

# fórumcafé

► 2022 N90 | [forumdelcafe.com](http://forumdelcafe.com)



CAFÉ DEL CONGO - 6

NUEVO ACUERDO  
INTERNACIONAL DEL CAFÉ - 14

MERCADO ESPAÑOL  
DEL CAFÉ RTD - 25



Water Experts  
Coffee lovers

  
water + more



## Momentos para disfrutar de un café con todo su aroma y sabor

EL AGUA ES UN INGREDIENTE INDISPENSABLE EN LA PREPARACIÓN DE CUALQUIER BEBIDA Y EN **BWT** LO SABEMOS:

- AGUA DE CALIDAD, SEGURA E HIGIÉNICA
- TRATAMIENTOS ESPECÍFICOS
- CONOCIMIENTO EXHAUSTIVO DE LOS EQUIPOS Y SERVICIOS
- AMPLIA EXPERIENCIA Y UN SERVICIO INMEJORABLE



## EL ROSA HA VUELTO A LA F1 CON BWT ALPINE F1 TEAM

Y JUNTOS HEMOS CONVERTIDO EL PADDOCK EN UNA **BOTTLE FREE ZONE**, CON LOS FILTROS DE **BWT**, QUE MEJORAN LA CALIDAD DEL AGUA LOCAL.



# SUMARIO

04	<b>EDITORIAL</b>
06	<b>ORIGEN</b> - CAFÉ DE LA REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO
11	<b>MERCADO</b> - EL VALOR DEL CAFÉ COMO RITUAL MADE IN ITALY
14	- NUEVO ACUERDO INTERNACIONAL DEL CAFÉ
16	- LA SOSTENIBILIDAD EN EL CAFÉ (PARTE 3). SECTOR HOSTELERÍA
19	- EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ESPAÑA
20	- FMPC Y NUEVOS RETOS PARA LA IMPORTACIÓN EUROPEA DE CAFÉS
22	<b>ACTUALIDAD Y TENDENCIAS</b> - BLENDS DE ESPECIALIDAD Y CAFÉS DE TEMPORADA
24	- EL CONSUMO DE CAFÉ EN ESTADOS UNIDOS
25	<b>INFORME</b> - MERCADO ESPAÑOL DE CAFÉ RTD
29	<b>ENTREVISTA</b> - DAVID TOMÁS, PRESIDENTE DE FÓRUM CAFÉ
32	<b>FÓRUM CAFÉ 25 AÑOS</b> - HISTORIA DE FÓRUM CAFÉ (PARTE 3). COMPETICIONES FÓRUM CAFÉ
40	<b>CALIDAD</b> - ENTENDIENDO LA RATIO DE PREPARACIÓN DEL ESPRESSO
42	- BYPASSING. QUÉ CUÁNDO Y CÓMO
43	- J. ROBERTO MONTERROSO. CAMPEÓN TAZA EXCELENCIA GUATEMALA
44	- EFECTO DE LAS TEMPERATURAS Y TIEMPOS DE TUESTE EN EL GRANO
46	- DE PROFESIÓN: CATADOR DE CAFÉ
49	<b>SABÍAS QUE</b> - CAFÉ CALIENTE PARA LIBRARNOS DEL CALOR
50	- AÑO DEL CAFÉ SAUDITA
51	- CÁPSULAS BIODEGRADABLES EN EL FONDO MARINO
52	- COFFEE COIN, LA CRIPTOMONEDA DEL CAFÉ
53	<b>TÉ</b> - TÉ DE SRI LANKA
56	<b>UNIVERSO BARISTA</b> - FPBÁSICASKILLS GALICIA 2022
57	- MICHAELA RUAZOL-RECERCA, CAMPEONA MUNDIAL DE IBRIK/CEZVE
58	<b>NUEVOS CAFÉS</b> - VIETNAM. RUMBO AL CAFÉ ARÁBICA
60	<b>CAFÉ Y SALUD</b> - CAFÉ Y APRENDIZAJE
61	- CAFÉ Y TRASTORNO AFECTIVO ESTACIONAL
62	<b>MÁS QUE CAFÉ</b> - MUNDO ORENDA
64	<b>HISTORIAS CAFETERAS</b> - CAFÉS OQUENDO
66	- MOLINOS DE CAFÉ, CINCO SIGLOS DE INNOVACIÓN

Revista Fórum del Café ▶



Revista Fórum del Café online ▶



**Dirección, Edición y Coordinación:**

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

**Administración y Publicidad:**

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

**Redacción:**

Més Comunicació

**Maquetación:**

La Cova Studio | www.lacovastudio.com

**Impresión:**

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

**T**otalmente sumidos en unos momentos de cambio y transición, encaramos los últimos meses de este año con la esperanza puesta en la recuperación plena en 2023.

A pesar de los factores en contra, la inflación, la guerra en Ucrania, e incluso un pequeño incremento transitorio de casos de COVID a principios de verano, las estadísticas indican resultados positivos en la evolución de la recuperación del consumo tanto dentro como fuera del hogar, con unos resultados especialmente positivos en este último segmento de mercado, en el que el café es una de las bebidas con mayor demanda.

Los retos que tenemos por delante son muchos y no debemos menospreciar su envergadura, pero el sector está demostrando trabajar con base a unas líneas muy claras enfocadas a la sostenibilidad y la formación, equipando a las empresas con nuevos activos, recursos y herramientas que no solo contribuyen a su competitividad sino a la del sector español del café, en general.

En este objetivo, Fórum Café, como no podría ser de otra forma, camina junto a todas estas empresas y de acuerdo al nuevo plan estratégico de la Asociación, inicia una nueva etapa en su misión educativa, intensificando el foco en la formación dirigida al sector, a través de nuevas e interesantes propuestas entre las que se incluyen innovadores seminarios de mano de expertos nacionales e internacionales.

De igual modo, la Sostenibilidad es foco de atención constante para nuestra entidad que con afán de colaborar en el avance del sector en este ámbito y de toda la condena de valor del café en general, está utilizando y utilizará esta propia revista así como el resto de canales de comunicación de Fórum Café, eventos y otras convocatorias para dar voz a los diferentes eslabones de esta cadena y que sus logros, así como sus necesidades, puedan ser advertidos por el resto de actores, para optimizar los resultados y poder avanzar firmes y totalmente comprometidos hacia un sector, una economía y, en definitiva, hacia una sociedad, realmente sostenible que nos asegure a todos, un futuro posible.

Con 25 años ya cumplidos, Fórum Café es ya más que una asociación, es una comunidad proactiva, responsable, solidaria y cuyo compromiso con el sector y los retos que afrontamos como sociedad, tal y como estamos viendo en la infinidad de iniciativas enfocadas a la sostenibilidad que están surgiendo desde las empresas asociadas, merecen el mayor de los aplausos y reconocimientos. A todos y a cada uno, gracias por la contribución ■■

**Presidente:**

David Tomás

**Vicepresidente:**

Alejandro Basset

**Secretario:**

Carles González

**Tesorero:**

Félix Ignacio Alonso-Majagranzas

**Vocales:**

Ramón Alonso

Victoria Pamies

Guillermo Jauregui

Santiago Lascazas

Jaime Bernal

Juan José Mach

Raül Pont

Juan Díaz

Ricardo Oteros

Charo Baqué

Juan Carlos Rey

**Directora:**

Yolanda Bolaños



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

**GAGGIA**  
MILANO

# la Reale

L'innovazione che illumina  
la tradizione



ORIGEN

# EL CAFÉ EN LA REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO

Con una población estimada de 75 millones, la República Democrática del Congo es el cuarto país más poblado de África y uno de los cinco del mundo con un PIB per cápita más bajo, a pesar de contar entre sus principales recursos naturales con plata, oro, uranio, petróleo o gemas. La República Democrática del Congo goza, además, de un entorno natural y climatología muy favorable para la producción de café, durante años una de las principales fuentes de ingreso para el país, venida abajo por décadas de conflicto en este territorio. Ahora, diversos proyectos nacionales e internacionales trabajan para restaurar la reputación del café congoleño y reavivar la demanda de este origen, apostando para ello por la calidad y la trazabilidad.



Pocos cafés son tan desconocidos como el café de la República Democrática del Congo, un país, paradójicamente, con todas las características de suelo y clima favorables para una gran producción cafetera. La inestabilidad política de este territorio y las continuas disputas internas tras su independencia de Bélgica en 1964, han dificultado, sin embargo, en las últimas décadas, la evolución de una industria que tras su nacionalización en 1970 había llegado a representar una de las principales fuentes de ingresos por exportaciones del país.

A fecha de hoy, diversos proyectos trabajan en la recuperación del esplendor de la caficultura congoleña, habiendo conseguido, en muchos casos, producciones de calidad, disponibles ya en el mercado internacional, incluido el segmento de Cafés de Especialidad, en el que han incursionado varias comunidades de caficultores de este origen.

El crecimiento del protagonismo de las cooperativas, así como la mayor participación del sector privado en la industria cafetalera congoleña, ofrece la esperanza de que este

país podría alcanzar una mayor consistencia en un futuro no muy lejano, recuperando para el mercado un origen capaz de ofrecer muy buenos cafés.

## IDAS Y VENIDAS DEL CAFÉ EN EL CONGO

La historia del café de la República Democrática del Congo resulta casi tan convulsa como la del propio país, convertido en territorio de interés estratégico desde que los europeos empezaron a explorar la zona, a finales del siglo XIX. El rey belga Leopoldo II fue el primero en reclamar las

tierras congoleñas para su país, tras financiar uno de los viajes del periodista británico Henry Morton Stanley, famoso por sus expediciones al centro de África y, también, por su comprometido papel en las muchas atrocidades cometidas en estas tierras a mano de los colonizadores.

Algunas de las primeras referencias al cultivo de café organizado en la República Democrática del Congo datan de 1881, cuando se empezó a probar en la zona la idoneidad de plantas llegadas al territorio desde Liberia. Aún y así, el gran despegue de la producción cafetera congoleña no se produciría hasta unos años después, en 1917, cuando una ordenanza basada en indicaciones del agrónomo Edmond Lepplae, "padre de la agricultura colonial belga", impuso tanto cultivos alimentarios para el mercado interno, tales como la yuca o el arroz, como, también, cultivos industriales como el algodón, el té o el café para la exportación. Amparados por este marco, muchas grandes empresas coloniales, Crégéco, Comanco, Socouéle, ... no dejaron pasar la oportunidad de introducirse en el sector del café, lo que dio pie a una importante

**Diversos proyectos trabajan en recuperar el esplendor de la caficultura congoleña, apostando por cafés de alta calidad para ganar competitividad**

proliferación de plantaciones congoleñas en aquella época.

Fue a partir de 1928, aproximadamente, que se empezaron a introducir de forma masiva en la República Democrática del Congo, cafetos robustas provenientes de Indonesia y poblaciones forestales locales, consiguiendo no solo hacer frente a determinadas infecciones en las plantas, sino multiplicar por veinte la producción en seis años, hasta alcanzar las 12.000 toneladas en 1934.

