

fórumcafé

Fórum Cultural del Café



INNOVACIÓN *al Servicio de la* CALIDAD

p.17

ORIGEN CAFÉ: BRASIL

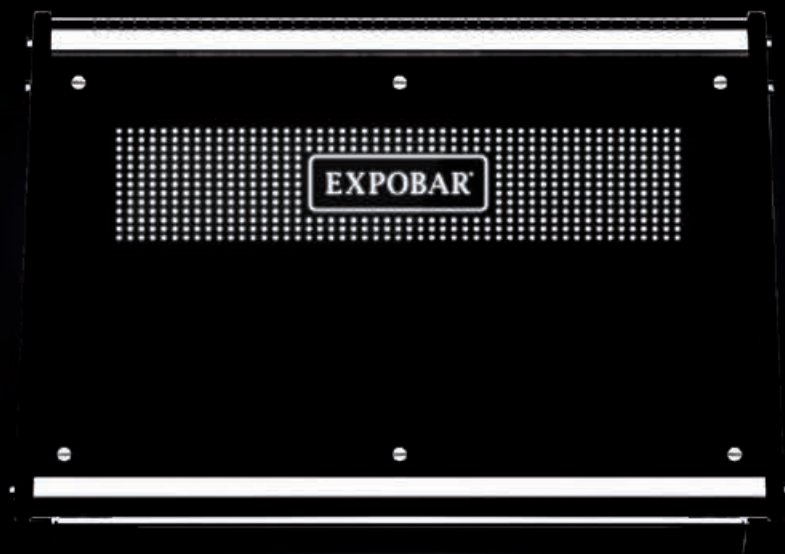
p.6

Mundo BARISTA

XII Campeonato Nacional
de Baristas Fórum Café

p.30

ONYX *Pro*



**¿HAS SENTIDO ALGUNA
VEZ LA NECESIDAD DE
PERSONALIZAR UNA
MÁQUINA ESPRESSO?**



<http://onyx.creminternational.com>

EXPOBAR

SUMARIO

Revista

Editorial	4
Origen café: Brasil	6
Innovación al servicio de la calidad	17
Escaparate de Innovación	20
La acidez en el café, percepción en boca	24
Mundo Barista	30
Tendencias	32
Entrevista: Alberto Pizarro	36
Baristas por el mundo: Alemania	38
Mercado	42
Gestión	50
Café Solidario	58
Café & Salud	60
Cocina & Ferias	64
Bibliografía	66



Revista Fórum del Café:



Edición y Coordinación:
Fórum Cultural del Café

Redacción:
Susanna Cuadras

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

Diseño y maquetación:
Target Creativo
www.targetcreativo.net

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



editorial

Encaramos el 2017 con la ilusión de celebrar este año el veinte aniversario de nuestra asociación, una onomástica que nos avala como entidad, ya, con experiencia suficiente pero que a la vez nos revela como una asociación suficientemente joven como para seguir creciendo y caminando, con más proyectos de futuro sobre la mesa que recuerdos del pasado y eso, que estos, los recuerdos, no son pocos.

Hace veinte años, un grupo de empresarios del café y de algunos sectores afines crearon Fórum Café con intención de contribuir a mejorar el conocimiento de este producto en España y mejorar el consumo de café de calidad en nuestro país. Desde entonces, Fórum Café ha puesto en marcha iniciativas de éxito como los Campeonatos Baristas, las formaciones entorno a diferentes aspectos del café y esta misma revista, que usted tiene ahora en sus manos, y que es pionera en España en la información monográfica sobre café.

Pero si todo ello es el pasado y el presente, el futuro se nos revela en forma de nuevos y estimulantes retos que nacen con la misma vocación de llevar la cultura del café a todos los ámbitos de nuestra sociedad. Es intención de

Fórum Café dar un paso más en la formación de café en las Escuelas de Hostelería y ampliar el número de escuelas profesionales con profesorado preparado para formar con garantías a los alumnos en materia de café.

Consolidado ya el Campeonato Nacional de Baristas como el mejor escaparate de la profesión en nuestro país, damos, también, una vuelta de tuerca a la normativa de esta competición para mayor lucimiento del café y del barista y nos embarcamos en una nueva edición que tendrá su punto culminante en una final nacional incluida en el programa del nuevo Salón Alimentaria-Hostelco (Barcelona, 16 al 19 abril 2018),

llamado a ser la cita más importante de nuestro país y también de toda la Europa Mediterránea en el ámbito de los encuentros feriales profesionales para los sectores de la hostelería, restauración y alimentación.

Cambiamos también de instalaciones y en breve estrenaremos una nueva sede, más cómoda y espaciosa, con un aula de formación mucho más amplia que nos permitirá ofrecer nuevos cursos y también, optimizar, los que ya tenemos.

Han pasado 20 años pero lejos de falacias lingüísticas, la ilusión sigue siendo la misma e incluso más después de comprobar como el trabajo hecho durante estas dos décadas brilla cada vez con más fuerza tanto en el propio sector del café, como en los bares y restaurantes de nuestro país, donde el café ha dejado de ser, en muchos casos, un producto de tercera. Estamos en el buen camino y es nuestra intención no desviarnos para conseguir juntos que en España, todos, podamos disfrutar de una buena taza de café.



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

Junta Rectora:

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

Asesores:

Josep Rovira
Iñaki Vidaurrezaga
Alejandro Salvo

Director:

Yolanda Bolaños Gámiz

Vocales:

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

Capture the Essence



QUALITY ESPRESSO S.A.
Motors, 1-9 • 08040 Barcelona, Spain
T +34 932 231 200
Export T +34 933 946 305
E info@qualityespresso.net
www.qualityespresso.net



QUALITY ESPRESSO
Capture the Essence



ORIGEN CAFÉ: BRASIL

El café en este país es mucho más que una simple bebida o un producto de mercado, es una cultura.

Brasil es el mayor productor de café del mundo. Actualmente, teniendo en cuenta las dos variedades, Arábica y Conilon -Robusta-, este país produce aproximadamente 55 millones de sacos de café por temporada. Este volumen representa más de un tercio de la producción mundial anual de café.

Para Brasil el café juega un papel clave en la contribución al PIB nacional. La agroindustria brasileña es responsable del 46% del total de las exportaciones del país. De este porcentaje, el 6,4% es café. Es decir, este producto, por sí solo, representa el 2,9% del total de las exportaciones brasileñas, impactando directamente en la balanza comercial del país.

Brasil se ha empleado duro para alcanzar su liderazgo mundial en el mundo del café, sobre todo tras unos inicios nada fáciles. Han sido necesarios más de 130 años para que su producción provocase una popularización a nivel mundial. El objetivo, ahora, es mantener su posición en el mercado y seguir trabajando a favor del café de calidad.

UN POCO DE HISTORIA

Mientras que a principios del siglo XVIII el café ya se producía y comercializaba en otros países, Brasil, en 1727, todavía estaba tratando de obtener semillas para iniciar sus pruebas de sembrado.

El preciado botín lo consiguió un sargento llamado Francisco de Melo Reed quien aprovechando un corto viaje diplomático a la Guayana francesa fue en busca de café. Allí, con la ayuda de la esposa del gobernador de la capital se las arregló para hacerse con unas ramas con cerezas, que posteriormente llevaría clandestinamente a Brasil. Ya allí, plantaron los esquejes, de variedad Arábica, en el norte del país, en la región de Pará.

Hoy en día, el café ya no se produce en esas laderas norteñas, pero sí en otras múltiples zonas del país. Y es que el norte de Brasil no es una región próspera para el árbol de café, por ello, entre 1800 y 1850 los cafetos jóvenes fueron llevados al sudeste, específicamente al estado de Río de Janeiro - una región que hoy día tampoco es significativa en cuanto a la plantación de café se refiere, aunque, en ese momento fue todo un éxito!

Después de años de cultivo y crecimiento de la producción, en la década de 1860, Brasil, ya se posicionó como el mayor productor del mundo y el estado de Río de Janeiro, en concreto, aportaba un 90% de la producción nacional.

El efecto directo de este incremento continuado de volumen de producción, produjo la caída de los precios a nivel mundial, lo que dio pie a la popularización del café, una bebida de lujo, hasta aquellos momentos, que pasó a estar al alcance de todos.

En ese momento, los recursos para el tratamiento del suelo no estaban tan desarrollados como hoy día, lo que el crecimiento de la producción de café en tan poco tiempo acabó agotando los suelos en Río de Janeiro. Fue a partir de este momento, a principios del siglo XX, que la producción comenzó a ser trasladada a las regiones de Sao Paulo y Mata Mineira.

Esta circunstancia cambió el rumbo del estado de Sao Paulo desde el primer momento extremadamente agradecido al café. Y es que gran parte de la riqueza del estado se originó en esos primeros dorados años de producción. Sao Paulo se convirtió en el estado más rico del país favoreciendo la elección de presidentes paulistas y mineiros cada vez que el poder cambiaba de manos. La acumulación de capital, además, favoreció la progresiva industrialización de la zona y la lenta expansión del cultivo de café hacia diferentes regiones del país.

En el momento de la proclamación de la República, 1889, el café ya se empezaba a conocer en el país



ORIGEN CAFÉ: BRASIL

como el "oro verde", incrementándose notablemente durante esos años la producción nacional, la cual sufriría una gran conmoción a consecuencia de la caída de la Bolsa de Nueva York en 1929. Los precios a todos los niveles se desplomaban y para intentar salvaguardar el del café, el gobierno brasileño tomó la decisión de quemar millones de sacos. Poco tiempo después, a finales de la década de 1930, hubo otro excedente de producción solucionada, en este caso, por una decidida apuesta por la producción de café instantáneo que absorbió gran parte de la oferta de café.

Momento Actual ÁREA DE PRODUCCIÓN

Brasil se divide en cinco grandes regiones: el norte, el nordeste, el centro-oeste, el sur y el sudeste. La zona comprendida básicamente por los estados de la región sudeste, es donde se produce más café.

El sector del café emplea de forma directa e indirecta cerca de 8,4 millones de empleos en el país. La superficie total cultivada de café en Brasil se estima en algo más de 2,1 millones de hectáreas, divididas en cerca de 300.000 fincas, 2/3 de las cuales a manos de pequeños productores.

El clima moderado, la localización de las plantaciones y la calidad del suelo, permiten producir en Brasil, tanto café Arábica como Robusta, aquí conocido como Conilon.

Minas Gerais representa más del 50% de la producción nacional, alcanzando aproximadamente 30 millones de sacos que se producen, en orden de importancia, en sus regiones: Sul de Minas; Cerrado; Zona de Mata Mineira; y Mina Norte. En todas ellas se cultivan, básicamente, variedades de café Arábica, igual que en Sao Paulo, Río de Janeiro, Bahía, Ceará y Paraná.

El Conilon, por su parte es normalmente cultivado en estados con menor tradición cafetalera como Espírito Santo donde se concentra buena parte de la producción de cafés robustas, habiendo llegado a cosechar cerca de 15 millones de sacos de distintas variedades. Si este Estado fuera un país, sería el segundo mayor productor de café Robusta del mundo.

En las últimas fechas, Espírito Santo, sin embargo, ha sufrido un período de gran sequía y su producción se ha reducido casi a la mitad de su potencial. Actualmente, se estima que no llegará a producir más de 9 millones de sacos de Conilon en la presente cosecha. Otros estados productores de Conilon son Amazonas, Acre o Rondônia.

Esta gran diversidad de oferta cafetera en un mismo territorio permite disfrutar de cafés brasileños muy diferentes, tanto Arábicas como Conilon. El denominador común entre casi todos los primeros es su sabor intenso, cuerpo y acidez media, mientras que los robustas presentan, generalmente, un mayor cuerpo y un mayor amargor.

Ahora bien, insistimos en la dificultad de definir una taza estándar brasileña y es que el país es muy grande, y el clima es totalmente diferente en cada región productora. Si a veces encontramos fincas vecinas con productividades completamente distintas, imaginemos la influencia y el impacto del clima en diferentes Estados.

En el momento que escribimos este reportaje sobre el café en Brasil, es posible imaginar una producción muy prometedora para 2017, las lluvias constantes en esta época del año, principios de año, por las tardes/noche, unidas a períodos de mucho sol durante el día, fortalece las plantas y colabora en la formación de los brotes de café.

CHOCOLATE A LA TAZA



Bolsa 1 Kg



Estuche 40 sobres

NOVEDADES

REYBAR KCAO soluble



Bolsa 1 Kg



Estuche 40 sobres

CHOCOLATE especial máquinas vending



Bolsa 1 Kg

CHOCOLATE



Desde 1950

T. 902 12 21 12

www.chocolatereybar.com

#reybar





CONSUMO INTERNO

Brasil consume un volumen muy importante de café, alrededor de 22 millones de sacos al año, pero la calidad no es la misma que encontramos en los países importadores. Esto viene derivado del simple hecho de que los granos de café verde para exportación son seleccionados con un cierto nivel de calidad mínimo, reservándose los granos de menor calidad a los Industriales del país.

Incluso con este gran volumen de consumo Brasil todavía está un poco lejos de ser el mayor consumidor per cápita del mundo, aunque sí lo es entre los países productores. En concreto, los brasileños consumen una media anual per cápita de alrededor de 6 kg, lo que les sitúa aproximadamente en el puesto número 30 del ranking mundial. En promedio, en el mundo, cada año, cada persona consume una media de 1,3 kg de café, una media a la que seguro contribuyen de forma destacada los finlandeses que actualmente se sitúan en torno a los 12 kg/persona. Les siguen los noruegos con aproximadamente 10 kg por persona y después, los suecos y holandeses con 8,4kg y 8,2 kg, respectivamente. Recordemos que España apenas supera los 4 Kg por persona y año.

Cada país tiene de forma generalizada distintas maneras de consumir café. En Brasil, la primera opción es el café filtrado el cual, en general, se consume en el hogar.

En este país, la taza de café es conocida, genéricamente, como Cafezinho y no hace alusión específica ni al tipo de café ni al método utilizado para su elaboración. Si lo hacen otras denominaciones como, el "café puro" que sería el equivalente a un café sólo; el "café curto", al estilo del ristretto italiano; el "longo" o "carioca" preparado con más agua; el "café com leite" o "media" correspondiente a nuestro café con leche; o el "pingao", una mezcla de café solo y leche en formato de cortado, aunque la proporción de café en la taza varía según el punto del Estado en el que nos encontremos, pudiendo encontrar versiones con unas pocas gotas de leche y otras en las que la proporción de ambos ingredientes se equilibra.

En la actualidad, en Brasil se aprecia un cambio hacia el consumo de café en cápsulas básicamente por la comodidad y rapidez de esta preparación. En términos de calidad también empiezan a notarse ciertos cambios y el consumo de mejores cafés aumenta poco a poco.

CALIDAD

Muchos productores se han especializado en el cultivo del café, y para ello han sido necesarios muchos años para alcanzar el nivel de productividad y calidad actual.

En el momento de la recolección los frutos deben presentar un nivel máximo de maduración. En ese momento las cerezas no deben entrar en contacto con el suelo para evitar contaminación de sabores en la taza. A continuación, el café se transporta para realizarle una limpieza previa y tratar de quitar las hojas, palos y cualquier otra impureza procedente del campo para finalmente separar los distintos frutos (verdes y maduros).

Después de limpiar el café, éste se seca en "terreiros", aunque algunos productores usan secadores para completar el proceso. Seguidamente se lleva a cabo un proceso para separar el grano de la cáscara - trillado - y, finalmente un re-procesamiento para separar el grano verde de las impurezas y clasificarlos también por tamaño.

Los factores más importantes para definir la calidad del café son la región productora, el tipo de suelo y la altitud a la que la planta crece, así como la variedad botánica. Todos estos factores darán las principales características de bebida como son los sabores, aromas, acidez, dulzura y cuerpo.

Brasil, como ya hemos dicho, es muy grande y tiene una amplia variedad de suelos, variedades botánicas, altitud y clima que difieren mucho de un área de producción a otra, por lo que fácilmente se pueden detectar diferentes características entre unas zonas y otras.

SUR DE MINAS 100% Arábica:

Son los cafés que cuando participan en competiciones obtienen las mejores clasificaciones de bebida. Es la región que mayor volumen produce, y por ello hay una mayor probabilidad de encontrar micro lotes muy interesantes.

La zona de producción se sitúa a una altitud de entre 850 y 1250 m, con una temperatura media anual de 22°-24°C, y las variedades de Arábica más cultivadas son Catuaí y Mundo Novo (no obstante, también se pueden encontrar gran cantidad de fincas con Obata, Ruby e Icatu).

CERRADO MINEIRO 100% Arábica:

Entre las regiones cafeteras, el Cerrado presenta cafés con leve acidez y dulzura, son cafés excelentes en aroma y con muy buen cuerpo.

En términos generales, las fincas se encuentran situadas en altitudes superiores a 800-1200m. La mayoría de ellas tienen sistemas de irrigación, que protegen las plantas de eventuales faltas de lluvia, además de que con el uso de esta tecnología se pueden dosificar el riego con la finalidad de que el ciclo vegetativo esté lo más cerca posible de la perfección.

Es un área más concentrada, por lo que la maduración y la cosecha de café se lleva a cabo de manera más uniforme que en otras regiones.

MOGIANA 100% Arábica:

Se caracteriza por una bebida con buen cuerpo, café con sabor más afrutado que cítrico, y una cierta dulzura.

La Mogiana se encuentra en la región Norte del estado de Sao Paulo y es una de las zonas históricamente más tradicionales. No tiene tanta altitud - entre 700m y 1000m - pero aun así se benefician de la calidad de la tierra para conseguir producir cafés de gran calidad. La temperatura media anual gira entorno a los 20 ° C, y en su mayoría, las variedades más plantadas son Catuaí y Mundo Novo.

ZONA DA MATA 100% Arábica:

Sólo en el área de Manhuaçu existen cerca de 35.000 productores (entre micros y pequeños productores), que cada vez están más dispuestos a invertir en el campo para mejorar la calidad del producto.

La región produce cerca de 7 millones de sacos de café y ha impresionado su calidad cuando algunos productores han puesto a prueba sus cafés en distintas competiciones.

Otros orígenes brasileños son: el **café del Paraná**, Estado que llegó a ser el mayor productor de Brasil a mediados del Siglo XX. Tras las heladas de los años 70, los productores emigraron a la región del Cerrado Mineiro. Los cafés del Paraná destacan con una bebida con más cuerpo, pero con un sabor amargo más presente.

Los cafés arábicas del **Estado de Bahía**, por su parte, ofrecen un sabor suave, con poco cuerpo y ligeramente achocolatados.

Espíritu Santo y Rondonia destacan sobre todo por la alta producción de café Robusta Conilon.

Comercio Exterior

La importancia del café para Brasil ha dado lugar a la creación de infraestructuras suficientes para asegurar el tránsito del café desde las fincas a puntos estratégicos para su exportación. Los estados de mayor producción cuentan con puertos de embarque con destino a diferentes partes del mundo. Las dársenas más importantes son los de Santos, Vitoria y Paranaguá.

En estos puntos tienen presencia las empresas exportadoras más importantes del país, que en casos como Unión Trading del Grupo de Icona Café, están colaborando de forma destacada en la optimización y calidad del café brasileño.

En el ámbito de la organización del comercio exterior una de las figuras más relevantes es el Consejo de Exportadores de Café de Brasil-Cecafé, una entidad fundada en 1999 que representa y promueve activamente el desarrollo del sector de las exportaciones de café tanto a nivel nacional como internacional. Actualmente esta entidad cuenta con 139 miembros, incluidos los exportadores de café más importantes, productores, asociaciones y cooperativas en Brasil. Representando al 95% de los mismos.

La organización apoya las actividades del segmento mediante el intercambio de estadísticas, acciones jurídicas y también estratégicas como el fomento de las prácticas sostenibles en los cafetales del país. Cecafé, además, desarrolla una importante tarea en el ámbito de la responsabilidad social, siendo esta

entidad impulsora de programas como "Niños del Café en la Escuela" en el que desde su inició, 2003, también participa la Fundación española Café Mundi. Este proyecto tiene como objetivo instalar laboratorios digitales con equipamiento informático y acceso a internet en escuelas de municipios cafeteros. Por el momento ya están activas 133 de estas salas, 116 con acceso a internet, en un total de 95 municipios.

Otro programa de éxito de Cecafé es el denominado "Productor informado" creado en 2006 con el fin de lograr la integración digital de las zonas rurales. Desde 2016 el programa colabora con la Plataforma Mundial del café, habiéndose fijado como nuevas metas, la difusión de información entorno a la sostenibilidad en la producción de café.

Sr. Walid Assal - Union Trading (Sao Paulo)

IBERITAL

Tu expresión detrás de cada café



Cada barista se define por su estilo, su entorno y su café. Para potenciar la esencia de cada uno de ellos, Iberital lanza la nueva Expression Pro, una máquina innovadora y sofisticada. Más espacio para la máxima comodidad y una trasera personalizable para una experiencia 360.

Expression
by IBERITAL





Puntuación
83,00

Descripción: **BRASIL PINHAL NY2 17/18 "UNICO"**

Granos verde 100 Gramos tostado 86,5



ICONA CAFE

Atributos										
	Aroma 7,5	Sabor 7,5	Sabor residual 7,75	Acidez 7,5	Cuerpo 7,75	Uniformidad 10	Balance 7,5	Taza Limpia 10	Dulzor 10	Apreciación General 7,5
10	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○
9,75	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9,5	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9,25	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8,75	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8,5	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8,25	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7,75	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7,5	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●
7,25	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

Vainilla	<input type="checkbox"/>	Achocolatado	<input checked="" type="checkbox"/>
Caramelo	<input checked="" type="checkbox"/>	Pepino	<input type="checkbox"/>
Citrico	<input type="checkbox"/>	Caramelo	<input checked="" type="checkbox"/>
Achocolatado	<input checked="" type="checkbox"/>	Frutal	<input type="checkbox"/>
Madera	<input type="checkbox"/>	Floral	<input type="checkbox"/>
Floral	<input type="checkbox"/>	Cedro-madera	<input type="checkbox"/>
Fruto seco	<input checked="" type="checkbox"/>	Fruto seco	<input checked="" type="checkbox"/>

Alta	<input type="checkbox"/>
Media-Alta	<input checked="" type="checkbox"/>
Media	<input type="checkbox"/>
Media-Baja	<input type="checkbox"/>
Baja	<input type="checkbox"/>

Humedad %
10,70

Merma %
13,50

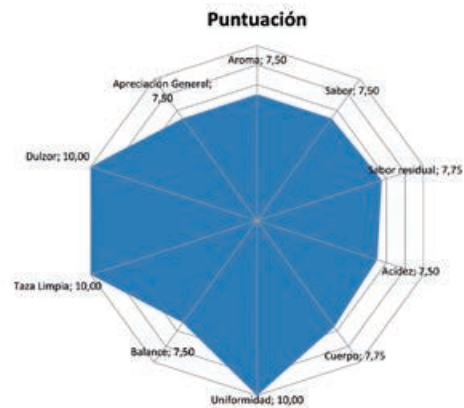
Tueste	
<input type="checkbox"/>	Muy claro
<input type="checkbox"/>	Claro
<input type="checkbox"/>	Medio Claro
<input checked="" type="checkbox"/>	Medio
<input type="checkbox"/>	Medio Oscuro
<input type="checkbox"/>	Medio Oscuro ++
<input type="checkbox"/>	Oscuro

Granulometría %	100
20	0
19	4,5
18	34,3
17	58,5
16	1,8
15	0,5
14	0,4
13	0
12	0
11	0
10	0
FONDO	0

Defectos físicos del grano (300 gr.)			
1/1	1/2	1/5	
Negro	Negro parcial	Grano brocado	30
Vinagre	Agrio parcial	Pergamino	
Cereza seca	Vinagre parcial	Flotador	
Materia extraña		Inmaduro	
Daño por hongo		Arrugado	
Ardido		Conchas	
		Partido/mordido	22
		Pulpa seca	
0	0,0	10,4	10,4

Defectos en taza	
ligero (2)	0
grave (4)	0
0	0

Comentarios
Color verde
Apariencia correcta, costra de intensidad media
Fragancia achocolatado, caramelo y algo de frutos secos. Compleja e intensidad media
Acidez brillante de intensidad media, Punzante.
Cuerpo de intensidad media-alta, sensación media-alta de oleosidad en boca, sedoso
Buen desarrollo del grano en el tueste. Tueste regular.



Total exportación brasileña de café verde sin descafeinar 2012-2016

Periodo	Tm a España	Tm a todos los países del mundo
2016	40.473.528	1.823.881.374
2015	45.626.191	2.005.028.061
2014	60.002.506	1.986.497.567
2013	43.068.480	1.699.144.733
2012	33.841.421	1.503.706.627

Fuente: Sistema de Análisis de Información de Comercio Exterior de Brasil



Specialty
by ICONA

ÚNICO, como el arte de los tostadores

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

Solo SPECIALTY by ICONA y su variedad de café ÚNICO puede garantizarle la selección manual de las cerezas maduras, que favorecen su reconocible dulzor, a una altitud de más de 1.100 metros, lo que influye positivamente en su acidez, en Baixa Mogiana, en el corazón de Sao Paulo.

