consumidores aprendan a reconocer los buenos atributos de los que gozan estos cafés.

Nuestro objetivo, también, es acompañar a los tostadores y cafeterías españolas para que logren desarrollar, de una manera ideal, una taza de café hondureño que sea agradable para los consumidores y que estos se sientan satisfechos en el momento de pagar por cada taza de café de Honduras.

La demanda de cafés de calidad de Honduras no deja de crecer y esto, además del empeño en origen, también debemos agradecérselo al conjunto de tostadores de la tercera y cuarta ola que, cada día, siendo conscientes del esfuerzo que se lleva a cabo en las fincas, pagan precios justos y competitivos por nuestro producto.

El café de Honduras está listo. Si no han probado todavía cafés de calidad de nuestro país, háganlo. Les sorprenderán ■

Domingo Rosales Amaya
Gerente General, Finca Montes de Agua Iberica SL

LAS CATAS

INTRODUCCIÓN AL **TÉ VERDE JAPONÉS**

Alexandra Witty Rovira, Directora de Sans&Sans y Tea Sommelier por la ITMA

Alexandra Witty durante un momento de la sesión

El té, como el café, goza de una gran variedad de orígenes y calidades, manifestándose su diversidad y encanto cultural de manera especial en Japón, donde siglos de tradición han refinado técnicas de producción, creando tesoros de sabor inigualables. Actualmente, los tés japoneses están considerados entre los mejores del mundo, destacándose por su sabor y alta calidad. Y es precisamente esta singularidad sobre la que yo misma, Alexandra Witty y Naoko Takahashi, asesora de Té en San&Sans, tratamos en la cata guiada de tés de este país en el Fórum Coffee Festival. En esta sesión, dimos cuenta sobre la historia del té en Japón y escenificamos la preparación correcta de algunos de los tés más destacado de este origen, Sencha Tokujou, Sannen Bancha, Genmaicha Geisha, Kabusecha de Kirishima y Kukicha, analizando, además, la importancia de la temperatura y calidad del agua usada en su elaboración y los tiempos de infusión para poder disfrutar de todos estos tés, apreciando su aroma, frescor, dulzura y sabor vegetal y a umami.

La primera mención al té como bebida la encontramos documentada en el período Heinan, el último de la época clásica de la historia japonesa, entre los años 794 a 1185, cuando unos monjes budistas, entre ellos Saicho y Kukai, después de una estancia en China, regresaron a Japón con una planta de té que plantaron en un jardín de Otsu, en la prefectura de Shiga. Aquella era una época en el que el té se procesaba y comprimía en forma de galletas que los monjes consumían para permanecer despiertos durante las largas horas de meditación.

Pero no fue hasta años más tarde que llegaría la gran expansión de la producción de té en Japón y el gusto por este producto en el país. El desencadenante fue el monje, también budista, Eisai, fundador de la secta Rinzai y una persona muy interesada en las propiedades medicinales del té. Como sus predecesores, Eisai viajó a una misión a China y trajo consigo unas cuantas semillas que plantó con éxito en Saga, Nagasaki, Kyoto y más tarde Uji, extendiéndose, así, el cultivo por el país.

Eisai fue, además, quien introdujo el té no fermentado y molido en polvo (matcha), esto es, un té molido en polvo disuelto en agua y batido, dando pie al inicio de una nueva era para el té en Japón. Desde entonces el té ha estado ligado a la filosofía zen.

LA BEBIDA DE LOS SAMURÁIS

El consumo de matcha se difundió rápidamente entre la aristocracia guerrera que formaban los samuráis durante el shogunato de Kamakura. En 1214, un shogun enfermó después de beber mucho alcohol y Eisai, como remedio, le ofreció un bol de té, aliviando al shogun. Este capítulo hizo que se reconocieran los beneficios del té que fueron recopilados en el libro de Eisai, Kiccha Yojoki ("Preservar la salud bebiendo té"), un auténtico tratado sobre el té, en el que se habla sobre las propiedades de esta bebida y arte de su preparación.

Ya más tarde, en 1738, Nagatani Soen, uno de los productores más famosos en Uji, empezó la producción de sencha, el té verde más popular en Japón, que combina aspectos de la manufactura del matcha y té tostado. Un siglo después, en 1835, Yamamoto Kahei "inventó" el té gyokuro, un té dulce, complejo y de fragancia plena, producido bajo la técnica del sombreado, desarrollada por Kahei, después de estudiar la producción del té tencha en Uji y percatarse que las hojas que se cubrían para protegerlas del rocío tenían un sabor más dulce, tal y como pudimos comprobar en el kukicha hecho a partir del Gyokuro que probamos en la cata de tés de Japón, en el Fórum Coffee Festival ■

Las personas interesadas en saber más del té de Japón pueden leer mi artículo en el número 89 de esta misma revista Fórum Café, dedicado al té de este origen.

Naoko Takahashi preparando los tés para la cata

ntnext.it

KALEA
RANGE

LA **DIFERENCIA** VA MÁS ALLÁ DE LA **APARIENCIA**

Diseñada para ofrecer al cliente bebidas a base de café en grano y leche fresca, Kalea Plus garantiza las prestaciones de la mejor calidad haciendo de la simplicidad un valor añadido, mientras que la versión Plus está dotada con una tecnología todavía más profesional. Una mezcla de diseño y personalización al servicio del gusto: **con la nueva gama Kalea, el verdadero sabor del café y la cremosidad del capuchino saludable están al alcance de tu mano.**

necta.evocagroup.com

NECTA

LAS COMPETICIONES

I CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO

Crónica de una gran competición

El Campeonato Nacional Barista Pro ha celebrado su primera edición con un rotundo éxito, revelando el potencial y la idoneidad de esta nueva competición que plantea desafíos innovadores a los baristas. Desde la evaluación sensorial hasta la creación de bebidas exclusivas con café, la competición puso a prueba los conocimientos de los participantes, destacando el valor de su labor en la hostelería. Para conocer los detalles de esta primera edición, nada mejor que hacerlo desde adentro, de la mano de Rubén Sanz, Juez Fórum Café y una de las personas que más implicada ha estado en el diseño del nuevo Campeonato Nacional Barista Pro de Fórum Café y del resto de concurso que se han estrenado en el Fórum Coffee Festival. Micrófono en mano, Sanz se ocupó durante los tres días de presentar, junto a la periodista gastronómica Laura Conde, el Campeonato, enriqueciendo el evento con la información constante y detallada sobre las pruebas y el mundo del café. Esta combinación de expertise y comunicación contribuyeron a transmitir de manera muy dinámica la esencia y el dinamismo de la competición, brindado, además, una experiencia inmersiva al público, no solo como espectadores, sino también como participantes emocionales de cada fase del Campeonato Nacional Barista Pro.

PRIMER DÍA DE COMPETICIÓN

Después de más de dos años trabajando en el diseño del nuevo Campeonato Nacional Barista Pro, llegó el día. Eran las 9.55 de la mañana del viernes, 29 de septiembre de 2023. Tensión, nervios y carreras de un lado a otro para comprobar que todo estaba listo y poder dar "el pistoletazo de salida" a una competición barista que ha marcado un antes y un después dentro del sector cafetero de España.

Veinte minutos después, tras la inauguración oficial del Fórum Coffee Festival, arrancaba el I Campeonato Nacional Barista Pro organizado por Fórum Cultural del Café. Una competición disruptiva con todo lo acontecido anteriormente. Una competición compuesta por siete pruebas distintas que engloban los conocimientos y habilidades que un Barista profesional debe de dominar para ser considerado como tal. ¡Una competición única!

En esta primera edición, trece baristas se batieron en el mayor de los duelos entre profesionales que se había visto antes en nuestro país y todos en busca del anhelado premio… ser el barista más completo de España y obtener el suculento premio de 6.000 € que ofrecía la organización.

Con el Campeonato Nacional Barista Pro, Fórum del Café apuesta por un nuevo formato de competición enfocado al trabajo global que un barista profesional debe realizar en su día a día. Para ello, el Campeonato incluye pruebas tanto de habilidad como de carácter sensorial: Cata, Café Filtro (Métodos), Latte Art, La Comanda, Bebida de Autor, Espresso Blend y Origen.

Primera ronda

La primera toma de contacto con el Campeonato, la de los nervios a flor de piel, la de las expectativas por la nueva competición y la primera oportunidad para los participantes para demostrar su potencial. En esta ronda, todos los baristas se midieron compitieron en las tres pruebas que se organizaron de forma simultánea, debiendo rotar los 13 participantes por los diferentes puntos de competición.

Cata. Prueba sensorial. Cada participante recibió seis tazas de café filtro distintas que, en un tiempo limitado, debían probar, además de memorizar sus atributos y sabores. Pasado ese tiempo de memorización, los cafés de filtro les fueron retirados y reemplazados por seis nuevas tazas con los mismos cafés, que debían reordenar con las anotaciones anteriores y en el menor tiempo posible.