## Las cooperativas se han convertido en un actor imprescindible en la recuperación de la producción de café en la RD Congo

Durante los años siguientes, la producción de café vivió sus primeros problemas a causa de la caída de los precios mundiales y la mayor rentabilidad de otros productos como el algodón o el caucho. Aún y así, el cultivo de este producto se mantuvo y en las décadas siguientes avanzó con paso firme hasta alcanzar el sexto lugar en el ranking mundial de países productores de café en 1953, con 33 mil toneladas.

En 1960, la producción se triplicó hasta las 90 mil toneladas y en las décadas siguientes, 1970 y 1980, alcanzó cantidades récord, tomando la cabecera de la producción en el país, las zonas cercanas al lago Kivu.

Pero tan pronto creció esta producción, como que cayó en pocos años, tras una nefasta gestión por parte del gobierno, ya independiente, del país, dirigido por el dictador Mobutu Sese Seko. Mientras el Congo se convertía en uno de los territorios más pobres del mundo, él se aseguraba una inmensa fortuna personal, que puso a salvo fuera del país.



Almacena Platform

Las luchas internas posteriores, y la guerra civil, entre junio de 1997 y diciembre de 1999, provocaron el desplome de la producción de café en el Congo, mientras que la corrupción hacía imposible vender al exterior el poco café disponible, obligando a los pequeños caficultores al contrabando de café. Esto, en muchos casos, significaba viajar de noche y cruzar el lago Kivu en pequeñas y precarias embarcaciones que a menudo se hundían con la carga y los caficultores a bordo.

### EL RENACIMIENTO DE LA INDUSTRIA CAFETERA

En 2012, el gobierno del país lanzó un programa para la reactivación del sector cafetero, superándose un año después la cifra de más de 11.000 caficultores activos, gran parte de ellos ubicados en regiones cafeteras como Kivu del Sur donde se dan condiciones óptimas para la producción de cafés arábicas de alta calidad, cuya producción, según datos de la AFCA, Asociación de Cafés Finos Africanos, superó las 12.000 toneladas, ya en 2020.

En su gran mayoría, el café de la República Democrática del Congo está producido en pequeñas explotaciones familiares, de no más de 1,5 hectáreas, que han encontrado en las cooperativas y, también, en algunas ONG y diversas empresas exportadoras el apoyo necesario que les permite asegurarse un café competitivo en el mercado.

Y es que hoy día, uno de los principales problemas a los que se siguen enfrentando los caficultores congoleños es la precariedad o incluso inexistencia, en determinadas áreas, de una red de carreteras transitables, conexión eléctrica, acceso a agua limpia e infraestructuras adecuadas para el procesamiento del grano, lo que hace realmente difícil que el café cultivado en las zonas más remotas del país llegue a los puntos de venta y distribución, si no es con ayuda externa. "Es gracias al trabajo de las cooperativas que la producción y cosecha del café cobra valor", explican, el productor Eloi Mwinihire y su compañera, la bióloga y primatóloga española Eba Murua, cofundadores de la Société Kilima, con sede en la región cafetalera de Kivu.

"Las cooperativas unen a todos los agricultores en una red. De este modo es posible proporcionarles las herramientas necesarias para aumentar la calidad de sus rendimientos, así como ofrecerles asesoramiento sobre el acceso al mercado. Los capacitamos durante la producción (paso a paso) y esto, además de agregar valor a su producto, ayuda con la trazabilidad, ya que una cooperativa que trabaja con agricultores puede garantizar mayores grados de café rastreable", añaden los fundadores de Kilima, quienes, además, aseguran que, "las cooperativas son más rastreables que los agricultores individuales, porque estas organizaciones se aseguran de que se respeten todas las reglas de producción para obtener café de alta calidad, siendo más conscientes de los procedimientos de control y mantenimiento que conlleva la producción en



Almacena Platform



general y la de cafés de especialidad, en particular”.

### CAMBIOS EN MARCHA. RUMBO AL NUEVO CAFÉ DE RDC

La República Democrática del Congo ha perdido el 75% de su producción cafetera en 40 años y la apuesta de diversos agentes nacionales e internacionales para recuperar esta industria para el país tiene una hoja de ruta clara y concisa que los expertos, advierten, deberá seguirse si se quiere alcanzar el éxito, restaurar la reputación del café congoleño y reavivar la demanda de este origen.

Es así, que plantean la necesidad de renovar buena parte del parque cafetalero, invertir en la construcción de estaciones de lavado y secado, proveer a los caficultores de herramientas y conocimientos enfocados a la calidad e incrementar la producción de plántulas a gran escala para compensar la disminución de producción en todo el territorio y sustituir los cafetos ya obsoletos. Idealmente, las voces más ambiciosas, señalan una producción mínima de 50-60 millones de plántulas por año para volver, dentro de quince años, a los niveles de producción de la década de 1970.

Adicionalmente, a estos dos pilares fundamentales para el futuro de este producto en la República Democrática del Congo, la calidad y la producción, el café requiere estabilidad política y social para poder avanzar en este país, donde, según datos de la ONU, todavía hoy, siguen activas unas 120 milicias, especialmente en la zona oriental, principal área productora de cafés arábicas y rica en minerales que, a menudo, explotan los grupos armados.

Es en este sentido, que se han puesto en marcha algunas iniciativas que buscan en el

café un nuevo medio de vida para excombatientes, como la lanzada por la Cooperativa de Productores de Café Innovadores en Kivu que emplea a 2.400 exsoldados en la isla de Idjwi en el lago Kivu, donde se producen buenos cafés.

### Tras perder el 75% de su producción en cuatro décadas, la RD Congo espera recuperar sus producciones récord de los 70, en 15 años

“El proyecto comenzó en 2012 como parte de una iniciativa de paz, pero también como respuesta a los contrabandistas que solían llevarse de forma ilegal el café de la isla al otro lado de la frontera con Ruanda, para venderlo a terceros países”, explica Gilbert Makelele, responsable de esta sociedad cooperativa.

La esperanza de muchos es, ahora, que las autoridades sigan aumentando la seguridad en el este del país, para que otros combatientes, como han hecho los de la isla de Idjwi, puedan abandonar las armas y aprovechar las oportunidades que les ofrece el café aquí y en otras áreas productoras al oeste y sur del país.

### MUJERES CAFETALERAS

En este tipo de proyectos de valorización de la caficultura también se incluyen a las mujeres, que hasta ahora han trabajado en los campos, pero sin ser parte del proceso comercial. Es así que se han impulsado iniciativas como el jabón hecho con café, que se vende con éxito no solo en la República

Democrática del Congo, sino, también, en otros países próximos.

El jabón de café es un producto de Heshima Coffee, una cooperativa productora de café de mujeres de Bukavu, al este del Congo, que trabaja para crear nuevas fuentes de ingresos para sus asociadas. Para ello les proporciona plántulas gratuitas y cuando los granos son cosechados, una parte se destinan al comercio de café justo y otra a la producción de jabones fabricados con infusión de estos granos.

La fabricación de los jabones corre a cargo, también de mujeres, un centenar actualmente, que pueden llegar a hacer unas 5.000 barras de jabón a la semana, asegurándose tanto las caficultoras, como las trabajadoras de la fábrica, unos ingresos estables que les ofrecen la oportunidad, además, de formar parte de otro eslabón de la cadena del café.

### ZONAS PRODUCTORAS

A diferencia de otros orígenes africanos donde la producción de café se extiende por buena parte del país, en la República Democrática del Congo, esta se centraliza en siete bastante concretas. En el sur, en las zonas del Bas Congo, Bandududuy Kasai Occidental y en el Norte, en áreas de Equater y Oriental, donde se produce café Robusta.

La tercera gran área de producción está en la zona oriental del país, en Kivu el norte y Kivu del sur, donde las montañas elevadas, las tierras volcánicas y las precipitaciones generosas crean el marco ideal para la producción de excelentes cafés arábicas.

En esta zona del país, los cafés crecen a alturas por encima de los 1.200 m. hasta cerca de los 2.000 m. consiguiendo características únicas que los convierten en cafés realmente apreciados por muchos mercados gourmets.





## PROYECTOS DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL EN PAÍSES PRODUCTORES DE CAFÉ



**La decisión entre construir una escuela en Uganda o no, depende de ti.**

**Este sello marca la diferencia.**

**Café Mundi es una Fundación que ha promovido y financiado más de 30 proyectos en todo el mundo, desde la construcción de una Escuela Primaria en Uganda (Kyangyenyi) hasta la creación de una casa de acogida en Lamu (Kenia), realizando proyectos en Asia o América Latina, mejorando así las condiciones de vida de los más desfavorecidos, allí donde es necesario.**

"Sabemos que el café no es sólo uno de los principales productos de comercio mundial sino también la principal fuente de ingresos para millones de familias en los países productores".

Con el **Sello Café Mundi** en un producto, el consumidor sabrá que una parte del precio abonado se destinará a la realización de proyectos de sostenibilidad y responsabilidad social en el tercer mundo.

Así marcarás la diferencia.

Estaremos encantados de asesorarte sin compromiso,  
envíanos un correo a: [fundacioncafemundi@gmail.com](mailto:fundacioncafemundi@gmail.com)

**Este anuncio es posible  
gracias al apoyo de:**

**ICONA** CAFE

## CAFÉ DE ESPECIALIDAD DE LA REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO

Lo que distingue al café congoleño de los demás son las características únicas que le aportan la altitud y la topografía de este país. Los mejores cafés de este país se distinguen en boca por su buen equilibrio entre cuerpo y acidez, su sabor suave y su taza frutal y apetecible.

El interés reciente de la industria del Café de Especialidad en este origen está propiciando

un renacimiento de la producción del café de la República del Congo, y a la vez que las inversiones en estaciones de lavado y formación de caficultores crece exponencialmente, los productores han tenido cierto éxito ya, en la producción de cafés especiales de alta gama que están compitiendo con algunas de las mejores referencias de Ruanda, Uganda e, incluso, Kenia ■

### Fuentes

Société Kilima, Almacena Platform, Reuters.

Fotos: Almacena Platform-Société Kilima



## ELOI Y EBA, SOCIÉTÉ KILIMA Y SU HISTORIA CON EL CAFÉ



"Cuando los belgas se fueron del Congo, nuestros bisabuelos se quedaron con las plantaciones para trabajar. En aquellos años, las tareas relacionadas con el procesamiento del café resultaban muy básicas y nuestra cadena de valor se detenía tras recolectar las cerezas y venderlas para comprar libros, alimentos, etc.". Así es como Eloi Mwinihire, cofundador de Société Kilima, nos empieza a explicar su relato de vida con el café, el cual lo ha llevado hoy a ser uno de los protagonistas de la gran transformación que está viviendo este producto en el país.