Solo el arte de los mejores tostadores permite disfrutar en todo su esplendor el equilibrado perfil de taza, el cuerpo sedoso de media-alta intensidad, con su destacado aroma con notas achocolatadas, avellana y frutas maduras que se mantiene en el sabor del Café ÚNICO exclusivo de SPECIALTY by ICONA.

Solo para muy pocos. Solo para los mejores.



UNICO



www.specialtybyicon.com



Proyecto ÚNICO

Proyecto Único es una de las iniciativas de referencia en Brasil en cuanto a la promoción de calidad del café se refiere. El programa, impulsado por Unión Trading del Grupo Icona Café, aboga por la selección constante de productores y sus mejores lotes de cafés de gama alta, 100% de origen Brasil, que presenten una calidad claramente diferenciada en forma de bebida suave con dulzura pronunciada y acidez refinada.

El proyecto se fraguó durante largo tiempo hasta que tras un cuidadoso análisis del perfil de los cafés de las regiones de sur de Minas Gerais y Espírito Santo do Pinhal, y una cuidadosa selección de calidad y origen del café, así como sus productores y fincas se puso en marcha en el año 2015.

Uno de los productores que mejor representa los atributos que busca y exige Proyecto Único es Carlos Eduardo Gallardo, productor de raíces Pinhalenses, nacido y residente en la ciudad de Espírito Santo do Pinhal, al norte de Sao Paulo. En su finca, de nombre Ravello, este caficultor ha conseguido crear las condiciones necesarias para mantener, temporada tras temporada, una calidad constante en su café, la cual no sólo ha merecido la atención de Proyecto Único sino que también la de diversas competiciones regionales y estatales que ha ganado Carlos Eduardo Gallardo y su café.

La dedicación y el trabajo duro son las dos palabras que mejor resumen todo el cuidado y cariño que ofrece este caficultor a sus 67.000 árboles de café de variedad "mundo novo" - 100% arábica natural - que crecen en su finca a 1.200 metros de altura.

Actualmente, la producción de la Finca Ravello es todavía pequeña en comparación con otras fincas brasileñas, pero existe la intención de su propietario de hacer crecer el volumen, eso sí, "sólo si puedo conseguir mantener la calidad por el mismo camino".



Sr. Carlos Rittscher, Gerente de Unión Trading, ¿Los productores brasileños están capacitados para competir en un mercado de café de calidad?

Desde hace más de 20 años los productores invierten cada vez más en calidad desde la siembra, al tratamiento de los cultivos, los procesos y el almacenamiento de sus cafés. Yo ya he tenido el placer de participar en distintos concursos de café, incluyendo la "Taza de Excelencia" de 2002 a 2008 en Nicaragua, Honduras, El Salvador, Costa Rica y otros. Y puedo decir que Brasil no está detrás de ninguno de ellos en cuestión de calidad.

Una gran parte de las fincas del país disponen de una sala de ensayos especializados con Q-graders, puntuaciones catalogadas de lotes producidos, curvas de calidades por zonas y por cultivos, además de comparativos muy diversos y tecnología de producción para identificar cuáles son las plantas que pueden mejorar la productividad y la calidad del producto final. En mi opinión, hay bastante demanda para este tipo de productos, pero quizás no tanta como la preparación de los productores de hoy en día nos puede llegar a ofrecer. Es cierto que la exigencia de los consumidores de café está aumentando exponencialmente, y que dentro de poco la curva de demanda se encontrará con lo ofertado por los productores.

Una cuestión a la orden del día es la falta de café en Brasil, ¿que hay de cierto en esto?

Tenemos un nivel nacional de consumo que sigue creciendo, y que ya representa el 14% del total del consumo a nivel mundial. Gran parte de este consumo depende de la producción de Arábica, en la cual tuvimos una crisis de sequía en 2014 que afectó profundamente a la producción. El año pasado, tuvimos el mismo problema pero que en este caso afectó a la producción de Conilon, fundamentalmente en la región de Espírito Santo, y en consecuencia a toda la industria. La industria local entró en competencia con el café de exportación causando un efecto de inflación directa en el producto.

Hoy en día, el gobierno analiza la posibilidad de liberar la importación para controlar la falta de oferta de café robusta en el interior del país, lo cual sería algo inédito para el país que más café produce en el mundo y que siempre ha adoptado una política basada en la protección al productor rural.

¿Cuáles son las perspectivas de producción para la cosecha 2017/2018?

Todavía estamos discutiendo los números de la cosecha actual - 2016/2017 - pero partiendo de que el volumen de Arábica se está situando



ORÍGENES DEL CAFÉ: BRASIL

entorno a los 46 millones de sacos y el Conilon debe haberse movido entorno a los 9 millones, nos da un total de 55 millones de sacos, que en mi opinión sería el mínimo a considerar.

Para la cosecha 2017/2018, hay que seguir con una expectativa no demasiado optimista para el Conilon, principalmente por la sequía en los últimos 20 meses, por lo que no creo superemos de mucho los 10 millones de sacos para esta variedad. En cuanto a los Arábica, teniendo en cuenta que acabamos de tener una cosecha récord y eso castiga el ciclo de la planta y que al mismo tiempo el clima ha sido muy favorable, mi previsión sería de unos 42 millones de sacos, es decir, una cosecha de alrededor de 52 millones de sacos en su totalidad.

De todas formas, discutir volumen de la cosecha es siempre una tarea difícil, tenemos un país muy grande, un clima que difiere mucho de una región a otra, y un sistema de recuento de inventarios muy precario.



¿Cree que si Brasil incrementa el consumo de cápsulas puede bajar el consumo total del país?

Es cierto que el consumo fuera del hogar ha crecido de manera exponencial, los consumidores están buscando una mayor calidad en los cafés y los restaurantes al darse cuenta de ello invierten cada vez más en máquinas de café espresso

Hay un estudio de la ABIC (Asociación Brasileña de la Industria del Café) que estima un valor en el volumen de operaciones de 3.000 millones de R\$ para el año 2019 – que teniendo como referencia el 2015 cuando el montante total fue del orden de 1,4 millones de reales, representa un crecimiento espectacular.

Aun así, la gran masa de población continúa arraigada a su cultura de consumo y esta migración a las cápsulas y la posibilidad que carree una reducción del consumo no tendrá nunca un efecto inmediato.

W. A.



Master of the black beans

Difrete del café con nuestras cafeteras profesionales.



BRASIL BARISTA

Las cafeterías brasileñas de apertura reciente – últimos cinco años-, han optado mayoritariamente por incluir el espresso y bebidas con base a esta preparación en su oferta. Adicionalmente, las nuevas cafeterías de tercera generación que también han hecho ya acto de presencia en Brasil, ofrecen todo tipo de preparaciones de café de filtro (Kalita, Hario V-60, Aeropress, Chemex, Clever ...).

En el país existen algunas escuelas de barismo en las que forman a profesionales en esta materia, y donde los alumnos se benefician del plus añadido de encontrarse en un país productor para poder conocer más de cerca el producto en origen. La mayoría de los baristas que se gradúan en estas escuelas trabajan en cafeterías especializadas y en centros de formación. Por el contrario, es difícil encontrar a estos profesionales, aún, en restaurantes u hoteles. Allí, los cafés los suele preparar el barman.

Sólo los establecimientos especializados han incorporado, por el momento, la figura del barista en su plantilla, cuya categoría es publicitada como un servicio diferencial frente a su competencia. Algunos de estos negocios, además, han incorporado como uno más de sus atractivos, el tueste en el local - a menudo a la vista del público- de su propio café que sirven y, también, venden para consumir en casa. En estos lugares, además, suelen disponer de micro lotes con características singulares, primándose, también de ellos, otros aspectos como la responsabilidad eco-social de su cultivo y la certificación de la trazabilidad del grano a la taza.

La clientela de toda esta nueva generación de cafeterías brasileñas suele ser un público joven que tras diversos programas nacionales para fomentar el consumo de café en el país han crecido conociendo este producto. Actualmente, según datos de Euromonitor, para un 60% de los jóvenes brasileños de 16 a 25 años, el café es su bebida favorita, representando el consumo de esta franja de edad - extendida hasta los 29 años-, el 28% del total de la demanda doméstica de café en Brasil, según ABIC.



RutaBarista

Georgia Franco de Souza, propietaria junto a su familia de la reconocida cafetería “Lucca cafés especiais” y la escuela de café “Lucca Lab” es una de las caras más visibles en Brasil del nuevo impulso del café en la hostelería. Con sede en Curitiba su establecimiento aparece como visita obligada para los amantes del café a los que, en estos meses, por ejemplo, se les ofrece la posibilidad de degustar cafés de 28 microlotes diferentes.

En su ciudad, explica Georgia Franco, se da una de las concentraciones más importantes de profesionales del café laureados en Brasil. “En total, tenemos 20 campeones nacionales en cata, latte art, disciplina barista, aeropress, bebidas de especialidad con café y también cafés de filtro”. Algunos de ellos los podemos encontrar en su propio local y otros en establecimientos que ella misma nos recomienda como el Rause Café.

Al margen de Curitiba, Franco nos anima, también, a visitar otras cafeterías de referencia en ciudades como Sao Paulo, donde marca como imprescindible, un café en “Beluga”, “Isso é café”, “Kof - King of the fork”, “Isabela Raposeiras Coffee Lab” y “Urbe”. En todos estos lugares el café es el



auténtico protagonista con peculiaridades particulares. Interesante, por ejemplo, la mezcla de café y ciclismo que ofrece “Kof-king of the fork”, o la decidida apuesta de los propietarios de “Beluga”, - un periodista y un diseñador gráfico formados como baristas -, por trabajar con cafés de la zona de Minas Gerais. En “Isso é café” sirven su propio café cultivado en la Fazenda Ambiental Fortaleza, y el de sus vecinos de finca, todos granos procedentes de agricultura sostenible; mientras que “Isabela Raposeiras Coffee Lab” representa, quizás, el establecimiento más influyente de café en la ciudad, ofreciendo al que lo visita, una interesante conjugación de espacios, cafetería, tostadero y escuela, además de un excelente café. Al estilo de este establecimiento destaca, también, la “Academia do Café” en Belo Horizonte, otra recomendación de Georgia Franco de Souza, donde sus propietarios garantizan a sus clientes que el 100% de los cafés allí servidos son cafés especiales.

Otras cafeterías en la onda del buen café en Brasil son, “Kraft Café” en Ipanema, “Clandestino Café” en Brasilia o “Bastarda” en Río de Janeiro.

Susanna Cuadras
Fuentes: Georgia Franco de Souza



Interior de **LUCCA CAFÉS ESPECIAIS** en Curitiba

KORO **PRIME** KORINTO



CUANDO LA TECNOLOGÍA Y EL DISEÑO SE UNEN.

De líneas suaves y modernas, equilibrio perfecto de los materiales empleados, contomo elegante que ilumina toda la parte frontal y lateral, amplio display gráfico para gestionar las imágenes y el texto, teclado capacitivo con pulsadores retro iluminados: Con todo ello, basta un simple vistazo para apreciar que todas estas características se integran perfectamente en los lugares más modernos y sofisticados. Atención a los detalles, acabados preciosos, iluminación perfecta y un rendimiento sin precedentes hacen de Koro y Korinto Prime los protagonistas absolutos del momento del café.



KORO PRIME

KORINTO PRIME

NECTA ES UNA MARCA DE



nwglobalvending.es





del **24** de junio al
2 de julio de 2017

Viaje a **BRASIL**

¿Quieres vivir una experiencia cafetera única en Brasil, conocer más de este origen y degustar un cafezinho en las fincas que proveen de café a todo el mundo? Que no te lo cuenten. ¡Ven!

día 1 Vuelo Madrid a Sao Paulo. Recibimiento en el Aeropuerto Internacional de Sao Paulo y traslado en autocar a la ciudad de Santos, principal puerto de embarque de Café en Brasil y de América Latina. Traslado al Hotel Mercury Santos y almuerzo en la Churrasería Tertulia conocida por servir una de las mejores carnes del litoral. Por la tarde, visita al Museo del Café, inaugurado en 1998, en el palacio de la antigua Bolsa Oficial de Café (1922), donde se muestra la evolución de la caficultura en Brasil ligada al desarrollo político, económico, social y cultural del país, desde mediados del S.XVIII hasta la actualidad. Tiempo libre. Para los viajeros que lo deseen se propone una cena. Esta cena no está incluida en el paquete de viaje.

día 2 Almuerzo en el hotel. Visita la Puerto de Santos, el más grande de América Latina, desde donde se embarca café con dirección a 65 países del mundo. Almuerzo en el Restaurante Vista ao Mar frente a la playa. Traslado a Sao Paulo y alojamiento en el Hotel Tree Faria Lima Sao Paulo. Cena

Sao Paulo, se denomina a sí misma la ciudad que no puede parar, alzándose como la mayor ciudad de América y el principal centro financiero de Brasil. En lo que respecta al café, el Estado de Sao Paulo es uno de los más tradicionales en el cultivo de este producto, dedicándose en exclusiva a la producción de cafés arábica. Las dos regiones cafetaleras de este Estado son: Mogiana y Centro-oeste Paulista, que alternan haciendas con pequeñas propiedades. La característica común de su café es su cuerpo con aroma afrutado, suave y dulce.

día 3 Almuerzo en el hotel. Visita guiada a la Bolsa de Mercaderías & Futuros (BM&F) de Sao Paulo, principal centro de operaciones de derivados de la zona de libre comercio de Mercosur. La BM&F está enlazada mediante el sistema GLOBEX con bolsas de los Estados Unidos y de otros lugares, y sus contratos de café son accesibles a no residentes en el Brasil. Esto hace posible que operadores y tostadores extranjeros cubran las compras de productos físicos brasileños contra futuros brasileños, evitando así el riesgo de diferencial que acarrearán las operaciones de cobertura en otras bolsas. Encuentro barista España-Brasil en el Café Octavio, la mayor cafetería de América Latina, abastecida directamente por cafés oriundos de las seis fincas de la propia firma en Pedregulho. Javier Carrión, Campeón Nacional de Baristas Fórum Café 2015, realizará una exhibición y compartirá cafetera con baristas de este local, galardonados en campeonatos de su país. Almuerzo ligero en este establecimiento. Traslado en autocar a Pinhal y alojamiento. Cena.

Espírito Santo do Pinhal es un importante epicentro cafetero en la región de la Baixa Mogiana. Es una de las zonas más tradicionales y aunque no goza de tanta altitud como otras áreas, sus cafetales se benefician de la calidad de la tierra para conseguir cafés diferenciados.

día 4 Desayuno en el hotel. Visita a Union Trading, oficina de compra de Icona Café donde conoceremos sobre el terreno el proceso de compra del café verde. Visita a una hacienda de café. Almuerzo en Churrasería Deoclecio. Traslado en autocar a Varginha. Alojamiento en el Hotel Class Varginha. Cena

Varginha, ubicada al suroeste del Estado de Minas Gerais, es uno de los principales centros de producción y comercio de café en Brasil con un 50% de la producción nacional. Esta zona la práctica totalidad del café que se produce es de la variedad arábica, siendo una de las principales fuentes de cafés especiales del país.

día 5 Desayuno en el hotel. Visita a Unión Varginha. Visita al almacén SAAG, referente de almacenamiento de cafés, soja y mijo. Fundado en por caficultores de la región sur de Minas Gerais, cuenta con 550.000m², siendo uno de los centros económico y de almacenamiento estratégico más importantes del país. Almuerzo en Pesqueiro Chaneca em Tres Pontas. Visita a una hacienda cafetera en Santana Vargem. Alojamiento en el Hotel Class Varginha. Cena

día 6 Desayuno en el hotel. Traslado en autocar a Río de Janeiro. El viaje durará el día completo, atravesando impresionantes paisajes cafeteros del Estado de Minas Gerais. Almuerzo. Alojamiento en el Hotel Arena Copacabana

día 7 Desayuno en el Hotel. Tour con guía turístico por Río de Janeiro. Visita a Corcovado, Pao de Açúcar, Cristo, ... Cena libre.

día 8 Desayuno en el Hotel. Traslado al aeropuerto de Sao Paulo para tomar vuelo de regreso a Madrid.

Este programa es susceptible de pequeños cambios de última hora por cuestiones de organización en destino.

Todos los traslados durante la estancia en Brasil están contemplados y se realizarán en grupo.

Todos los almuerzos están incluidos en el precio del viaje a excepción de los que se indica lo contrario. Las bebidas no están incluidas.

El precio incluye el vuelo de ida y regreso desde Madrid. El precio de este viaje está sujeto al cambio de la moneda local y cotización del vuelo en el momento de hacer la reserva.

RESERVAS y más información



Fórum Cultural del Café
info@forumdelcafe.com



Federación Española del Café

Federación Española del Café
fec@federacioncafe.com

Plazas Limitadas

2.500 €

INNOVACIÓN al Servicio de la CALIDAD

En pleno desarrollo de una nueva realidad para el café en la hostelería de nuestro país, los fabricantes de máquinas espresso no están escatimando en su esfuerzo de ofrecer a los profesionales de la preparación y servicio del café, nuevos equipos que no solo cumplan con sus necesidades y expectativas sino que las superen. La innovación se ha instalado en los departamentos de I+D de las empresas fabricantes y están llegando al mercado máquinas de café espresso con prestaciones, diseños y tecnologías no vistas antes.

Són máquinas que aplican la electrónica y la mecánica para controlar flujos y temperaturas. Equipos, a la vez, con mayor estabilidad térmica y mayores prestaciones para el usuario, que se

pueden adaptar para la elaboración de diferentes tipos de café con mayor facilidad y que garantizan una mayor uniformidad en la erogación. Intentan ser tan accesibles como los smartphones e incorporan pantallas digitales e interface para usuarios con notables avances, por ejemplo, en la recopilación de datos de consumo o la memorización de configuraciones para poder ser replicadas, entre otras funciones.

Sostenibilidad, ahorro energético y conectividad

Estas nuevas máquinas de café espresso, además, han mejorado notablemente sus diseños, la durabilidad de

los componentes con las que han sido fabricadas y son proyectadas primando aspectos como la sostenibilidad, el ahorro energético y la conectividad.

Son máquinas de café que poco tienen que ver con las que conocíamos hace una década atrás y que han sido desarrollada en muchos casos con la intervención de baristas profesionales a los que las empresas recurren como figuras referentes en la continua búsqueda de la excelencia en la preparación del café.

La opinión y los criterios de estos profesionales son tomados en cuenta a la hora de diseñar nuevos equipos, y de su aportación han resultado novedades tales, como rediseños importantes de la ergonomía de la zona de trabajo; nuevos cacillos; portafiltros con mangos regulables; lancetas de vapor con sonda de temperatura; nuevas funcionalidades para mejorar el control de la taza y el ajuste de temperaturas, además de nuevas opciones de parametrización de la preinfusión, entre lo más destacado.



MONTECELIO

Disfruta de cada momento.

MONTECELIO



cafento®

Momentos únicos
servidos con pasión

www.cafento.com



La apuesta de la industria no es casual y es que además de coincidir los fabricantes en el valor, ya comentado, de los baristas como profesionales en la excelencia del café, también se les reconoce su capacidad para marcar tendencia, por lo que muchos de ellos han establecido colaboraciones con baristas profesionales para el desarrollo de las máquinas destinadas a este segmento concreto y también al de la hostelería en general, con el objetivo de contribuir con su experiencia a dotar a las máquinas de café espresso con nuevos parámetros que permitan mejorar la preparación de la taza en bares y restaurantes, en los que el servicio de este producto no se encuentre cubierto por personal especializado.

La posibilidad de automatizar algunos de los parámetros hacen las cosas más fáciles, más rápidas y más intuitivas para todos los usuarios, y alguien con habilidades modestas puede lograr un excelente resultado si usa una máquina avanzada, aunque no hace falta decir, que la familiaridad con las técnicas baristas sigue siendo más que recomendable, igual que el conocimiento del producto que es imprescindible.

Del Espresso Perfecto a la Valoración Sensitiva del Café

Se estima actualmente que el parque de máquinas espresso en la hostelería



española ronda las 300.000 unidades, con una antigüedad media de 8-9 años, lo que sitúa a muchos de estos equipos en el límite de su vida útil. Esto ofrece una gran oportunidad a los fabricantes para renovar el mercado y a la hostelería para adaptar sus equipos a una nueva realidad en la que, además del eco-diseño y la ergonomía de todo el equipo muy especialmente en la zona de trabajo donde el café y las manos del barista deben lucir en primer plano, se impone la valoración sensitiva del café, por encima del propio concepto clásico del espresso perfecto.

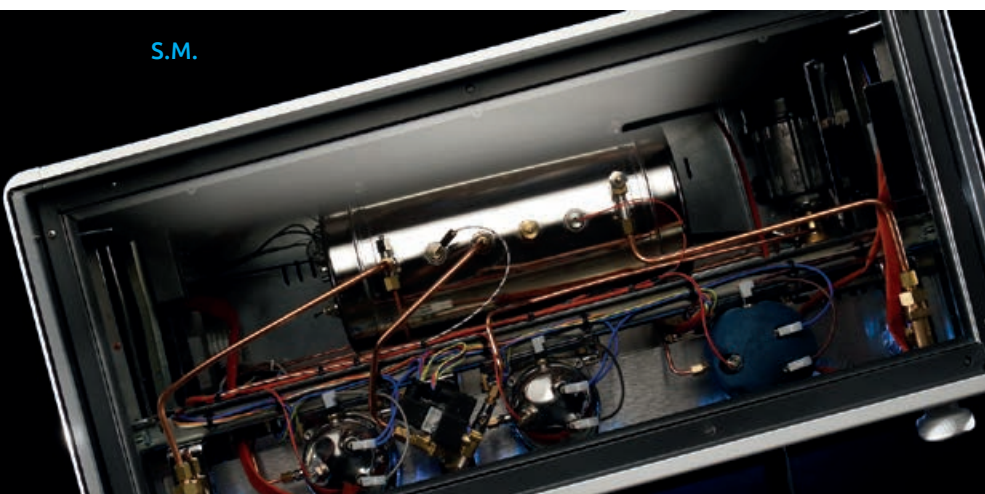
En la hostelería, en general, estas nuevas funcionalidades tendrán, sin embargo y de momento, poca penetración, ya que el desconocimiento que todavía existe dentro del este sector dificulta la incursión de estos sistemas avanzados del manejo de los equipos, aunque la progresiva incorporación de nuevos profesionales formados en escuelas de hostelería y el mayor conocimiento e interés por el café – en España, las búsquedas en internet relacionadas con la palabra café, han aumentado más de un 100 % en la última década – deberá ir corrigiendo esta situación.

Lo que viene: nueva mecánica, nuevas estéticas y nuevas funcionalidades

Un paso más allá en la actual realidad de las máquinas de café son las nuevas novedades en las que ya trabajan los fabricantes y que tendremos en el mercado en los próximos años.

Veremos crecer el número de máquinas pensadas y desarrolladas

S.M.

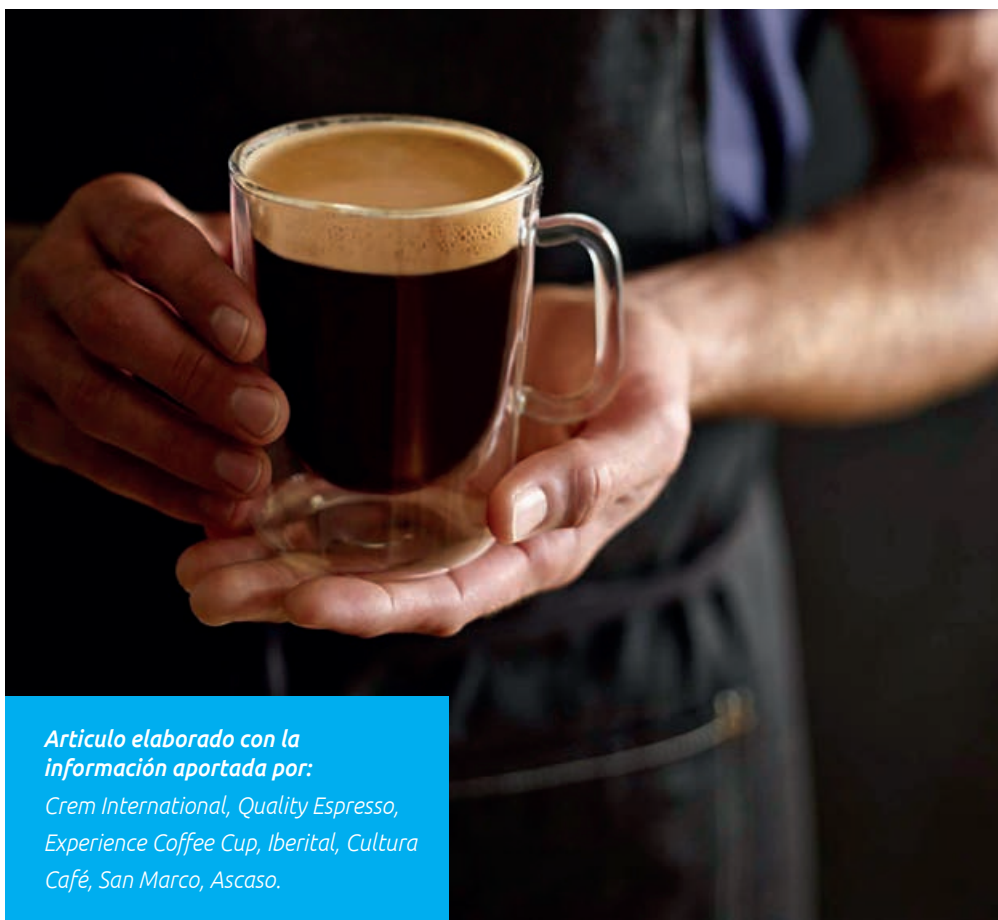


para garantizar, aún más, una mayor eficiencia energética: rendimientos más estables y consumos de energía y recursos naturales más ajustados. Estos equipos dejarán menor huella ecológica e implementarán sistemas que reducirán, en gran medida, su gasto energético actual.