Bebida de Autor. Prueba técnica y sensorial. De acuerdo con la normativa de esta prueba, los participantes debían realizar, una réplica exacta de una receta de bebida con café, ganadora de ediciones anteriores del Campeonato Nacional de Baristas. Para hacerlo, los baristas contaban con siete minutos, uno para recoger los ingredientes en el "Coffee Market" del escenario y seis para la elaboración del combinado.

Filtro. Prueba técnica. Los baristas en esta prueba debían preparar en 8 minutos

un café de filtro, según el método que se les asignó de forma aleatoria justo antes de iniciar su participación: French Press, Chemex, Aeropress, V60 o Kalita. En todos los casos, usaron el mismo café, elegido por la organización y también la misma agua, para preparar una taza de 200 ml, evaluando los jueces, tanto el dominio del método, como la explicación del barista relativa a sus conocimientos sobre el café utilizado y elaboración y, también, la coincidencia en taza de las características pretendidas por el barista con su preparación, además, de la calidad sensorial del café resultante.

Baristas, Jueces y estudiantes de la EHTB que colaboraron en toda la parte logística, se emplearon a fondo en esta primera ronda, en la que, finalmente, se clasificaron los 9 participantes que acumularon más puntos en el conjunto de las pruebas.

SEGUNDO DÍA DE COMPETICIÓN

Sábado 30 de septiembre y con los nervios más "templados", después de haber superado el primer día de una competición completamente novedosa, comenzaba la Ronda 2 del I Campeonato Nacional Barista Pro Fórum Café.

Segunda ronda

Una segunda ronda que constaba de tres pruebas, Origen, Latte Art y La Comanda y todos los ingredientes para resultar emocionante y muy disputada.

Origen. Prueba sensorial. Una de las pruebas sensoriales más complicadas si no se es un gran catador. Seis cafés de distinto origen y seis banderas de los países productores. ¡Cata, piensa y empareja! Una dificultad tan extrema, que tan solo uno de los 9 participantes consiguió hacer un pleno de aciertos.

Latte Art. Prueba técnica. Si la prueba Origen, exigía un conocimiento profundo a nivel sensorial del café, la siguiente prueba, exigía a los Baristas una extrema habilidad en el manejo de la técnica Free Pour (vertido libre). Tres patrones, con tres figuras distintas en cada uno, esperaban a los Baristas en esta prueba. Una ruleta para elegir el patrón y… ¡A rodar! Una increíble muestra de habilidad de los participantes sería la frase que mejor resume esta difícil prueba. Corazones, Rosetas, Cisnes, Invertidos con rosetas, Cappuccinos de 15 elementos y todas las cámaras enfocando a estas increíbles elaboraciones que arrancaron largos aplausos de un público sorprendido y entregado, que no dejó de alentar a los participantes que, como era de esperar, demostraron su dominio con este arte.

La Comanda. Prueba de habilidad. Una prueba creada para evidenciar la pericia que debe tener un buen barista para afrontar una demanda alta de servicios de café en cualquier establecimiento, sin renunciar a la calidad de las bebidas y del propio servicio. Dos "menús /comandas" con 10 bebidas diferentes que cada participante debía preparar y servir de forma correcta a los jueces de la competición en un tiempo máximo de 9 minutos. En la comanda, espressos, lattes, ristrettos, cappuccinos, americanos, flat White y cortados.
Y nuevamente, los participantes ofrecieron un auténtico espectáculo lleno de habilidades, demostrando lo que es controlar un flujo de trabajo adecuado y dejando claro que rebajar la calidad del servicio o bebidas, no es necesario si se domina la profesión.
De esta forma acabó el segundo día. Los cuatro baristas que consiguieron la mejor puntuación global en la ronda 2, se clasificaron para el día siguiente, en el que se volvieron a batir para llegar a la gran final.

TERCER DÍA DE COMPETICIÓN

Domingo 1 de octubre, Día Internacional Del Café. ¡Qué mejor manera de celebrarlo que disfrutando del desenlace del I Campeonato Nacional Barista Pro Fórum Café!
Los nervios y el "cosquilleo" interno afloraron en el ambiente. Cuatro baristas, 4 profesionales, a punto para verse nuevamente las caras y enfrentar la siguiente fase del campeonato que les había de proporcionar, solo a dos, el pase a la gran final.

Semifinal

En esta fase de la competición, los participantes fueron retados a cuatro pruebas, tres

ya conocidas, la Cata, Comanda y Latte Art y una nueva, la de Espresso Blend.
Las tres primeras pruebas evidenciaron nuevamente el dominio sensorial y de habilidades que todos los participantes disponían, - a destacar el pleno de Luis Blanco en la prueba de cata 6/6 -, mientras que la última fue, sin duda, rizar el rizo, el Espresso Blend.

Espresso Blend. Una de las pruebas más complicadas del campeonato y una de las que más sorprendió, incluso, al equipo de jueces dada su dificultad. En ella, cada Barista tuvo que imaginar, predecir, crear y elaborar una mezcla con los cafés utilizados en las pruebas anteriores, y retando a los participantes a poner en práctica todos sus conocimientos sobre café, para lograr que al final, su blend, resultará el mejor café.
Concluidas las cuatro pruebas, más intensas y emocionantes, si cabe, que las vividas hasta el momento, alegría, aplausos y algún que otro llanto cuando se anunciaron los nombres de los dos finalistas, Rufus Blad y Luis Blanco.

Final

Y llegó la Gran Final.
Cinco pruebas, dos baristas, un público entregado y un equipo de jueces absolutamente concentrado para valorar hasta el más mínimo detalle de la actuación de los baristas, sus conocimientos y habilidades en una nueva ronda de las pruebas, Origen, Filtro, Latte Art, La Comanda y Bebida de Autor. Una auténtica gincana para los dos finalistas que volvieron a demostrar el dominio absoluto de cada una de las pruebas.
El público, entre prueba y prueba, también tuvo la oportunidad de responder a preguntas lanzadas desde el escenario por presentadores e invitados y que tenían como objetivo divulgar la cultura del café entre los asistentes, muchos no profesionales del sector que aman el café y que son consumidores habituales de esta mágica bebida.
Finalmente, Rufus Blad se aupó como ganador de la competición y fue nombrado como el Barista más completo del territorio nacional.
El Campeonato Nacional Barista Pro fueron tres días de auténtica "locura" cafetalera, tres días disfrutando de todo lo que rodea a esta semilla, tres días de compañerismo, trabajo y buenas intenciones… ¿Qué más se puede pedir?? Es fácil, esperaremos a la 2ª Edición del Campeonato Nacional Barista Pro Fórum Café, ¡para más!
Pon un Barista en tu vida…

Rubén Sanz Navarro
Juez barista y miembro fundador del Comité de Jueces Fórum Café

BARISTAS PARTICIPANTES EN EL I CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO

JOSÉ MARÍA ÁLAMO, de Las Palmas de Gran Canaria
RAÚL ALONSO, de Saro (Cantabria)
IVÁN ALVES, de Baiona (Pontevedra)
RUFUS BLAD, de Gijón (Asturias)
LUIS BLANCO, de Vigo (Pontevedra)
VÍCTOR BOLEA GOMEZ, de Zaragoza
JAVIER CARRIÓN, de Albir (Alicante)
ANDREEA DUTI, de Zaragoza
DANIEL GARCÍA, de Huesca
JOSÉ MANUEL GARCÍA, de Murcia
FRANCISCO JOSÉ LORCA, de Santa Fe (Granada)
SARA RUÍZ, de Basuri (Vizcaya)
FRANCISCO TOVAR, de Málaga

CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO

RUFUS BLAD

Rufus Blad es el ganador del primer Campeonato Nacional Barista Pro, que lo distingue como el mejor barista de España, el más polivalente y el que mejor conocimiento y habilidades ha demostrado en las siete disciplinas de esta competición - Cata, Café de filtro, Bebida de autor, Origen, Latte Art, Espresso Blend y Comanda - que ha enfrentado a 16 de los mejores baristas del país. La historia de Blad con el café nació de su pasión y admiración por este producto y ha crecido a lo largo de los años a base de dedicación y empeño, llevándolo hasta lo más alto del pódium Barista Pro, donde Rufus Blad asegura, ha llegado gracias a todo lo que ha aprendido por su curiosidad y empeño por el café y el convencimiento de que, si sueñas a lo grande, obtendrás resultados grandes.

¿Quién es Rufus Blad?

Soy un aficionado de café y bailarín profesional de ballet clásico que cambió de rumbo y se metió en el mundo de café. En 2017 llegué a Asturias de mano de mi mujer y, aunque hemos tenido la oportunidad de volver a Suecia, me quedé porque me enamoré de este maravilloso país. Actualmente, trabajo de barista en el Work Café Santander, en Oviedo.

¿Cómo ha pasado de la barra de ballet a la barra de la estación barista?