"Cuando era pequeño, con solo cinco años, aprendí a recolectar las cerezas de café que crecían en los cafetos de la pequeña finca familiar. Me gustaba y para mí era una alegría poder hacerlo, sin embargo, la guerra civil lo cambió todo. El conflicto provocó que se interrumpieran las comunicaciones entre compradores y vendedores y, a causa de ello, mi familia, como otras tantas que vivían del café, tuvimos que dejar nuestros campos y trasladarnos a Goma, donde nos instalamos. No fue hasta después de 2012, con la guerra ya acabada, que volví a estar listo para trabajar de nuevo con este producto.

Estudí la situación, las posibilidades y en 2018, decidí crear Société Kilima para unir a los caficultores de la región de Kivu. Junto con mi compañera Eba Murua, iniciamos, entonces, una intensa actividad de concienciación colectiva, llamando la atención del resto de productores y también de los compradores interesados.

Años más tarde, gracias al esfuerzo conjunto, a la ayuda de las redes sociales y una concienciación creciente por parte del consumidor en relación con los productos que compra, hemos conseguido compartir el café de la República Democrática del Congo a nivel internacional. Las exportaciones de Kilima se han más que duplicado y solo el año pasado, exportamos alrededor de 500 toneladas, que en comparación con la cantidad de café que se produce en la República Democrática del Congo pueda parecer poco, pero sigue siendo un gran éxito, teniendo en cuenta del punto del que partíamos y, sobre todo, también, las calidades superiores que ofrecemos.

Kilima Society une hoy a 800 caficultores y produce y exporta exclusivamente café de especialidad, 70% lavado (café Bourbon, específicamente Blue Mountain Kabare T6) y un 30% natural (Robusta). Ya contamos con dos estaciones de lavado, una en Minova cerca de Goma, con suministro constante de agua limpia y fresca de los ríos de los alrededores y otra nueva, en proceso de construcción, en Kabushua, habiendo relanzado tras la crisis de la COVID-19, nuevas campañas para difundir las buenas prácticas en todas las etapas de producción, procesamiento, almacenamiento y control de calidad de los cafés producidos por nuestros caficultores, los cuales no dejan de ganar en calidad.

Hemos desarrollado un rígido esquema de selección para asegurarnos de que las cerezas estén rojas y maduras cuando se recogen. Una vez cosechadas, las lavamos con la máquina denominada Penagos, mientras que para el secado utilizamos camas africanas de 20 metros de largo, alzadas a dos metros del suelo. Esto nos asegura que el café se seque bien, sin contaminación por olores de su entorno. Una vez listo el grano, este es trasladado en barco a través del lago Kivu, hasta las estaciones de Goma, donde el café es clasificado y enviado a los diferentes mercados de destino.

En todo este proceso, tratamos de involucrar siempre a las poblaciones productoras y asegurarnos de que la cadena de valor esté siempre bajo nuestro control para mantener la calidad, pero, también, para dar trabajo a las personas de nuestra comunidad. Trabajamos con los habitantes de la zona para transportar el café a Goma y una vez allí, para clasificar, lavar y mover los granos de café, lo hacemos con una asociación de mujeres y también con personas que necesitan trabajo".

Actualmente, concluye Eloi Mwinihire, uno de los objetivos principales de Société Kilima, es brindar acceso a los productores al mercado final, lo que, asegura, les ayudaría a obtener una mayor participación de mercado, así como a tener acceso a herramientas de desarrollo de capacidades para la sociedad congoleña, consiguiendo un importante impacto positivo en toda la comunidad.

Y es que, sin duda, la República Democrática del Congo tiene los recursos naturales y humanos para prosperar, igual que su café, que a fecha de hoy ya empieza a llegar a Estados Unidos, Canadá, Rusia y a la Unión Europea, donde Francia, Bélgica y Alemania ya se han convertido en sus principales compradores.

## MERCADO

# EL VALOR DEL CAFÉ COMO RITUAL MADE IN ITALY

## EDICIÓN 2021 DE LA ENCUESTA "LOS ITALIANOS Y EL CAFÉ"

El café es para los italianos uno de los placeres de la vida y un punto fuerte del Made in Italy que desde el Consorzio Promozione Caffè defienden y promueven con el objetivo de realzar, aún más, un patrimonio cultural ya único, en un país que no produce café y solo lo consume.

La reciente encuesta "Los italianos y el café" del Consorzio Promozione Caffè confirma hasta qué punto el café es un ritual en Italia, tanto que desde esta entidad que reúne a las principales empresas importadoras y comercializadoras de café en este país, así como a los fabricantes de máquinas profesionales para Ho.Re.Ca y proveedores de equipos para este mercado, no tienen ninguna duda en defender a la taza de café como un símbolo de "italianidad".

"La taza de café es placer, convivencia, relajación, energía, pero, sobre todo, también, un motor importante para la economía del país", argumenta para Fórum Café, el presidente del Consorzio Promozione Caffè, Michele Monzini, quien asegura que "el café preparado en Italia siempre ha sido reconocido en el mundo como un producto de excelencia y es así que solo con la búsqueda continua de la calidad de las mezclas y productos ofrecidos al mercado, así como con la difusión de la cultura del café italiano con todas sus diferentes especificaciones, vinculadas a la territorialidad y las tradiciones, es que será posible en el futuro realzar aún más un patrimonio cultural ya único".

Y como muestra de esta fuerte vinculación de los italianos con el café, destacan los resultados de esta encuesta que apuntan que el 97 % de los participantes beben café o bebidas a base de café con más o con menos frecuencia (una cifra ligeramente superior a la de 2020) y que para más de la mitad de estos ciudadanos italianos (54%), el consumo consiste en tres o más tazas al día (un 2% más que el año anterior), apreciándose un aumento significativo en el grupo de edad de 18 a 35 años.

## SENTIMIENTOS Y VALORES ASOCIADOS A LA TAZA

Además de los hábitos de consumo, esta investigación ha explorado los sentimientos y valores asociados a la taza. Para el 72,5 % de los encuestados, el café es uno de los placeres de la vida, mientras que para más del 75 % es un punto fuerte del Made in Italy. Y, aunque el "momento café" sigue siendo un momento de relax (75%) en Italia, este producto es cada vez más apreciado, también en el país, por sus cualidades "energizantes". Además de ayudar a la concentración y al despertar (73,3%), para muchos italianos la taza representa el verdadero comienzo del día (40,8%) y la forma ideal de recuperar energía y ganas de ponerse en marcha (39%).

fórumcafé

SANSISANS.COM

# Saquitos de té Atelier

totalmente cosidos a mano  
y 100% biodegradable.  
*Porque todas las joyas  
se hacen a mano.*

ARGENTERÍA, 59  
08003 BARCELONA  
SHOP@SANSISANS.COM  
T. 93 319 60 81  
SANSISANS.COM

§  
**SANS & SANS**  
Casa de té - Barcelona



# batalla cafés

THE ART OF COFFEE





## MERCADO, TENDENCIAS Y CONSUMO

La facturación de la industria del café italiano en 2021 fue de 3.800 millones de euros, de los cuales 1.650 millones directamente relacionados con las exportaciones.

En 2021, según datos del Instituto Nacional de Estadística italiano, Istat, los volúmenes de café procesado en este país alcanzaron los 10,1 millones de sacos, un aumento del 9,23 %, en comparación con 2020 que la industria atribuye, sobre todo, a la demanda de los mercados extranjeros que han dado lugar a un mayor impulso de la producción de café tostado italiano, registrándose un crecimiento del 13,2% de las exportaciones de café tostado de este país en 2021, lo que son, 5,3 millones de sacos.

En cuanto al mercado interno, explica Michele Monzini, Presidente del Consorzio Promozione Caffè, "el 2021 ha representado solo un retorno parcial a la normalidad previa a la pandemia, al menos en términos de consumo de los hogares. Si bien las ventas en Italia se mantuvieron esencialmente sin cambios en valor, los volúmenes cayeron un -2,3%, según el Iri".

El segmento de producto más importante en Italia es el café molido, que mantiene una participación del 49,5% de las ventas totales. Las cápsulas, aún al alza, son el segundo segmento más grande con el 35,8% del valor del mercado, seguidas de las monodosas de papel (5,27%), el café en grano y el café soluble en proporciones similares. Los pods representan el segmento más dinámico, con un crecimiento de valor del 15,3%; seguido de las cápsulas (+8,5%) y los granos de café (+5,6%).

## COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN

La tecnología y la tradición siempre han sido dos de los puntos fuertes del café hecho en Italia y los nuevos hábitos de consumo derivados de la pandemia, han propiciado, ahora, una nueva dinamización del sector, en este sentido.

"Los operadores de la cadena del café italiano, gracias a sus inversiones en investigación y desarrollo y a su inventiva, pueden ofrecer productos siempre a la vanguardia y en línea con las expectativas y necesidades de la demanda a nivel internacional. En los últimos años, el mayor esfuerzo de los tostadores se ha dirigido al desarrollo de los cafés en unidosis y las mezclas más adecuadas para este tipo de

envases. En particular, este segmento está experimentando la mayor tendencia de crecimiento, en parte debido al cambio pandémico en el consumo de café desde los lugares de trabajo y fuera del hogar hacia el interior del hogar", explica Michele Monzini.

## UNA VISIÓN SOSTENIBLE PARA EL FUTURO

Para el sector cafetero italiano, la sostenibilidad ambiental, social y económica también es parte integral de la estrategia y actividades de sus empresas, que en los últimos años han adquirido un papel protagonista en este ámbito tanto dentro como fuera del país.

"Las empresas italianas están implementando una amplia gama de iniciativas para mejorar los medios de vida de millones de agricultores locales y pequeñas empresas en los países productores, al mismo tiempo, que dedican recursos a minimizar el impacto de la producción de café en el medio ambiente", apuntan desde la entidad que reúne a las principales empresas el sector italiano del café, cuyo presidente, Michele Monzini, añade, "en los últimos años hemos sido testigos de una continua evolución de procesos, herramientas y tecnologías a través de los diversos Estándares Voluntarios de Sostenibilidad (VSS), que están muy difundidos en los programas de certificación de café verde con enfoque ambiental, como 4C o Alianza para los Bosques Tropicales. Estos problemas están cada vez más presentes y tienen más peso en las decisiones de compra de los consumidores. Es así, que los operadores italianos del café llevan ya tiempo invirtiendo en el desarrollo de productos orgánicos y de comercio justo, respaldados por certificaciones reconocidas a nivel mundial".

Con estos objetivos en mente, los operadores también están lanzando nuevas gamas de productos que ensalzan el origen de la producción de café. Algunos fabricantes, además, han empezado ya a información detallada sobre el alcance regional, así como el perfil organoléptico del café.

"Promover patrones de producción y consumo responsables es esencial para mejorar la vida de las comunidades cafetaleras, propiciar su resiliencia y estimular la conciencia del consumidor desde perspectivas éticas, económicas y ambientales. Un simple gesto, como disfrutar de una taza de café italiano en la cafetería o en casa, puede ser un pequeño paso para respetar el planeta y sus recursos", concluye Michele Monzini, Presidente del Consorzio Promozione Caffè.