Además, las nuevas máquinas de café espresso lucirán diseños todavía más ergonómicos que los actuales, adaptados, sobretudo, a las necesidades de los baristas. De hecho, este campo, el de la estética de la máquina es el que más rápido avanza y el que a primera vista marca un antes y un después en cada modelo. Displays intuitivos, leds blancos en la zona de trabajo para destacar el color natural del café, y personalizaciones distintas para cada cliente serán tónica habitual.

La conectividad de las máquinas de café a otros equipos es ya una realidad que se irá sofisticando con el paso del tiempo en forma de nuevas posibilidades de operativa remota y también de recopilación de datos.

Susanna Cuadras



Artículo elaborado con la información aportada por:

Crem International, Quality Espresso, Experience Coffee Cup, Iberital, Cultura Café, San Marco, Ascaso.



COFFEE ROAST DEGREE ANALYZER CM-100

- Colorímetro portátil
- Alta precisión al instante
- Control de tueste:
 - Grano
 - Molido



* Promoción válida durante el mes de marzo



comercial@promerca.com
www.promerca.com

Sigue a Promerca en:



Disfrute del mejor café

GRUPO  CAFES BATALLA





ESCAPARATE de INNOVACIÓN



Connectividad

En el sector de las máquinas de café espresso para hostelería, la conectividad es, desde hace unos años, un ámbito en constante desarrollo, teniendo como objetivo tanto la recopilación de datos referentes a su uso, estado, gestión..., como la conectividad de esta a otros equipos para optimizar la preparación de la taza espresso. Como ejemplo paradigmático e innovador de la aplicación IoT en la tecnología del café, Vodafone presentó en IoT Solutions Congress Barcelona del pasado mes de octubre, el Quality Espresso Link. Este es un sistema basado en conectividad M2M (machine to machine) que valiéndose de una tarjeta SIM y tecnología GSM transmite información de la máquina espresso a una plataforma de datos, a la que uno puede conectarse desde cualquier dispositivo con conexión a Internet para consultar los datos. Este sistema mejora el servicio de los propietarios y gestores de las máquinas respecto a los establecimientos donde éstas se encuentran y ello a su vez, repercute en una mejor atención hacia el cliente final de bares, restaurantes y cafeterías.

Eco-diseño

La sostenibilidad en el mundo del café ha sido a menudo entendida como una cuestión limitada a la producción y procesado del café, pero no ha sido hasta fechas recientes que se ha empezado a ligar a otros eslabones de la cadena,

como puede ser el de las máquinas de café y su huella ecológica. Y es que en un mercado donde el café ecológico y sostenible es cada vez más apreciado, en el que la calidad y pureza del producto se valora de forma destacada, parece más que lógico que los equipos que lo deben transformar en una deliciosa taza también se alineen en el mismo frente. Con ánimo de hacerlo, Iberital, por ejemplo, trabaja en el desarrollo de una nueva máquina más ecológica y saludable. Se llama Ecobrew y ha ganado la subvención Europea para Pymes del programa Horizonte 2020 en el segmento de la eco-innovación e investigación en eficiencia. La principal innovación de este equipo es la reducción del consumo habitual de una máquina espresso profesional en un 30%, a la vez que apuesta por la eliminación de la transferencia de metales pesados de la máquina a la bebida. Objetivo: elaborar un café más saludable.

Ejemplos como este denotan que las máquinas de café tienen un importante potencial para seguir mejorando para reducir las consecuencias medioambientales y conseguir ahorrar energía gracias a un mejor diseño.

Estabilidad Térmica

Una de los grandes caballos de batalla de los fabricantes de máquinas de café es garantizar la estabilidad térmica de la caldera, la cual permita una tempe-

ratura correcta en el resto del equipo. La caldera es un recipiente a presión, y debe garantizar con seguridad la producción de vapor y el calentamiento constante para que tanto en bajas o elevadas extracciones de cafés y vapor, mantenga una estabilidad térmica adecuada que permitirá la homogeneidad de cada taza. La temperatura del agua de la caldera es de aproximadamente 120°C. Con esta agua no se hace el café, esta se emplea generalmente para los téis e infusiones y genera el calor necesario para calentar el agua para el café, que procede de la red – se recomienda, siempre, someterla a un sistema de filtraje – y que pasa a través de un intercambiador que recibe el calor de la caldera para alcanzar la temperatura adecuada. En los sistemas de monocaldera, la estabilidad de esta pieza cobra, si cabe, mayor importancia al no tener alternativa si esta no está a la temperatura adecuada. Una de las estrategias básicas para evitar este problema es la elección de un correcto material de construcción. Acaso es la única empresa del sector que utiliza un sistema monocaldera con caldera de acero inoxidable, un óptimo conductor de calor, y en consecuencia, un gran disipador del mismo, todo lo contrario del cobre. Esto hace que el acero inoxidable sea un material que necesita menos potencia para mantener una estabilidad térmica óptima, favoreciendo, además el ahorro energético correspondiente.

Personalización y Control de Parámetros

Ni cada café es igual, ni cada barista trabaja de la misma manera y mucho menos a todos los clientes les gusta igual el café. He aquí uno de los grandes retos de las máquinas de café espresso, la personalización de los



ESCAPARATE DE INNOVACIÓN

tánea por parte de diferentes usuarios. Igual de ventajoso que la personalización de estos parámetros resulta también, el control de otros aspectos como el consumo eléctrico de la máquina de café, para ahorrar energía y costes y que en máquinas avanzadas tecnológicamente como esta se contemplan en formato de sistemas de memorización de consumo, capaces de detectar la actividad de la máquina, implementando automáticamente las funciones de trabajo y de stand-by, combinado con el uso de calderas separadas para cada grupo.

parámetros para garantizar la excelencia de la taza en cada servicio. Esta operativa debe ser sencilla de realizar y también de parametrizar con ánimo de poder repetir la extracción en las mismas condiciones cuando necesitemos. Además de los conocimientos previos del producto que serán los que servirán al barista para adecuar los parámetros, la tecnología se ha aliado en las máquinas de última generación para garantizar el estricto control de todas los variates a voluntad del operador. Un buen ejemplo de ello son equipos como My Concept de Experience Coffee Cup con prestaciones hi-tec de vanguardia, tales como pantallas capacitivas e interface mobile like, que permite a cada barista expresar su propio estilo y programar cada grupo con preferencias y combinaciones diferentes, para la selección simul-



Ascaso



CANDELAS

• CAFÉS CON PERSONALIDAD PROPIA •

Deja que te sorprendan tanto por su sabor como por su historia.

Cultivados en las fincas más selectas de Costa Rica y Brasil

MATINILLA

CAPARAÓ



CAFESCANDELAS.COM

Gestión electrónica

Una de las innovaciones más importantes de los últimos años en las máquinas de café espresso que no para de evolucionar es, sin duda, la aplicación de la electrónica en el control y gestión del equipo. La operativa a través de sistemas electrónicos permiten la máxima exactitud en ámbitos no vistos hasta ahora, como la configuración de las curvas de temperatura de extracción para cada dosis y la visualización de las mismas en tiempo real para asegurar el máximo control del suministro, tal y como hace la New 105 Multiboiler ACT (Advanced Concepts in Technology)



Wega

de La San Marco. Este sistema permite regular por separado las temperaturas de los grupos de suministro del café y configurar un perfil de extracción personalizado para cada dosis, haciendo posible una de las demandas más consensuadas por los baristas: la necesidad de poder adaptar la extracción del café al tipo de mezcla, al origen del café o a las preferencias del consumidor en cuestión. Igual de novedoso que el sistema de gestión electrónica de curvas de temperatura es el sistema, también, electrónico de medición de la presión, que sustituye el manómetro analógico de control de la bomba y de la caldera dedicada al vapor, pudiendo controlar la estabilidad de la temperatura de cada grupo de extracción, del agua para el té y vapor para la correcta emulsión de la leche. La gestión electrónica de este modelo de la San Marco también permite controlar desde el panel touch o desde una APP de desarrollo propio, el funcionamiento, la configuración y iluminación led de la máquina.



Cultura Café

Control de calentamiento inteligente PID

El sistema PID envía impulsos de forma secuencial a las zonas de la máquina según su necesidad térmica, produciendo juntamente con el aislamiento térmico de calderas y circuito hidráulico un ahorro energético de más de un 25% con respecto a las máquinas de espresso tradicionales. Los modelos con esta tecnología, como la Ópera, Café Racer y Verona RS de Cultura Café. Están diseñados para evitar cualquier shock térmico. Este shock se produce al encontrarse agua de la red con zonas de la máquina con temperaturas superiores a los 100° C, provocando la acumulación de cal en el interior del circuito de la máquina. Estos modelos con sistema PID trabajan con sondas de temperatura evitando que en ningún momento el agua que se destinará a la elaboración de nuestro espresso supere los 95 ó 96° C, evitando, de este modo, la desmineralización natural que contiene el agua, por ebullición.

100% barista

Algunas de las máquinas de café más avanzadas del mercado, en cuanto a prestaciones, y ergonomía se refiere, son las proyectadas por las empresas fabricantes en colaboración de experimentados baristas. Las necesidades de estos profesionales son tomadas en consideración por la industria que trabaja en la línea de facilitar y asegurar, en este caso al barista, la excelencia deseada en su taza de café. Son ejemplos de esta combinación de tecnología experta por parte de un fabricante y experiencia y conocimiento barista el modelo Expobar Onyx de Crem International, una máquina "Premium", eficiente e inteligente. Esta incorpora servicios pensados para el barista como la pre-infusión programable, las lanzas de vapor anti-retorno, la multicaldera PID con displays independientes por grupos, el auto steamer operado por leva y las luces leds de los paneles laterales, traseros y también en los grupos, estas últimas especialmente pensadas para el lucimiento del trabajo del barista y el propio café.

Crem International





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

Tenemos **UNA SOLUCIÓN**
A SU MEDIDA



La Acidez, en el CAFÉ Percepción en Boca



En la percepción sensorial, el ácido es uno de los sabores básicos. Para el catador experto este parámetro es una de las bases que contribuyen a la valoración del café, entendida, la acidez, como una característica deseable que marca de forma determinante el sabor final de la taza.



La acidez se relaciona con la sequedad que provoca la cata de café en los bordes de la lengua y la parte de atrás del paladar, aportando al conjunto de su sabor, mayor o menor suavidad o vivacidad, dependiendo de su incidencia.

Este artículo pretende ofrecer una visión sobre la percepción de esta acidez en boca, si bien también veremos análisis del PH de los cafés preparados para este ensayo que nos ayudarán a explicar el porqué de nuestras percepciones.

Ensayo

Para poder disponer de puntos de referencia diferentes sobre el contenido de acidez percibida, hemos seleccionado 2 tipos de granos bien diferenciados. Para representar el café de acidez más alta hemos elegido, un Kenia Gitura

y para la acidez media-baja un Brasil Santo Cristo.

El **Kenia Gitura** es un arábica lavado procedente de la región de Aberdare cerca del Monte Kenia, en el condado de Muranga. Se cultiva a una altura de entre 1.700 y 1.800 metros sobre el nivel del mar y procede de la Cooperativa de Lyego que reúne un total de 645 productores asociados. Los varietales cultivados son SL28, K9 y Batián.

Por su parte, el **Brasil Monte Sinai** procede de la Zona de Minas Gerais en Brasil, más concretamente del pueblo de Matas de Minas. El Sr. Mauro Luiz Arañujo es su productor. Este café, un Catuai 44 que en el momento de la producción puede tener las cerezas maduras tipo de color rojo, pero, también, amarillo se cultiva a 800 metros de altura. Al contrario del anterior café, este tiene una acidez baja y su procesamiento se realiza en seco.

Sólo con comparar las dos descripciones de estos cafés ya es fácil determinar algunos de los parámetros que en verde ya marcan la diferencia de acidez entre ambas muestras.

Por ejemplo, su altura de cultivo diferencia de temperatura entre la noche y el día. A mayor altitud se ralentiza el metabolismo de los cafetos, lo cual provoca que la planta aumente la producción de azúcares en la pulpa y por tanto la acidez. Estas circunstancias de ubicación también hacen incrementar la presencia de antioxidantes, trigonelina, sacarosa y cafeína, componentes, estos dos últimos, que lo hacen a razón de un 10% por cada 300 metros de incremento de altitud.

La acidez en verde también viene condicionada por la composición y estructura del suelo donde se cultive

el cafeto. Los suelos volcánicos, por ejemplo, son garantía de más cuerpo y acidez, ya que en estos hay más sulfuro que contiene compuestos precursores de las moléculas aromáticas. Un suelo, con menos nutrientes favorece, por el contrario, los granos cortos en ácidos, azúcares, aminoácidos y proteínas.

Es también una evidencia que los cafetos procesados por vía húmeda contienen más ácidos que los sometidos a procesos en seco y por supuesto, muchos más que los cafés robustas.

Pero si todas estas son cuestiones que determinan la formación de la acidez en verde, en el siguiente proceso de preparación del café para su consumo, el tueste, también hay variantes que contribuirán a la acidez final del producto, nos referimos en concreto al tiempo y color de tueste.

Así, para documentar los diferentes estadios posibles en relación a la acidez de nuestras dos muestras representativas, hemos tostado los dos cafés en tiempos de tueste y también en puntos de color diferentes.



Proceso de Tostado

La experiencia siempre demuestra que los cafés de tueste ligero tienen un nivel de perfil ácido más alto que los tuestes altos y que en los tuestes de tiempo corto también se percibe más ácido que los de tueste largo.

En este caso, el criterio de tiempos de tueste se ha escogido pensando en el café que consumimos en España ya que, en países del norte y centro de Europa, este tiempo de tueste suele ser más corto. (En la tabla con las cuantificaciones de tueste se pueden ver los detalles de los parámetros en que se han tostado cada uno de nuestros dos cafés). Así, el tiempo de tueste escogido para ambos cafés ha sido de 10 minutos, 15 minutos y 20 minutos, habiendo optado por colores de tueste, en base a datos de colorímetro Agron, 70 (Low Cinamon) 55 (Medium City) y 40 (High 3).

Café	Tiempo tueste	Color	Aumento volumen	Merma tueste
Kenia	10 m.	70	30%	11%
Kenia	15 m.	55	75%	14,5%
Kenia	20 m.	40	90%	17%

Café	Tiempo tueste	Color	Aumento volumen	Merma tueste
Brasil	10 m.	70	30%	11%
Brasil	15 m.	55	70%	15%
Brasil	20 m.	40	85%	16,5%

Las tablas resultantes de este ejercicio son bastante similares, si bien la temperatura para las muestras del Brasil era un poco más baja con objetivo de poder cumplir con los mismos tiempos de tueste.



COFFEE
CONSULTING

BLEND

CATA

ANÁLISIS

FORMACIÓN

www.coffeeconsulting.es
Laboratorio y Consultoría de Café
desde 1989



Desgasificación

El tiempo de espera para que el café estuviera estabilizado ha sido de 120 horas.

Molturación

La molturación se ha realizado en un molino de molturación directa sin paso por dosificador. En todos los casos se ha ajustado el punto de molido para asegurar un espresso de 7 gramos de café, extraído en 25 segundos (+2) para una cantidad en taza de 30 ml. por debajo de la capa de crema.

PUNTUACIÓN TABLAS:

De 1 a 100, siendo 1 la más baja y 100 la más alta y mejor.

TABLA DE PUNTO DE MOLIDO DEL CAFÉ TOSTADO EN 10 MINUTOS

Color	Punto mol. Kenia	Punto mol. Brasil
70	63	63
55	62	62
40	59	58

TABLA DE PUNTO DE MOLIDO DEL CAFÉ TOSTADO EN 15 MINUTOS

Color	Punto mol. Kenia	Punto mol. Brasil
70	60	62
55	61	60
40	59	58

TABLA DE PUNTO DE MOLIDO DEL CAFÉ TOSTADO EN 20 MINUTOS

Color	Punto mol. Kenia	Punto mol. Brasil
70	58	58
55	56	55
40	55	54

Resultado en taza del café tostado

El sistema de cata se ha hecho comparando los dos tipos de café de igual tiempo de tueste y color, extraídos al mismo tiempo y por lo tanto catados a la misma temperatura.

El resultado en taza es el esperado o sea las tazas de Kenia tenían un perfil aromático más afrutado que el Brasil más en la línea, este, a los frutos secos. En relación al cuerpo no se de-

tectaron excesivas diferencias, siendo la acidez el parámetro más disonante entre las muestras, bastante acentuada y afrutada en el Kenia y menos vivaz en el Brasil, donde aparecía con unos perfiles más bajos. El post gusto en ambos casos resultó agradable y duradero, si bien bastante diferentes. El Kenia continuaba siendo afrutado y el Brasil más dulzón.

Tostado en 10 minutos

	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil
Color	70	70	55	55	40	40
Aroma cantidad	55	50	60	55	70	65
Aroma calidad	70	65	65	60	60	55
Cuerpo	55	50	65	60	60	55
Ácido	80	60	65	55	60	50
Dulce	40	50	45	55	40	50
Amargo	30	50	40	55	60	70

Aroma: Menor cantidad en los menos tostados y más afrutados en general también en los menos tostados.

Cuerpo: Un poco más de cuerpo en el Kenia que alcanza su grado más alto en el tueste a color 55, medium city.

Ácido: Diferencias apreciables entre las muestras de kenias (notas más altas) y Brasil.

Dulce: En los kenias es notable favoreciendo un conjunto muy agradable junto con los ácidos. El dulzor en las muestras de brasiles hace mejorar mucho los amargos.

Amargo: El Kenia es poco amargo en puntos de color de tueste claro y aumenta bastante en el tueste de color oscuro. En el Brasil el aumento del amargo por causa del color es menos acentuado.

Tostado en 15 minutos

	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil
Color	70	70	55	55	40	40
Aroma cantidad	60	60	60	55	70	65
Aroma calidad	75	70	75	65	60	55
Cuerpo	80	75	75	70	70	65
Ácido	65	55	60	50	50	45
Dulce	45	55	50	55	55	50
Amargo	45	55	50	60	55	65

Los atributos sensoriales en este tiempo de tueste siguen la misma tendencia que en el tostado a 20 minutos con la diferencia de que el producto en general es más balanceado, advirtiéndose la acidez más equilibrada y agradable.

La comparativa de puntos de molidura en todas las tablas arroja pocas diferencias entre nuestros cafés de Kenia y Brasil. Por el contrario, sí que se denotan diferencias más apreciables entre los diferentes tiempos de tueste.



Tostado en 20 minutos

	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil	Kenia	Brasil
Color	70	70	55	55	40	40
Aroma cantidad	55	50	60	55	55	50
Aroma calidad	70	60	75	65	60	55
Cuerpo	70	65	80	70	70	60
Ácido	55	40	50	40	45	35
Dulce	40	45	40	50	55	45
Amargo	40	50	55	60	60	55

Los cafés tostados en 20 minutos sufren una pérdida de calidad en aroma

En el tueste a 20 minutos los cafés sufren una pérdida de calidad en aroma. A causa de la pérdida de ácidos, el aroma se transforma y varía hacia tonos de fruto seco y cacao. En los tuestes de color 40 ya podemos percibir un ligero aroma a quemado. Los ácidos disminuyen de forma notable y el amargo aumenta, sobretodo, en el Kenia que transforma claramente los ácidos en amargos.

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

comercial **VIPASA**
 DOLÇ 3®

Lo que hacemos...
 Lo hacemos bien

- Azúcares
- Edulcorantes
- Cafés solubles
- Cafés liofilizados
- Monodosis café

Servimos al torrefactor

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



ARGENTERIA, 64
 T. 93.319.60.81
 CAFES EL MAGNIFICO
 CAFESMAGNIFICO.COM



EL MAGNÍFICO
 Café tostado en Barcelona

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

CERT ISO 9001

PH, cafeína y sólidos solubles

El análisis complementario de cafeína y del PH de todas las muestras de este ensayo aportan nuevos datos sobre el comportamiento de cada uno de los cafés según su tiempo y color de tostado. Apuntar que el PH es el término usado en el ámbito químico para designar el grado de acidez que puede tener una sustancia específica en un momento determinada. El PH se expresa a través de una escala del 0 hasta el 14, considerándose el 0 el punto más ácido, mientras que el 14 será el más alcalino o básico. El 7, ubicado en la mitad de la escala, señala aquellas sustancias que cuentan con la propiedad de ser neutras. En términos genéricos, el PH del café tostado se sitúa en torno al 5.

Tal y como muestra el cuadro, en general, no hay grandes diferencias en cuanto a los niveles de cafeína se refiere, si bien podemos ver que los tostados en 15 minutos de Kenia tienen un nivel un poco superior a los que han sido tostados en 10 y 20 minutos. Otro dato interesante es que en los tuestes de 10 minutos la cafeína es más baja que en los de 15 y 20 minutos. En el análisis de PH no hay diferencias apreciables entre tuestes, color e incluso orígenes. De la muestra de Kenia tostado a 15 minutos y a color 55 y la de Brasil con el mismo tueste y color, se han analizado los sólidos solubles y el resultado es que el Kenia tiene un contenido de sólidos solubles superior en 20 % a los del café Brasil.

Color	Tueste	Color	Cafeína por taza de 30 ml	PH
Kenia	10 m.	70	68	4,75
Kenia	10 m.	55	78	4,85
Kenia	10 m.	40	80	4,8
Kenia	15 m.	70	76	5,25
Kenia	15 m.	55	86	5
Kenia	15 m.	40	81	5,05
Kenia	20 m.	70	60	4,65
Kenia	20 m.	55	78	4,8
Kenia	20 m.	40	79	5,25
Brasil	10 m.	70	72	5,1
Brasil	10 m.	55	77	4,95
Brasil	10 m.	40	80	5,3
Brasil	15 m.	70	72	4,9
Brasil	15 m.	55	77	4,9
Brasil	15 m.	40	77	4,95
Brasil	20 m.	70	74	5
Brasil	20 m.	55	87	5,1
Brasil	20 m.	40	86	4,95
Kenia	15 m.	55	141	4,85

Conclusiones

Los tuestes a color claro tiene una acidez más alta que los de color más oscuro. La acidez de estos últimos se cambia por aumento del sabor amargo. Conclusión sobre la acidez por efecto del tiempo de tueste: Los cafés tostados en tiempo de 10 minutos tienen una acidez más alta y más cítrica /punzante que en los de 15 y 20 minutos.

Josep Rovira

Maestro Tostador, Asesor Fórum Café

Agradecimientos: Cafés El Magnifico, Experience Coffe Cup, Francesco Cantarone, Coffee Consulting



SEGUIMOS SIENDO **DIFERENTES**

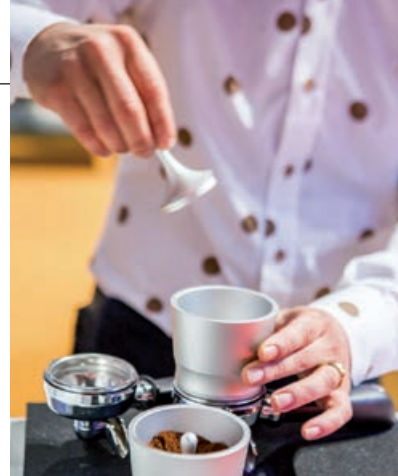
Primera Empresa española
importadora de café verde

en obtener la doble certificación



Mundo BARISTA

XII Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café



Novedades

Tres, dos, uno... ¡adelante! El XII Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café ya está en marcha, las convocatorias abiertas en todas las Comunidades Autónomas y el calendario de competiciones completándose a medida que las diferentes delegaciones van confirmando la fecha y el lugar de su Campeonato. El interés del sector por la competición y el excelente nivel vivido en la pasada edición augura un Campeonato de altísimo nivel, en el que, como es habitual, el ganador será obsequiado con un viaje a un país productor de café para conocer a este producto y su gente en origen.



Empresas patrocinadoras, coorganizadores, colaboradores y sobretodo participantes lo tienen todo a punto para lucir con luz propia en una competición que a lo largo de su historia se ha demostrado como un extraordinario estímulo para la formación barista y en café en las Escuelas de Hostelería de nuestro país y también en el ámbito profesional de este sector. El especialista en la preparación y servicio de café,

el barista, ha pasado de ser una figura totalmente desconocida a formar parte y contribuir de forma destacada en la renovación de la cultura del café en España. El barista ha pasado a gobernar la máquina de café detrás de la barra y también a colaborar con la industria en vías de dar respuesta a la nueva y cada vez más notable demanda de calidad y de productos y servicios diferenciados que exige el consumidor.