Realmente no tengo ninguna formación con título oficial en café, aunque gracias a Cafés Oquendo he vivido experiencias que han marcado mi crecimiento profesional en este sector. Tal es el caso de mi preparación en Coffee Cooking Studio donde me entrené para mis primeros campeonatos en España, o el curso "Fundamento de cata para cafés especiales" ofrecido por Xorxios, al que tuve el privilegio de asistir. Ambas formaciones me retaron en mi compresión sensorial del café, y lo aprendido lo utilicé, también, para ganar el Campeonato.

¿Cómo empezó su interés en el mundo del café?

Todos empezó porque un buen amigo mío me hizo probar un café de especialidad de Etiopía. Eso fue un verano de hace 10 años. Me impactó tanto esa experiencia sensorial que empecé a comprarme libros y a estudiar para aprender más de esta maravillosa bebida.

¿Recuerda alguna experiencia significativa relacionada con el café que haya influido en su enfoque y pasión por este producto?

Tuve la oportunidad de vivir casi un año en Oslo, Noruega, y lo hacía al lado del Coffee Shop de Tim Wendelboe, el mejor barista del mundo 2004. Sus libros y el privilegio de tomar sus cafés incitaron mi sueño de competir y ganar campeonatos.

¿Cómo se preparó para el Campeonato Nacional Barista Pro? ¿Qué rutina siguió?

Mi enfoque estuvo en la cata, pues sabía que normalmente es la prueba más difícil, pero también la prueba en la que más puedes destacar. Así que aproximadamente medio año antes del Campeonato empecé a hacer simulacros de esa prueba, y 2-3 veces a la semana cataba cafés para ir acostumbrando mi paladar.

¿Cómo ha resultado la experiencia de participar en este Campeonato?

Ha sido maravillosa. Entiendo que la gente dirá que eso es obvio, ya que gané, pero principalmente no es por haber quedado campeón. Todos los campeonatos son una experiencia única para aprender y crecer tanto como profesional como persona, y me llevaré lo aprendido de este campeonato para el resto de mi vida. La competición ha superado mis expectativas. Es emocionante ver el nivel que hay en España. Los jueces y la organización han hecho un trabajo estupendo, y el nivel de los demás concursantes era tan alto que, realmente, podría haber ganado cualquiera.

Barista es quien puede hacer que todo su conocimiento del café se note en cada taza, brindando una experiencia única a sus clientes

¿Cuál ha sido el desafío más importante que ha tenido que enfrentar durante la competición?

Cometí un error grande en los cuartos de final al derramar uno de mis lattes. Me impactó mucho y me dejó bastante perturbado, pero tuve que dejar eso atrás porque al día siguiente era la semifinal. No podía dejar que mis errores me bloquearan, así que me tomé cada prueba como si fuera la primera y la única.

¿Qué disciplina te resultó más desafiante?

La de latte art. No considero que sea mi fortaleza y nunca me he sentido cómodo haciendo los dibujos más complejos. Hay cosas que no se pueden practicar solo, y ahí le pedí ayuda al gran profesional y mi amigo, Wilmar Machado. Sus consejos me sirvieron mucho para mejorar mis dibujos. Quizás no fueron muchas horas de entreno, pero, especialmente en el latte, es más importante entrenar centrado y con cabeza que gastar toneladas de leche. Creo que una de las claves fue entrenar como si estuviera en el Campeonato cuando practicaba los patrones.

¿Hay alguna técnica específica de cualquiera de las disciplinas del concurso Barista Pro que considere su especialidad?

Creo que la de cafés de filtro fue la disciplina en la que más pude destacar. Los filtros siempre han sido mi pasión, y en Suecia, donde trabajé en un Coffee Shop de mucha demanda, llegaba a preparar 50 o más filtros en un fin de semana, así que tengo bastante mecanizado el proceso. Eso hace que pueda levantar la vista y enfocarme en mi comunicación con los jueces, que también es importante. También creo que juega un papel significativo aquí mi experiencia como bailarín profesional. Los filtros (pero realmente cualquier tipo de prueba y ejercicio) no dejan de ser como una mini coreografía. Aprende la coreografía de memoria y es más fácil controlar factores como los nervios, los cambios de última hora, etc.

Que ser barista se perciba como una profesión de por vida solo se consigue con formación y creando cultura de café

Las pruebas de Origen y Cata eran sobre el papel las más complicadas, ¿fue así para usted?

Las había entrenado mucho, pero hubo 2-3 cafés que me resultaron difíciles de identificar, y fueron los que fallé en todas las rondas. También había pasado por un proceso gripal justo la semana anterior al Campeonato, y el segundo día de la competición me desperté sin olfato. Así que me sentí un poco incómodo en la hora de catar, pero confié en que mis meses de preparación me ayudaran, y creo que sí lo hicieron, aunque nunca pude acertar todas las tazas. De hecho, sueño con poder conseguirlo en un futuro en un campeonato. Así que estas dos pruebas me dejaron con un mal sabor de boca, ¡pero no por el café!.

¿Cuál es el atributo más importante que debe tener un buen barista para lograr el éxito en competiciones de este nivel?

Tener pasión por el café. El que no la tenga se rinde fácilmente y no va a seguir luchando cuando lleguen los obstáculos, pero el que esté apasionado por el mundo de café va a seguir intentándolo hasta conseguir su meta. El café no puede ser una profesión solamente, tiene que ser un estilo de vida.

¿Cree que actualmente la hostelería reconoce el valor del profesional barista?

Yo creo que eso es algo que poco a poco está cambiando. Los baristas se consideran todavía como "pinta leches" en muchos establecimientos de hostelería, es más, hay gente que se cree barista porque sabe dibujar bien. Pero barista es aquel que pueda hacer que todo su conocimiento del café se note en cada taza que prepara y brinda una experiencia única a sus clientes.

¿Desde su punto de vista, en qué nivel de desarrollo está la cultura barista en España?

Me parece que está a punto de establecerse como una profesión destacada, pero nos queda mucho trabajo por hacer para que se vea como una profesión de por vida, y eso se consigue con formación y creando cultura de café. Lamentablemente, los baristas suelen ser contratados como camareros en el contrato oficial, y espero que eso cambie en los próximos años. Tal como existe el oficio del sumiller, también debería de existir el del barista por convenio.

¿Cuáles son en su opinión los mayores desafíos que enfrentan hoy los baristas en España?

Creo que el mayor desafío es hacer que la gente entienda el trabajo duro detrás de una sola taza de café. Muchas veces nos quedamos en nuestros grupitos de amigos y nuestro círculo cerrado de "entendidos de café", pero si queremos que la situación en España cambie tenemos que crear conciencia en el consumidor convencional. Ahí es donde tenemos la oportunidad de descubrir a los clientes el viaje del café, explicándoles su proceso desde el origen, y creando cultura de café, taza a taza.

¿Qué papel considera que han de jugar los eventos y competiciones baristas como Barista Pro en el desarrollo de la cultura de café en España?

Creo que son de suma importancia porque, al fin y al cabo, el responsable final de que el café sepa bien es el barista. Estos eventos y competiciones inspiran a personas que acaban de entrar en el mundo de café a seguir creciendo, y favorecen que los baristas que compiten se conviertan en un modelo a seguir, tal como lo fueron para mí otros, antes■

I CAMPEONATO NACIONAL BARISTA PRO

Premio: 6.000€

Obsequios: Productos de los Patrocinadores

Patrocinadores: Quality Espresso, Brita, Lotus Biscoff, Vipasa, Compak, Icona Café

PREMIO A LA MEJOR RECETA DE CAFÉ BOMBÓN

JUAN MANUEL QUERO PÉREZ

Juan Manuel Quero Pérez, conocido, también, como Juanma Cafeína, por baristas y profesionales del café, es el ganador del I Concurso Mejor Receta de Café Bombón, una de las nuevas competiciones Fórum Café que quiere favorecer la creatividad y la ampliación de la oferta de bebidas con café en los establecimientos de hostelería. Quero es, actualmente, director de Formación y Calidad en Global Coffee Industries.

La primera pregunta no puede ser otra, ¿cuál es el secreto de la receta que le ha valido el premio?

La respuesta tampoco puede ser otra, ingredientes de calidad y claro está, técnica, una buena elaboración y la consecución de un equilibrio sensorial de la receta, excelente. Para hacerlo, utilicé, un doble shot de espresso, 40 gramos de leche condensada, 4 ml. de Vainilla de Madagascar y 10 gramos de cacao. Además, utilicé 2 gramos de azúcar moreno que flameé, tal cual hice también con parte de la crema de leche que añadí a la bebida y que era, exclusivamente, de leche de la emulsión.

¿Cómo ha logrado mantener la autenticidad de esta receta mientras también incorpora su toque personal?

He potenciado el sabor de la leche condensada junto al café, con unas trazas muy sutiles y equilibradas de vainilla, cacao y la sensación en boca de la crema de leche, consiguiendo, además, un post gusto muy interesante con el flameado final.