*Algo Mágico* está llegando...



**A**lgo mágico está sucediendo en el mundo de Saeco Professional.

La calidad tradicional de Saeco hoy se combina con la tecnología de Evoca. Una gran evolución para tu pausa para el café. Magia con un solo toque. Creamos productos para hacer de tus momentos de relax algo realmente especial. Cada día.

Obtén más información en la página web de Saeco Professional.

[www.saecoprofessional.com](http://www.saecoprofessional.com)

 **Saeco**



MERCADO

# NUEVO ACUERDO INTERNACIONAL DEL CAFÉ

**El sector privado invitado a formar parte del ICO y a participar en la toma de decisiones claves sobre el precio, la sostenibilidad y la transparencia del mercado, en compañía de 75 países productores e importadores de café**

Después de casi 3 años de reuniones en las que han participado delegados de todo el mundo, la Organización Internacional del Café (ICO por su nombre en inglés) ha presentado el nuevo Acuerdo Internacional del Café 2022, que pone el foco en liberar de la volatilidad de precios a este producto y da la bienvenida, por primera vez en la historia, al sector privado.



Al establecer un nuevo marco institucional, el Acuerdo de 2022 garantizará que el ICO, que es el único espacio de diplomacia internacional del café, refleje mejor la transformación en la cadena mundial del café.

### ¿Cómo asegurará el Acuerdo un consenso tan difícil de alcanzar hasta el momento?

El ICA 2022 otorga un mandato claro y firme a la Secretaría del ICO para crear las condiciones para una acción colectiva bajo el Grupo Operativo Público-Privado del Café transformado en un Grupo de Trabajo permanente. Este Grupo, que incluye partes interesadas de todos los eslabones de la cadena de suministro del café, desde productores y exportadores hasta ejecutivos cafetaleros y líderes mundiales, es un modelo único de creación de consenso diseñado para implementar asociaciones público-privadas que aseguren la producción de café de manera sostenible y mejorada, y mayor transparencia y acceso al mercado.

Para garantizar que las futuras generaciones de productores y consumidores de café se comprometan con un futuro sostenible de este producto es crucial que no solo los países exportadores e importadores, sino también los caficultores, la industria y la sociedad civil, cooperen para abordar los múltiples desafíos del sector cafetalero, tales como la capacidad de adaptación al cambio climático, la diversificación de ingresos para reducir la vulnerabilidad de los medios de subsistencia, el empoderamiento de mujeres, jóvenes agricultores y empresarios.

### ¿Qué ha impedido la disponibilidad de este nuevo Acuerdo hasta el momento? ¿Por qué ahora?

Este es el 8º Acuerdo de la Organización desde 1962. El Acuerdo anterior fue el Acuerdo de 2007. El Acuerdo Internacional del Café lleva 60 años, siendo multilateral entre

**A** cuerdo histórico en el sector del café, tras firmarse el nuevo Acuerdo Internacional del Café que invita al sector privado a participar como miembros afiliados del ICO. Esto incluye a distribuidores, tostadores, fabricantes y minoristas en la cadena de café, de todos los tamaños y todas las partes del mundo, así como a las Organizaciones No Gubernamentales que, en igualdad de condiciones, podrán participar de forma activa en el debate y toma de decisiones que definirán el mercado del café de los próximos años.

La aprobación del nuevo acuerdo se realizó en el mes de junio y tras un proceso de firmas y ratificaciones que se iniciará este próximo mes de octubre, entrará en vigor. Hablamos con Vanusia Nogueira, Directora Ejecutiva de la Organización Internacional del Café, sobre este nuevo Convenio y las expectativas generadas por este Acuerdo que marca el comienzo de una nueva era en la que todos los actores del café trabajarán juntos para implementar estrategias para enfrentar los desafíos en la industria de este producto.

### ¿Cuáles son las principales novedades de este nuevo Acuerdo Internacional del Café?

El mercado del café está impulsado principalmente por actores privados y se ha

caracterizado por una gran volatilidad de los precios, prolongados y bajos precios francos a bordo (FOB) de manera generalizadas, así como por repetidas crisis de precios para los productores de café, en distintos periodos. Pues bien, ahora, el nuevo Acuerdo Internacional del Café (ICA 2022), si bien la Membresía de los Gobiernos seguirá siendo central, el nuevo mandato del Acuerdo absorberá la participación del sector privado. Esto permitirá discusiones de los tomadores de decisiones públicos y privados para alinear sus puntos de vista y decidir sobre acciones conjuntas que lograrán un sector más sostenible y próspero.

### ¿Qué objetivos son prioritarios para el ICA 2022?

Este nuevo marco permitirá a los actores del café abordar los desafíos de la expansión del consumo café y mantener el equilibrio entre la oferta y la demanda, fomentando, al mismo tiempo, un comercio justo para todos. Estos factores son cruciales no solo para respaldar precios que puedan ser considerados justos por el mercado, sino también para mitigar la volatilidad de los precios en el sector.

El nuevo Acuerdo Internacional del Café irá más allá de la división tradicional entre Miembros exportadores e importadores y conducirá a la afiliación no gubernamental.

gobiernos que representan a países productores y consumidores de café.

Hace tres años, los Miembros del ICO identificaron nuevos desafíos y oportunidades en la estructura de la industria del café, así como la necesidad de incrementar las relaciones entre los agentes clave del sector.

**¿El nuevo Acuerdo garantiza, finalmente pues, un mercado internacional del café más equilibrado y menos volátil?**

Muchos expertos inicialmente atribuyeron la inestabilidad de los precios del café a la incertidumbre del lado de la oferta y al endurecimiento del mercado. Además, tal y como está hoy planteado el mercado, la producción de café no es económicamente viable para un número significativo de cafetaleros, trabajadores agrícolas y actores intermediarios de la cadena de valor.

Estos enormes desafíos deben abordarse si queremos estabilizar el mercado del café y estabilizar los precios. Bajo la cobertura del ICA 2022, el ICO buscará incentivar al sector privado y a las entidades gubernamentales a coordinar estrategias que aborden de manera conjunta los problemas del sector con un enfoque en los medios de subsistencia de

los caficultores y otros productores, el cambio climático y la transparencia del mercado. Solo un enfoque común para el desarrollo futuro del sector puede crear oportunidades alcanzables (económicas, sociales, pero también ambientales) y allanar el camino para lograr un sector cafetalero sostenible y resistente y, por lo tanto, un mercado más equilibrado.

**Algunas voces en la industria exigen que el café deje de ser visto como una mercancía y que el precio se establezca de acuerdo a la calidad del grano. ¿El ICA 2022 cubre este tipo de demandas?**

El café es la bebida favorita del mundo, con un consumo estimado de 400 mil millones de tazas por año. También es saludable y protege contra muchas enfermedades crónicas. Por estas y otras razones, promover y trabajar por una mejor evaluación del producto café es un objetivo claro para todos nosotros.

También debemos comunicar sobre la crisis de sostenibilidad del café, derivada de aspectos económicos, sociales y ambientales insostenibles de su producción e informar al consumidor sobre todo el trabajo involu-

## El nuevo Acuerdo Internacional del Café integra por primera vez a los minoristas, tostadores y fabricantes de café, junto con los caficultores

crado, desde la semilla hasta la taza de café. Educar al consumidor y a todos a lo largo de la cadena de valor, especialmente sobre la calidad y la seguridad alimentaria, es una forma de apoyar una mejor evaluación del producto y proporcionar condiciones únicas para salir del modelo de negocio tradicional del café que se ha vuelto cada vez más insostenible para muchos productores de café.

Vengo del segmento de café de calidad y sé muy bien cómo podemos cambiar la vida de los productores, tostadores, cafeterías y muchos otros actores clave. El Acuerdo de 2022 aboga por una acción colectiva global hacia caminos ambiciosos, pero alcanzables para hacer que el café sea verdaderamente sostenible.

# La Especialista Prepara el espresso perfecto como un auténtico barista.



Better Everyday

Descubre más en  
[www.delonghi.com/es-es](http://www.delonghi.com/es-es)



La Specialista Prestigio



La Specialista Arte



La Specialista Maestro



### Sensor GRINDING TECHNOLOGY

El molinillo avanzado está equipado con dos sensores para una dosis consistente y óptima de café.



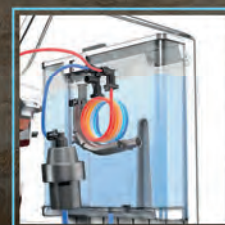
### Smart TAMPING STATION

Artesanía inteligente: active la palanca para apisonar la dosis de café a la presión correcta, sin errores ni desperdicios.



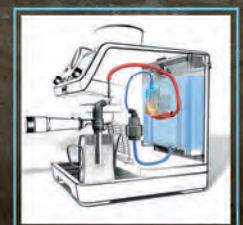
### Dynamic PREINFUSION

La pre-infusión se adapta a la densidad de la dosis de café para asegurar una perfecta extracción.



### Active TEMPERATURE CONTROL

Thermoblock de alto rendimiento con sistema de control de temperatura del agua.



### Advanced LATTE SYSTEM

El sistema de calentamiento para la leche garantiza grandes rendimientos de vapor.

MERCADO

# LA SOSTENIBILIDAD (PARTE 3) SECTOR HOSTELERÍA

Continuando con nuestra serie de reportajes dedicados a la sostenibilidad a lo largo de la cadena de valor del café, en los que hemos repasado ya, la actualidad, retos y tendencias en la producción y exportación del café, en la torrefacción y, también, en la innovación en maquinaria y equipos para la elaboración de esta bebida, llegamos en este número a uno de los finales posibles de la cadena del café, la hostelería, emplazando a todos nuestros lectores, a nuestra próxima edición de diciembre, para conocer más sobre la sostenibilidad en el café como producto de consumo en el hogar.



La hostelería, como tantos otros sectores de la industria mundial, se encuentra en un momento crucial y de profundo cambio obligado por la emergencia climática, los objetivos marcados por gobiernos, las nuevas normativas y leyes al respecto y un cliente cada vez más exigente y selectivo que ya empieza a castigar y premiar a los establecimientos según su sensibilidad medioambiental.

José Luis Yzuel, es presidente de Hostelería de España, la única organización empresarial que representa, a nivel estatal, al conjunto de los 270.000 restaurantes, bares, cafeterías y pubs de nuestro país.

**La eficiencia energética supone un desembolso económico muy ambicioso que en este momento muy pocas empresas pueden asumir**

Esta entidad está trabajando ampliamente con sus asociados los Objetivos para el Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas e invita a todos los hosteleros del país a cooperar en objetivos comunes como el compromiso con la economía circular, la eficiencia energética, la reducción del desperdicio alimentario, el freno a la hambruna, el trabajo decente y crecimiento económico, el consumo responsable o la consecución de ciudades más sostenibles, entre otros.