Más allá de modas pasajeras, llevadas, en algunos casos, al extremo para el asombro de muchos y la desesperación de otros tantos, los auténticos baristas han llegado para quedarse y los que verdaderamente han aprendido la profesión, conocen el producto y se preocupan por garantizar la calidad de la taza y el servicio son los que marcan ya y seguirán marcando tendencia los próximos años. El mejor escaparate donde conocer lo que proponen, sin duda, el ¡Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café!

Tras once ediciones, esta competición afronta el 2017 con novedades importantes tanto en su calendario de la propia competición como en la mecánica de los ejercicios baristas. El objetivo: seguir contribuyendo en el prestigio de la figura del barista como auténtico profesional de la preparación y servicio de café en la hostelería; favorecer la divulgación de los beneficios y ventajas del conocimiento y buen manejo del producto para este sector y aprovechar la atención mediática que genera esta competición para divulgar la cultura del café y el consumo de cafés de calidad entre los consumidores.

Novedades calendario

Como consecuencia de la reciente fusión de los Salones Hostelco y Alimentaria en una única convocatoria de carácter bianual durante el mes de abril, Fórum Café traslada la tradicional final nacional de octubre de cada dos años en Hostelco, a la nueva cita de Fira de Barcelona, Alimentaria-Hostelco

que vivirá su primera edición del 16 al 19 de abril de 2018. Es por este motivo y para adecuar calendarios que la Final del Campeonato Nacional de Baristas de 2017 se celebrará en el marco de esta primera edición, la cual se prevé ya un éxito rotundo de participación por la atracción, la potenciación de sinergia y la suma de activos que supone la creación de esta gran plataforma para la industria de la alimentación, la gastronomía y el equipamiento hostelero.

El traslado de la final nacional de la XII edición del Campeonato de Baristas Fórum Café de este año a abril de 2018, no afecta en ningún caso a las competiciones autonómicas ni provinciales que se deberán celebrar todas durante 2017, eso sí, con la flexibilidad de poder ser convocadas hasta finales de año y no como ahora, hasta el mes de agosto. Además, y tal y como se ha hecho hasta ahora, los años impares, insistimos a excepción de este 2017, la Final del Campeonato Nacional de Baristas se mantendrá itinerante, con lo que todas las sedes interesadas en albergar la Final pueden presentar la solicitud en los términos hasta ahora vigentes.

Apuntar, además, en lo que se refiere a fechas y celebraciones de las competiciones que después de la convocatoria de la semifinal del XI Campeonato Nacional de Baristas en dos días, el Comité de Jueces ha aprobado este formato para todas las finales de ahora en adelante, comprobado el mayor dinamismo y efectividad que aporta este planteamiento, el cual favorece un mayor seguimiento por parte del público y evita a los jueces jornadas maratónicas de mañana a tarde de competición.

Novedades Normativa

La nueva normativa del Campeonato Nacional de Baristas incorpora destacadas novedades que a buen seguro se harán notar en la competición y que han sido aprobadas por el Comité de

jueces tras su propuesta por parte de sus propios compañeros, de baristas o la Junta de Fórum Café. La Normativa está disponible a través de la página Web de Fórum Café, siendo algunas de sus novedades más importantes:

Eliminación de la doble bebida de especialidad. El barista deberá presentar un único combinado con café, siendo el propio barista quien decida si utiliza o no alcohol en su composición. La bebida deberá ser original y no podrá contener en ningún caso potenciadores de café. Para evitar suspicacias en este tema, los jueces técnicos y líderes tendrán a partir de ahora la potestad para probar antes o durante la competición cualquier preparado o bebida que traiga el barista para su preparación y que pueda presentar dudas sobre sus capacidades como potenciador de café.

La eliminación de una de las bebidas no afectará al tiempo de competición que continuará siendo 16 minutos para cada barista, más 15 minutos previos de preparación de la estación.

Gramaje de la dosis: Acorde con las nuevas tendencias de preparación de café, se aprueba no poner límites en el gramaje de las dosis.

Tamper: Se permite el uso de un nivelador.

Hojas de puntuación: Con ánimo de contribuir a la preparación de los ejercicios baristas y el control de todos los parámetros puntuables en la competición, a partir de esta edición se compartirá a través de la Web de Fórum Café, los tres modelos de hojas de puntuación utilizadas por los jueces para evaluar a los baristas.

Sponsors baristas y equipos y materiales patrocinados: Todos los participantes que deseen competir en los campeonatos baristas de Fórum Café deberán contar con el sponsor de una marca de café. De la misma manera, que todos los productos que tengan un patrocinador oficial del concurso y que el barista necesite para su ejercicio deberán ser de la firma en cuestión, quedando prohibido el uso de cualquier otro ni tan solo en envases blancos.

Novedades Técnicas

Máquina espresso: en esta nueva edición del Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café se admitirán máquinas con sistemas de calentamiento por grupos independientes y regulables de forma individual.

Agua: El agua utilizada por las máquinas de café durante la competición deberá ser siempre filtrada.

Al margen de la competición barista, aunque si relacionado con la celebración de la Final Nacional, Fórum Café ha previsto nuevas convocatorias de las competiciones de aeropress y cata coincidiendo con los tres días Semifinal y Final Barista. Además, se barajan algunas nuevas competiciones que se darán a conocer una vez aprobadas.

Todo pues a punto y preparado para una nueva edición que deseamos ¡exitosa para todos!

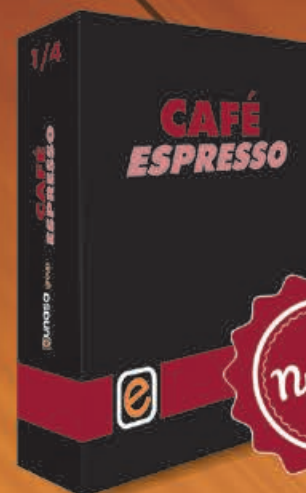
Ángela d'Arenys

Destacados

Se reduce a una la preparación de bebida de especialidad, y será el barista quien decida si quiere presentar un combinado con o sin alcohol.

La Final del Campeonato Nacional de este año se traslada a **abril de 2018** coincidiendo con la primera edición del nuevo **Salón Alimentaria-Hostelco**.

eunasa group



CATÁLOGO DE CAFÉ

CASADIO · COMPAK · CUNILL
EUREKA · EXPOBAR · FAEMA
FUTURMAT · GAGGIA
LA CIMBALI · LA SAN MARCO
LA SPAZIALE · MAHLKÖNIG
MARKIBAR · NUOVA SIMONELLI
RANCILIO · SANREMO · WEGA

600 páginas

DE NUEVOS
DESPIECES

máquinas y molinos de café

+ 300 páginas con la guía
rápida de productos
más vendidos
de café

www.eunasa.com



Nuevas preparaciones que marcarán tendencia... o no

TENDENCIAS

La cultura del café no deja de crecer en todo el mundo. En pocos años la revolución barista ha cuajado en muchos países y la oferta de bebidas con café que son capaces de preparar estos profesionales se incrementa día a día, tanto, que pedir hoy, un café en las cafeterías de muchos países puede resultar una experiencia realmente exótica.

Al margen de las preparaciones más clásicas de cada lugar, las nuevas propuestas baristas adaptadas a los paladares de sus conciudadanos han propiciado un extensísimo recetario del que ya se empiezan a universalizar algunas bebidas y con ello a aumentar, también, el "nomenclátor" del café.

Desde Estados Unidos, por ejemplo, nos llega el **Red Eye**, una combinación

proporciona esta bebida y que resulta tan útil para mantenerse despierto durante la noche.

La preparación más purista del "Red eye" empieza con el servicio primero del café de filtro, sobre el que se sirve un café espresso. Ahora bien, como todo lo que marca tendencia existen ya diversas variantes de esta preparación, que tienen que ver tanto por el orden de incorporación de las preparaciones de café en la taza, como por su proporción.

Así, por ejemplo, si invertimos la operación clásica de preparación del "Red eye", es decir, si es el café de filtro el que se incorpora sobre el espresso, y, además, en vez de un espresso convencional utilizamos un "americano", el resultado será un "Canadiano". Si sobre

de shots de espresso que incorpora el combinado y que en el "Dead eye" es siempre más de uno. Si nos encontramos en el área de Seattle y alrededores esta preparación nos la servirán bajo la denominación de "Double shot in the dark".

En Alaska, la mezcla de café espresso y café de filtro recibe el nombre de "Sludge cup" posiblemente en referencia a la industria petrolera más grande del país y el gusto de sus empleados por esta combinación. No sabemos si por competencia o marketing, en Kansas, otra importante localización petrolera del país, la "Sludge cup" cambia de nombre y es ofertada como "oil spill"...

Del **Flat White** ya hablamos en números anteriores de nuestra revista (número 63 – diciembre 2015) y desde entonces esta preparación de origen australiano no ha parado de ganar popularidad en todo el mundo. La preparación, recordemos, se asemeja a un cappuccino, aunque con matices importantes que marcan la diferencia. El Flat White se prepara en una taza más pequeña que el cappuccino; tradicionalmente se sirve con dos shots de espresso o un ristretto doble, para asegurar un balance gustativo claro a favor del café frente a la leche, la cual se incorpora sobre el café emulsionada en forma de capa más fina a la de un cappuccino tradicional.

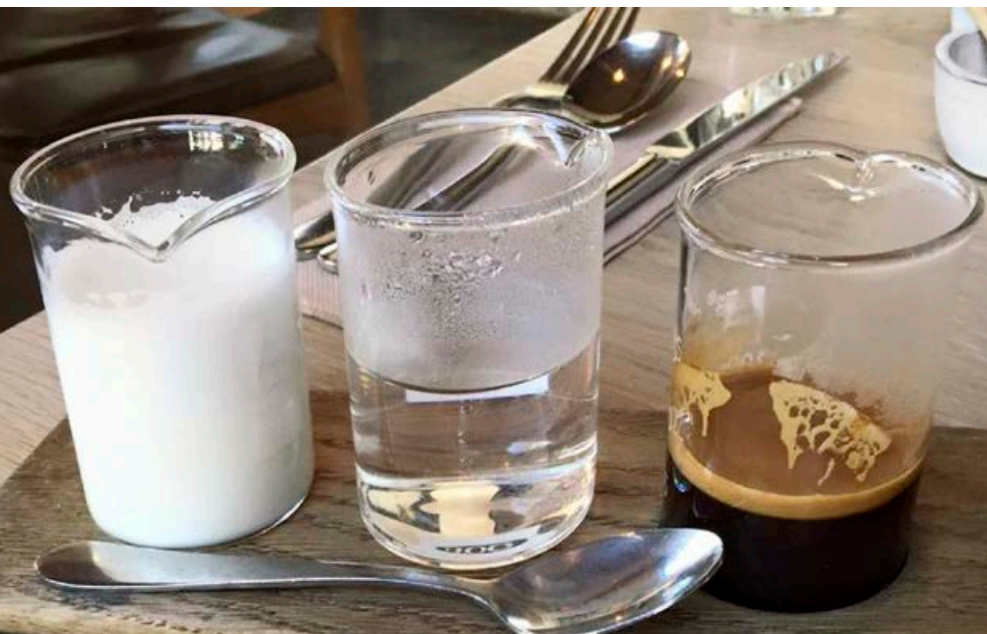
Como el "Red Eye", el "Flat White" cuenta ya con algunas variantes que están ganando también popularidad a la vez que la bebida "madre". En Inglaterra han "creado" el **Stumpy**, un "invento" de los baristas de Fernandez&Wells que se prepara con 3 ristrettos coronados con un poco de leche emulsionada. La bebida se sirve en un pequeño vaso de Durablex, al estilo de los de cortado de toda la vida y si te lo pides en la barra es sinónimo de que estás en la onda.

Más exótico que todas estas bebidas es el **Yuangyang**, una mezcla de café con té negro y un poco de leche condensada que originalmente se preparaba y vendía en los *dai pai dongs* (tiendas de alimentación al aire libre) de Hong Kong y que ahora se puede encontrar en la mayoría de las *cha chaan tengs* (cafeterías) de esta región administrativa especial China. Una vez más, la buena aceptación de este combinado ha propiciado la aparición de diferentes versiones de esta mezcla de leche y café, que beben jóvenes y adultos.

de café espresso y café de filtro que está haciendo furor. La preparación tiene su origen en la costa oeste estadounidense, desde donde se ha extendido a todo el país, con notable éxito en las cafeterías neoyorkinas. Los que allí lo sirven, explican, que su nombre deriva directamente del extra de cafeína que

el café de filtro incorporamos primero crema de leche y a continuación el espresso tendremos un "Black eye" –en referencia al cerco oscuro que se forma en la crema por el traspaso del café–.

Otra variante es el **Dead eye** que en este caso hace referencia al número





En algunas cafeterías de Londres, pero sobretodo en el Sur de la India, una de las propuestas de mayor éxito de degustación de café es el **Kaapi**. Se trata de una mezcla de café de filtro, agua, azúcar y leche hirviendo a la que se le puede añadir achicoria y especias y que tiene su mayor atractivo en la preparación del propio café en un original juego de cilindros a través de los cuales se consigue la precipitación. En la bebida final sólo se utilizan dos cucharadas del café de filtro conseguido.

Otras de las preparaciones de las que también empezamos a oír de ellas en Europa llegan directamente desde nuestras antípodas, un país que en los últimos años se ha posicionado como una de las cunas de la innovación barista. **Café deconstruido** y creaciones veganas como el Blue Latte son algunos de los desarrollos made in Australia.

Por suerte para nosotros el termino "deconstrucción" ligado con las cosas

del comer y el beber no es nuevo para nosotros, gracias a las genialidades de uno de nuestros chefs más universales, Ferrán Adrià. Lo que, si es cierto, es que el termino aplicado al segmento café no se había empezado a oír hasta el pasado verano cuando la escritora y consultora social media, Jamila Rizvi, colgó una fotografía en Facebook del macchiato largo que le acababan de servir en un café de Abbotsford: tres vasos de precipitación de laboratorio, uno con leche texturizada, otro con agua y un tercero con un espresso.

Rizvi en su comentario recriminaba la "osadía" de los baristas del establecimiento por servirle así su bebida, "quería un café, no un experimento de ciencias" escribió y en 48 horas su post había recibido más de 21.000 "Me gusta" y lo habían visto más de 2 millones de personas y 5.000 habían compartido el contenido. El tema dio pie a un acalorado debate en las redes y medios de comunicación sobre los límites y "excentricidades", llegaron a decir, de los baristas y comunidad hípster que les siguen. Lisa Wearmouth, propietaria de la cafetería, encantada con la fama resuelta de golpe para su local, no

café
Cornellà

INNOVACIÓ I PASSIÓ
PEL CAFÈ DES DE 1920

cafescornella.com

Cafés gourmet
Maquinaria para hostelería
Servicio técnico propio

CAFES
A&S
AROMA Y SABOR

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

dudó en defender una y otra vez la propuesta del "macchiato deconstruido", asegurando que sus clientes estaban encantados, pues a cada uno les gusta de una manera diferente y con esta presentación lo pueden adecuar exactamente a sus gustos. "No creo que con este servicio estemos cometiendo una excentricidad, simplemente estamos ofreciendo lo que la gente pide". La cuestión del café deconstruido ha llegado incluso a la BBC, donde Rizvi aseguró haberse sentido tonta ante la innovadora presentación del Abbotsford Café.

Lo cierto es quien no se lo ha pensado dos veces para copiar el servicio y en Nueva York, locales como el Coffee Project ya ofrecen a sus clientes una nueva versión, el "Deconstructed Latte", a base, en este caso, de un vaso de agua, una copa con un espresso, una copa con leche emulsionada y una vacía más ancha para realizar la mezcla. ¡El Latte Art dependerá de la maña de cada uno!

La otra propuesta australiana que también se ha hecho viral por lo menos en las redes y que está aportando un extra de clientes importantes a cafeterías de Melbourne, es el **Blue Latte**, un combinado a base de algas, jengibre de agave, limón, leche de coco y café descafeinado, ideal para veganos y también entusiastas de Instagram, donde la publicación de una fotografía de este café tiene el éxito asegurado. Y es que el resultado de la mezcla es una bebida de un atractivo color azul que le viene conferido por el alga que utilizan en la mezcla y que da, además, al café, un marcado sabor marino. Cada vaso de "Blue Latte" cuesta 8 euros y sus creadores aseguran a quien lo pide una bebida saludable, fotogénica y nada convencional. Tanto es así, que como no podía ser de otra manera ya han sido muchos los que han decidido sumarse al carro y como muestra, una vez más, Instagram, que en las últimas semanas se ha inundado de **Unicorn Lattes**, o lo que es lo mismo, Blue Lattes, en la práctica totalidad de los casos no a base de algas sino preparados con leche azul teñida con colorantes alimenticios, coronados con azúcares de colores de diferentes formas y colores y que sus propietarios comparan orgullosos en la red con el hashtag #unicornlatte.



Y si lo nuestro son las redes sociales, y confiamos en ellas para identificar tendencias, seguro que en nuestra búsqueda de temáticas relacionadas con el café encontraremos muchas entradas referidas al **Coffee'N Clothes** de Ryan Glick, quien se ha hecho famoso por las fotografías de artículos de lujo junto a diferentes tipos de café. Las propuestas son muchas y variadas, aunque las que más triunfan son los latte art en los que aparecen dibujados los nombres o insignias de importantes marcas de moda, como Chanel. El éxito ha sido tal, más de 280.000 seguidores en Instagram, que desde hace unos meses, Coffee'N Clothes cuenta con un portal propio en internet, donde además de comprar piezas de moda, uno puede indagar en la mejor combinación entre un bolso, por ejemplo, y un latte art con corazón, o unos tejanos y un café con hielo, y es que parece que no hay nada más trending en algunas de las más famosas capitales de moda que una pausa para disfrutar de un café en un día de shopping.

Y ahora que ya hemos importando Halloween, el Black Friday o el Cyber Monday, ¿estamos a punto también para el **Pumpkin Spice Latte**? Este es el combiando de café y calabaza que triunfa en los Estados Unidos durante el otoño. La mezcla, se prepara café espresso, puré de calabaza, canela, cardamomo y clavo. En la versión casera, el espresso es substituido por café de filtro, mientras que, en algunos establecimientos, a pesar de la rigurosidad climática otoñal en algunos puntos del país, ofrecen la versión helada, al estilo frapuccino.

Otra peculiar propuesta que triunfa también en Estados Unidos es el **Bulletproof coffee** (café a prueba de balas), un invento del gurú americano de la salud Dave Asprey, quien aprovechó su experiencia de haber tomado té de yak con mantequilla en el Tibet, para probar suerte con el café. El resultado es una especie de café con leche espumoso que, según las directrices de su creador, debe prepararse con café y mantequilla de primera calidad. Alguna de las variantes que ya le han surgido a este combinado, es la que añade una cucharadita de aceite de coco, confiriendo a la taza un sabor más intenso, si cabe.

Y como curioso, el **Koffie Werkeerd** holandés, una preparación y un nombre que recuerda a quien lo quiera escuchar que a los horiundos de esos lares les gusta el café con mucha menos leche. "Werkeerd" en holandés significa "mal", y bautizando a la combinación de una parte de café filtro o café espresso con dos partes de leche templada, como "Koffie Werkeerd", "Mal Café" queda claro que no es esta la preparación ideal de un buen café para los holandeses. Algunos países limítrofes con Holanda han importado esta preparación de nombre tan peculiar y hoy ya es posible pedirla en establecimientos belgas e incluso alemanes. ¡Ver para creer!

Mireia Baldó



CULTURA CAFE

cultura-cafe.es



Barista
MilkMate



**OFFICIAL
DISTRIBUTOR**

INDUSTRIA DEL BARISMO S.L. > T. +00 34 610 371 744 > info@cultura-cafe.es



Como innovar en el bar y no "liarla parda"

Entrevista
**ALBERTO
PIZARRO**
Mejor Barman de España
2016

Alberto Pizarro es copropietario de Bobby Gin, en Barcelona, considerado el templo del Gin&Tonic en nuestro país y valorado a nivel internacional como uno de los bares más influyentes en su género. Formado en el marco de la coctelería clásica, ha sido nombrado en 2011 y 2014 y 2016 como mejor Barman español en diferentes concursos y certámenes. Alberto ejerce como



colaborador de empresas de destilados y refrescos, así como formador en diversas escuelas de Hostelería. Ponente del Salón Hospitality Innovation Planet, luce la innovación como una de sus insignias características.

¿Qué entiende usted por innovación?

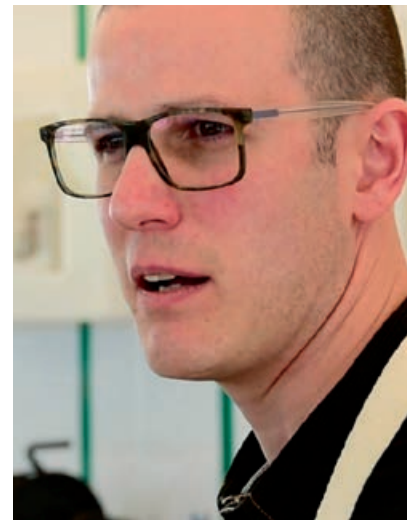
En nuestro sector ser innovador, es ofrecer respuestas diferentes a las habituales en servicio, producto, ambientación, comunicación y cualquier otra área en que pueda aplicarse la creatividad.

¿La innovación está al alcance de todos?, ¿Cuánto cuesta innovar?

Todo el mundo puede innovar, tanto si es capaz de crear estas nuevas respuestas como si decide aplicar las ideas innovadoras de otros. El coste económico de la innovación parte de 0, ya que abarca áreas de actuación donde la acción no requiere de una inversión económica como puede ser el utilizar una manera diferente de comunicarse verbalmente con los clientes.

¿Cuáles son los ámbitos de la hostelería más susceptibles a la innovación: procesos, servicios, estrategias?

Todos los ámbitos de la hostelería y de cualquier otra industria pueden asimilar procesos creativos innovadores, desde organizar los stocks de una manera diferente a la habitual como hace Amazon, hasta ofrecer un producto diferenciador como vemos en numerosos locales que marcan tendencia. Distinguiremos, sin embargo, aquellas innovaciones que son percibidas por los clientes de aquellas que no trascienden más allá del equipo de trabajo.



¿Cómo y donde debemos buscar ideas para innovar en nuestro negocio?, ¿dónde nacen las ideas?

Las ideas parten normalmente de la observación y el estudio de nuestro propio local. Esta búsqueda introspectiva nos revelará que estamos haciendo actualmente para poder identificar una manera diferente de llevarlo a cabo. Sin análisis previo de uno mismo no tendremos éxito en la búsqueda de soluciones innovadoras.

¿Se puede innovar copiando conceptos de éxito?

El producto que servimos en nuestros locales no puede ser considerado como algo aislado a las emociones de los clientes

La palabra copiar tiene connotaciones demasiado negativas pero toda creación, a mi modo de entender, parte de la copia de algo existente. Si utilizamos las soluciones creadas por otros no estaremos creando en el sentido estricto del concepto, sin embargo estaremos innovando sobre lo que nosotros hacíamos con anterioridad con lo cual ya se está aplicando una innovación. En nuestra industria hemos visto gran cantidad de propuestas que han proliferado con éxito en los últimos años y que han pasado de ser



algo innovador en su día a convertirse en un modelo de negocio consolidado, como por ejemplo la irrupción de los llamados gastrobares, donde comida y bebida al margen de coexistir se complementan.

Algunas de las últimas propuestas más estrambóticas que han llegado al mercado son las cafeterías con mascotas... ¿qué será lo siguiente que veamos?

Realmente no me resulta estrambótico el tomar café acompañado de un animal, si nos paramos a pensar se trata de la normalización de algo que se ha dado desde la domesticación de los animales por el hombre hace miles de años, lo realmente innovador en ello tiene que ver con el hecho de que en la era de las emociones el hecho de compartir espacio con aquellos que nos hacen sentir bien multiplica la felicidad de la experiencia gastronómica de tomar café.

Creo que estamos entrando en una época donde viven el producto que servimos en nuestros locales no puede ser considerado como algo aislado a las emociones que los clientes en ellos apoyados en los valores que nuestro negocio proyecta.

¿Además de la facturación y la pérdida de clientes que otras señales nos deben disparar las alarmas para aplicar un cambio a nuestro negocio y no acabar con él?

Tenemos que ser sensibles a las vivencias de los empleados que dan forma a nuestro local, pues de ellos depende el éxito o fracaso del mismo.

¿Qué nuevas oportunidades tiene el sector de la hostelería ahora y en un futuro a corto plazo?

La hostelería tiene que caminar en paralelo a la sociedad en que se ubica, de hecho esto ha sido siempre así, desde la irrupción de los bares como puntos de reunión social en épocas de duras condiciones de vida y trabajo hasta la proliferación de locales de comida sana en una época de preocupación máxima por la alimentación y la salud. Las oportunidades para la hostelería van a depender de la capacidad que tenga el profesional para captar el rumbo hacia el que se mueve la sociedad.