¿Cuál es el perfil de cafés y leche condensada más apropiado para este tipo de preparaciones?

El perfil más adecuado sería el de cafés no ácidos, con cuerpo sabroso y con sabores achocolatados y caramelo, mientras que la leche condensada debe tener una textura suave, ligera, dulce y un sabor equilibrado que, además, no anule el sabor del café.

¿Qué consejos daría a quienes desean preparar un Café Bombón perfecto en casa?

¡¡Menos es más...!! Una buena leche condensada al gusto y un buen café son la base. Extraeremos el café con nuestra cafetera habitual y si contamos con diferentes tipos de cafeteras, jugamos con todas y probamos las sensaciones distintas que nos aporta en boca la bebida preparada con cada sistema de extracción. La que nos guste más, será nuestro Café Bombón perfecto.

¿Los profesionales del sector y los consumidores están preparados para las cartas de bebidas con café?

Los consumidores, por supuesto sí lo están. Son combinados y recetas muy ricas, y el cliente siempre está interesado en disfrutar de nuevas creaciones, pero hay que promocionarlas a dichos clientes potenciales. Por su parte, los profesionales con una buena formación, continua y constante estarían, también, preparados. El problema es cuando las cartas de café llevan fotos de los combinado y si no se elaboran exactamente igual, el cliente se siente engañado.

¿Qué papel cree que pueden jugar preparaciones como el Café Bombón para incrementar la demanda de café?

A la mayoría de la gente le gusta el café dulce, así que preparaciones como el Café Bombón son una excelente opción para atraer la atención de los jóvenes, nuestros futuros clientes potenciales, e introducirlos en el consumo de café, abriéndoles las puertas a otras formas de disfrutar de este producto.

¿Qué beneficios aportan al sector la popularidad de bebidas con café?

Ofreciendo nuevas recetas de combinados en nuestros establecimientos, aportamos un valor añadido al negocio y marcamos diferencias. Los clientes cuando vienen a nuestras cafeterías quieren disfrutar de bebidas con base espresso, ya que, en casa, por tiempo y por la necesidad de inversión en equipos, suelen optar por otros sistemas de extracción, tipo filtrados, inversión o presión de vapor, etc…Además, no hay que pasar por alto que en cada combinado de café que vendemos utilizamos una taza de café,

¿Cómo se siente al haber ganado el concurso de Mejor Café Bombón?

Muy feliz por aportar y colaborar con este apasionante mundo cafetalero, gracias a todos los que hacéis posible todo esto. ¡Los viejos rockeros nunca mueren!■

I CONCURSO MEJOR RECETA DE CAFÉ BOMBÓN

Premio: 400€.

Obsequios:
Productos Prosalud

Patrocinador:
PROSALUD

LAS COMPETICIONES

PREMIO AL MEJOR BLEND

CAFÉS PUERTO RICO

"Gran Selección Superior Natural", el blend de Cafés Puerto Rico, en el mercado desde hace más de diez años, ha recibido el premio al Mejor Blend Comercial de España Fórum Café 2023, un galardón que reconoce al café que mejor responde a las exigencias de paladares expertos y de los consumidores. Desde 1967, Cafés Puerto Rico ha sido faro de tradición y calidad en la escena del café madrileña, brindando a sus clientes una excelencia en cada sorbo, que ahora, además, se ve recompensada con el premio al Mejor Blend Comercial que Jesús Hernández, director general y propietario de esta empresa ve como una oportunidad para seguir fomentando el café de calidad.

Aurelio Salinero, en el momento de recibir el Premio al Mejor Blend

¿Cuáles son las características de su blend ganador?

Es un Blend compuesto por cuatro orígenes del Centro y Sur de América, Colombia, Honduras, Nicaragua y Brasil. Tres de ellos son cafés lavados, el cuarto un natural, que hemos sometido a un tueste medio escala 61 para lograr su máxima expresión.

¿Qué características aportan a la bebida los diferentes cafés de este blend?

Colombia nos aporta una agradable acidez y refinamiento, Honduras y Nicaragua suman matices más florales y frutales y los granos de Brasil culminan una taza con dulzor y cuerpo. Todo ello hace que sea un blend ideal para disfrutar como café solo, en cortado e incluso con leche.

Detrás de un buen blend, siempre hay un buen maestro tostador, ¿quién ha diseñado su café Gran Selección Superior Natural?

Aurelio Salinero, el Maestro Tostador de Cafés Puerto Rico desde hace más de 26 años. Él aporta sentido común, tradición, sabiduría y muchísima experiencia a nuestros cafés, los cuales yo selecciono, buscando una línea más atrevida e innovadora de granos sometidos a nuevos procesos de beneficiado que sorprendan a los clientes.

¿Qué factores se consideraron para la selección de los granos de este blend?

Cuando se creó teníamos muy claro que el objetivo era lograr la mejor taza de café, la más completa y polivalente, orientada al cada día más exigente consumidor madrileño que es nuestro principal mercado.´

¿Qué papel juegan las innovaciones tecnológicas en el trabajo artesanal del maestro tostador?

Nosotros seguimos apostando por un tueste artesanal, en el que la vista, el oído, el olfato de Aurelio y de su equipo son nuestras métricas. Lógicamente, estas se contrastan posteriormente en nuestro laboratorio de calidad que se encarga de constatar la perfección alcanzada artesanalmente. Por tanto, en nuestro caso, utilizamos la tecnología como herramienta de contraste y supervisión, ya que nos aporta mucha más agilidad y rapidez a la hora de las pruebas y búsqueda de los resultados que queremos obtener.

¿Cuáles son los desafíos a los que debe hacer frente hoy día un maestro tostador para lograr el mejor blend?

Hay que observar día a día la respuesta y los comentarios de nuestros clientes finales, a veces a través de los hosteleros, pero cada vez más, también, a través de las redes sociales. No hay que permanecer estáticos y siempre se debe atender y escuchar, sobre todo las críticas, y seguir aprendiendo y formándose en esta industria tan especial y querida por nosotros

¿Cuáles creen que serán las próximas novedades que veremos en el mercado español del café con relación a los blends?

Nosotros viajamos cada día más a los países de origen, buscando distintos procesos de fermentación y beneficiado. Todo ello orientado al nuevo consumidor de café y al desarrollo de cafés más suaves, con matices mucho más profundos, pero menos intensos, que permitan, además, distintos tipos de elaboración.

¿Cómo creen que afectará la nueva normativa europea relativa a importación del café en la disponibilidad de cafés para la creación de blends?

Me parece una normativa muy necesaria. Nosotros llevamos años trabajando directamente en origen, colaborando y siendo partícipes directos en proyectos que han desarrollado una tecnología de secado híbrido solar a escala industrial que se ha probado y mejorado sobre el terreno en zonas productoras de café de Centroamérica durante 17 años, eliminando completamente el uso de bosques en forma de leña para secar el grano de café.

¿Qué esperan del Premio al Mejor Blend Comercial?

Esperamos contribuir de manera activa al fomento del conocimiento y consumo de cafés de calidad en nuestro país. Este premio será, sin duda, un altavoz maravilloso para ayudarnos a transmitir este mensaje aún más alto.

PREMIO AL MEJOR CAFÉ DE ESPECIALIDAD

D·ORIGEN COFFEE ROASTERS

Hace diez años, D·Origen irrumpió en el mercado español del café con una propuesta centrada exclusivamente en el tueste y comercialización de cafés de alta calidad. Desde entonces, este micro roaster, con sede en El Albir (Alicante) y finca propia de café en Panamá, se ha mantenido fiel a su filosofía y ha acompañado a muchos consumidores españoles en su descubrimiento del café de especialidad. Ahora, su café, "Las Perlitas", ha recibido el premio al Mejor Café de Especialidad de España Fórum Café 2023, demostrando su calidad, la profesionalidad, conocimiento y apuesta por la excelencia de este tostador de la Comunidad Valenciana. Michael Uhlig es fundador y CEO de D·Origen y con él hablamos sobre el reconocimiento recibido y la filosofía de empresa que, asegura, les ha llevado hasta este premio.

Michael Uhlig, CEO de D·Origen con el trofeo al Mejor Café de Especialidad

¿Qué significa para D·Origen el premio al Mejor Café de Especialidad de España?

Me alegra mucho ver la gran felicidad, satisfacción y motivación que genera en nuestro equipo recibir un reconocimiento como este, y es que, al fin y al cabo, todo logro en una empresa es por un buen trabajo conjunto. Además, de cara a nuestros clientes, el premio genera confianza y satisfacción al saber que van de la mano de una marca que, después de 10 años, sigue buscando a diario la excelencia en el café. Conseguir este reconocimiento es el resultado de acertar a lo largo de toda la cadena de valor.

¿Cuál es el origen, variedad, proceso y tueste de su café ganador?