**¿Cuáles son los principales retos de la hostelería española en materia de sostenibilidad? ¿Qué oportunidades detectan para la hostelería sostenible? ¿Existen, también, barreras?**

La sostenibilidad es, junto con la digitalización, uno de los pilares del crecimiento y transformación del sector. Sin lugar a dudas, en estos momentos ya, la hostelería ha asumido un fuerte compromiso

social y el respeto por el medio ambiente y la reducción de la huella de carbono tiene un lugar prioritario en la estructura de nuestros negocios.

Lo importante es abordar este reto paso a paso y que los establecimientos sean conscientes de que no es necesario un cambio integral, el cual, muchas veces, supone un bloqueo, sino que la implantación de pequeños gestos en un sector de casi 300.000 establecimientos

## HOSTELERÍA #PORELCLIMA



Hostelería #PorElClima es un proyecto creado por Ecodes que nació en 2017 y que cuenta con la colaboración estratégica, entre otros, de Hostelería de España como partner nacional para impulsar la acción contra el cambio climático en el sector de la hostelería.

El programa va dirigido a todos los hosteleros - independientemente de la medida o tipología de su establecimiento - que tengan interés por introducir pequeños cambios en su negocio.

Más de 2.700 establecimientos ya se han sumado y tras la pandemia el número de interesados ha crecido de forma exponencial.

El proyecto incide en la mejora de las prácticas sostenibles en los negocios de hostelería y apuesta para introducir mecanismos más exactos de sostenibilidad ambiental relacionados exclusivamente con esta actividad para optimizar, así, los resultados.

Hostelería #PorElClima ofrece auditorías a los interesados sobre la salud medioambiental de su negocio - agua, energía, consumo, movilidad, huella de carbono y gestión de residuos - y los apoya en su objetivo de mejorar su sostenibilidad, brindando a los participantes diferentes medidas para optimizar su eficiencia en el ámbito ambiental.

Esta es una iniciativa pionera que está contribuyendo a disminuir la contaminación generada por la actividad hostelería y que ya cuenta con múltiples casos de éxito que sirven de ejemplo para todo el sector.



en España tiene resultados visibles. Además, la hostelería, por su importante calado social en nuestro país, tiene un importante papel de prescripción en la sociedad y puede servir de escaparate para que los clientes puedan aplicar pequeñas acciones también en los hogares.

**¿Cómo abordan estos retos desde su entidad y cómo están ayudando al sector a superarlos?**

Como sucede en otros ámbitos, desde Hostelería de España hacemos una labor pedagógica y de concienciación, siendo muy conscientes de las necesidades y limitaciones de un sector compuesto en un 95% por micropymes.

Es difícil que los negocios puedan adaptarse a muchos cambios por su propia estructura y porque tienen demasiadas áreas de actuación en el día a día, pero el compromiso con la sostenibilidad es un hecho.

Por nuestra parte, tratamos de acercarles todas esas soluciones que puedan adaptarse a sus necesidades y reducir el impacto en el medio ambiente. Hacemos una labor de sensibilización, información y concienciación, además de representación de sus intereses.

**¿En opinión de Hostelería de España, las normativas relacionadas con ajustes dirigidos a asegurar la sostenibilidad han ido acompañadas de políticas adecuadas para que el sector se haya podido adaptar?**

Como ha sucedido en otras normativas en absoluto ha sido así. No se ha tenido en cuenta la aplicabilidad de las leyes, la realidad del

sector y en algunas ocasiones algunas leyes entran en contradicción con otras. Es necesario contar con los sectores.

**¿Qué ámbitos de la sostenibilidad avanzan más rápidamente y de forma más satisfactoria en el ámbito de la hostelería?**

Este sector puede sacar pecho en materia de reciclaje. El formato por excelencia en restauración es el vidrio, que es el de mayor eficiencia a la hora de reutilización y reciclaje. Esto también se produce con el barril de cerveza, que es 100% reciclable.

Los formatos en hostelería desde hace mucho tiempo forman parte de esa economía circular por la que ahora se apuesta. Además, se está trabajando ahora en muchos proyectos para reducir la huella de carbono y, también, en pequeños proyectos de fácil aplicación, como pueden ser las sombrillas para las terrazas que minimizan la emisión de CO<sub>2</sub> en las ciudades.

Una vez más, las marcas proveedoras del sector están ayudando con investigación y recursos para aplicar muchas soluciones.

**Por el contrario, ¿qué ámbitos están costando más encarar?**

La eficiencia energética supone un desembolso económico muy ambicioso que en este momento muy pocas empresas pueden asumir, a pesar de que estas nuevas fórmulas no solo supongan un beneficio para el medio ambiente, sino también a medio plazo para la cuenta de resultados de los negocios.

Es necesario que la administración facilite estos cambios.



# BAGINCO

Aproveche su café,  
en bolsas de papel  
a medida

FABRICADO EN ESPAÑA



[info@baginco.com](mailto:info@baginco.com) | +34 931 222 760 | [www.baginco.com](http://www.baginco.com)

## CAFÉ CIRCULAR

Los Hosteleros de Santiago de Compostela (A Coruña) colaboran desde esta primavera en el proyecto 'Café Solidario 360' que propone la reutilización de los posos del café como sustrato para cultivo de setas, con fines solidarios y de sensibilización medioambiental.

Los establecimientos colaboradores convierten sus residuos de café en kits de cultivo de setas ostra que se ponen a la venta y cuya recaudación íntegra se entrega a la Fundación Andrea que ofrece apoyo a familias de niños con enfermedades de larga duración, crónicas o terminales.

En Valencia, distintos restaurantes de la ciudad se han sumado, también, al programa Europeo "WaysTUP!", dirigido, en el caso de esta ciudad, a transformar los posos de café de los establecimientos hosteleros en conservantes y colorantes naturales. Para ello, los desechos del café se someten a un tratamiento enzimático, en el que se liberan los azúcares y otros nutrientes para elaborar una levadura de la que se extraen los carotenoides del café, los cuales convierten en conservantes y colorantes naturales, como opción sostenible para la fabricación de alimentos, suplementos nutricionales y bebidas.

Adicionalmente a estos programas, en España actualmente hay varios proyectos más que involucran café y hostelería y fomentan la economía circular y el cuidado del medioambiente. Sirvan como muestra Life ECOFFEEED que se centra en la recuperación de los desperdicios de café del sector horeca y máquinas de Vending para transformarlos y convertirlos en alimentación animal o el proyecto Iri Sarri en Guipúzcoa, que ha creado una red de bares y cafeterías que ofrecen a sus clientes vasos 100% reciclables para llevarse su café. El cliente paga un depósito de 2€ por el vaso que puedes recuperar en cualquier punto de la red, habiendo disfrutado, así, de su café take away sin generar más residuos.

## ESTRELLA VERDE MICHELIN



Otra de las muestras más claras de la apuesta de la hostelería por la sostenibilidad es que, desde 2021, la Guía Michelin España & Portugal ha incorporado la Estrella Verde para distinguir a los negocios hosteleros que hacen un esfuerzo extra por el medio ambiente y contra el cambio climático.

Actualmente, 27 restaurantes españoles han obtenido ya esta Estrella Verde, que cabe puntualizar que aún contando entre sus elegidas con algunos de los establecimientos de más alta gastronomía de nuestro país - el Celler de Can Roca (Girona), el Cenador de Amós (Villaverde de Pontones, Cantabria) o Coque (Madrid), entre otros -, no tiene nada que ver con las Estrellas de la buena mesa, ya que lo que hace es reunir en torno al tema de la sostenibilidad a establecimientos de todos los niveles culinarios.

Gráficamente, la Estrella Verde toma forma de hoja verde con cinco folíolos, facilitando a los usuarios más sensibilizados la fácil identificación de estos restaurantes que apuestan por un servicio y un producto más sostenible.

## Hay muchos establecimientos que ya seleccionan proveedores en función de criterios de sostenibilidad

**¿Cree que el cliente está suficientemente preparado para apreciar el esfuerzo de las empresas del sector en todo lo relativo a su enfoque a la sostenibilidad?**

Sí, sin lugar a dudas. Cada vez existe una mayor conciencia social y de hecho, en un sector como este, en el que el cliente es el epicentro, ellos son la palanca para este cambio.

Los clientes aprecian las acciones implementadas como la mantelería reciclable, el uso de productos de proximidad, la utilización de placas solares... cada vez hay más clientes en los que estos detalles son claves en la toma de decisión.

**Hoy por hoy, para la hostelería, ¿es rentable trabajar en clave de sostenibilidad?**

El compromiso con la sostenibilidad tiene que ir más allá de la cuenta de resultados de los negocios. Es un compromiso con la sociedad y el futuro, por lo que no debería ir vinculado y, en cualquier caso, no debería verse como un gasto para las empresas sino como una inversión, porque, por ejemplo, hablando de eficiencia energética, supone un ahorro a medio plazo.

Aún así, como decíamos antes, para muchas empresas es inasumible cualquier inversión en este momento, por lo que debería haber herramientas que lo faciliten por parte de las Administraciones.

**¿Qué papel activo frente a proveedores y clientes pueden tomar los establecimientos de hostelería para maximizar su esfuerzo en términos de sostenibilidad?**

Hay muchos establecimientos que ya seleccionan proveedores en función de criterios de sostenibilidad. Y en cuanto a los clientes, hay muchas acciones que también se están llevando a cabo. Como decía, la capacidad de prescripción de nuestro sector es alta.

En lo referente al desperdicio alimentario, por ejemplo, se está trabajando cada vez más en un asesoramiento al cliente en el momento de tomar la demanda para que no se pida en exceso.

**¿El sector percibe que existe ya una oferta alternativa por parte de los proveedores que les permite discriminar la compra de café y equipos para su elaboración siguiendo criterios relacionados con la sostenibilidad o tienen la sensación que se trata todavía de un tema complicado y limitado?**

No, es evidente que se está haciendo un esfuerzo por ofrecer al empresario hostelero opciones cada vez más respetuosas y que minimicen el impacto medioambiental.

**¿Cómo creen que el sector del café puede contribuir a una hostelería más sostenible?**

Creo que es necesario acompañar a los hosteleros en este proceso y seguir trabajando como viene haciendo, apostando por la innovación, la investigación y escuchando a los hosteleros sobre sus necesidades ■

## MERCADO

# EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN ESPAÑA

A finales del primer trimestre del año, la recuperación del consumo fuera del hogar en España ha dejado saldos positivos en el sector, con un incremento del gasto del 32% en snacks y bebidas sin alcohol, respecto al mismo periodo del ejercicio precedente, según los datos del barómetro que Kantar ha presentado este verano, tras analizar el estado de este segmento del mercado en ocho países, incluida España.

"Aunque todavía no se superaron las cifras registradas entre enero y marzo de 2020 -justo antes del confinamiento- nos situamos muy cerca, lo que indica la buena salud de estas categorías", ha asegurado la experta en Horeca y Foodservice en Kantar, división Worldpanel, Cristina García.