¿Cree en el café puede tener un papel en la innovación en el bar?

El café es de esos productos que últimamente vemos más abiertos a aplicar la innovación. En los últimos años hemos asistido a una puesta en valor del buen café, que parecía reservado tan sólo a unos pocos expertos capaces de apreciarlo pagando un precio justo por una taza de buen café en lugar de un precio exorbitado por un trago de cafeína con mal sabor. Esta puesta en valor lo ha situado como uno de los elementos más utilizados en los procesos innovadores en locales de hostelería.

¿Nos resume los puntos más importantes para poder innovar en el mundo del Bar y no "liarla parda"?

Lo más importante es seguir una línea temporal sin atajos, comenzando por una observación propia y de nuestro entorno, tras esto hacer una valoración realista de hasta qué punto queremos ser innovadores para llegar a la fase de listar aquellos puntos a cambiar y ponerlos en marcha.

Susanna Cuadras



Baristas POR EL MUNDO ALEMANIA

Iniciamos nueva sección en nuestra revista a través de la cual nos proponemos conocer la realidad del café y el movimiento barista en diferentes países del mundo. Como cicerones contaremos con nombres conocidos del barismo y el café de nuestro país que por origen, trabajo, estudios,... han vivido o están viviendo en primera persona el café lejos de nuestro país. El primero de nuestros guías es Daniel Ojeda, en dos ocasiones finalista del Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café. Él nos aportará su visión del café en Alemania, como profesional de este producto y actual residente en ese país.

Alemania, un país con algo más de 80 millones de personas y mundialmente conocido por sus cervezas, se encuentra en el puesto ocho de mayor consumo de café per cápita. Los alemanes tienen la costumbre de tomar su "Kaffee und Kuchen" (café y tarta) al igual que los ingleses celebran diariamente su "Tea time" y seguro que el clima frío es una de las razones por las que Alemania está entre los diez primeros países más consumidores de café.

Por tradición, Alemania ha sido siempre un gran consumidor de cafés filtrados. En la mayoría de los hogares es fácil encontrar la cafetera de filtro que conocemos en España como "Melitta". En los últimos años, sin embargo, el escenario ha empezado a cambiar y hoy

en día, el consumo de café en este país se ha visto directamente influenciado por las nuevas tecnologías y, también, por el cambio en el gusto de las nuevas generaciones.

El consumo de filtro ha descendido y por contra ha crecido el consumo de espressos y cafés más elaborados. Igual que en España, en Alemania las cafeteras de cápsulas son, ahora, muy comunes en la mayoría de los hogares. En el ámbito doméstico encontramos, además, muchas cafeteras de filtro y también cafeteras "superautomáticas" con las que se pueden preparar espressos, capuccinos o latte macchiatos en un solo "click". Algunas de las empresas nacionales más reconocidas en el segmento de estas máquinas "superautomáticas", conocidas aquí como "Vollautomat" son: Krups, WMF o Siemens.

El cambio de tomar café también se refleja en la **restauración**. Según DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband 2014) Alemania cuenta con un total de 163.225 locales dedicados al servicio de bebidas y comidas. Resulta curioso que en los últimos seis años hubo un incremento de aperturas en el número de cafeterías y por contra un descenso en el número de restaurantes.

La oferta de café varía según el establecimiento. Por un lado, encontramos muchos restaurantes y cafeterías con máquinas superautomáticas para las que no se requiere de conocimientos barista para elaborar diferentes tipos de tazas. Por lo

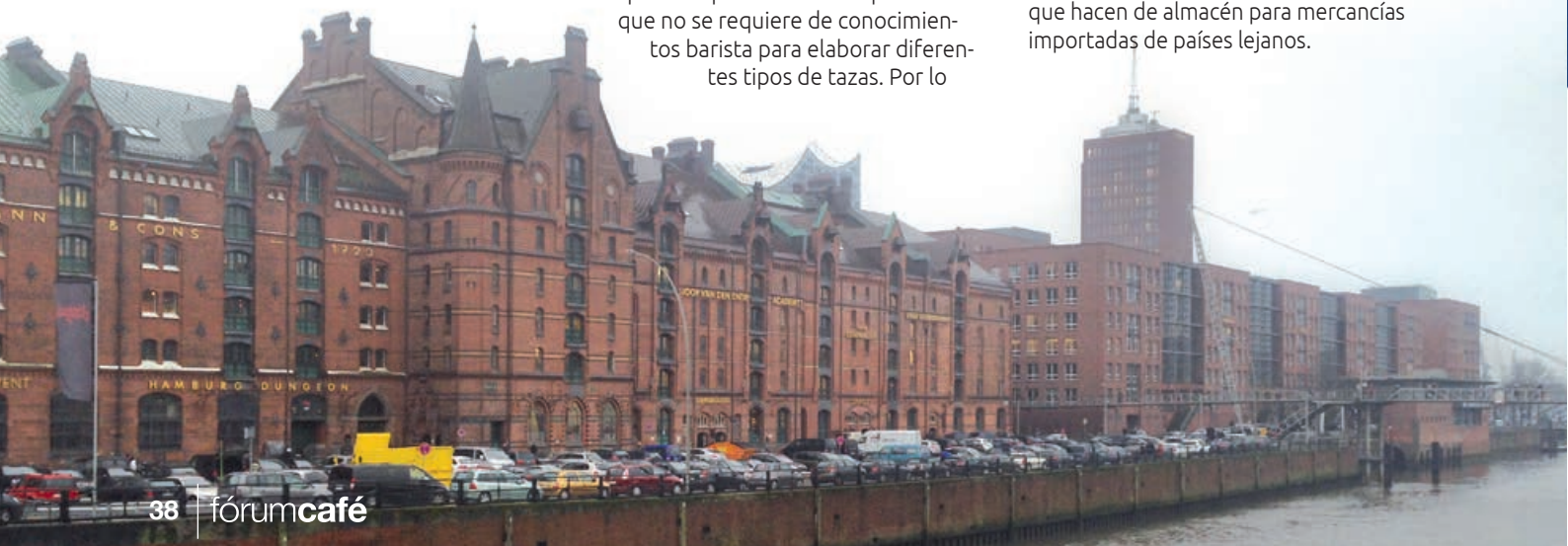
general en estos lugares utilizan cafés de tueste alto y muchas veces mezclados con robusta para reforzar el sabor en la mezcla del espresso con leche, siendo difícil, a diferencia de nuestro país, encontrar cafés "torrefacto".

Paralelos a estos establecimientos, en Alemania crece la tercera ola de cafeterías empujada por la gran demanda en cafés de especialidad existente. En estas cafeterías suelen optar por cafés de fincas concretas, distintos orígenes y tuestes más ligeros. Además, muchas de ellas ofrecen diferentes métodos de elaboración del café a sus clientes, como por ejemplo Chemex, AeroPress o Cold Brew.



En las grandes ciudades como Berlín, Hamburgo, Düsseldorf o Múnich es muy fácil encontrar microtostadores y pequeños cafés exclusivos. Hamburgo, por ejemplo, cuenta con una cultura cafetera que se puede oler casi en cada rincón de la gran ciudad. Su puerta de entrada de café verde a través del puerto puede ser la razón.

El Hamburger Hafen, como se dice en alemán, es uno de los mayores almacenes de recepción de café verde del mundo. En una parte del puerto llamada "Speicherstadt" hay grandes edificios que hacen de almacén para mercancías importadas de países lejanos.





Hoy en día estos algunos de estos almacenes están ocupados por pequeños tostaderos cafeterías, restaurantes y oficinas.

Las grandes ciudades no son objetivo exclusivo de estos pequeños tostadores que también se pueden encontrar en urbes más pequeñas como **Bochum**, en el oeste de Alemania, Allí hay varios microtostadores, como Richard Miklas quien dirige junto a Claudia Schiweck el **Röststart**, un pequeño café en el centro de la ciudad, donde tienen granos de diferentes orígenes, diferentes tuestes y donde se pueden tomar algunas de

BARISTAS POR EL MUNDO: ALEMANIA

las preparaciones más consumidas en Alemania, como por ejemplo:

Capuccino: Acostumbra a ser una taza de 180 o 200 ml. La base es un espresso junto a dos partes de leche y una capa de crema que llena la taza.

Schwarzer Kaffee: En restauración se acostumbra a preparar de dos maneras diferentes: por un lado, muchos restaurantes cuentan con máquinas de filtro para preparar tazas de café filtrado y por otro lado muchos preparan un espresso al que añaden agua. Normalmente esta taza va acompañada de una jarrita con leche.

Espresso: preparado al mismo estilo que en nuestro país. Una taza pequeña donde encontramos la extracción de 7/10 gramos de café en unos 30 ml.

Milchkaffee: En Alemania el café con leche suele ser en una taza muy grande de 300 o 350 ml. Normalmente se utilizan cafés intensos creando bebidas dulces por la cantidad de leche.

Cultura Cafetera

Los apasionados del café en este país están de suerte ya que en Alemania es fácil encontrar **revistas** especializadas en café en muchos quioscos. Una de las publicaciones más populares dedicadas íntegramente al mundo del café es "Crema". Cada tres meses se pueden encontrar amplios artículos dedicados a productores y distintas variedades, manuales de cómo catar o tostar café en casa y las últimas tendencias en equipamiento barista.

Algunas webs sobre café y Alemania

- <http://www.cremagazin.de>
- <http://www.coffee-consulate.de>
- <https://www.roestart.de>
- <http://www.kaffeemeisterschaft.de>
- <http://www.dehoga-bundesverband.de>



AZÚCARES PRIETO
Cortés Bartolomé, S.L.
Ctra Villabáñez Km 1
47012 VALLADOLID (ESPAÑA)
Tel.: (34)983 291 425
(34)983 291 455
Fax: (34)983 309 702
azucaresprieto@azucaresprieto.com
www.azucaresprieto.com

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



edulcoline®
NUESTRA LÍNEA DE EDULCORANTES



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



Una empresa comprometida con el medio ambiente





Dr. Steffen Schwarz es una de las personas que colabora a menudo con esta revista, siendo el cerebro de una de las empresas de café más importantes de Alemania: Coffee Consulate. En este "consulado de café", que se encuentra en el sur del país en la ciudad de Mannheim, se pueden hacer diferentes formaciones, por ejemplo, como tostador, cursos de barista o también cursos de cata. Además, cuentan con material exclusivo de formación como su propia rueda de aromas, fichas de cata y sets de cata con los 4 sabores básicos.

Profesionales del *Café*

El número de profesionales del café aumenta progresivamente en Alemania. El último campeonato nacional de SCAE Deutschland del 23 de noviembre 2016 que se realizó en la feria FOOD & LIFE en Múnich fue todo un éxito: el interés fue tan grande que la organización retransmitió este evento en directo a través de su red social. Además de Campeonato Barista, la cita contó también con una compe-

titación para determinar el Mejor Tostador, Mejor Catador, Mejor Combinado de Café y Mejor Latte Art, resultando vencedores de las diferentes categorías:

Mejor barista: Chloe Natrass (Berlín)

Mejor tostador: Benjamin Pozsgai (Colonia)

Mejor Latte Art: Markus Badura (Deidesheim)

Mejor catador: Benjamin Hohlmann (Basel)

Coffee in Good Spirits: Niklas Schmedding (Mainz)

Brewers Cup: Constantin Hoppenz (Berlin, Deidesheim)

Me despido invitando a todos los apasionados del café a descubrir la cultura del café en Alemania donde además de buenas cervezas e increíbles vinos también se toman muy buenos cafés... ¡Solo hay que saber dónde y cómo pedirlos!

Daniel Ojeda Puerta



Soy Daniel Ojeda Puerta. Mi relación con la gastronomía comenzó hace algo más de 20 años, de mano de mis padres quienes abrieron un pequeño bar donde mis hermanos y yo crecimos y trabajamos. En mi caso decidí cursar Formación Profesional en Dirección de Servicios de Restauración en la Escuela de Hotelería y Turismo de Barcelona. Allí me topé con algunos profesores y grandes profesionales en el mundo del café y fue cuando decidí enfocar mi camino en esta dirección. Esto me llevó a competir varios años consecutivos en el Campeonato Nacional de Baristas organizado por Fórum Cultural del Café. Conseguí clasificarme para la semifinal y la final nacional en dos ocasiones. He colaborado en varias formaciones para grandes empresas del sector y a día de hoy resido en Bochum (Alemania) donde trabajo como Jefe de Barra de un restaurante, al tiempo que aprendo el idioma voy descubriendo este gran país.



El café, la bebida de los alemanes

Alemania, con sus 82 millones de habitantes, constituye el mercado de productos alimenticios más grande de Europa. A pesar de que una buena parte de la demanda local se abastece de productos nacionales y del resto de

la UE, el país importa cantidades significativas de productos alimenticios del resto del planeta, entre ellos el café.

La demanda doméstica de café en Alemania alcanza los 9,5 millones de sacos de 60 kg de café verde al año, equivalentes a 570.000 toneladas. Esto es, aproximadamente, el 6% del consumo mundial de café.

Más café que cerveza

Por orígenes, Brasil, Honduras y Colombia son los principales proveedores de café para Alemania, mientras que per cápita, se estima que cada alemán consume alrededor de 7 kilos de café

al año o lo que es lo mismo una media de 162 litros por persona y año. Esta cantidad está sensiblemente por encima de los de 106 litros de cerveza de consumo anual per cápita, calculados por la Asociación Brewers of Europe, lo que distingue al café como la bebida favorita de los alemanes, por delante de la propia cerveza y el agua mineral (143,5 litros/persona/año).

La balanza positiva a favor del café se explicaría, según los estudios realizados por la Asociación de Cervecerías alemanas, por los nuevos hábitos de consumo más saludables adoptados por los alemanes y en los que el beber alcohol ha dejado de estar moda. A todo ello se suma el gusto de la juventud alemana - más experimental e innovadora que sus generaciones anteriores-, por probar productos nuevos, habiendo encontrado estos en el café, un consumo sujeto a una experiencia ligada tanto a lo que hay detrás de la taza - orígenes, tuestes, barista, calidad...- como donde se toma la taza - locales especializados, tecnología, nueva oferta de bebidas... -.

Mercado maduro

A pesar de esta nueva realidad, el mercado alemán del café está considerado un mercado maduro. Para hacer frente a esta situación, donde existe poco margen al crecimiento los tostadores han optado por ampliar su rango de productos y, así, poder llegar a más clientes, arrebatárselos a la competencia. En el país han aumentado las certificaciones orgánicas y también las ediciones limitadas de cafés especiales

y en los establecimientos especializados en café abunda la oferta no sólo de orígenes específicos, sino también de regiones más definidas.

A diferencia de otros países de Europa, los consumidores alemanes esperan alta calidad en los productos que compran y suelen estar bien informados sobre los que consumen. Tanto es así que, según el Portal de Negocios Alemanes, promovido por el Ministerio de Economía alemán, los ciudadanos de este país prefieren sacrificar el consumo en actividades de ocio a favor de mantener el gasto en los productos alimenticios que les permiten mantener estable su estándar de vida.

Esta nueva actitud del comprador alemán ha contribuido a la promoción del café de calidad en el país, variando algunos patrones tradicionales de la relación con este producto. Por ejemplo, según Statista, las ventas de café en grano frente a las de café molido, se incrementaron un 10% en 2015, siendo cada vez mayor, también, el número de referencias a orígenes específicos no sólo en las tiendas de café y cafeterías de tercera generación, sino, también, en los lineales de los supermercados. El canal de ventas en línea, por su parte, es el que más crece, aunque la participación del café en este caso sigue siendo baja. La plataforma principal es Amazon Party.

Otras de las peculiaridades de la relación de Alemania con el café es, sin duda, el hecho de que este país sea considerado con frecuencia país productor en muchas estadísticas de mercado. El motivo no es otro que la gran operativa del puerto de Hamburgo, el primer puerto europeo de café

y segundo mundial, por donde transita una buena parte del café que se distribuye posteriormente a Europa.

Actualmente, según la Información Estadística Sectorial facilitada por la Federación Española del Café sobre los datos provisionales de Intrastat, en 2015, España importó 39.407 toneladas de café verde desde Alemania, un 41,39% más que el año anterior, cuando llegaron 27.871 tm.



La relación de Hamburgo con el café es larga, aunque su empuje definitivo se produjo en 1888 con la creación del puerto franco que convirtió a esta dársena en uno de los mayores almacenes de café, cacao, especias y alfombras de Europa.

Desde 2015 el complejo de almacenes de este puerto, el el Speicherstadt, fue declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad.

Àngela d'Areny



laBotigadelCafè

 Cafès, Tes i Fruites seques

www.labotigadelcafe.com | info@labotigadelcafe.com

Central: Polígon Riu Clar - C/ Estany Parc 5.1.5 Nau 72 Tel. 977 541 600 43006 Tarragona
 Ventas y Degustación: Rambla Nova, 88 | Cristòfol Colom, 21 | Av. de l'Argentina, 13 Tarragona

BRASILIA

captivant
 els sentits
 LA BOTIGA DEL CAFÈ





Mercado

Ayer, hoy y mañana de la producción y consumo de Café

El mercado mundial ha cambiado de manera sustancial en los últimos treinta años y a pasos acelerados desde la ruptura del Pacto de Cuotas en 1989. Algunas de las tendencias que se veían entonces se han profundizado y además han surgido nuevas fuerzas que no se esperaban.

en los mercados del producto. Al mismo tiempo, el clima se volvió aún más impredecible que en el pasado y aparecieron nuevos productores de bajos costos que han llenado de más incertidumbre al comportamiento de los precios de este producto en los mercados mundiales.

Por otra parte, han ocurrido cambios muy importantes por el lado de la demanda de café. Sin duda este producto a pesar de ser un commodity ha logrado un grado de diferenciación muy importante y mucho mayor que en otros productos de igual naturale-

desarrollados, tradicionalmente los mayores consumidores, se ha observado un estancamiento de la demanda a nivel agregado, pero un crecimiento importante del consumo de algunos cafés especiales gracias a los cuales se ha logrado mitigar, en parte, el impacto negativo de la crisis financiera internacional sobretodo en el consumo fuera del hogar.

Trasladadas estas observaciones a valores cuantitativos se traduce en un crecimiento global del consumo mundial de café en un 2% durante la década pasada, siendo la demanda mucho más dinámica en los países productores que en los países netamente importadores. Los primeros aumentaron su consumo de café a una tasa de crecimiento media del 4% anual, mientras que los últimos solo lo han hecho al 1,5%. Brasil, Indonesia, Tailandia y Vietnam son los países productores que han incrementado de forma más notable el consumo de café de su población a causa, básicamente, del ascenso de su ingreso per cápita y a programas exitosos de promoción del café.

Por su parte, en los países importadores, el crecimiento en el consumo de café ha sido liderado por regiones que no son consumidores tradicionales, como por ejemplo determinados países de Asia, del Medio Oriente, Europa Central y Oriental.

Si bien es difícil saber que sucederá con los precios, la producción y la demanda de café en el corto plazo, lo es más hablar de lo que ocurrirá con estos en los próximos diez años, dadas las incertidumbres que afectan la producción y comercialización del producto así como el entorno político y económico de los países exportadores e importadores.

No obstante, es posible identificar ciertas tendencias en el mercado mundial del café como:

- Aumento de la variabilidad climática, lo que afecta directamente producción y precios.
- Aumento del costo de producción en algunos de los países productores tradicionales -particularmente el costo de la mano de obra- en contraposición con el ingreso al mercado de nuevos países productores con mano de obra barata como Vietnam.
- Incremento del consumo mundial



Por ejemplo, el precio del café en los mercados mundiales siempre ha exhibido una gran volatilidad, pero las causas de esta han cambiado en el tiempo. Antes de 1989 la principal fuente de volatilidad del precio era la ocurrencia de fenómenos climáticos en el Brasil y que se conocían como las Heladas. En la medida que ese país fue trasladando su caficultura hacia zonas menos susceptibles de este fenómeno entonces aparecieron nuevas fuentes de volatilidad no solo climáticas sino de una índole más económica, como la mayor presencia de especuladores

za. La mayor diferenciación ha llevado, a su vez, a una gran segmentación del mercado del café a nivel mundial y, por tanto, a un nuevo escenario no visto con anterioridad.

La materialización más clara de esta segmentación se refleja en un crecimiento dispar de las demandas por tipos de café. Por un lado, el mayor dinamismo de los países emergentes en comparación con los desarrollados ha favorecido un crecimiento mayor de la demanda de cafés de menor calidad. Por otra parte, en los países

de café acompañado de una mayor segmentación en los mercados y la aparición de nuevos productos.

- Aumento de la demanda de cafés especiales en países industrializados y aumento de robusta y cafés de baja calidad en los países emergentes.

- Mayor concentración de la compra y comercialización del producto a nivel mundial.

- Creciente participación de actores ajenos a la industria en el mercado como los inversionistas de bolsa y especuladores financieros.

Producción

Analizando a grandes rasgos estos factores, cabe destacar que, en términos de producción, esta se verá determinada en los próximos tiempos por variables que cambian tanto en el corto como en el largo plazo. Nos referimos a las decisiones de inversión en el cultivo que toman los caficultores y la edad de los cafetales, el clima, o el uso de fertilizantes o no. En este sentido y partiendo de lo sucedido

en los últimos años, se espera que durante esta década haya un aumento constante de la producción, Entre 2011/12 y 2020/21 se produzcan promedio 149,5 millones de sacos, lo que es 20% más alto que el promedio de la década anterior. No obstante, se espera que haya ciclos cada dos años más o menos por el clima en Brasil, por lo que habrá pequeñas caídas en la producción.

Según la consultora LMC, se espera un incremento en la producción del arábica del 10% en los próximos 10 años, alcanzando un promedio anual de 84,9 millones de sacos en comparación con un promedio de 77,2 millones de sacos en la década anterior. Este incremento se calcula en base a las perspectivas de crecimiento de las diferentes regiones productoras y que sitúan, por ejemplo, en un 15% el aumento de producción de café en Sur América en el periodo 2011/12 a 2020/21; en un 19,6% en Centroamérica, un 4% en África y un 37% aproximadamente en Asia con Vietnam a la cabeza.

En cuanto a variedades, también, según LMC, se espera que el incremento

en la producción del arábica en el periodo referido, de 2011/12 a 2020/21 sea del 10%, alcanzando un promedio anual de 84,9 millones de sacos en comparación con un promedio de 77,2 millones de sacos en la década anterior. Adicionalmente, se espera que la participación de cafés robustas en el mercado aumente hasta acaparar algo más del 43% de la cuota, un 5% más que en la década anterior.

Consumo

Y si esto son los pronósticos en cuanto a la producción, los que tienen que ver con el consumo vienen determinados por variables como el crecimiento de la población, el nivel de ingreso, los precios e incluso el crecimiento del PIB. Los cambios en los precios son una variable determinante, ya que al ser el café un bien normal es posible observar como su consumo se ve afectado por el efecto ingreso y el efecto sustitución. No obstante, estos efectos –y, en particular, las elasticidades precio de la demanda e ingreso de la demanda– varían dependiendo de los mercados y de los países de los cuales se hable, dadas las diferencias de la

BATAVIA
PREMIUM ARABICA COFFEE

www.cafesunic.com



madurez de los mercados y en el comportamiento de los consumidores. En los nuevos mercados, por el contrario, se observan altas elasticidades, y es por la existencia de estos nuevos mercados que se explica ese crecimiento del consumo mundial que se ha venido observando en los últimos años.

De acuerdo con lo anterior se espera que ocurran dos fenómenos en términos generales en el mercado internacional del café. Por un parte, en los países tradicionalmente importadores como Estados Unidos, la Unión Europea y Japón continuarán incrementando la demanda por cafés especiales y cafés de una alta calidad como los arábigos lavados, esto sin afectar el consumo per cápita de café que tiene un crecimiento muy bajo. Mientras que, por otra parte, en zonas no tradicionales como el Sudeste Asiático, Europa Central, el Medio Oriente y algunos países productores como Brasil se espera que aumente tanto el consumo per cápita como la cantidad de sacos consumidos, pues el efecto ingreso es mucho más alto y se está comenzando a desarrollar la cultura del café. Sin embargo, en este caso lo que aumenta es la demanda por calidades de baja calidad, principalmente por robusta.

LMC ha desarrollado un modelo para proyectar cual será el crecimiento promedio del consumo en las diferentes regiones hasta el 2020/21 teniendo en cuenta las variables mencionadas anteriormente. Según esta modelo el consumo mundial crecerá a una tasa del 2% anual en promedio en el periodo de tiempo comprendido entre 2011/12 y 2020/21 -que es lo que se ha venido observando en estos primeros años-. Sin embargo, se espera que el crecimiento en los países importadores se menor que el crecimiento en los países productores, de 1,2% y 3% respectivamente. Pormenorizando por regiones, las expectativas auguran para África y Oriente Medio un crecimiento del consumo del 3.5% por año, en Europa Central y del Este del 3.2%, y en Asia del 2% liderado por China con un crecimiento anual esperado del 8%. Las estimaciones para Brasil indican un incremento del 3% en todo el periodo, mientras que para Vietnam alcanzan el 7% y para Indonesia, el 6%.