Presentamos un Bourbon Rosa lavado de la región Huila (Colombia), que nos pareció excepcional, y con el que decidimos competir a riesgo, incluso, de que su proceso pudiera parecer "aburrido", frente a la "moda" de los fermentados. Pero eso era, precisamente, lo que nos fascinó y enamoró de este lote, ya que a pesar de ser "solo" un café lavado, aporta una complejidad y una limpieza en taza tan singular como encontrar una perla en una ostra. ¡Por ello su nombre Las Perlitas! En preparación espresso resulta un café untuoso, con buen cuerpo y capacidad para mantener su complejidad a fruta madura de hueso y, preparado en filtro, se presenta como un café limpio y brillante, dulce y lleno de matices a fruta tropical.

¿Qué factores consideran para garantizar la excepcionalidad de un café ganador como este?

No diferimos mucho de otros tostadores si digo que tenemos un laboratorio de análisis, una persona en control de calidad – por cierto, muy apreciada por muchos, Javier Carrión – y que jamás compramos cafés sin que el equipo los haya catado antes. Lo que sí creo que es un factor diferenciador importante, es la mentalidad con la que elegimos nuestros cafés. Ante todo, nos tienen que apasionar, siempre, por su calidad (sabor, aroma, selección). Además, deben tener una trazabilidad garantizada y al final, muy al final, analizamos el valor de dicho lote, no su precio, sino su valor.

¿Qué desafíos enfrentan para mantener la consistencia en la calidad de tueste de su café?

Fuimos el primer tostador en España en utilizar una Loring como tostadora de producción. Esta es una máquina alineada con la sostenibilidad – con su sistema de ahorro de gas – que nos permiten controlar al máximo y replicar nuestros perfiles de tueste. Es por ello por lo que hoy creo que el único desafío que estamos encontrando son las olas de calor extremo en verano, que indudablemente influyen en los cafés, sobre todo porque se complica enfriarlos en el tiempo deseado, al acabar el tueste. Tratamos de que no sea perceptible, pero hay matices que estamos analizando para mejorar de cara a los siguientes veranos.

España está viviendo un crecimiento de la cultura cafetera, ¿qué respuesta están obteniendo a su oferta centrada en cafés de especialidad?

Sin duda, aunque España empezó "tarde", ya está adelantando a muchos otros países que abrazaron antes el movimiento del café de especialidad. Actualmente, casi no nos da tiempo de hacer venta fría. Todos los días recibimos por nuestros diferentes canales, leads nuevos que buscan mejorar su servicio de café, sobre todo, últimamente, desde el sector hotelero y doméstico.

¿Cómo aborda D·Origen la innovación para mejorar la calidad del café y la experiencia del cliente?

Como tostador no podemos mejorar un café ya excelente de por sí, aunque sí debemos asegurarle un tueste adecuado y una buena gestión. En lo que sí podemos aportar un valor añadido es en la post venta. A nuestro equipo siempre les digo que vendemos dos productos, Café de Especialidad y Servicio de Especialidad. Por ello, ya hace más de ocho años, fuimos de los pioneros en crear una App para que los clientes puedan estar en contacto con nosotros y hacer sus pedidos con un solo clic.

LAS COMPETICIONES

PREMIO AL MEJOR ESPRESSO HOME

ALEJANDRO RODRÍGUEZ

Alejandro Rodríguez lleva veintidós años trabajando en la industria del café. Es Formador en Cafés Baqué y ha recibido la capacitación y certificación de instituciones como Fórum Café, SCA, INEI y el CQI y cree firmemente en la formación del consumidor como vía para fomentar el consumo de cafés de calidad, identificando, además, en el movimiento Home Barista una buena oportunidad para avanzar en este ámbito. Y demostrando que es posible preparar una excelente taza de café con equipos domésticos, se ha proclamado ganador del del I Concurso Mejor Espresso Home Fórum Café.

¿Cómo ha resultado su experiencia como participante en el Concurso Espresso Home?

La verdad es que me encontré muy cómodo. Las herramientas facilitadas para el concurso eran de un nivel excelente y tanto la cafetera como el molino de Gaggia eran sencillos de entender. Pude encontrar rápidamente el punto de molienda, ya que el Q5 es muy intuitivo, casi no lo conocía y su ajuste fue rápido y preciso. En cuanto a la cafetera, elegante, de leva manual, de las que a mí me gustan, y en las que podemos sentir cuándo y cómo debe de ser la extracción deseada. Así que con un buen equipo es fácil que las cosas salgan bien.

¿Cuál cree que puede ser el aporte de este concurso a la realidad cafetera española?

Visibilizar, sin duda, una tendencia cada vez más presente que nos permite, gracias a nuevos accesorios y maquinaria, realizar fácilmente extracciones espresso en casa y disfrutar de los mejores orígenes de café en casa, Tras la evolución de los formatos de café molido llegaron no hace tanto las cápsulas y, ahora, nos encontramos con la posibilidad de poder moler, incluso, el grano en casa para lograr las mejores notas organolépticas, más frescas e intensas. ¡Algunas casas se están convirtiendo en auténticos centros especializados en café!

¿Qué tendencias en el consumo de café en el hogar están por llegar?

En unas pocas décadas, la demanda de cafés para el hogar ha evolucionado mucho, desde la accesibilidad de toda la población al café en los años 50 y 60 hasta la aparición de los cafés de especialidad en este segmento de consumo. Ahora, debemos sumar la enorme cantidad de información sobre este producto al alcance de los consumidores. No será extraño hablar de la trazabilidad del café que estamos degustando en la sobremesa de nuestro hogar, como muchas veces lo hacemos con el vino que nos ha acompañado en la comida. Nos encontramos en un momento muy dinámico del proceso de enseñanza y aprendizaje.

¿Y en cuanto a sistemas de preparación?

Como me sucede a mí, creo que a muchos home baristas les cuesta decantarse solo por un sistema y quizás esta posibilidad de poder optar por varios métodos, junto con la versatilidad del café es, precisamente, parte del éxito de este movimiento que estamos viviendo entorno a la preparación del café en casa. Es fantástico tener tantas posibilidades y por ello espero que ahora y en adelante, siempre que compremos un buen origen, nuestra única duda se ciña a decidir en qué sistema lo vamos a disfrutar.

¿Algún consejo para los que deseen su espresso home?

Hay que hacer muchos espressos, equivocarse muchas veces y probar y probar todo lo que se pueda. Consultar con tu tostador, apuntarse a catas y comparar y apreciar los cambios que se dan si jugamos con diferentes orígenes y tuestes, y por ende, diferentes moliendas o dosificaciones.

¿A qué personaje le gustaría invitar a un espresso preparado en su cocina?

Es complicado. Si tengo que escoger a alguien famoso, pero que no sea del sector cafetero, creo que a Patrick Süskind, autor de El Perfume. He leído su libro varias veces, quizás no tanto por la historia que narra, sino por cómo usa el lenguaje para describir aromas, y eso en el mundo del café creo que es fundamental ■

I CONCURSO MEJOR ESPRESSO HOME

Premio: 400€.

Obsequios: Merchandising del Gaggia.

Patrocinadores:

GAGGIA

HOME BARISTA, LA REVOLUCIÓN DEL CAFÉ EN EL HOGAR

Innovación, Calidad y Sostenibilidad

En la intimidad del hogar, el interés por el café sigue creciendo. La presencia de equipos y aparatología relacionada con el café gana terreno en las cocinas de muchos domicilios y a pesar de la disparidad de propuestas existentes, el deseo de conseguir la perfección de la taza de café en casa no deja de impulsar este segmento de consumo. En este universo café-hogar, la calidad se encuentra con la sostenibilidad, la información y la educación de unos consumidores que buscan cafés y experiencias cada vez más sofisticadas y de mayor calidad.

En los últimos años, los equipos para preparar café en el hogar han experimentado una notable evolución técnica. El esfuerzo en investigación y desarrollo por parte de los fabricantes ha resultado en cafeteras y molinos más accesibles, con prestaciones que se asemejan cada vez más a los equipos profesionales de hostelería.

Las cocinas y salas de algunas casas se están llenando de todo tipo de aparatología para preparar café, Chemex, V60, Kalita, Aeropress…. y, como no, también, cafeteras espresso. La cultura cafetera está en auge, y recrear en casa la experiencia de un buen café de cafetería ya no es tan complicado.

REDUCIENDO DIFERENCIAS

A pesar de las diferencias que aún existen, como el tipo de bomba de agua utilizada en las máquinas espresso profesionales (esta suele ser rotativa, mientras que las domésticas suelen ser vibratorias influyendo en la homogeneidad de la extracción) y más parámetros, solo hay que ver la diferencia de precios, está claro que se continúa avanzando para reducir estas disparidades que ayudarán, más que probablemente, al interés por poder degustar una perfecta taza de café en casa.