## CAFETERÍAS, BARES Y RESTAURANTES

A la cabeza de esta recuperación, apuntan desde la consultora, se encuentran las cafeterías, bares y restaurantes que están liderando la recuperación del sector a nivel global, mientras que los restaurantes de servicio rápido y el canal impulso se están beneficiando, también, de los nuevos hábitos de consumo postpandemia.

En este escenario, la subida de precios durante el primer trimestre del año no habría puesto freno a esta buena marcha del consumo fuera del hogar, aunque el hecho de que el mayor pico de inflación se haya producido más tarde, podría mostrar cambios en esta dinámica en barómetros posteriores.

## OBJETIVO: EVITAR EL EFECTO 'DOWNTRADING'

En cuanto al consumo doméstico, a pesar de que solo un 35% de los consumidores buscan activamente ajustar su gasto, la alarma mediática y el incremento de oferta de productos de menor precio, puede llevar a otros a comprar productos de categorías más baratas, a través de la marca blanca o de distribuidor, provocando lo que se denomina el efecto 'downtrading', advirtieron recientemente desde los "Desayunos con el consumidor Kantar 2022: Un salto cualitativo para crecer". En este punto, los datos indican que son los retailers quienes, al aumentar el surtido y la presencia de la marca de distribuidor en sus lineales, empujan al consumidor a esta opción. Ello podría llegar a reducir el gasto de los hogares hasta un 10%, con el consiguiente impacto para los fabricantes.

"Los efectos de la crisis comienzan en cuanto nos la creamos", señala César Valencoso, experto de Kantar, quien a pesar de reconocer que la evolución de los precios es el factor más preocupante a corto plazo, dice no serlo por los indicadores, sino por la desconfianza y la desinformación del consumidor.

## OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CRISIS E INFLACIÓN

Además, desde la consultora, recuerdan que dos terceras partes de la población tiene motivaciones diferentes al precio a la hora de elegir qué compran y dónde compran y por ello animan a las marcas y a los detallistas a fijarse, más que nunca, en qué palancas son más afines a cada grupo de consumidores y a su clientela en particular.

Adicionalmente, Kantar recuerda que actuar con medidas anticíclicas tiene recompensa y que las marcas que inviertan más en publicidad, aumenten su presencia en tienda y mantengan su inversión promocional, tendrán más probabilidades de salir victoriosas.

Fuente: Kantar

Melitta®  
PROFESSIONAL

Top-Quality  
in Every Cup



Disfrute del café con nuestras  
cafeteras superautomáticas y de filtro.

ANIMO



Top-Quality  
in Every Days

tecni**mel**  
tecnología para alimentación & bienestar

Telf. 91 644 81 30  
www.tecnimel.com

MERCADO

# “LAS NUEVAS REGULACIONES EUROPEAS PODRÍAN TENER EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES MUY NOCIVOS PARA LOS CAFICULTORES Y PARA EL MEDIO AMBIENTE QUE QUIEREN PROTEGER”

JUAN ESTEBAN ORDUZ, Presidente del Foro Mundial de Productores de Café

El Foro Mundial de Productores de Café (FMPC) se ha reunido este verano en una nueva sesión en la que ha participado expertos de todo el mundo. Estos han evaluado las acciones y cambios necesarios para poder sentar unas bases sólidas que permitan avanzar hacia la prosperidad de los caficultores, yendo más allá de simplemente garantizarles un ingreso vital. Entre los próximos retos a superar, además de la sostenibilidad, los caficultores ven con preocupación las nuevas regulaciones planteadas por la Unión Europea (UE) para la importación de productos agrícolas.



Las nuevas regulaciones contempladas en la Unión Europea (UE) para la importación de productos agrícolas en la que se prevé la exigencia de la trazabilidad en los cultivos para combatir la deforestación, ha puesto en alerta a los países productores de café. En el reciente Foro Mundial de Productores de Café (FMPC), celebrado este mes de julio, ya se ha advertido de los graves efectos que puede tener esta medida sobre el suministro de café a Europa si la legislación se aprueba tal y como está redactada actualmente, ya que en un porcentaje alto de los casos, el acceso digital en las regiones cafeteras para implementar la trazabilidad del café desde la finca no existe.

Para saber más sobre esta cuestión hemos preguntado a Juan Esteban Orduz, Presidente del Foro Mundial de Productores de Café, que en esta, su tercera edición, ha ahondado, también, en las directrices para la generación de políticas cafetaleras en los países productores que aseguren el futuro de un sector cafetero en el que los caficultores sean prósperos y la producción sostenible.

Juan Esteban Orduz, además de Presidente del FMPC es Presidente de la Colombian Coffee Federation, Inc. - subsidiaria de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en Norteamérica.- y una de las voces más expertas en café, en la actualidad.

## ¿Cuál es la situación actual de los caficultores de café y cuáles sus perspectivas de futuro según lo concluido en su reciente reunión?

Los caficultores, que son en muchos países la esencia del tejido social rural, son a la vez el eslabón más vulnerable de la cadena de valor del café. A los desafíos propios de la actividad agrícola en países en desarrollo, se suman ahora las dificultades derivadas del cambio climático que resultan en cosechas menores o con cambios en la calidad debido a fenómenos climáticos como exceso de lluvias, sequías o heladas que afectan o destruyen la cosecha misma y expanden la presencia de enfermedades dañinas como la roya y la broca.

En un mercado que tradicionalmente una buena parte del resto de la cadena ha tratado de mantener como de productos básicos o “commodities”, se hace muy difícil para muchos campesinos ser sostenibles, económica social y ambientalmente y, en últimas, vivir dignamente y mucho menos progresar.

Es positivo que el consumo ha aumentado en los últimos años, los consumidores demandan más calidad y pagan más por su café. Un reto aun sin resolver es como lograr que una proporción mayor de lo que el consumidor final paga en el supermercado o en un restaurante, pase a quien cultiva el café.

## ¿Qué efecto pueden tener en el café las nuevas regulaciones contempladas en la Unión Europea (UE) para la importación de productos agrícolas?

Es muy notable que en la última conferencia virtual del FMPC toda la cadena del café, las industrias cafeteras de Europa y Norteamérica, los traders o comercializadores de todo el mundo y productores de América Latina incluido Brasil, África y Asia, fueron muy explícitos en manifestar su preocupación por lo poco realista y eventualmente nocivo de las regulaciones que se vienen, en contra de los campesinos y del mismo medio ambiente.

Las nuevas regulaciones podrían tener efectos económicos y sociales muy nocivos para los cafeteros y para el medio ambiente que

quieren proteger. Es muy loable la intención. Sin embargo, prohibir el ingreso a Europa a productos de campesinos de países en vías de desarrollo, e imponerles acciones y obligaciones que serán una carga financiera adicional, sin medidas y recursos masivos que les permitan adaptar su producción a los estándares deseados, solo va a lograr que cultiven otras cosas o las mismas para mercados domésticos o menos exigentes; las autoridades europeas tendrán ficticiamente tranquilos a sus ciudadanos, pero el efecto sobre el planeta podría ser peor.

Operativamente, por ejemplo, algunas de las medidas de trazabilidad que se proponen son muy costosas o impracticables en el terreno, toda vez que en muchas zonas no existe la conectividad digital. Europa no puede olvidar que el mayor depredador de las comunidades y el medio ambiente es la pobreza.

**¿Cómo se pueden equilibrar los roles entre las intervenciones públicas y las estrategias privadas para beneficiar realmente a las comunidades rurales y fomentar la sostenibilidad a largo plazo del sector cafetero en todo el mundo?**

Lo primero es actuar corresponsablemente frente a los desafíos de la cadena del café, cada uno desde su sitio. Por ejemplo, no les corresponde a los tostadores o las cadenas de cafés formalizar los títulos legales de las tierras de los campesinos, lo que reduciría su exclusión del sector financiero por falta de un activo o una garantía para créditos. Eso seguramente es tarea de los gobiernos de los países productores. Pagar un precio remunerativo, apoyar iniciativas de sostenibilidad y enfrentar el cambio climático sí es un trabajo de toda la cadena, desde el caficultor mismo, hasta quien le vende al consumidor final.

**La UE propone una nueva normativa que pone en peligro la entrada de café a Europa**

Los "Planes Nacionales de Sostenibilidad Cafetera" que estamos empezando a diseñar en el FMPC con la colaboración del Profesor Jeffrey Sachs, liderando un equipo combinado con la Sustainable Development Network Solutions (SDSN) de la ONU, el Centro de Inversiones Sostenibles de la Universidad de Columbia y el centro Wise Responders de la Universidad de Oxford, podrán ser la base para que -en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)- los países productores establezcan prioridades nacionales lideradas por el gobierno -con todos los actores de la cadena del café en los países- y desarrollen políticas públicas, legislación y se tomen acciones encaminadas a buscar la prosperidad de los caficultores. Los gobiernos de los países productores deben ser mucho más activos en adoptar estas acciones y en estimular a los demás actores de la cadena para que las apoyen.

**¿Cómo proponen abordar de manera proactiva los desafíos que enfrenta la cadena de valor del café en todo el mundo?**

La cadena se debe guiar por unos principios y metas claros y ambiciosos, que el FMPC promueve desde su inicio en 2017. El primer principio que todos debemos suscribir es el de la corresponsabilidad. Cada eslabón de la cadena es corresponsable con los otros de que la cadena en su conjunto y cada eslabón dentro de ella sean positivos. Las inmensas utilidades de una parte de la cadena harían pensar que la cadena es positiva, cuando los cafeteros en muchos casos no logran siquiera vivir dignamente.



La producción, procesamiento y comercialización deben ser sostenibles tanto a nivel ambiental como social y -desde luego- económico. Este último nivel ha estado tradicionalmente rezagado frente a los dos primeros; con frecuencia el consumidor percibe que su café es sostenible porque tiene algún sello ambiental o social o porque quien se lo vende así se lo dice vía mercadeo. Pero no sabe -ni le cuentan- que quien siembra ese café con frecuencia no logra siquiera vivir dignamente.

El tercero, que resulta de cumplir los anteriores, es el de la prosperidad como meta. En el mundo con frecuencia se definen los estándares más bajos posibles como metas y parece que se logran grandes cosas, pero en realidad no es cierto. Es el caso del famoso "ingreso vital" o "living income". Sin quitarle el mérito a las buenas intenciones, la meta no puede ser simplemente sacar a los campesinos un milímetro por encima de la pobreza para cubrir sus necesidades básicas y un 5% o 10% adicional de ingreso para extras. El ingreso vital es mejor que la pobreza, pero mantiene al campesino en una situación muy vulnerable. La meta debe ser crear la estructura, con la participación de toda la cadena, para que el campesino prospere, de manera que los hijos lleguen a estar mejor que los padres y los nietos mejor que los hijos. La meta mayor debe ser la prosperidad.