María del Pilar Esguerra y Daniela McAllister miembros de la Misión de Estudios para la Competitividad de la Caficultura en Colombia.

Mercado del Café

El 2017 ha empezado marcado por el acceso a la presidencia de los Estados Unidos del Donald Trump quien con las firmas diarias en el despacho oval está revolucionando su país y por ende el resto del mundo entero. El sector del café no está al margen de los efectos que puedan comportar estas acciones de Trump y preocupa, sobretudo, las consecuencias que a buen seguro traerán tantos decretos-ley presidencialistas en ámbitos tan sensibles como las finanzas, los mercados de futuros, la relación con la Bolsa de Londres, ...

La lógica apuntaba que el dólar debería ascender y llegar a la paridad con el euro, pero parece que interesa (o le interesa al presidente de los EUA) que se más débil. ¿Qué pretende Donald Trump para su América -"the first"-, un dólar a 1,40 frente al euro o viceversa, y exportando productos americanos a doquier?

El mundo del café sigue con atención las cotizaciones de Londres y Nueva York para realizar compras a medio y largo plazo. Actualmente, en todos los países productores hay grano disponible, con cifras record de producción en algunos de ellos como Brasil, Vietnam, incluso, Etiopía.

El año 2017 aún lleva poco tiempo, acaba de comenzar, pero ya se puede decir que el café es una de las materias primas que más suben, acercándose al 10%. Este incremento podría verse superado en breve por el devenir de la cosecha brasileña, afectada por importantes periodos de sequias en las principales regiones productoras.

En el análisis del mercado del café de este primer trimestre de 2017 cabe destacar la ausencia de Vietnam durante el mes de febrero coincidiendo con las celebraciones de su cambio de año, el Tet. Durante esas semanas, la recolección se para y las ventas también, retornando la actividad a la normalidad en el mes de marzo.



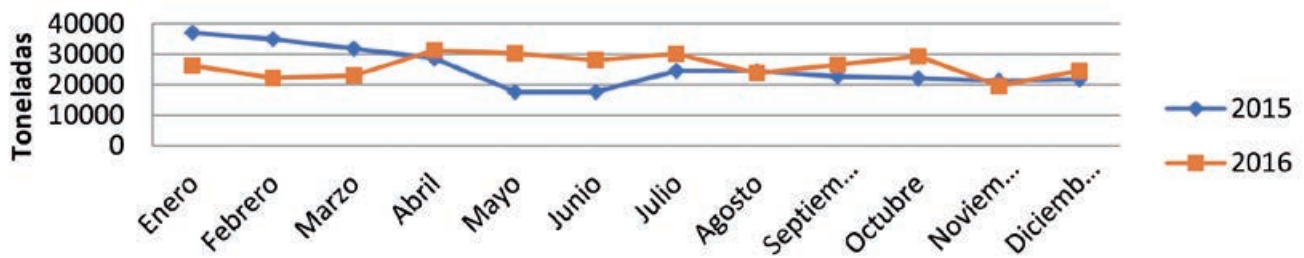
En cuanto a las expectativas de producción de café para la cosecha 2016/2017, la Organización Internacional del Café, OIC baraja la cantidad 151,6 millones de sacos de 60 kg, más o menos la misma que en 2015/16. No obstante, ese volumen total comprende un aumento considerable en la producción de Arábica, del 4,4%, lo que la situaría en 93,5 millones de sacos (3,9 millones de sacos más que el año pasado), contrarrestado en su mayor parte por un descenso del 6% en la producción de Robusta (3,7 millones de sacos más baja). En el cómputo final de la balanza estos números se traducen en un aumento de la producción mundial del 0,1%, algo que no será suficiente para cubrir la demanda mundial, que, según la Organización Internacional del Café, superará en 3,5 millones de sacos el café cosechado.

Brasil

Coincidiendo con el inicio de año, la Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) publicó un nuevo cálculo de la producción brasileña para 2016 - el año cafetero de Brasil va de junio a mayo del año siguiente - que sitúa en los 51,4 millones de sacos, 1,8 millones más que en las perspectivas del mes de septiembre pasado. El aumento se debe directamente al incremento de café arábica en Minas Gerais.

Por el contrario, esta misma fuente informa de una caída de los conilonnes hasta los 8 millones de sacos - la cifra más baja de la última década- a causa de la sequía que arrastra el país desde hace tres años. Es por todo ello que según noticias aparecidas en el

Movimientos Café Port de Barcelona Enero Diciembre 2015 2016



periódico "Valor económico", el Gobierno va a permitir a los procesadores brasileños importar café robusta de Vietnam de forma limitada y en un periodo acotado, con el fin de nivelar el desfase producido por la estrepitosa caída de la producción de conilonos.

De hecho, la situación resulta tan preocupante que, según el Secretario de Política Agropecuaria de Brasil, Sr. Neri Geller, se habían llegado a plantear, incluso, reimportar grano brasileño desde puertos europeos, pero la idea fue rechazada por problemas fitosanitarios.

Para entender el alcance del problema de la falta de conilonos en Brasil, basta decir que este país exportó un 65% menos de estos cafés en 2015, mientras que ahora se espera que la cosecha abastezca a duras penas el consumo interno.

Esta situación ha llevado a una subida importante de precios de los robustas en el mercado que están cerca de su nivel más alto desde hace cuatro años en Londres, donde preocupa y mucho, una baja de suministros. La situación por contrapartida, está impulsando el precio de los arábicas.

Durante estos primeros meses del año, se prevén fuertes lluvias y tormentas eléctricas en las zonas cafeteras del país, en especial en el estado de Espírito Santo lo que aliviaría los árboles, aunque existen dudas si se podrá alcanzar el nivel óptimo de humedad de suelo, en esta época del ciclo de producción.

Aún a falta de ver cómo evoluciona la situación, Conab estima para el 2017, una cosecha en Brasil de entre 43,7 y 47,5 millones de sacos, que desglosa en 35-38 millones de sacos de arábicas no lavados y 9-10 millones de robustas. En sus cálculos, este organismo contempla que los rendimientos

LOS MEJORES CAFÉS TIENEN MEDALLA DE ORO



¡Entra en nuestra nueva web y disfruta de las ventajas exclusivas del club!

www.productosdelcafe.com





agrícolas, o sacos por hectárea, caigan entre un 5 y un 12 % este año, dependiendo de las condiciones climáticas antes del período de cosecha.

Vietnam

Durante el primer trimestre, la cosecha de café en Vietnam continua en el país a buen ritmo, aunque con problemas de secado por el mal tiempo con lluvias continuas, lo que podría afectar la llegada de café a los almacenes de clasificación.

Los informes que llegan desde allí hablan de cafés mohosos que llegan a los beneficios y también de cafés con sabor a humo por haber sido secados con brasa de madera en las zonas productoras.

A finales del año pasado, todos los actores del sector del café robusta mundial participaron en el Coffee Outlook celebrado en Ho Chi Minh city. Allí, la Vietnam Coffee Cocoa Association- Vicofa estimó la próxima cosecha en un 320-30% menor. Los expertos allí reunidos, si bien contemplan como más que probable un decrecimiento en la producción de café vietnamita, pocos son los que coinciden con Vicofa en el porcentaje, que la mayoría coinciden en situar mucho más bajo, entorno al 10%. Esta situación de baile de números no es nueva, y si todo sigue el patrón de otras ocasiones, Vicofa aparecerá al final de la cosecha para rectificar sus pronósticos y anunciar un crecimiento del 20% respecto a lo anunciado.

El café de Vietnam no pierde detalle del avance de consumo de café en el mercado asiático y empresas como Tata Coffee ya ha anunciado la puesta en marcha de una nueva factoría de café soluble instantáneo con capacidad para 5.000 Tm de café verde. La inversión asciende a los 50 millones de dólares, una cantidad que la empresa piensa rentabilizar ofreciendo sus cafés a países como China. La iniciativa, según los analistas, no será única y se espera que otras compañías puedan hacer lo mismo en un futuro más o menos cercano, lo que ya ha puesto en alerta a las empresas europeas de café soluble que, hasta ahora, han gozado de un mercado captivo y cómodo.

Centroamérica y Colombia

En Colombia, el gerente del FNC, Roberto Vélez ha afirmado que la producción alcanzará los 14,5 millones de sacos de 70 kilos, la cosecha más alta en 24 años. Los caficultores se han centrado en la productividad para aumentar ventas y rendimientos y con las ayudas financieras-crediticias han conseguido alcanzar estas cifras tan espectaculares, dejando atrás cosechas de 8 y 9 millones de sacos por sequía, Niño, Roya... A fecha de hoy, los productores siguen bien financiados en el país, lo que les posiciona en el mercado de verde en óptimas condiciones respecto al resto de países centroamericanos competidores (Costa Rica, Nicaragua...).

La climatología también está resultando favorable para la caficultura colombiana, con abundantes lluvias durante el 2016 que han favorecido

una correcta retención de la humedad en los suelos. Esta situación óptima en Colombia, crea problemas en Nicaragua y Costa Rica a causa del exceso de agua que dificulta la recolección y especialmente, el secado de los cafés.

En Costa Rica, por ejemplo, se estima un descenso de la producción del 12,5% respecto al 2015. Los factores desfavorables han sido la floración tardía seguida de una sequía en las regiones de Poás y Naranjo, y un período lluvioso irregular que ha provocado la caída de las cerezas en la zona centro y sur del país. Mientras, en la zona central la preocupación por el exceso de lluvias es general, habiéndose visto obligados los caficultores a retrasar la recolección de los granos, mientras los cambios de temperatura entre el día y la noche favorecen la aparición de la Roya.

Robustas

El sector cafetalero de Uganda está decidido a posicionarse en el mercado y en estos momentos gozan de un buen flujo de ventas con diferenciales interesantes a los que han contribuido las continuas subidas del mercado de Londres. Las exportaciones a mediados de diciembre pasado ascendieron a 408.000 sacos -278.000 de robustas y 130.000 de arábicas) que, comparándolos con el mismo período del año anterior, representa un crecimiento del 76% en robustas y del 41,7%, los arábicas).

A más de 5.500 kilómetros, en India, los productores de cafés arábicas de las regiones de Karnataka y Tamilnadú han expresado sus temores de que el ciclón Vardah que afectó la costa este del país, pueda haber reducido la nueva cosecha en más de 150.000 sacos. Mientras esto se confirma, y a nivel general del país, se está vendiendo la cosecha antigua y nueva a la vez, ya que buena parte de la anterior seguía en los almacenes que se han quedado sin "espacio físico" para la nueva.



Demanda e Industria, los cambios que vienen

Este primer trimestre del 2017 no ha resultado para nada aburrido en el ámbito de la demanda y la industria del café donde se han producido diversos movimientos y anuncios de los que veremos sus consecuencias en breve.

Por ejemplo, aunque estaba pactado, ha dimitido el CEO de Starbucks, Howard Schultz para centrarse, según se ha anunciado, en el desarrollo de su concepto de cafetería de tercera generación, "Starbucks Reserve Roaster". En estos locales, el cliente puede comprar café preparado con granos selectos y exóticos, que se tuestan en el mismo lugar en el que se sirven las tazas, utilizando diferentes métodos. Ya tiene un local en marcha en Seattle. Abrirá uno en Shanghai (China) en 2017. Y a Europa llegará en 2018.

Además, el plan de negocio para los próximos cinco años contempla expandir también una versión para locales más pequeños, pero también de gama alta, llamada "Reserve Stores", de la que ya hay algunos locales en Nueva York. Esta marca premium responde, como explicó Schultz, a un cambio en los hábitos de consumo como resultado del comercio electrónico. "Ya no depende solo de interceptar tráfico sino de crear una experiencia que te convierta en un destino", afirma. "Como comerciantes debemos

estar siempre innovando para navegar los diferentes comportamientos del consumidor".

Por su parte, McDonald's ha anunciado mayor actividad con su marca Mc Café en 2017. La compañía busca renovar la marca con la introducción de nuevos sabores, recompensas a su programa de fidelización de clientes a través de afiliación móvil y mejorando la formación de su personal.

La batalla está abierta en un negocio que sigue creciendo en EE UU a un ritmo anual del 10%, según Technomic. La marca McCafé genera ventas anuales por valor de 4.000 millones de dólares. Los ingresos globales de Starbucks ascienden a 21.000 millones. Sin embargo, empieza a mostrar síntomas de saturación y eso les obliga a buscar nuevas vías de ingresos para seguir creciendo.

Jacobs Dowe Egberts, por su parte, ha anunciado su intención de adquirir en Brasil una cartera de marcas locales de la Compañía Cacique, entre ellas: Pelé, Graníssimo y Tropical. Con esta adquisición, JDE fortalecería su liderazgo en las regiones centrales de todo el país.

En el sur de China, mientras, y más concretamente en la provincia de Yunan, se estima una producción de café de 130.000 Tm (unos 21 millones de sacos) de los que Nestlé prevé comprar alrededor del 10%.

Y entretanto todo esto sucede, los "millennials" consumen más café que ninguna generación joven anterior, y lo hacen empujados por la nueva cultura del café y la aceptación cada vez

más extendida de los beneficios del café para la salud. Los millennials consumen el 44% del café que se vende en EE UU. Los que nacieron hacia 1995 empezaron a tomar café con 14,7 años. Los mayores, nacidos hacia 1982, empezaron con 17,1 años, según aseguran desde la National Coffee Association de Estados Unidos.

Pero la pasión cafetera no se ha despertado solo en América. En China las cafeterías comienzan a poblar las mejores esquinas de las grandes ciudades. En España, el consumo de café y té fuera de casa creció el pasado año un 16,9%, según el Ministerio de Agricultura. "Los jóvenes independientes son los que mayor consumo por persona y año realizan de estos productos", apunta el informe.

Jordi Codina

Descargas Café verde en el Port de Barcelona en TEUS (Contenedores 20 pies)

Origen	TEU	
	2015	2016
Vietnam	6824	7016
Brasil	2227	1639
Colombia	810	866
México	404	401
Singapur	233	396
India	233	380
Kenia	391	331
Indonesia	718	236
Otros	711	1151
TOTAL	12.551	12417

Fuente: Port de Barcelona



Hasta 18 tipos de café
y bebidas calientes
diferentes



Phedra Evo

Solución eficiente

HOTELES, DESAYUNOS, BUFETS,
AUTOSERVICIOS, CATERING,
COFFEE CORNERS,...

¡con café en grano
y leche fresca!





elCAFÉ: EN LAS OFICINAS *españolas*

Los seres humanos somos animales de costumbres. También en las oficinas. Nos encanta el café. Algunos lo toman nada más llegar al trabajo. Otros esperan a la pausa de media mañana. Los hay que no pueden terminar una comida sin su café y también, los que toman dos o tres tazas al día para mantenerse productivos y despiertos. ¿Pero cuánto café tomamos los españoles en nuestro centro de trabajo? ¿Por qué lo hacemos? ¿Qué esperamos a cambio? Son algunas de las preguntas que ha planteado la Comunidad Laboral Trabajando.com a las más de 1.500 personas que han querido participar en el estudio más “cafetero”

de la empresa española.

Mediante el análisis de los datos recogidos, se deduce que un 40% de los encuestados sí realiza una pausa para tomar un café, aunque los motivos difieren de unos a otros: forma parte de su rutina (29%), les gusta su aroma y sabor (26%), consiguen aumentar su capacidad de concentración (14%), se sienten más alerta (13%), aumentan su productividad (10%) y a otros les disminuye sus niveles de estrés (8%).

En cuanto a la cantidad, entre las personas que toman café el 47% suele conformarse con una taza de café al

día, el 40% con dos, el 8% con tres y solo un 5% bebe más de cuatro. La franja horaria en la que los trabajadores prefieren tomarse el café es a primera hora de la mañana, entre las 8:00 y las 9:00, según un 36% de los encuestados. El resto lo suele tomar entre las 10:00 y las 11 (26%), después de las 11:00 (23%) y entre las 9:00 y las 10:00 (15%).

En cualquier caso, la pausa para desayunar simboliza varios conceptos para los españoles: el 38% cree que es necesario para comenzar su día, para el 24% constituye su pausa laboral, para el 23% es el momento para hablar con sus compañeros y para el 15% significa su dosis de energía.

En el caso de que surja una reunión de trabajo, un 52% de los encuestados sostiene que se prefieren las cafeterías porque se genera un espacio distinto e inspirador al salir de la oficina a compartir un café, un 31% opina que es un ambiente más relajado y acogedor, y un 17% piensa que hay ciertos temas que es mejor abordar en otros lugares.

El café ideal para estos eventos se considera café solo para un 25%, cortado para un 22%, con leche para un 17%, espresso para un 16%, descafeinado para un 16% y frío con hielo para un 4%.

MuyPimes.com



FIKA

EL DESCANSO para el CAFÉ en las empresas suecas

En Suecia el descanso durante la jornada laboral para la "fika" o lo que es lo mismo, para sentarse, tomar un café, comer unos dulces y conversar está fuertemente arraigado y hay empresas que incluso lo tienen estipulado en sus horarios como un ejercicio obligatorio, como puede ser el atender el teléfono, redactar informes o reponer las estanterías de la tienda. Y esto es así, porque según aseguran muchos empresarios del país, esta pausa contribuye a la productividad de los trabajadores y también a la buena marcha de los negocios. En este país el estilo de gestión es mayoritariamente horizontal y no muy jerárquico, así que durante el tiempo del Fika, directivos y empleados comparten tiempo y café, fomentando los lazos y promoviendo el intercambio de ideas y puntos de vista.

Etimológicamente, la palabra Fika, (pronunciada fii-ka) tiene su origen en una permutación de las sílabas de kaffi, la antigua manera sueca de nombrar al café. Hoy en día, sin embargo, Fika se refiere tanto al propio producto (café) como a la acción de tomarlo, siempre en compañía de otros en los dos descansos más habituales que se realizan en Suecia durante la jornada laboral, alrededor de las 10 de la mañana y las 3 de la tarde.

Más allá del Fika, el café está muy arraigado en la cultura sueca, una de las mayores consumidoras de este producto en el mundo, con una media de 8,4 kg/persona/año. Las variedades arábicas abarcan la gran parte del mercado – por encima del 85%– exigiendo el consumidor sueco cada día más calidad en la taza. Los principales orígenes del café sueco son Brasil y Colombia, además de Kenya y Honduras. La mayor parte del mercado del café en este país es café tostado, siendo la incidencia del café soluble relativamente baja, 10%, y la del descafeinado, prácticamente inexistente, 1%.

Por métodos de preparación, el café de filtro es el más popular tanto en casa como en la oficina. La provisión la realizan tostadores locales que cubren el mercado institucional y distribuidores especializados, ya sea mediante entregas directas regulares o pedidos por Internet.; las empresas pequeñas compran directamente en supermercados o depósitos mayoristas.

En los últimos años, el café espresso se ha empezado a hacer un lugar en las nuevas cafeterías, donde además, de degustar el café, los clientes pueden comprar sus granos para consumir en casa. Estos establecimientos se han sumado con éxito a la oferta de las cafeterías más tradicionales, llamadas popularmente konditori, y que son el punto entorno al que gira la vida en las ciudades e incluso en los pequeños pueblos suecos.

S.C.



El café en el Trabajo
1.564 PERSONAS ENCUESTADAS EN ESPAÑA

¿Eres de los que no perdona tomarse un coffee break a media mañana?



¿Para qué tomas café?

Es parte de mi rutina	29%
Me fascina su aroma y sabor	26%
Aumenta la capacidad de concentración	14%
Me siento más alerta	13%
Aumenta mi productividad	10%
Disminuye mis niveles de estrés	8%

¿Cuántas tazas de café tomas al día?



¿Cuál es el horario más común en que haces una pausa para tomarte un café durante la mañana?



El café es:

Necesario para comenzar el día	Mi pausa laboral	Hablar con mis compañeros	Mi dosis de energía
38%	24%	23%	15%

¿Por qué se eligen las cafeterías en las reuniones de trabajo?

Salir de la oficina y compartir un café genera un espacio distinto y más inspirador	Es un ambiente más relajado y acogedor	Hay ciertos temas que es mejor abordar en otros lugares
52%	31%	17%

¿Cuál crees que es la principal ventaja de realizar una reunión laboral en una cafetería?

Se puede conocer mejor a una persona porque el ambiente es más cómodo	Se genera un ambiente más cálido
39%	33%
Se tratan temas distintos	Estimula la creatividad
19%	9%

¿En tu empresa realizan reuniones de trabajo en una cafetería?



¿Cuál es el café ideal para una reunión?

Café solo	Cortado	Latte
25%	22%	17%
Espresso	Descafeinado	Fríos o con hielo
16%	16%	4%



la **INNOVACIÓN** como **ESTRATEGIA** de **COMPETITIVIDAD**



España es el segundo país más visitado del mundo detrás de EEUU con 75,3 millones de turistas en 2016, según la previsión adelantada hace escasas semanas por el ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal. Después de un periodo de crisis y letargo en las inversiones hoteleras y hosteleras, el repunte del número de visitantes y la inestabilidad de otros destinos auguran un periodo de crecimiento que la Organización Mundial del Turismo cifra en 100 millones de turistas para el año 2025.

Estos datos, junto con la recuperación económica que está viviendo España y consecuentemente el aumento del consumo interno, 2017 se presenta como el año de la reinversión, renovación y apertura de nuevos proyectos, muchos de ellos en el sector de la hostelería y la restauración.

Con estos datos como punto de partida, Madrid ha estrenado este mes de febrero un nuevo evento ferial totalmente focalizado a la innovación en estos dos sectores y también en el resto de la industria hotelera y hostelera, **Hospitality Innovation Planet**. La cita nace con vocación anual, y pretende ser el mejor y más amplio es-

caparate de la innovación, tendencias, productos y soluciones específicas para cada uno de los segmentos de la hostelería. Y con el fin de garantizar el máximo aprovechamiento del Salón por parte de los visitantes, la coorganización del evento, a cargo de NEBEXT e IFEMA han establecido como seña de identidad, la convivencia de múltiples sesiones, talleres, congreso, ... durante el Salón, lo que asegura un programa diferente para cada perfil de asistente.

“Estamos en los inicios de una profunda revolución del sector hotelero y de la gastronomía. El consumidor de alojamientos y de servicios gastronómicos ha evolucionado a pasos agigantados en los últimos años. Lo que le seduce es el contenido, la experiencia y lo que obtendrá con ella, ... el café incluido” afirma Manuel Bueno, director de HIP. Y es precisamente en este punto en el que la innovación debe ser aplicada, para dar respuesta a los requerimientos del cliente que, hoy por hoy, busca por encima de todo, mejorar su experiencia de consumo.

Las redes sociales que permiten conocer lo que cada consumidor de forma

individual expresa y, valorar o extender una opinión favorable o no sobre nuestro local; el concepto de geolocalización, que ofrece la posibilidad de realizar acciones comerciales en función de la ubicación geográfica del cliente; la profesionalización del servicio; la posibilidad de incorporar valores suplementarios al producto o al servicio objeto del negocio, entre otras acciones, son cuestiones que, según los expertos, marcan y marcarán diferencia entre los negocios innovadores y los que no lo son. Es importante conocer las nuevas tendencias y ser original además de perseverante.

En el segmento de la hostelería española, con una competencia voraz, se exige asumir riesgos, y, a fecha de hoy ya, entender que la calidad y la eficacia son dos ingredientes esenciales para el éxito de cualquier negocio del sector. El café hoy tiene personalidad, le habla al consumidor, y se ha convertido en el objeto deseado de nuevas experiencias para los que gustan de este producto. Ofrecer una diferente con cada taza, es misión primordial para los que abren a diario la puerta de su establecimiento para elaborar y servir café.

En esta primera edición de Hip, Fórum Café ha participado como Association Partner, aportando el punto de vista como expertos sobre “el valor diferencial del buen café para un establecimiento de hostelería”, así como la importancia de la formación barista para conseguir sacar el mejor partido a este valor. La ponencia, planteada como un dinámico workshop corrió a cargo del expresidente de Fórum Café y actual vocal de nuestra entidad, señor Javier Batalla quien contó con la colaboración frente a la máquina de café de la barista Taia Zahariya, estos dos últimos años, representante de Aragón en la Final de Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café. Además de esta intervención, nuestra entidad fue invitada a ofrecer una sesión práctica sobre la preparación correcta del café, de la cual se encargó la barista aragonesa.

Además de Fórum Café como institución, dos socios de nuestra entidad, Supracafé y Calidad Pascual, también participaron como ponentes en el congreso Hospitality 4.0 aportando su experiencia particular en el ámbito de la sostenibilidad.

S.C.

el valor ESTRATÉGICO DEL CAFÉ EN UN NEGOCIO de HOSTELERÍA

Todos los grandes esfuerzos de un negocio hostelero están relacionados con la calidad y el servicio, desde que el cliente entra por la puerta, se podría decir que incluso antes, desde el momento en que nos hacemos visibles para el público hasta que se va del local. En todo ese tiempo nos empleamos en un trabajo inmenso que esperamos tenga resultado a modo de cliente satisfecho que vaya volver e incluso nos vaya a recomendar.