A lo largo de dos décadas, han surgido, también, métodos como la V60 y la Aeropress, que han ganado reconocimiento rápidamente - no olvidemos que el invento de Alan Adler ha logrado tener sus propios campeonatos en tiempo récord - y han aparecido, además, numerosas cafeteras con sistemas similares. Hemos jugado con la ROK, Trinity, Gina, Clever, Flair 58 y Origami, así como experimentado con elaboraciones como el Cold Brew y otros. Y aunque algunas de estas cafeteras y métdos pueden considerarse temporales y fruto de modas pasajeras, otros perdurarán, especialmente si la cultura del café sigue creciendo y educando el paladar de los consumidores. De hacerlo, la demanda de cafés de alta calidad para degustar y preparar en estos métodos seguirá siendo viable.

CONSUMO SOSTENIBLE

Además de la innovación y avances tecnológicos, los fabricantes de equipos para preparar café en el hogar están demostrando agilidad para responder la demanda de los consumidores que exigen mayor sostenibilidad a sus equipos y productos en su decisión de contribuir al cuidado del medio ambiente.

Es así que muchos de estos fabricantes han introducido mejoras, como calderas de menor consumo, menor pérdida térmica y un mayor rendimiento del agua utilizada. Pero algo importante que los consumidores también deben hacer en este sentido es asegurarse de ser sostenibles, también, con la materia prima, con el café. Hay que informarse, leer sobre lo que compramos, sobre quién hay detrás y sobre todo el proceso, desde la semilla hasta que llega a nuestra casa. Con estos conocimientos podremos decidir mejor la compra y ayudar a una mayor sostenibilidad en torno al café.

EL PODER DE LA INFORMACIÓN

Y a todo este nuevo universo de posibilidades del café en el hogar debemos añadir una nueva variable de vital importancia para la evolución del consumo de café en casa, la información. Los lectores de esta revista seguro que tienen infinidad de contactos en redes sociales, ya sea en el campo más barista o en la parte de tostadores que ofrecen información que hace años nos era imposible imaginar. Esta abundancia de conocimientos impulsa el crecimiento de la cultura cafetera y motiva tanto a los profesionales como a los consumidores a mejorar continuamente.

Es en este sentido, y ahora hablo como profesional del sector del café, que debemos seguir trabajando para educar los paladares de nuestros clientes, y esto no es algo tan difícil de conseguir. Se trata de que lo hagamos todos juntos y que el consumidor se deje enseñar.

Está claro que el mundo del café en el hogar ha experimentado una transformación significativa en términos de tecnología, sostenibilidad e información en los últimos años y que tiene amplio margen para evolucionar todavía más. Y estos avances, no solo ofrecen al consumidor la posibilidad de disfrutar de experiencias cafeteras de alta calidad en la comodidad de sus hogares, sino que también impacta positivamente en el desarrollo de una cultura del café más justa, sostenible y educativa para todos los involucrados en su la cadena de producción y consumo del café.

Alejandro Rodríguez Castresana
Formador en Cafés Baqué

LAS COMPETICIONES

PREMIO AL MEJOR CAPPUCCINO CON BEBIDA VEGETAL

FEDERICO DURONIO

Federico Duronio es el ganador del del I Concurso Mejor Cappuccino con Bebida Vegetal, incorporado por Fórum Café en la nueva oferta de competiciones baristas que premian a los mejores especialistas del país. Duronio trabaja como Head Barista en la cafetería Pantastic de Ibiza. Ha vivido y trabajado en diferentes partes del mundo y, desde hace ocho su carrera profesional se desarrolla en el ámbito barista. Durante este tiempo ha participado en diversos concursos del sector. En 2018 logró el tercer lugar en la competición canadiense de Latte Art SCA y el año pasado, en España, se alzó con el título de Campeón Latte Art Grading System Red Level. Ahora, además, se ha convertido en el campeón del primer Concurso Mejor Cappuccino con Bebida Vegetal Fórum Café.

¿Cuéntenos sobre la preparación del cappuccino con bebida vegetal con la que ganó el concurso?

El tiempo de elaboración de las dos bebidas era de 3 minutos, y teníamos que utilizar la cafetera Delonghi para su preparación, así que era esencial ser lo más rápido posible. Siempre llevo conmigo varios tamaños de jarras, y gracias a esto pude calentar la cantidad de leche que necesitaba con una sola vaporización, ahorrándome el tiempo de una segunda, y pudiendo llenar convenientemente las tazas, de unos 250 ml, a la vez que realizaba el latte art.

La bebida Vivesoy Avena Barista, la oficial en este concurso, es conocida por su sabor suave y cremosidad superior al de otras leches similares ¿Qué matices aportó a sus preparaciones?

Sin duda, resulto el acompañante perfecto para el blend que debíamos utilizar en nuestras elaboraciones. La bebida de avena agregó a la taza un toque más dulce y muy agradable, respetando las características propias de acidez media-alta y matices florales del café empleado. El olor de la bebida caliente de avena me recordó al del helado de avellana y su textura, bien cremosa, resultó, la más óptima para lograr un bonito Latte Art.

¿Qué desafíos debió afrontar al trabajar con bebida vegetal en lugar de leche tradicional?

Pues si he de ser sincero, ninguno porque la bebida de avena Vivesoy se comportó muy bien en el momento de calentar, ofreciendo como resultado una textura perfecta para lattear.

¿Cómo cree que las tendencias que apuestan por opciones más saludables están dando forma a nuevas experiencias con el café?

Soy de los que abogan por la introducción de las bebidas vegetales en la estación barista y lo hago practicando, además, con el ejemplo, y preparando mi cappuccino de la mañana, siempre, con bebida vegetal. Ahora bien, para asegurarnos una experiencia óptima, hemos de ser muy conscientes de que no todas las bebidas vegetales combinan bien con el café o con todos los cafés, ni tampoco todas aportan la textura que necesitamos para un buen cappuccino.

¿Tiene algún consejo para los que deseen experimentar con leches vegetales en sus creaciones?

Sobre todo que prueben, siempre, las bebidas vegetales con el café que van a utilizar para elegir la que funciona mejor con esos granos. Y ya en la jarra, que la emulsionen a una temperatura algo más baja de la habitual para asegurarse, así, la cremosidad óptima que buscamos. Además, les diría que podemos aprovechar el aporte dulce de estas bebidas vegetales para animar a nuestros clientes a tomar su café sin azúcar.

¿Qué significado tiene el Premio al Mejor Cappuccino con Bebida Vegetal para su carrera?

Amo mi trabajo de barista y lo paso muy bien en este tipo de certámenes, independientemente del resultado. Además, para mí, estos eventos son una oportunidad para conocer a más personas que se dedican a lo mismo que yo, para descubrir y para probar más herramienta y productos diferentes que puedo incorporar en mi trabajo para mejorar la experiencia de mis clientes■

I CONCURSO MEJOR CAPPUCCINO CON BEBIDA VEGETAL

Premio: 400€.

Obsequios: Cheque de 250€ de Vivesoy y cafetera La Specialista Maestro Cold Brew de Delonghi, valorada en más de 1500€.

Patrocinadores:

Vivesoy Barista AVENA

DēLonghi

LOS PATROCINADORES

GAGGIA

"Tenemos que estar atentos a las necesidades de los baristas, son los encargados de utilizar nuestros equipos"

Gaggia ha adoptado una estrategia de innovación constante y desarrollo de máquinas espresso diseñadas para establecer nuevos estándares en el mercado Horeca y garantizar la mejor experiencia de café. En el Campeonato Nacional Barista Pro, los concursantes prepararon sus espressos en La Reale, preparada para trabajar con filtros de competición, volumétricos de alta precisión, elaborar cafés con temperaturas independientes. Para saber más de este innovador equipo y de la experiencia de Gaggia como patrocinador de este Campeonato, conversamos con Juan José Mach, CEO de Quality Espresso, compañía a la que pertenece la marca Gaggia.

¿Cuáles son las características de las máquinas espresso Gaggia utilizadas en el Campeonato Nacional Barista Pro?

Quality Espresso patrocinó este evento con el modelo La Reale DFC, una máquna de café espresso con sistema multi-caldera, es decir, con calderas independientes por grupo que proporcionan al barista una experiencia única, ya que le permite diseñar infinidad de recetas de una forma rápida y eficaz. Además, el modelo La Reale DFC de Gaggia dispone de un sistema de control del flujo del agua hacia la pastilla que permite crear diferentes perfiles de taza utilizando un mismo café.

¿Cómo garantizan las máquinas espresso Gaggia la consistencia y precisión en cada taza?

Nuestra marca Gaggia acaba de cumplir recientemente 85 años de historia, lo que nos da una perspectiva muy amplia cuando se trata de afrontar nuevos retos. El conocimiento, la experiencia y el servicio, unidos a los últimos avances tecnológicos, avalan esta precisión.

¿Cómo colaboran con los baristas para adaptar sus máquinas a sus necesidades?