**Los consumidores cada vez más se deciden por cafés de mayor calidad. ¿Está preparado el sector de producción de café para cubrir esta demanda creciente?**

Sí. Los consumidores están demandando más calidad porque han tenido acceso a mejores cafés en los últimos años y se han vuelto cada vez más exigentes, tanto con la calidad, como con los valores detrás del café. Si el productor recibe un precio remunerativo que le permita producir un buen café y prosperar, seguramente lo hará. Es muy importante que el resto de la cadena, tostadores, comercializadores, puntos de venta al consumidor, ONG's y gobiernos, entre otros, actúen bajo el principio de corresponsabilidad y contribuyan a que el caficultor pueda enfrentar los retos propios de la producción agrícola y los nuevos retos globales de sostenibilidad. Aún falta un largo camino por recorrer, pero el consumidor de hoy es claramente más exigente y crítico que el de hace 20 o 30 años.

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

# BLENDS DE ESPECIALIDAD Y CAFÉS DE TEMPORADA

Las mayores, y cada vez más, posibilidades que ofrece el mercado del café para acceder a mejores calidades de este producto, ha dado pie a nuevas presentaciones hasta hace pocos años, muy poco populares en este segmento de mercado. Son los Blends de Cafés Especiales y también, más recientemente, los Blends de Cafés Especiales de Temporada, una nueva oferta que crece en el mercado y que los consumidores han acogido con ganas.



Originariamente, el concepto de Café de Especialidad se ha relacionado con cafés de origen único y a menudo en la carta de los establecimientos que venden o sirven este tipo de granos únicamente se pueden leer nombres de monovarietales acompañados de reseñas más o menos amplias sobre su productor y/o finca donde han sido producidos.

Sin embargo, de un tiempo aquí, los blends elaborados con Cafés de Especialidad han empezado a aparecer en la oferta de muchos tostadores, que apuestan por este formato, el cual les ayuda no solo a ampliar su carta de productos, sino a garantizar de forma más estable la calidad de su oferta.

Estos nuevos blends nada tiene que ver con algunas de las mezclas que se podían encontrar años atrás en el mercado, en las que se incluía generalmente altos porcentajes de cafés robustas y en las que no en pocas ocasiones se “aprovechaban” granos envejecidos para mezclar. Y nada que ver tienen, tampoco, evidentemente, con las mezclas con café torrefacto tan populares en nuestro país unas cuantas décadas atrás.

## BLEND VS. CALIDAD Y TRAZABILIDAD

Cuando el mercado del café inició su andadura hacia la calidad y la trazabilidad empezó a promocionarse como una garantía de esta, el concepto del blend se vio notablemente afectado. Los cafés especiales quedaron ceñidos a cafés de una única variedad y finca y mezclar granos de diferentes orígenes en este segmento de mercado gourmet, era visto con cierto recelo y en contra de algunos de los preceptos del Café de Especialidad,

como la búsqueda de la notoriedad del productor.

Sin embargo, hoy, con un mercado de Cafés Especiales cada vez más extenso y aunque, todavía no maduro, si mucho más consolidado, son muchas ya las opciones de Blends de Especialidad disponibles que los tostadores están promocionando para diferenciarse de la competencia a través de un producto único y de alta calidad.

En estas mezclas se utilizan granos seleccionados que los maestros tostadores mezclan de forma habilidosa y creativa hasta obtener nuevos perfiles de sabor, imposibles de conseguir de forma individual por cada uno de los granos que utilizan. Esto les permite superar las limitaciones que representa trabajar con cafés específicos y concretos y, así pueden ofrecer a sus clientes una oferta más consistente a lo largo de todo el año.

Una muestra de la popularidad creciente de estas mezclas de Café de Especialidad es el Concurso que Fórum Café convoca para premiar el Mejor Blend de Especialidad elaborado en España y que en su última edición fue otorgado a Cafés Baqué por su mezcla de Heirlooms de la Región de Yirgacheffe, en Etiopía,

## BLENDS DE ESPECIALIDAD DE TEMPORADA

De forma similar y no excluyente, son muchos los tostadores que también han empezado a incorporar a sus ofertas los Blends de Especialidad de Temporada, que ofrecen durante periodos más o menos cortos de tiempo, vinculados a temporadas de cosechas concretas.

Comercialmente, estos blends son un atractivo importante para los consumidores de café y las empresas que los ofrecen suelen ser recompensadas con su atención, pues para muchas de estas personas que se les ofrezca un café de temporada es sinónimo del interés y atención de la empresa por procurar en cada momento, el mejor café a sus clientes.

Estos blends pueden estar preparados por cafés del mismo origen o incluso de diferentes países que se cosechan en temporadas similares y se complementan en la taza, logrando no solo amplificar sus cualidades individuales sino, también, las de la mezcla de café resultante.

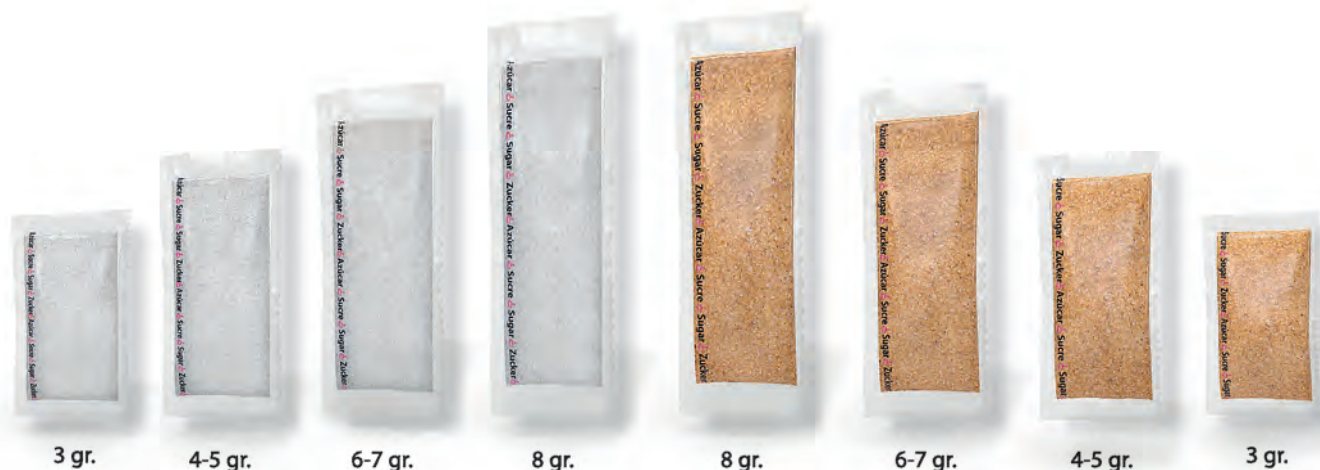
Como en el caso de los Blends de Especialidad convencionales, la buena mano del maestro tostador resulta esencial para conseguir la mejor de las tazas con estos Blends de Temporada, en las que la habilidad de estos profesionales del café para crear mezclas armónicas es imprescindible para conseguir sabores y aromas que en el subconsciente de los consumidores están asociados generalmente a épocas concretas del año.

Como muestra, por ejemplo, el blend de temporada Primavera-Agua de El Tosadero que ganó la primera edición del Premio de Fórum Café al Mejor Blend de Especialidad y que elaborado a base de cafés de Centroamérica y África Oriental reproduce en boca sabores vivos, dulces y florales que los consumidores suelen relacionar al buen tiempo y preludio del verano.

## INFORMACIÓN, TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA

Una de las mejores formas que han encontrado los tostadores de Blends de Especialidad, así como de Blends de Especialidad de Temporada para avalar la calidad de su producto, es mantener en la paquetería de estos cafés la misma estrategia de marketing que con los Cafés de Especialidad de origen único, dando cuenta, así, en sus etiquetas de los detalles de los diferentes granos utilizados en la mezcla, su origen/finca y demás informaciones complementarias y que puedan ayudar al cliente a diferenciar claramente su producto.

# ¿CÓMO QUIERE PRESENTAR SU CAFÉ?



PP 100% RECICLABLE  
FILM 100% COMPOSTABLE



Azúcar blanco



Azúcar moreno de caña integral



Azúcar ecológico de caña



Panela



Edulcorante



Edulcorante apto para diabéticos

Con una trayectoria de casi 30 años, **NAVAREST** ofrece un amplio abanico de soluciones competitivas y eficientes en el mercado.

Desde el diseño, la impresión, el envasado y la logística, todos los procesos están certificados y garantizados.

Sin duda alguna, la mejor opción para aquellos torrefactores que desean añadir valor a su producto.



[www.navarest.com](http://www.navarest.com)  
[comercial@navarest.com](mailto:comercial@navarest.com)  
T. +34 948 31 23 60



Hablemos!

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

# EL CONSUMO DE CAFÉ CRECE EN ESTADOS UNIDOS

A pesar de las diferencias obvias de la tipología de mercado del café de Estados Unidos respecto a muchos otros países, incluidos España, los movimientos y cambios que se producen en ese país son seguidos muy de cerca desde la industria cafetera mundial, pues, a menudo, muchas de las demandas surgidas en el mercado estadounidense del café, acaban marcando tendencia en el resto del mundo. Los informes de National Coffee Association de Estados Unidos son claves en este monitoreo en el que se recoge toda la información clave para su estudio y análisis.



El consumo de café en Estados Unidos ha alcanzado esta primavera los índices de demanda más altos de las últimas dos décadas y las previsiones indican que podría seguir creciendo en este último trimestre de año, según los datos que se extraen del último informe sobre "Tendencias nacionales de datos de café" (NCDT) de la National Coffee Association (NCA), en el que se concluye, además, que determinados hábitos de consumo de café adoptados durante los momentos más álgidos de la pandemia se han convertido ya, en nuevas rutinas post-COVID.

Según este documento, actualmente, el 66% de los estadounidenses bebe café todos los días, casi un 14% más desde enero de 2021, lo que significa el mayor incremento de consumo desde que la NCA comenzó a recoger datos para sus estudios periódicos sobre los hábitos de consumo de los ciudadanos de Estados Unidos, en 1950.

## MÁS CAFÉ QUE AGUA Y MÁS JÓVENES CON UNA TAZA EN LA MANO

Este fuerte incremento sobre la preferencia del café, se apunta en el informe, sitúa a este producto en la primera posición del ranking de bebidas más consumidas en Estados Unidos, superando, incluso, el agua embotellada, la segunda bebida más demandada (54%), el agua del grifo (42%), el té (48%), los refrescos (38%) y, también, los zumos (23%).

Es así, que actualmente el consumo estimado total de tazas de café por día en Estados Unidos es de 517 millones, lo que vendría a ser una taza y media diaria por persona.

Del informe, también, se desprenden dos datos a tener en cuenta y que demuestran el crecimiento del apego de los estadounidenses por el café. Por un lado, la demanda de este producto se incrementa no solo en su franja de consumo más alta, el desayuno (84%), sino también después de este momento y a lo largo del día (15%), siendo habituales las ocasiones de consumo en el camino al trabajo o en los coffee breaks durante la jornada laboral. De igual modo, la incidencia de la demanda de café por parte de los jóvenes se incrementa y el crecimiento en el grupo de edad de 18 a 24 años ya se sitúa por encima del 14%, respecto al 2021.