Centrándonos en el momento final de este trabajo, encontramos el café, el último gusto (que no el único) que nuestro cliente se va a llevar del nuestro local. Quizás después recuerde lo bueno que estaba el plato o la calidad del servicio, pero el gusto que más presente va a estar al final, incluso antes de llegar la cuenta, será el del café.

Y si es importante ofrecer a nuestro cliente un buen café para que repita visita a nuestro establecimiento, lo es también para asegurarnos la nada menospreciable aportación que este producto puede aportar al punto crítico en la base nuestro negocio y que en establecimientos de restauración convencional puede suponer entre un 5 – 10% de todo lo que compone el servicio, mientras que un negocio enfocado a una oferta de cafetería, este porcentaje se puede incrementar hasta el 33%.

La creciente demanda del cliente de productos de calidad y bien elaborados debe ser tomada en consideración, también, en cuanto a café se refiere, incluso más que en otros productos, teniendo, sobre todo en cuenta que el café es una elaboración que se sirven en muchas ocasiones sólo, sin ningún otro producto que pueda rectificar cualquier desviación de sabor u aroma y que, cuando sí es presentado en elaboraciones a base de más ingredientes, su paladar es

tan característico que la calidad debe ser tenida en cuenta para contribuir positivamente y no restar en la preparación final.

Cada día hay una mayor cultura de productos en general y en el caso del café también, por lo que no estar en ese carro puede llevar a que un establecimiento se quede descolgado de las preferencias de ese consumidor que si buscará otros establecimientos que satisfagan sus necesidades. Estos datos deberían servir para tomar conciencia en la elección de un producto y servicio tan importante como el café.

El mercado de este producto ha evolucionado mucho y es posible encontrar torrefactores que ofrecen todo lo necesario para que el café sea un gran compañero de viaje para cada establecimiento, desde cafés adaptados a cada situación pasando por la maquinaria y vajilla adecuada, hasta la formación y cultura barista necesaria para poder elaborarlo de la mejor manera. Dejarse asesorar por expertos y contar con la colaboración de pro-

fesionales de la elaboración y servicio del café, baristas, va a contribuir, sin duda, a que el establecimiento pueda ser puntero ante un consumidor cada día más exigente y al que hay que cuidar cada día.

Y por lo que se refiere a la parte económica, tengamos en cuenta que la finalidad de un negocio es que sea rentable, el café puede ayudar a mejorar esa rentabilidad de una manera notoria. Y como ejemplo sirva el siguiente dato: tomando como base como precio de venta de un café, 1,20 €, el incremento de un solo kilo más de café a la semana para un establecimiento puede suponerle a ese negocio una facturación extra de 43.000 € al cabo de cinco 5 años. Si a ello le sumamos que el café suele ir acompañado de algún producto más, el aporte a las arcas de nuestro negocio es todavía mayor.

Tomemos el café como una gran oportunidad, busquemos cafés de calidad, bien elaborados, con personal formado, que nos permitan ser un referente para los consumidores y hacer de cada establecimiento un negocio rentable.

Javier Batalla

Expresidente Fórum Cultural del Café

El incremento de un solo kilo de café más a la semana en un establecimiento de hostelería puede suponerle a ese negocio una facturación extra de 43.000 en 5 años





los NEGOCIOS sostenibles SON simplemente BUENOS NEGOCIOS

Dice Philip Kotler que ... **“En la paradoja de la globalización, la inquietud y deseo genéricos de los consumidores es convertir la sociedad – y el mundo en general- en un lugar mejor, e incluso ideal, en el que vivir. Por lo tanto, las empresas que pretendan convertirse en iconos deberán compartir ese mismo sueño con los consumidores y esforzarse por marcar la diferencia”.**

Es difícil pensar cómo se puede conseguir este objetivo si la SOSTENIBILIDAD, en mayúsculas, no forma parte del ADN de nuestras empresas, de nuestros proyectos. Ya empieza a ser generalizada la forma de pensar que mantiene que la sostenibilidad, más allá de ser un anhelo compartido, es una necesidad. En cualquiera de sus derivadas económica, social o ambiental, la sostenibilidad se convierte en un requisito indispensable para la supervivencia y continuidad del negocio, de los buenos negocios.

Desde mi punto de vista, lo curioso es que todavía sigamos planteando el tema como necesidad o requisito, como si supusiera algún tipo de carga o gravamen que lastrara el desarrollo de nuestra actividad. Claro que es una necesidad y un requisito, pero mucho más allá de serlo, la sostenibilidad se convierte en un motor de desarrollo para nuestras organizaciones y en un impulsor de nuestro saber hacer como negocio.

Con la experiencia acumulada durante los últimos 30 años de actividad profesional en el mundo del café, cada vez tengo más claro que la sostenibilidad es un elemento clave de nuestro negocio. Me permite trabajar de la mano de los productores en la generación de valor a través de las mejoras técnicas, lo que supone al mismo tiempo una mejora en la calidad y un aseguramiento del suministro. El progreso de nuestro negocio depende del progreso e innovación del negocio de los

caficultores que se convierten, de esta forma, en verdaderos socios de su negocio, en lo que se puede denominar un gana-gana. No se trata de quedarse con la mayor parte del pequeño pastel, sino de generar una gran tarta de la que podamos participar todos.

Son muchos los campos de actuación y las áreas a desarrollar para ir cumpliendo con los grandes retos que tenemos planteados hoy a nivel global y que las Naciones Unidas han sintetizado en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODs). Es enorme el campo de actuación, de oportunidades que se generan para nuestras empresas a la hora de generar valor, un valor que debe ser compartido para cumplir con estos objetivos, un valor que debe ser asegurado para las futuras generaciones.

El desarrollo social, asociado al progreso económico generado se convierte, asimismo, en un generador de nuevas oportunidades de negocio. En nuestro caso nos permite plantear negocios paralelos de agroturismo, aprovechamiento de subproductos, desarrollo de nuevos mercados emergentes, etc., y donde los aspectos relacionados con la conservación de la naturaleza son determinantes.


Son cada vez más las iniciativas, que se suman a los planteamientos de las Naciones Unidas en este sentido y aúnan esfuerzos de diferentes empresas, entidades y organizaciones, para construir lo que el director de UN Global Compact, Lise Kingo, denomina “el mundo sostenible de mañana”

Una de estas iniciativas, en el mundo del café, es la que desarrollamos desde el SUSTAINBLE COFFEE CHALLENGE, cuya visión es convertir el café en el primer producto agrícola sostenible cuando TODO el café sea producido de acuerdo con prácticas sostenibles.

En palabras también del Sr. Kingo, que suscribo totalmente, “Los negocios sostenibles son, simplemente, buenos negocios”.

Ricardo Oteros
Director General de Supracafé





**EL 98% DE
UNA TAZA DE CAFÉ
ES AGUA.
SI FILTRA EL CAFÉ,
¿POR QUÉ NO HACE
LO MISMO CON
EL AGUA?**

CON BRITA PROFESSIONAL.

Un agua mejor para su negocio,
la base perfecta para un café,
pan y pastas de la mejor calidad.



BRITA®



MOBILIDAD *sostenible* y COLABORATIVA en la **ÚLTIMA MILLA**

A estas alturas a muy pocos se les escapa ya que los efectos a corto y largo plazo de la contaminación atmosférica sobre la salud de las personas son muchos. La Organización Mundial de la Salud estima que 1 de cada 4 fallecimientos se deben a un medio ambiente contaminado y advierte que sólo podremos conseguir la prevención de las más de 100 enfermedades relacionadas con la contaminación del aire, agua y suelo, la radiación ultravioleta y el cambio climático contribuyendo a la mejora de todos estos aspectos en particular y el medio ambiente, en general.

Y este es uno de los retos más importantes en la RSC de Calidad Pascual, que desde hace ya tiempo trabaja en la minimización del impacto de su actividad en el medio ambiente. Es por ello que la firma arandina ha diseñado un Plan de Movilidad Sostenible en la

“última milla” que, gracias a la colaboración con grupos de interés - administraciones, clientes, consumidores y proveedores, está consiguiendo una reducción real del impacto ambiental de la firma.

Juan Carlos Espeso, Mobility Coordinators del Grupo, expuso en el Congreso Hospitality 4.0 de Hip, los detalles de este Plan con el que la mayor flota de vehículos con certificación ecológica de Europa - 2. 447 -, pretende reducir en un 20% sus emisiones de CO2 derivadas de la movilidad.

La apuesta que se plantea desde el punto de vista de la innovación,

contempla, además del uso de vehículos eléctricos y de gas licuado y de gas natural, la implementación de un software de diseño de rutas, que hace aún más eficientes los desplazamientos. Gracias a este programa informático dinámico e inteligente, se optimizan los trayectos diarios y así se contribuye tanto a la reducción de la huella de carbono del cliente como al descenso del tráfico rodado en las zonas especialmente vulnerables a la contaminación.

En palabras del Consejero de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid, Jaime González Taboada, el Plan de Grupo Pascual es un ejemplo inmejorable de anticipación, congratulándose de la capacidad de este tipo de iniciativas para convertirse en modelos éticos contagiosos.

En su misión, la firma de alimentación y bebidas ha fijado su interés en empresas innovadoras que puedan dar respuesta a sus necesidades, como el fabricante de vehículos Daimler Trucks que ha desarrollado el primer camión ligero de serie dotado de propulsión híbrida que reduce el consumo y emisiones contaminantes hasta un 23%. Calidad Pascual ya incorporado varias unidades a su flota.





FRANCOIS MONTÍ

Sobreviven mejor

LOS QUE SIEMPRE TIENEN INQUIETUDES

Francois Montí es periodista y escritor especializado en cócteles y destilados. De origen belga, pero afincado en España desde 2009, colabora en diversos medios internacionales y se ha convertido en referente, tanto por su visión crítica del mundo del cóctel como por su interés por las relaciones entre la coctelería y la cultura en general. Su cono cimiento del sector le ha valido un lugar como ponente en el programa de conferencias del segmento Bar&co de Hospitality Innovation Planet-Hip. Con él hemos hablado sobre el presente y futuro del bar en

España y también del café como uno de sus productos destacados.

Según el INE, España ha perdido durante el periodo 2010-2016, un total de 13.392 bares y restaurantes. ¿Seguirá esta tendencia? ¿Sobran estos establecimientos?

Sí y sí. España es y seguirá siendo un país de muchos bares y restaurantes, pero seguirá perdiendo locales. Claramente, los establecimientos que cierran 'sobran'. Ya sea por razones

económicas, políticas o sociales, no supieron encontrar su hueco. Incluso un restaurante de gran calidad, con personal de nivel, trato impecable y buena gestión puede fallar si no se encuentra en la buena calle – si 'sobra' donde se encuentra. También es cierto que las políticas anti noche de muchas ciudades españolas no ayudan, y esto no parece que vaya a cambiar – muchos establecimientos cierran porque 'sobran' según el mandatorio de turno.

¿Hay conceptos ya muertos que nunca más funcionarían? Y ¿Cuáles están llamados al éxito?

Nadie hubiese apostado un duro sobre la vuelta del vermut hace tan solo 5 años, así que es muy complicado hacer afirmaciones tajantes. Algo bien hecho puede volver a funcionar si se adapta a las nuevas circunstancias. En cuanto a los conceptos que tienen futuro, no digo nada nuevo si avanzo que los conceptos basados en el producto tienen perspectivas. En España se suele creer que se tiene un culto al producto que no se tiene en otros países y, a mi entender, es radicalmente falso. Es tan falso que somos incapaces de vender los mejores productos hasta dentro del propio país – cuantas veces habré tenido que escuchar cantar los méritos de jamones mediocres o de vermuts



caseros... Pero esto evoluciona y parece claro que abren cada vez más lugares donde se cuida de verdad un producto auténticamente bueno. La tendencia viene de fuera, así que seguramente se impondrá en este mercado tan fascinado por lo que no es suyo.

¿Además de la facturación y la pérdida de clientes que otras señales nos deben disparar las alarmas para aplicar un cambio a nuestro negocio y no acabar con él?

No es mi campo, pero como en todos los negocios me parece un error tener un planteamiento 'reactivo' (baja la facturación y no vuelven los clientes: tengo que cambiar algo). Sobreviven mejor los que siempre tienen inquietudes. Preguntarse qué se puede hacer mejor ayuda la persistencia en el tiempo. Me dispararía la alarma no haber cambiado mi oferta en seis meses, incluso si la sala sigue llena.

¿Quiénes son los que tienen más posibilidades de conseguir el éxito en la hostelería?

No siendo un consultor, no quiero hablar de lo que no me corresponde. Pero como cliente y observador, me parece claro que, uno, más allá de la capacidad para la gestión (precios, equipos, etc); dos, de la calidad de la hospitalidad y tres, de la calidad del producto ofrecido, lo que puede marcar la diferencia es entender el momento social y cultural que toca vivir.

Me explico: el concepto de restaurante triunfó a finales del siglo XVIII porque fue un formato adaptado a una sociedad más individualista y cansada de las mesas comunales con comida compartida de las tabernas de antaño. Los hoteles mataron a las posadas porque ofrecían cosas que la sociedad industrial y más móvil de finales del siglo XIX necesitaba. Claramente, para tener éxito no hace falta ser un Ritz o un Escoffier ni es necesario inventar el nuevo hotel, restaurante o cafetería.

También es cierto que algunos triunfaron por casualidad: basta ver con las bodegas de toda la vida que volvieron a cobrar vida cuando la gente volvió a tomar vermut. Pero no es menos cierto que el futuro puede pertenecer a los que saben leer el momento que les toca vivir y desarrollar ofertas que este momento les parece pedir.

¿Qué papel cree que jugará el café en el bar del futuro?

Las tendencias actuales van claramente hacia el mayor protagonismo de la calidad de los ingredientes. La gente quiere saber de dónde viene lo que ingieren, tanto por motivos de salud como ambientales. Siendo un producto base importado de países en vía de desarrollo, el café es parte esencial de este proceso. Toca defender prácticas comerciales justas y ofrecer cafés de orígenes preparados con respeto a la materia prima. Cada vez más consumidores lo van a exigir y es buena noticia, aunque, por razones obvias, el café del montón dispensado en la cafetería de toda la vida seguirá dominando.



¿Cree que el barista como especialista de la preparación y servicio del café es una profesión con un futuro?

Sí, por las razones antes expuestas. Trabajar con conocimiento de causa y ofrecer espacios donde el café es el rey solo se puede entender con profesionales formados y valorados. Siempre hubo buenos baristas en España, y, quizás por falta de cultura, solo escuchamos hablar de ellos los días de competición (ocurre un poco lo mismo en el mundo de los cócteles). Si sigue creciendo el interés por el buen café, la profesión tendrá más protagonismo donde de verdad vale: detrás de la barra.

¿Nos puede poner en situación y darnos cuatro pinceladas de cómo ha sido la evolución de la hostelería en España en las últimas décadas?

Solo puedo hablar de lo que me toca de cerca, que son los bares. Yo he visto en los últimos años diversificación de la oferta y ampliación de horarios, principalmente para luchar contra los efectos de la crisis. No sé hasta qué punto esta política funcionó (a veces, si sale mal la cosa es porque se hace mal la cosa, y hacer más de ella y por más tiempo no la hace mejor). También se ha despertado el concepto de la especialización. Puede ser otro efecto de la crisis: buscar conceptos diferenciales orientados a nichos de mercado.

¿Hacia dónde camina el futuro de los bares en España?, ¿cuáles son las tendencias?

Es más fácil observar las tendencias fuera que en España, porque en España suelen llegar tarde e incluso sobrevivir cuando han muerto en otros sitios. Ejemplo: siguen abriendo bares tipo speakeasy (clandestinos) y nos parecen "guay" aunque fuera, el concepto pasó de moda desde hace años. En el mundo de la coctelería, veo el desarrollo de bares con ofertas gastronómicas sencillas, pero de calidad, y la recuperación del aperitivo como concepto de bebida mezclada. Hay mucho más, pero estas dos cosas son muy adaptadas a las preferencias del público español y deberían hacer pensar los dueños de locales de coctelería ya que ellos suelen pretender imponer usos menos compatibles con el ritmo de vida local. Parece incomprensible, por ejemplo, que las coctelerías españolas apenas se aprovechen de la hora del aperitivo porque este se

toma en España al mediodía, cuando están cerradas. Y además no suelen tener oferta de combinados de baja graduación.

¿Pero con que tipos de cliente pretenden trabajar? ¿Directivos italianos?

Si tuviera de destacar tres casos de éxito en el mundo del bar, ¿en cuáles nos haría prestar atención?

Solo voy a mencionar dos. Uno histórico y uno presente. En España, en el mundo del bar, no hubo mayor historia de éxito que la de Pedro Chicote. Estamos hablando de un hombre humilde que, ejerciendo un oficio de poco prestigio, supo convertirse en icono de la vida cultural española. ¡Hasta llegó a tener su propia colonia! Fue un pionero tanto en cuanto a la oferta que proponía su local como en cuanto a la mercadotecnia del mismo. Mantener un establecimiento en la Gran Vía durante 46 años es algo digno de respetar. Sigue ahí el local 40 años después de su muerte, pero ha conocido mejores tiempos...

El local que más me ha impresionado últimamente es un pequeño bar, una vermutería, en Burgos, a escasos metros de la catedral. Llegué ahí un domingo, y la cosa era digna de ver. El local rebosaba de gente, lo que tampoco es único en un país tan gregario, pero lo que me llamó la atención fue la calidad del trato y del producto (las tapas aperitivas eran de muy alto nivel). El marco suponía una modernización del concepto de vermutería (estamos lejos del estilo falso vintage) y tengo entendido que hasta las marcas de vermut y de otros tipos de bebidas aperitivas se sorprenden de las cantidades que se venden ahí. Parece atrevido presentar este local como un ejemplo de éxito empresarial (por eso no lo nombro). Sin embargo, une muchas cosas necesarias para dejar su huella: buena oferta en un sitio donde la gente quiere pasar tiempo, con una organización que permite atender a muchísimos clientes sin espera o baja en calidad y, sobre todo, un concepto ideal para aprovechar las tendencias actuales. Un modelo. A ver como evoluciona con el tiempo.

Susanna Cuadras

Sobre François Monti



Este escritor y periodista lleva a cabo, principalmente, su labor de investigación, en torno a la historia del cóctel y de los grandes bartenders. Ha publicado en Francia los libros 'Prohibitions' (2014), un repaso histórico sobre las políticas estatales contra el alcohol, y '101 Cocktails' (2015), un recorrido a través de 200 años de recetas. El Gran Libro Del Vermut (2015) es su primer título publicado en castellano. Ha dado masterclasses y seminarios para numerosas marcas y eventos, entre los cuales figuran Tales of the Cocktail y Paris Cocktail Festival.



SOLIDARIDAD *cafetera* FÓRUMCAFÉ & CAFÉ MUNDI *en* COSTARICA

Fórum Café colabora desde hace ya cuatro años con Café Mundi en la gestión de proyectos solidarios en comunidades productoras de café en diferentes países. El objetivo de todos ellos es mejorar las condiciones de vida y trabajo de los implicados en el primer eslabón de la cadena del café, apostando en todos los casos y forma especial, por aquellos proyectos que aseguren un beneficio inmediato en sus receptores.

Así cada año, Fórum Café recibe y busca proyectos que se puedan materializar en este sentido y presenta el que considera más relevante a Café Mundi. Esta Fundación española está formada por importadores y tostadores de café de nuestro país, que embarcándose en este proyecto asumen una importante responsabilidad solidaria.

Gracias a los conocimientos de los países productores de sus miembros e incluso la presencia in situ en algunos de ellos, Café Mundi se asegura la incidencia directa a las comunidades cafeteras, objeto de su ayuda, además del control sobre el terreno de la ejecución de los proyectos, en la práctica totalidad de los casos. Café Mundi, además, ha conseguido crear, desde su fundación, lazos de colaboración con organismos locales, cofinanciando con ellos algunos proyectos.

La fuente principal de ingresos de Café Mundi es la aportación de los socios colaboradores en formato de cuota anual. Los consumidores pueden identificar las empresas colaboradoras

con esta fundación a través de sello de la entidad en los paquetes de café y su comunicación donde se informa al cliente que parte del dinero que está gastando en la compra de ese café, se destina a la realización de proyectos de sostenibilidad y responsabilidad social en el tercer mundo.

Algunos de los proyectos más emblemáticos realizados por Café Mundi en estos últimos años son la subvención de la formación de productores ugandeses de café Busaanyi; el proyecto de la casa de acogida Cantinho Fliez en Caminho do Bem -Vera Cruz, estado de Sao Paulo en Brasil; los programas de atención sanitaria en la región etíope de Afar; la colaboración con escuelas de Uganda, Vietnam y Congo,...; o la subvención, también, del proyecto costarricense avalado por Fórum Café, de construcción de biojardineras para el tratamiento de las aguas grises en las zonas residenciales de las fincas cafetaleras donde se instalan los trabajadores temporales y sus familias.

Las obras de estas biojardineras fueron visitadas por Carolina Hernández, campeona nacional de Baristas Fórum Café 2013 que viajó al país como premio a su título. Las condiciones, explicó Carolina, en un reportaje sobre esta visita publicado en esta misma revista, "son muy precarias e insalubres, poniendo en peligro la salud de los que habitan allí, es por eso que estas actuaciones son tan importantes. Tomar como barista conciencia de estas realidades ayuda a una visión más realista, objetiva y, por ende, más justa

sobre el trabajo de los que producen el café y los que se involucran para mejorar las condiciones".

Otro proyecto que ha recibido el apoyo Café Mundi y de Fórum Café, además, de la visita del campeón nacional de baristas Fórum Café, en este caso de 2012, Sergio Rodríguez, es el gestionado por la Asociación de Productores de Cafés Especiales de Paraíso y Barahona, en República Dominicana, donde la construcción de un aljibe y también unos baños en los cafetales del municipio de Charco Blanco, han asegurado la supervivencia de las plantaciones en la zona y la disposición de los agricultores de hacerse cargo, gracias a la disponibilidad de recursos básicos como un aljibe donde proveerse de agua.

Proyecto 2016

Siguiendo los mismos objetivos y encerrando el mismo espíritu solidario, Fórum Café avaló por segundo año consecutivo un proyecto del Instituto de investigación IRET de la Universidad Nacional de Costa Rica y la Red Interuniversitaria Los Santos (Red ILOS) cuyos resultados se presentarán durante este mes de marzo. En este caso se ha trabajado en la elaboración de material educativo en el marco del proyecto de promoción de la salud y abordaje de la convivencia en el área cafetalera de Los Santos. El resultado se ha materializado en cuantioso material que se distribuirá a todos los sectores implicados en la producción de café en Costa Rica, desde Instituciones públicas, a caficultores, pasando por ingenieros y población recolectora inmigrante.

Durante todo el año, personal del IRET, del Instituto Tecnológico de Costa Rica y también, estudiantes de la Universidad Nacional han trabajado en el contenido de las fichas, videos, animaciones y podscats de carácter técnico y popular previstos en el proyecto y que tienen como temáticas principales, la promoción de la salud en las zonas cafetaleras (ambiental, comunitaria y laboral); el saneamiento básico rural, y el abordaje de la convivencia y los derechos que conlleva el desafío de la migración laboral, básicamente trabajadores nicaraguenses e indígenas ngöbe panameños a los cafetales de Costa Rica. En cada caso, los materiales desarrollados aportan soluciones y prácticas que permiten

con su aplicación mejorar las condiciones de vida y la convivencia entre las poblaciones que confluyen en el área cafetalera de Los Santos. Y todo, con el convencimiento de que el trabajo en todas estas áreas coadyuda a mejorar el ciclo productivo de un cultivo, el del café en Costa Rica, que apuesta por la seguridad, la justicia y el bienestar de los colectivos implicados.

Así, la información generada con este proyecto, se ha traducido en formatos con síntesis de información pensados para que puedan transmitir al público clave consejos fundamentales y herramientas prácticas para el manejo integral de fincas, en lo que respecta, tanto a buenas prácticas agrícolas; saneamiento básico rural; seguridad y salud laboral; y, también, derechos, organización y convivencia en localidades de confluencia migratoria laboral.

Con esta serie de materiales, se pretende continuar concientizando a las poblaciones que debe estar involucradas en la implementación de condiciones adecuadas y de prácticas más seguras de trabajo, en la dotación de infraestructura domiciliar para las y los trabajadores de las fincas y ser respetuosos con el medioambiente.

Además, esta información continua, sobretodo la relacionada con la convivencia en las fincas y la mejora de las condiciones de vida de los trabajadores emigrados es básica para el IRET y Red ILOS para luchar contra la actitud xenofóbica que prevalece en la zona hacia las y los trabajadores nicaragüenses y panameños. Es por ello que se incluyen diversos podscats contra el acoso y la discriminación, la protección de la niñez o la convivencia con la migración laboral. También se han desarrollado fichas, sobre el

registro y organización de cuadrillas en las fincas, la recolección del café y la salud, la higiene en las viviendas temporales de los inmigrantes o la eliminación del trabajo infantil y el trabajo adolescente peligroso, ... todo en línea de proyectos anteriores del IRET de la Universidad Nacional de Costa Rica y Red ILOS, apadrinados también por Fórum Café con la subvención de Café Mundi.