Hace ya varios años que en Quality Espresso entendimos la importancia de tener un fuerte vínculo con los baristas, ya que en última instancia serán los encargados de utilizar nuestros equipos. Por ello, desde 2009, contamos con un equipo de formación Barista certificado por la SCA que trabaja dando apoyo a clientes, consumidores y departamentos comerciales y de investigación y desarrollo.
Trabajamos en dos vías diferenciadas. Por una parte, colaboramos con los baristas que también son formadores y que disponen de espacios específicos a los que mostramos las ventajas de nuestros productos, así como la evolución de la tecnología aplicada para que puedan transmitirlo a sus alumnos, que serán los futuros baristas profesionales. Por otra parte, colaboramos con escuelas de hostelería y participamos en eventos específicos del café donde los baristas necesitan soporte, y donde poder ampliar el impacto de la cultura de la elaboración de un buen café en el canal HoReCa.

¿Qué tendencias debemos esperar en el diseño y la funcionalidad de las máquinas de café profesionales?

La sostenibilidad y la conectividad encabezan, desde ya hace algunos años, estas tendencias. En relación con la sostenibilidad, vamos hacia equipos en los que predomine el ahorro energético, como por ejemplo, las calderas termoaisladas. Además, también, incorporando sistemas ECO automáticos, ergonomía en todo el concepto funcional de las máquinas para no estresar la dinámica diaria dentro de una barra de cafetería, junto con la programación intuitiva de las mismas. A esto hay que añadir procesos de fabricación orientados a la economía circular, como los nuestros, para lograr reducir tanto el consumo de materias primas como la producción de residuos.
En relación con la conectividad, nuestras máquinas son un buen ejemplo. Se pueden conectar a la plataforma Smartia, el IoT para el negocio del café. Con una conexión a Internet, este sistema permite el control remoto de las máquinas y analizar su rendimiento.

¿Qué balance hacen de su participación en el Fórum Coffee Festival?

El balance es muy positivo. Estos eventos sirven para presentar nuevos productos, conocer nuevos clientes y reencontrarse con los que ya lo son. De esta forma tan cercana, conseguimos fidelizar y ofrecer todos nuestros servicios a cualquier empresa del sector.
El Forum Coffee Festival de Barcelona ha sido la demostración de que el sector ha evolucionado con un encuentro en el que hemos participado activamente con el fin de que esta primera edición nos permita a Gaggia, y al resto de participantes, aprender para adaptarnos mejor al concepto "Coffee & Street", donde el vínculo con el usuario final sea más directo.
De acuerdo con ello, patrocinamos, además del Campeonato Nacional Barista Pro, los espacios Gaggia Village con nuestra nueva máquina de un grupo Gaggia La Dea Pro y presentamos, como novedad, también, el tamper automatico, Q PRESS.

LOS PATROCINADORES

BRITA IBERIA

"Ayudamos a generar bebidas de más calidad y más sostenibles"

Sin un buen café y sin un agua de calidad adecuada es imposible lograr una buena taza de café. BRITA, especialistas en sistemas de filtración de agua, ha patrocinado el Campeonato Nacional Barista Pro Fórum Café y equipado las máquinas espresso de la competición con su nuevo e innovador sistema PURITY C iQ que además de optimizar la filtración del agua, contribuye a la sostenibilidad del proceso y protección de estas máquinas. Clare López-Wright es la directora general de BRITA Iberia y con ella hemos hablado sobre esta innovación y el compromiso de BRITA con el café de calidad y la preservación del medio ambiente.

¿Cómo ha resultado la experiencia para BRITA como patrocinador del Campeonato Nacional Barista Pro?

Valoramos de forma muy positiva nuestra participación. El del café es un sector estrechamente ligado al negocio BRITA y nuestra presencia en este evento ha sido una oportunidad para seguir promoviendo la sostenibilidad y las prácticas respetuosas con el medio ambiente. Creemos que hemos cumplido con el objetivo de demostrar la importancia del agua para elaborar el mejor café y que con los filtros BRITA la tenemos garantizada.

¿Cuál es el compromiso de BRITA para lograr una cadena del café más sostenible?

La sostenibilidad es motor de BRITA desde el nacimiento de la compañía hace ya más de 50 años. Nuestro objetivo ha sido siempre provocar un cambio en la forma de consumir agua, reduciendo así el plástico al sustituir las botellas de un solo uso. Esta misma misión la extrapolamos en todos los sectores en los que estamos presentes, como es el caso del ámbito del café. A través de nuestros filtros, no solo conseguimos una perfecta optimización del agua y, por tanto, que esta sea de más calidad, sino que protegemos las máquinas de café de los problemas que les puede ocasionar el agua, como la acumulación de cal y yeso y la corrosión de los materiales y componentes internos. A la vez, los filtros BRITA permiten el ahorro de costes de mantenimiento y reparación y aseguran que no haya interrupciones en el suministro de café que afecten a los ingresos.

Háblenos del sistema de filtración BRITA utilizado en el Campeonato Nacional Barista Pro

En el Fórum Coffee Festival presentamos nuestro nuevo sistema de filtración PURITY C iQ, el primer sistema de filtración de agua inteligente controlado por datos. Este nuevo producto de BRITA se ajusta automáticamente a los cambios de agua de red, para garantizar una taza de calidad constante y una protección de la máquina. El sistema PURITY C iQ también mide el consumo de agua y envía esta información en tiempo real a través de un portal online, basado en la nube para que los datos puedan estar siempre visibles y poder tomar, así, decisiones acertadas, optimizando el mantenimiento de los equipos. Con este filtro, aseguramos una protección mejorada de la máquina contra la cal, una calidad de café constante y la reducción de costes a través de un mantenimiento más eficiente.

¿Cómo trabajan para asegurar una huella ecológica mínima para sus productos?

Intentamos que todos los materiales que utilizamos en la creación de nuestros productos sean lo más respetuosos con el medio ambiente posible. Por ejemplo, para el año 2025 queremos reducir un 30% el plástico presente en nuestros productos. Ya hemos empezado a trabajar en ello y, actualmente, ya estamos sustituyendo el plástico en algunos casos por plástico biobasado, fabricado a partir de fuentes biológicas renovables. También estamos haciendo mejoras a nivel de embalaje, empleando materiales mucho más sostenibles. Y todo ello, sin olvidar que en 1992 nos convertimos en la primera empresa del sector en crear un programa de reciclaje de filtros usados que actualmente permite recuperar y reutilizar más del 80% de los materiales incluidos en nuestros filtros.

¿Qué cantidad de emisiones de CO_2 se puede evitar utilizando agua filtrada?

Un litro de agua filtrada genera hasta 25 veces menos CO_2 que un litro de agua embotellada. A través de los sistemas de optimización del agua BRITA, se pueden ahorrar hasta 4 mil millones de botellas de plástico al año. En la pasada edición del Forum Coffee Festival, proporcionamos agua filtrada a los asistentes a través de la exclusiva "Zona de hidratación BRITA", en la que se podía disfrutar de agua filtrada a través de dispensadores o de los productos BRITA de consumo, aquellos que te puedes instalar en casa. De este modo se brindó una experiencia de hidratación óptima y sostenible, promoviendo el uso responsable de los recursos.

¿Qué encontrará en BRITA la hostelría que busca mejorar la calidad del café?

En el sector de la hostelería, somos un referente tanto en servicio como en calidad de nuestros productos, porque les ayudamos a generar bebidas de más calidad, con un sabor y aroma superior, y porque contribuimos a que sean más sostenibles protegiendo sus máquinas de los problemas que puede causar el agua, reduciendo así las averías y los gastos que se derivan de ellas.

COMPAK COFFEE GRINDERS

"Para un barista es imprescindible un molino duradero en el tiempo, que respete y realce las características de cada café"

En la vanguardia del sector de molinos de café para profesionales desde 1952, Compak nació con la visión de fabricar molinos de café de la más alta calidad, siendo artífices de diversas innovaciones técnicas, que han mejorado la fiabilidad, el diseño, la durabilidad y la facilidad de uso de estos equipos dando pie a un nuevo estándar de calidad, avalada por los principales laboratorios certificadores internacionales. Como muestra, el molino E8 On Demand utilizado en el Campeonato Nacional Barista Pro y que se ha convertido, ya, en el imprescindible para los mejores baristas. Damian Ascaso, CEO de Compak, explica los detalles de este equipo y la filosofía y trabajo que han llevado a esta firma a ser la elegida por tantos profesionales del café.

¿Qué ha motivado a Compak patrocinar el Campeonato Nacional Barista Pro? ¿Cómo ha resultado su participación?

La experiencia de Compak ha sido positiva como patrocinador del Fórum Coffee Festival. Siempre valoramos la oportunidad de conectar con la comunidad cafetera, compartir ideas y estar presentes en un entorno dedicado al café de Calidad. El deseo de fomentar la innovación y la calidad en nuestra industria ha sido la principal motivación para participar en el festival.

¿Cuáles son las características de los molinos de café que Compak proporcionó para su uso en el Campeonato Nacional Barista Pro?

Para el Campeonato Nacional Barista Pro, elegimos la nueva Generación de Molinos E8 On Demand. Estos molinos profesionales disponen de pantalla táctil de 2.8" para controlar todas las variables para una perfecta molienda (tiempo de molienda, modos de trabajo, estadísticas, y mucho más…). También, están equipados con fresas de fabricación propia de 83 mm, que ofrecen máxima precisión en la molienda y dosificación. El E8 On Demand, garantiza, además, una extraordinaria distribución del café molido, permitiendo el movimiento vertical y horizontal de la horquilla para ajustarla a todos los portafiltros del mercado.
La optimización de la geometría de las fresas de estos molinos asegura una reducción de los decibelios en la molienda, igual que su Lock & Load System facilita el acceso instantáneo a la cámara de molienda, contribuyendo así a una limpieza o sustitución de las fresas de una forma rápida, fácil y sin incidencias.
Los molinos E8 On Demand están equipados con un potente motor de 630 W con ventilador que gira a 1.310 rpm.

En el contexto del Fórum Coffee Festival, ¿qué comentarios han recibido de sus molinos?, ¿Qué influencia tiene este tipo de feedback en el desarrollo futuro de sus molinos?

Hemos recibido comentarios muy positivos tanto de baristas como de asistentes. Este tipo de retroalimentación es básica en el desarrollo futuro de los molinos, permitiendo a Compak ajustar y mejorar sus productos según las necesidades y preferencias de los baristas y profesionales del Sector.

Compak es conocido por sus innovaciones en el diseño de molinos para baristas.¿Cuáles son las características más destacadas de sus molinos que ayudan a los baristas a mejorar su rendimiento y calidad del café?

Para un barista es imprescindible un molino duradero en el tiempo, que respete y realce las características de cada café, de forma rápida, precisa y consistente taza a taza.

En el mundo del café, las tendencias están en constante cambio. ¿Cuáles son las tendencias más significativas en molinos de café que veremos a corto y medio plazo?

Toda gira alrededor de la precisión, tanto en distribución del café molido, como en la dosificación de este. Los distintos avances tecnológicos, ya sea en molinos que dosifiquen por tiempo o por peso, nos permiten ser mucho más precisos en esos aspectos.

Sabemos que Compak se destaca por su compromiso con la sostenibilidad. ¿Qué aspectos destacaría al respecto?

El uso de materiales sostenibles y eficientes, tanto en el proceso de fabricación como en su vida y reciclaje, son básicos para nosotros. La integración en nuestro sistema de gestión de la certificación ISO 14001, es una buena prueba de ello.

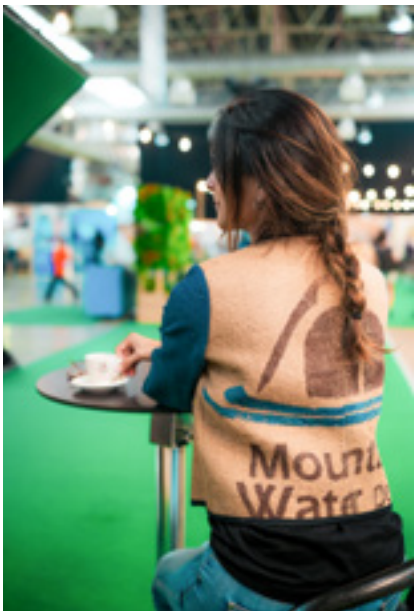
Para finalizar, ¿Qué novedades podemos esperar a corto y medio plazo en el ámbito de los molinos profesionales de café?¿Hay próximos lanzamientos o proyectos en los que Compak esté trabajando?

El próximo año estará lleno de nuevos lanzamientos, ya que hemos renovado toda nuestra gama de molinos e incorporado varias novedades a los modelos PK100. También está prevista la presentación del Molino Bolt, café pre molido con servicio instantáneo o molido al momento. Y otras novedades que iremos descubriendo y compartiendo con toda la comunidad del café, en breve.

MÁS QUE CAFÉ EN FÓRUM COFFEE FESTIVAL

MODA SOSTENIBLE CON AROMA A CAFÉ

"Be unique, Be you, Be the change", es el lema de Sylvia Calvo BCN, la empresa de la diseñadora del mismo nombre, Sylvia Calvo que, aplicando principios de circularidad, utiliza sacos de yute de café para confeccionar sus prendas de moda y complementos.



Sylvia Calvo empezó en 2012 a investigar sobre moda sostenible y las alternativas disponibles para tener impactos sociales, económicos y ambientales positivos en esta industria, dando pie a su línea de moda desarrollada con sacos de café. Este año, su trabajo ha recibido el premio Green Product Awards, en Alemania, por la innovación del hilo y tejido, creado localmente, a base del yute de estos sacos junto con otras fibras, resultando este importante reconocimiento un importante premio a su creatividad y compromiso con la sostenibilidad.
Para la primera edición del Fórum Coffee Festiva, Sylvia Calvo BCN ha cedido algunas prendas confeccionadas con sacos de café que lucieron algunos miembros de la organización.

¿Cómo surge la idea de utilizar sacos de café como material en tus diseños?

La primera conferencia que asistí sobre Eco-Fashion escuché que el material más sostenible es el que ya existe. Mostraron ejemplos de unas piezas hechas con cinturones de coche desechados, y esa idea me dio que pensar. Este ejemplo de simbiosis industrial me pareció interesante y un reto. Así que busqué mi residuo para transformarlo y darle valor, una nueva vida, y así encontré los sacos de yute de café.

¿A qué retos se ha enfrentado trabajando con este material?

Saber trabajar con el yute ha sido un proceso de aprendizaje, investigación, y perseverancia.
Un proceso de prueba error, muchas horas probando diferentes técnicas y creando distintos tipos de piezas. Es un material muy agradecido, sostenible, y original para este nuevo uso que les doy. Ya han transportado nuestro más preciado café, y ahora, con una transformación creativa, forman parte de nuestro armario de piezas únicas y nuestra propia historia.

¿Cuáles son las propiedades de la fibra de los sacos de café que la hacen adecuada para crear piezas de vestir y complementos?

Es una fibra natural, biodegradable, fácil y agradecida de trabajar una vez se aprende a coser y crear con ella. Se presta a poder realizar distintos tipos de piezas y accesorios. En India se la conoce como "Golden Fibre", tiene propiedades antiestáticas, y su color puede variar con la luz solar. Ha sido un reto aprender a trabajar con ella, pero al final hemos llegado a estar en pasarelas sostenibles con nuestras piezas en Madrid, Barcelona, Budapest, Amberes, y un par de veces hemos sido invitados a participar en Australia.

En términos de diseño, ¿qué posibilidades creativas brindan los sacos de café?

Utilizando el saco, tal cual, sin modificar su fibra, tiene ciertas limitaciones, pero al mismo tiempo su limitación da pie a mucha creatividad y originalidad. Así que podríamos decir que sus limitaciones son enriquecedoras. Con los sacos hemos creado vestidos, chaquetas, faldas, accesorios como bolsos, fundas para ordenadores, y cinturones, y hasta hemos hecho pantalones. También hemos confeccionado piezas para el hogar como cojines, o tapetes.

¿Cuál debe ser el papel de los diseñadores en apoyar la moda circular?

Los diseñadores ya en activo van a tener que aprender las estrategias de ecodiseño, ya que las nuevas regulaciones que vendrán dictadas desde la UE cambiarán las reglas bajo las cuales diseñamos, producimos y consumimos productos y servicios. El ecodiseño, circularidad y sostenibilidad deben ser parte, además, del programa formativo para los que se están formando. La nueva era de transformación que estamos viviendo requiere de nuevas habilidades y conocimientos que impulsen la transición hacia la circularidad y sostenibilidad en nuestra industria, comunidades y entorno, y todo empieza con aprender a ecodiseñar. Y es así, porque el 80% de los impactos de un producto se determinan a la hora de crear el diseño, cuando se tiene en cuenta todo su ciclo de vida, desde su creación, producción, uso, y fin de vida del producto.

¿Qué le gustaría que las personas sintieran cuando usan una de sus piezas?

Me gustaría que se sintieran parte de la historia de estas prendas, la cual empezó en los campos de café y percibieran la importancia del valor de los materiales, del proceso de su creación y de su apoyo, con la compra de estos productos, a la economía, industria y artistas locales. Si lo que vestimos tiene un impacto, mejor que este impacto sea positivo.

¿Tiene planes para expandir su línea de productos?

Actualmente, creamos vestidos, chaquetas, accesorios, no solo con sacos de café de yute, sino también con sacos de café de algodón, de un proyecto muy interesante con café de Indonesia que he desarrollado con This Side Up Coffee, trader holandés, también centrado en economía circular y agricultura regenerativa. Un proyecto que he creado y desarrollado conectando y colaborando con toda la cadena de valor, y que ha generado impactos positivos en todos los puntos de la cadena.

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.

CONSULTA SOBRE NUESTRA **GAMA DE PRODUCTOS**

2022-2025 WATER FILTRATION SPONSOR

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

bwt-warm.com/es