Fórum Café, además de la ya mencionada gestión de la candidatura, colaborará en la parte final del proyecto divulgando el material, en miras de promover una cultura de producción cafetalera social y ambientalmente responsable.

Proyecto 2017

Tras el éxito de colaboración con el IRET en Costa Rica, Fórum Café decidió a finales del pasado año presentar de nuevo a Café Mundi, un proyecto liderado por esta entidad, habiendo recibido con satisfacción por parte de todos, la aceptación de la Fundación española para subvencionarlo. En concreto, el proyecto consistirá en una campaña de sensibilización por la seguridad de la población y el medio ambiente frente al uso de determinados plaguicidas en la producción de café.

Para ello se trabajará en la creación de materiales de fácil difusión y también programas de formación y promoción de buenas prácticas que se mostrarán a los caficultores en tres talleres en fincas de Los Santos (cantón de León Cortés, provincia de San José), Valle Occidental (cantón de Naranjo, provincia de Alajuela) y Turrialba (provincia de Cartago), Costa Rica.

El trabajo de campo incluye entrevistas a actores claves de la producción del café en el país, desde productores y trabajadores a agentes de ventas y académicos. Se recuperarán experiencias agroecológicas probadas y validadas en el cultivo de este producto en sustitución de algunos plaguicidas peligrosos y que por varios motivos han generado resistencia al cambio por alternativas de menor impacto.

Todo este material será convertido en pequeños guiones para la grabación de podcasts, sintetizándose, además, la información para la generación de fichas populares ilustradas. Con el material ya editado, se procederá a la promoción de las buenas prácticas que sustituyan los mencionados plaguicidas y se mostrará sobre el terreno a los caficultores, las ventajas del uso de prácticas alternativas a los PAPS (plaguicidas altamente peligrosos).

Adicionalmente, y tal y como se ha previsto con todo el material generado en el anterior proyecto dedicado a la promoción de la salud y abordaje de la convivencia en el área cafetalera de Los Santos, todos los soportes generados se realizarán en formatos aptos para que sean divulgados por medios tecnológicos como internet, y puedan ser vistos desde el ordenador o desde un teléfono móvil, uno de los medios de comunicación más utilizado por la mayoría de la población caficultora. Estos contenidos serán difundidos en redes sociales, y también a través de Fórum Café, habiéndose identificado el tipo de abordaje del proyecto como susceptible de ser aprovechado, también, por otros cultivos similares al del café donde también se utilicen PAPS.

Susanna Cuadras





CAFÉ & SALUD

GALLETAS *de* POSOS DE CAFÉ

NUEVOS USOS *saludables*

En nuestro anterior número, dedicábamos un amplio reportaje sobre los nuevos productos derivados del café, como las infusiones y la harina elaborada a partir de las cáscaras de las cerezas del café. Pues bien, justo al estrenar este año, llegaba del Instituto de Investigación de Ciencias de la Alimentación (CIAL) con sede en Madrid, la insólita propuesta de uso de los posos del café en el sector de la alimentación en base a los resultados de su investigación, en la que se demuestra que estos teóricamente hasta ahora, “deshechos” son una importante fuente natural sostenible de fibra dietética.

En concreto, el equipo de investigación liderado por la doctora M^a Dolores del Castillo, propone la utilización de los posos de café en la elaboración de productos de panadería, bollería y confitería, confirmando en su estudio publicado en el “Food Chemistry” que el consumo de este tipo de fibra aporta beneficios para la salud, tales como la prevención de enfermedades gastrointestinales cuya patogénesis se asocia a estrés oxidativo. Además, el equipo de investigación de la CIAL recomienda, el uso regular de esta fibra natural de café en la dieta, para lograr un mejor control del metabolismo energético y reducir el riesgo de padecer enfermedades crónicas no transmisibles.

La propuesta del Instituto de Investigación de Ciencias de la Alimentación (CIAL), de materializarse en una fórmula viable, puede resultar una excelente aportación al cuidado de nuestra salud, pero, también, un paso importante hacia la sostenibilidad del sector

del café y un aporte a la Bioeconomía, explica Dolores del Castillo. “Todo apunta que la producción de café se incrementará en los próximos años por lo que es necesario buscar estrategias que permitan revalorizar de un modo rentable y respetuoso con el medio ambiente los subproductos derivados de esta industria. Una de las maneras más rentables podría ser su utilización en la formulación de los alimentos llamados funcionales y/o para personas con requerimientos nutricionales particulares.

Desde la cosecha hasta la elaboración de la bebida de café se producen hasta 5 tipos distintos de subproductos. Después de la cosecha y durante el procesado del grano de café, dependiendo de si el proceso es húmedo o seco, los subproductos que se generan son de naturaleza distinta. Durante el procesamiento por vía húmeda se genera pergamino; mientras que, siguiendo el proceso seco se genera cascara de café. Durante el tostado se libera un solo subproducto conocido como cascarilla de café o piel de plata. La elaboración de la bebida da lugar a la producción de posos o marros de café. Este último subproducto es el más abundante (≈ 45%) de todos los generados durante el procesado del café, explica P.S Murthy, en su trabajo, “Extraction, characterization and bioactivity of coffee anthocyanins” publicado en 2012, en el European Journal of Biological Sciences. A tener en cuenta, también, el marro generado durante la elaboración de la bebida a nivel industrial, concretamente en el proceso de elaboración del café soluble o instantáneo.

Todo ello es lo que ha llevado a investigadores del CIAL a trabajar en el desarrollo de una formulación alimentaria a partir de los posos del café.

En el artículo, el equipo científico describe el proceso seguido para la obtención del ingrediente citado. Como materia prima, emplearon posos de café derivados de la obtención a nivel industrial de café instantáneo, y estudiaron las propiedades fisicoquímicas, estabilidad térmica, resistencia al proceso de digestión gastrointestinal y seguridad alimentaria de la fibra de café.

Los resultados que obtuvieron indican que los posos son una fuente natural sostenible de fibra dietética con propiedades antioxidantes y también de otros componentes de interés nutricional, tales como aminoácidos esenciales o carbohidratos con bajo índice glicémico. Por ello, este grupo de investigación decidió utilizar los posos del café como ingrediente alimentario en galletas para consumo humano para demostrar su hallazgo.

“Las formulaciones de galletas estudiadas, que incluyen además otros ingredientes funcionales tales como edulcorantes hipocalóricos y fructooligosacáridos, responden a las demandas de calidad nutricional y sensorial de los consumidores actuales y presentan potencial para reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles tales como la obesidad y la diabetes” explica la Dra. Dolores del Castillo, investigadora Científica del CSIC con destino en el CIAL. “Es más, estudios in vitro indican que estas galletas presentan menor poder calórico e igual capacidad saciante que



las galletas elaboradas siguiendo una receta tradicional con azúcar añadido. La fibra antioxidante del café estimula la secreción de hormonas saciantes” añade la investigadora.

En la actualidad, los científicos autores de estas investigaciones trabajan para obtener nuevos datos que permitan completar el aval de este subproducto de la industria del café como ingrediente alimentario para el consumo humano con objetivo de facilitar, así, la transferencia del resultado a la industria alimentaria. Las investigaciones en curso incluyen estudios toxicológicos y de profundización en la caracterización química, biológica y tecnológica del ingrediente, y se enmarcan en un proyecto en el que participan investigadores del CSIC, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Granada.

La Receta

Según consta en la patente de invención de la formulación alimentaria que comprende marros de café y sus aplicaciones, una de las fórmulas investigadas por el equipo liderado por la Dra. Del Castillo que mejor aceptación obtuvieron entre los consumidores testados es la siguiente. También han desarrollado recetas con formulación apta para celíacos y con bajo contenido en azúcar:

Preparación de la masa (250 g):

Se pesan 24 g de aceite de girasol, 1 g de lecitina de soja, 30 g de sacarosa y 0,7 g de stevia. En este orden se adicionan a un bol de plástico y se remueven.

A continuación, se añaden 150 g de harina de soja y 10 g de marros –en este caso concreto, derivados del proceso industrial para la obtención de café instantáneo- que son adicionados al bol y mezclados.

El resto de ingredientes, 1 g de sal, 1,5 g de levadura química y ralladura de medio limón son pesados y se adicionan a la mezcla, removiendo bien. Finalmente, se adicionan 40 g agua (mineral embotellada) poco a poco y se trabaja la masa con las manos, hasta que quede una masa de consistencia adecuada.

También se pueden incluir otros ingredientes para mejorar el aspecto visual, a través de colorantes naturales

y artificiales, pigmentos, y compuestos que los contienen. Entre los colorantes se incluyen: carotenos, cúrcuma, azafrán, té verde matcha, o cacao en polvo desgrasado, entre otros.

Se deja reposar la masa en el mismo bol unos 25-30 minutos.

En segundo lugar, se realiza el boleado y moldeado de la masa. En tercer lugar, se lleva a cabo el horneado a 180°C 15 min aproximadamente.

Composición química de marros de Café Robusta derivados del proceso industrial para la obtención del café instantáneo.

Capacidad antioxidante total

ABTS DIRECTO (mg eq. CGA/100 mg)	0.33 ± 0.17
Proteínas (g/100g)	8.08
Fibra total en marros (g/100g)	82.86
Fibra soluble (%)	0.53 ± 0.00
Fibra insoluble (%)	82



Últimos estudios

En el momento de cierre de edición nos llega la noticia de los resultados de una nueva investigación que avalan una vez más los efectos saludables del consumo moderado de café para nuestra salud.

En este caso la información parte de la Universidad de Stanford (California) y asegura que la cafeína puede protegernos contra un proceso inflamatorio derivado de la edad presente en ciertos adultos mayores, pero no todos.

Cuando este proceso está muy activo, las personas que lo padecen sufren de presión alta y arterias rígidas, incrementando el riesgo de sufrir muchas enfermedades graves del corazón, algunos tipos de cánceres, demencia e incluso depresión.


Pues bien, el equipo de investigación de la Universidad de Stanford, liderado por el Doctor David Furman, han logrado confirmar que la cafeína bloquea este proceso inflamatorio, ejerciendo un efecto protector en contra del envejecimiento avanzado.

Los científicos sustentan su teoría en los resultados de un estudio multinivel en el que analizaron la sangre de personas de 20 años y de personas de más de 60. Encontraron que los participantes mayores tenían una mayor actividad de genes asociados con la producción de cierta proteína inflamatoria, llamada interleucina-1 (IL-1-be-

ta). Tomando como base este segundo grupo de ciudadanos, descubrieron que las personas con una mayor activación de esos genes informaron beber menos cafeína que los del grupo de baja activación. También eran más propensos a tener presión arterial alta, arterias obstruidas (un factor de riesgo de enfermedades cardíaca) y concentraciones más altas de IL-1-beta en la sangre, así como una mayor actividad de los radicales libres – moléculas sin carga que pueden causar daño celular – y una serie de metabolitos de ácidos nucleicos que son producidos por la actividad de los radicales libres.

Para la comprobar la relación de la presencia de cafeína y la menor actividad de los genes causantes del proceso subyacente a la edad, los investigadores añadieron compuestos que causan inflamación en las células del sistema inmunitario en el laboratorio, y luego agregaron cafeína a la mezcla. En ese momento tuvieron la evidencia de que la cafeína impidió que esos compuestos produjeran sus efectos inflamatorios.

Para los investigadores de Stanford su descubrimiento, publicado en el diario Nature Medicine, es un paso más a las investigaciones anteriores en este mismo sentido y que ya habían determinado cierta relación entre la cafeína y la presencia más baja de IL-1beta en sangre, aunque no se había podido demostrar rigurosamente, en pruebas de



laboratorio, hasta ahora. “Ahora, ha dicho el Dr. Mark Davids, sabemos que la cafeína puede prevenir la inflamación desencadenada por los metabolitos de ácidos nucleicos y estos nos abre la posibilidad de prevenir y tratar ciertas enfermedades en el futuro”.

Al hilo de este descubrimiento, algunos investigadores han recuperado los resultados del estudio realizado hace unos años por la Universidad de Atenas en la isla de Ikaria, donde la esperanza de vida de su población supera la media europea de longevidad.

Los habitantes de esta isla griega viven en su mayoría entre 90 y 100 años, y sufren con menor frecuencia, también de la media, enfermedades propias

de la edad como el Alzheimer o los accidentes cardiovasculares. Como denominador común, además de una dieta mediterránea, la siesta y el paseo diario, la investigación certificó el consumo regular de café, preparado en este caso al estilo tradicional griego, café hervido.





WEGA SLAYER

LA COMBINACIÓN PERFECTA



EXPERIENCE COFFEE CUP

Entra en www.experiencecoffeecup.com y descúbrelo

SLAYER

WEGA®



Instituto de Educación Secundaria

IES DE FOZ

CAFETO

El IES de Foz en Foz (Lugo) es centro de formación barista en España, vivero de profesionales de la preparación y servicio de café, y, desde hace diez años, sede del Campeonato de Baristas para Escuelas de Hostelería de Galicia, Asturias, Cantabria, León y Portugal. En este Instituto, además, se celebra, un campeonato de cata internacional y uno de baristas profesionales.

La atención al mundo del café de este centro ha sido recientemente premiada por "La Alacena Roja" que otorgó el pasado mes de diciembre el galardón de la categoría "Del beber" a esta escuela en reconocimiento al trabajo que realiza cada año para organizar y divulgar su Campeonato Internacional de Baristas y el trabajo de estos profesionales del café.

El IES de Foz ofrece todo tipo de enseñanzas relacionadas con el mundo de la hostelería y la restauración, con ciclos en cocina y gastronomía, actividades comerciales, servicios administrativos, o dirección de cocina, entre otros.



LA RECETA

Esta es una receta original de Conchi Carreiras, compuesta por diferentes elementos que requieren una preparación independiente antes de presentarse juntos en el plato, donde conforman un armónico y delicioso bocado. Es por este motivo que se detallaran los diferentes elementos junto su elaboración en bloques diferenciados, reservando para el emplatado los detalles de montaje del plato. Los gramajes de los ingredientes están pensados para 4 servicios. Cafeto

ESPONJA DE CAFÉ:

Ingredientes
200 g de café
50 g leche
5 hojas de gelatina
50 g de azúcar

Elaboración
Mezclar todo y dejarlo cuajar, después romper y montar. Estirar en bandeja y cortar de la forma rectangular.

ÁTOMOS DE FRUTA:

Ingredientes
400 g de manzana
100 g de azúcar moreno
400 g de pera
50 g de mantequilla

Elaboración
Pelar la fruta y hacer bolas. Poner el azúcar moreno en un cazo al fuego, dejar que se caramelicé e incorporar la mantequilla y un poco de agua, verter las esferas en el caramelo y saltear a fuego lento.

ESPONJA DE LECHE:

Ingredientes
500 ml de leche
20 ud de gelatina cola de pescado
1 rama de canela
100 g de azúcar
Ralladura de limón

Elaboración

Infusionar la leche con la canela, el azúcar y la ralladura. Colar y añadir la gelatina hidratada y dejar solidificar. Cuando esté fría y sólida, montamos como si fuera nata hasta triplicar volumen. Metemos en un molde y cuajamos 24 horas. Dividimos de la forma rectangular para emplatar.

SOPA DE MENTA E HIERBABUENA:

Ingredientes
100 g de menta
100 g de hierbabuena
200 g de agua,
c.s. azúcar
20 g de Xilitol

Elaboración

Escaldamos la menta y la hierbabuena, añadimos el Xilitol y enfriamos el agua, la menta y la hierba buena por separado. Pasamos por la turmix todo y colamos por filtro fino. Ponemos a punto de azúcar.

EMPLATADO

Hacemos una tierra con un bizcocho de naranja y colocamos en la parte de abajo del plato. Colocamos, a continuación, unos puntos de gelatina de café y de sopa de menta y disponemos encima de la tierra, los rectángulos, abajo la esponja de leche, y encima la de café, dejando un centímetro por cada lado. Colocamos los átomos de fruta al lado y el plato ya está a punto para ser servido.



*Institut Escola d'Hoteleria i
Turisme de Barcelona*

EHTB

ARROZ CON ESPUMA DE CAFÉ Y ESFERAS DE AZAFRÁN

Hace 9 años el Institut Escola d'Hoteleria i Turisme de Barcelona- EHTB abrió sus puertas. Desde el primer día tanto la dirección como los profesores creyeron en la profesión del Barista y es por este motivo que la escuela ha sido fiel colaborador en la organización de diversos campeonatos provinciales y autonómicos, obteniendo, además, a lo largo de estos nueve años varios premios.

La formación del profesor en este ámbito se realiza de forma continuada, convocándose cursos y/o jornadas de refuerzo y especialización. La escuela dispone, asimismo, de una excelente infraestructura para el barista (maquinaria, vajilla..) y, por supuesto, trabaja la mejor materia prima en café.

Mediante todos estos recursos se consigue preparar unos excelentes espressos y Latte Art y desde hace ya 7 años, además, se sirven en el restaurante de la escuela, cafés filtrados delante del cliente.

La vinculación de la escuela con Fórum Cultural del Café es total, siendo la EHTB, colaboradora habitual de la entidad. La última colaboración se realizó en la pasada edición del Salón Hostelco, donde Fórum Café organizó diversos campeonatos que contaron con diversos alumnos en prácticas de esta escuela que asistieron a participantes, jueces y organización en la buena marcha de todas las actividades.



LA RECETA

El presente plato es una receta original de Adrián Sanz, alumno de segundo curso de Dirección de Cocina del EHTB. Con este Arroz con espuma de café y esferas de azafrán, Sanz ganó el Concurso de Arroces Montsià del año 2014.

Ingredientes para 8 personas

Arroz Montsià Extra 640 gr
Conejo 2,5 kg
Costilla de cerdo 1,3 kg
Ajo 3 gr
Cebolla 500 gr
Tomate 150 gr
Gelatina en polvo 10 gr
Leche 600 ml
Azafrán 0,5 gr
Sal 2gr
Aceite de oliva suave 2 l
Café molido Etiopía Sidamo 6 gr
Aceite esencial Ylang-Ylang 0,05 ml
Agua 4l
Guisantes 15 gr
Ajo negro 3 gr

Elaboración

1. Cortar 300gr de cebolla a brunoise y caramelizar.
2. Limpiar el conejo, separar las costillas y realizar limpiar las cosillas como en el carré. Trocear el resto del conejo para fondo.
3. Cortar la costilla a trozos.
4. Realizar un fondo con 600 gr de costilla, los restos de conejo y 250 gr de cebolla.
5. Confitar las costillas de cerdo.
6. Realizar el café con el aeropress. Reservar.
7. Calentar 40 gr de cebolla caramelizada junto con la leche, el ajo negro, el café y el aceite esencial. Infundir a vacío a 60°C 1h.

8. Confitar el azafrán junto con 20 gr de aceite de oliva durante 1 minuto, agregar 150 ml de caldo y escalfar. Cuando alcance los 65°C añadir la gelatina en polvo y mezclar.

9. Hacer un baño maría invertido y poner el aceite bien frío. Formar gotas con la mezcla de azafrán y verter encima del aceite frío formando esferas. Dejar reposar 1 min en el aceite y colar.

10. Cortar las costillas ya cocinadas a macedonia.

11. Cortar 60 gr de cebolla y el ajo a brunoise. Rallar el tomate.

12. En la cazuela: pochar la cebolla y reservar. Dorar las costillas de cerdo, agregar el ajo y a continuación el tomate. Cuando el tomate haya reducido añadir el arroz y dorar ligeramente. Verter el caldo bien caliente y cocer el arroz

13. Colar la leche con cebolla y agregar la gelatina vegetal a la leche (6gr) y disponer en el sifón. Cargar con 2 cargas.

14. Confitar las costillas de conejo, cortar individualmente y marcar en el último momento.

15. Emplatlar.

Utensilios y equipos

Sifón y cargas
Sartén antiadherente 12 cm
Cucharón 125 ml
Espátula
Aeropress
Jeringa 20 ml
Barillas
Cazuela hierro 29 cm
3x Bolsas de vacío
Media marmita 29 cm
Colador chino
4x Gastronorm 1/6
Triangulo chino
3x Cazo 12 cm
Colador
Balanza de precisión

BIBLIOGRAFÍA

El Ladrón de Café

Tom Hillenbrand

Editorial Grijalbo. 2016

La Europa de finales del siglo XVII está fascinada por el café, pero sólo los turcos pueden comercializarlo. Quien consiga una planta de café y logre producir lo suficiente para vender... será rico.

“El Ladrón de Café” es una novela de ficción histórica ambientada en el XVII en la que se combina magistralmente la aventura de un robo audaz y la gran hazaña de conseguir traer café a Europa. El relato está repleto de intrigas, conspiración y persecuciones, y consigue un retrato espléndido de una época donde el avance de las ideas, el conocimiento y los ingenios mecánicos de todo tipo empezaba a cambiar el rumbo de la Historia.

En aquella época, sentarse en un café para degustar una cara y exótica infusión, el kahvesi, era el pasatiempo más popular en las grandes capitales europeas. Pero el verdadero negocio del café -su cultivo y su comercio- estaba controlado únicamente por los turcos. Algo que los comerciantes más importantes de Europa no estaban dispuestos a seguir consistiendo.

El protagonista de la novela de T. Hillenbrand es Obediah Chaldon, un joven terrateniente inglés, filósofo y aventurero que tras arruinarse en el mercado de valores de Londres y falsificar unas letras de cambio, acaba en una cárcel de Amsterdam. Allí, un hombre de negocios de la todopoderosa Compañía Holandesa de las Indias Orientales le propone un curioso trato: la libertad y una jugosa compensación económica a cambio de que le consiga una planta de café.

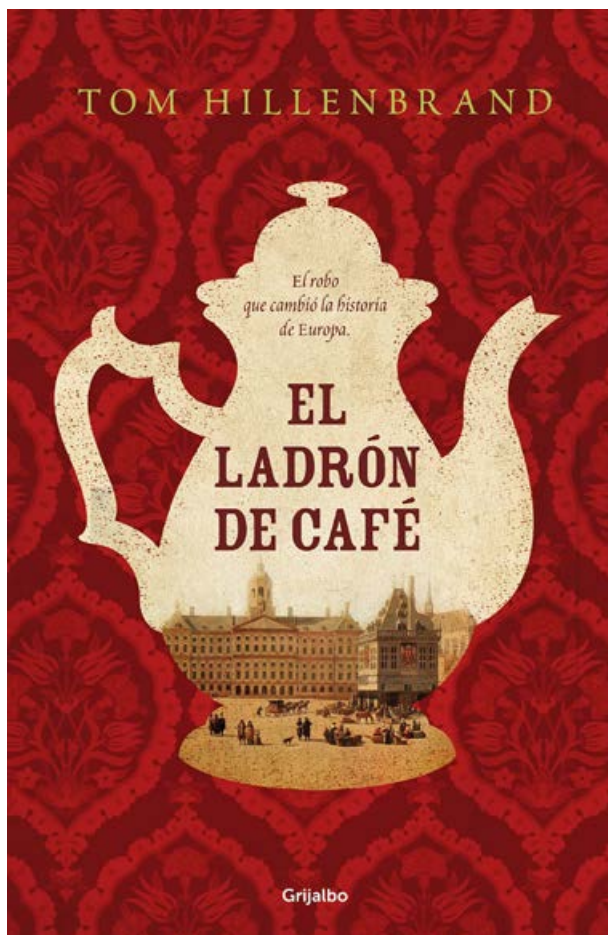
Se trata de una misión delicada que puede costarle el cuello... y es que

quien se acerca a los cultivos que tienen los turcos en la península arábiga, es castigado con la muerte. El joven inglés debe idear, pues, un plan audaz y aliarse con varios personajes peculiares muy variopintos para que esta aventura sea un éxito: capitanes, marineros, farsantes, ladrones o botánicos... Entretanto, un mosquetero, puesto al corriente de las intenciones de Chaldon, intentará descubrir primero y evitar después que esta operación salga adelante.

La novela contiene excelente documentación de toda aquella época y a pesar de ser una historia de ficción está basada en un contexto histórico real donde muchos de sus personajes son reales: Luis el Grande, Luis de Borbón, filósofos o científicos...

A través de las páginas de este libro viajaremos cuatro siglos atrás, descubriendo la época dorada de los mosqueteros, disfrutando de pequeños detalles de antiguas civilizaciones y descubriendo la importancia del café antiguamente: era un monopolio de la península arábiga y nos relata la importancia de poder traer vivas las plantas y poderlas cultivar en Europa.

A la historia, además, no le falta su toque romántico, sus intrigas palaciegas y un final realmente sorprendente.



BIBLIO



QUE EL TAMAÑO NO TE ENGAÑE

E5 ESSENTIAL OD

PANTALLA TÁCTIL

7Gr 2,5Seg

FRESAS PLANAS Ø58MM

COMPAK[®]
COFFEE GRINDING COMPANY



Leche
Pascual[®]
uperisada

**extra
CREME**
Selección



NUESTRA MEJOR LECHE,
PARA EL MEJOR CAFÉ.

Leche
Pascual[®]
uperisada

Leche oficial 2016

 **fórumcafé**
Fórum Cultural del Café