## EL ESPRESSO, TRIUNFA

En el hogar, según el informe NCDT, el consumo de café se mantiene por encima de los niveles previos a la pandemia y, ahora, alrededor del 84% de los consumidores de café afirman haber bebido café en casa justo el día antes de la encuesta. Esto es un 4% más de respuestas positivas que en enero de 2020. Este crecimiento de la demanda de café en el ámbito doméstico, se acompaña, también, de un incremento del consumo fuera del hogar que, según el presente informe, en los Estados Unidos ha crecido ya un 8%, desde enero de 2021.

Y es en este marco, de demanda creciente del consumo en el hogar y fuera que el espresso se ha convertido en la elaboración que más ha disparado su demanda, un 30%, desde 2020.

Aún y así, los capuchinos y los lattes siguen liderando de forma conjunta las preferencias de los consumidores de Estados Unidos, los cuales, además, han incrementado, también, su demanda de café, en servicios Drive-Through, 8%.

Otros datos de este informe que ayudan a hacerse una idea clara del mercado de café de los Estados Unidos y de las tendencias que marcan el consumo en este país son que el 41% de los bebedores de café utiliza una cafetera de goteo para preparar su bebida y que el 27% utiliza cafeteras para preparaciones individuales. Porcentajes más pequeños de consumidores optan por las preparaciones en frío, 9% y máquinas espresso, 8%.

## EL CONSUMO DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD ES YA MAYORITARIO

En cuanto a producto, el segmento de Cafés de Especialidad avanza con paso firme en el mercado estadounidense, donde en el 62% de los casos, los encuestados responden que la taza de café que tomaron el día anterior al que fueron encuestados era de este tipo, en comparación al 56% declarado en enero de 2021. Estos datos sugieren, según la SCA, que a pesar del aumento de la inflación, el Café de Especialidad sigue siendo un producto o una experiencia valiosa para los estadounidenses.

La demanda de estos cafés para consumir en el hogar ha crecido, y de una forma mayoritaria, un 70% de quienes los compran están de acuerdo en que "beber café en casa les permite ahorrar dinero sin renunciar a una experiencia placentera". En lo que no se ponen totalmente de acuerdo estos consumidores es en sí, aún siendo una experiencia óptima, esta es mejor o peor que cuando se vive fuera del hogar. Las opiniones en este caso están divididas casi a partes iguales, entre el sí y el no.

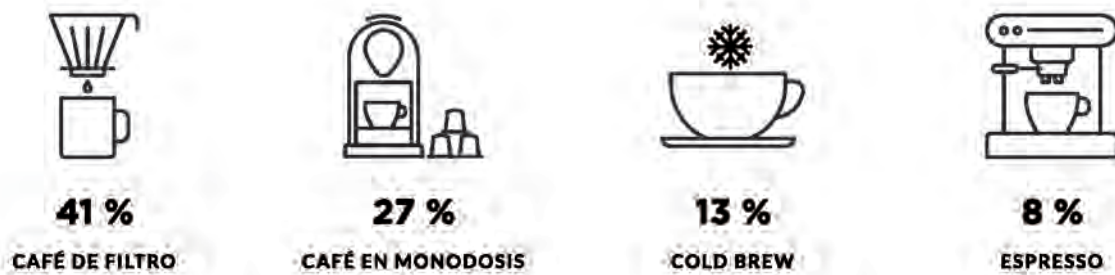
Con relación a la demanda de Cafés Especiales, vale la pena destacar, también,



**PRINCIPALES BEBIDAS CON BASE DE ESPRESSO EN EUA**



**PRINCIPALES PREPARACIONES CON BASE DE ESPRESSO EN EUA**



que los consumidores estadounidenses reconocen ya varios orígenes por su producto y cuando aparece el nombre de determinados países productores en un paquete lo asocian a un café de calidad.

**CAFÉS CON VALOR EXTRA**

Adicionalmente a ello, existen ciertos datos extrínsecos que se han convertido, también, en una información decisiva de compra, dando cuenta clara, además, del perfil de los consumidores de estos cafés. Encabezando esta lista de valores "colaterales" más apreciados está la respuesta, "se especifica el nivel de tueste", un recordatorio constante, explican desde la SCA, de que los consumidores de café saben que el nivel de tueste y el sabor están estrechamente relacionados.

Los siguientes cuatro valores son declaraciones vinculadas a atributos externos menos tangibles: precios justos pagados al agricultor, buenas prácticas laborales, comunidades prósperas, sostenibilidad ambiental y apoyo a las comunidades cafetaleras, lo que según las mismas fuentes, "corroborar algo que hemos sabido en el segmento de especialidad durante mucho tiempo, y es que las consideraciones éticas son realmente importantes para los consumidores de estos cafés". Ello confirmaría, pues, la evidencia creciente de que estos consumidores profesan un fuerte enfoque en la sostenibilidad cuando toman decisiones de compra de café, aunque, también desde la SCA, advierten, "no debemos perder de vista que cuando se le pregunta a un consumidor, este puede indicar que valora un atributo de sostenibilidad

de manera lo suficientemente alta como para estar dispuesto a pagar más por él, pero cuando se enfrenta a una inflación creciente y un presupuesto que debe equilibrar, el mismo consumidor puede optar por dejarse guiar por el precio (un producto menos costoso), en lugar de la sostenibilidad". Esta será, sin duda, una de las tendencias que será interesante comprobar como ha evolucionado en el próximo informe de la NCDT previsto para el mes de abril del 2023, y ver así, si la inflación actual ha impactado en esta decisión de compra tan claramente definida en este informe hacia la sostenibilidad por encima del precio. Será interesante comprobar, también, cuál es la evolución del espresso en Estados Unidos y si los momentos de consumo de café siguen ampliándose.

Fuentes: NCA Report, SCA

**Encapsulamos el café con tu marca**  
distintos formatos de cápsulas

[www.busigrup.com](http://www.busigrup.com)

**BUSI GRUP**

INFORME

# MERCADO ESPAÑOL DEL CAFÉ RTD

El mercado mundial de café y té listo para beber alcanzará los 167.880 millones de dólares en el 2030, y registrará una evolución media anual del 6,2% durante el período de pronóstico, según el último informe sobre la industria de alimentos y bebidas de la consultora Grand View Research, Inc, en el que se apunta al alto atractivo de estos productos entre el público más joven, así como a los nuevos estilos de vida y tendencias de consumo más saludables, la mayor demanda de café en el hogar y al q-commerce, como los principales motores del crecimiento positivo de este segmento de Mercado del café.



**E**n España, el café listo para consumir o café RTD, por sus siglas en inglés, es el segmento de mercado de esta bebida que más crece, después de las cápsulas. Según Euromonitor, el crecimiento del valor del mercado español del RTD de té y café, aumentó el pasado año un 14,4% hasta superarlos 465,9 millones de euros, apuntando las previsiones para este 2022 a nuevos crecimientos, los cuales se situarían en torno al 12,5-12,7%, según esta misma fuente y siempre, claro está, con permiso de la inflación que durante los meses que ya llevamos de año ha provocado una subida media de precio en este tipo de bebidas del 5%, según el informe de Alimarket sobre el RTD en nuestro país.

## El Q-Commerce está contribuyendo a la popularidad del café RTD entre los consumidores más jóvenes

El nuevo espacio protagonista ganado por estas bebidas en los lineales de supermercados, tiendas minoristas y tiendas de conveniencia, sobre todo, tras los cierres obligados de la hostelería durante los meses

más crudos de la pandemia, ha favorecido una mayor demanda de estas bebidas que los consultores apuntan todavía tienen mucho margen para crecer en nuestro país, donde el gasto total en café RTD el pasado año en el hogar creció ya un 26%, según Kantar.

La oferta de bebidas RTD es cada vez mayor y su variedad y calidad, también. Además, con la tendencia a la baja de las bebidas carbonatadas y energéticas por su alto contenido en azúcar, se espera que el mercado del café listo para consumir experimente nuevos impulsos a corto y medio plazo y lo haga no fuera del hogar como por lógica se podría pensar por su formato, sino dentro del hogar, donde se produce actualmente hasta el 70% del consumo de este tipo de café.

## ESTILO DE VIDA Y COMODIDAD DE CONSUMO

Este crecimiento vendrá empujado, además, por la comodidad del consumo de bebidas RTD, totalmente alineadas al estilo de vida de los jóvenes que buscan productos prácticos, saludables y de calidad que además les faciliten experiencias de consumo diferentes. Y estos cafés ready to drink en formato unitario lo consiguen, cumpliendo estas expectativas en una bebida que, a un precio similar al de un café en un establecimiento

de hostelería, pueden conseguir en un amplio abanico de lugares, supermercados, tiendas de conveniencia, kioscos, máquinas de vending, ... y disfrutar al momento de su bebida y sin necesidad de esperar el servicio ni llevar a cabo ninguna preparación previa.

## A LA SOMBRA DEL TAKE AWAY

El concepto del café ready to drink nació a la sombra del café take away preparado por baristas en establecimientos de hostelería. Fue en 1996, cuando Starbucks tras su exitoso lanzamiento de su Frappuccino, se asoció con PepsiCo para comercializar la versión lista para tomar de este combinado de café, leche y azúcar.

La nueva presentación de café a punto para el consumo en formato unitario se puso a la venta en tiendas de alimentación y conveniencia de todo Estados Unidos y su excelente acogida propició que otras empresas probaran lo mismo. En Europa, Inglaterra fue el primer país en adoptar esta nueva tendencia y a la amplia oferta de platos preparados listos para consumir que abundan en los lineales de los supermercados de este país, se sumó el café RTD.

## Se espera un crecimiento por encima del 12% en valor del café RTD en España durante el 2022

A España, esta nueva presentación tardaría unos años más en llegar y su introducción ha sido lenta, pero paulatina, siendo el principal objetivo de los tostadores fabricantes, ofrecer a los consumidores de café nuevas alternativas que hagan el consumo de esta bebida más atractiva en cualquier momento y ocasión.

Desde el inicio, los jóvenes se han manifestado como el grupo más proclive al consumo de estas bebidas, pero la creciente aparición de nuevas preparaciones y la presencia creciente de estos cafés cada vez en más

puntos de venta, ha ampliado el abanico de consumidores, a los que se ha sumado, incluso, un grupo importante de consumidores más especializados que han encontrado en el incremento de calidad de estas presentaciones una alternativa real para algunas de sus ocasiones de consumo.

Y es que el uso de cafés de calidad por parte de algunos tostadores para la elaboración de estas bebidas RTD es ya una realidad y se está convirtiendo gradualmente en algo habitual, atrayendo cada vez más la atención de este público más exigente, a la vez que consiguen seducir nuevos paladares que encuentran en estas elaboraciones de mayor calidad una alternativa más suave y agradable que, en muchas ocasiones, en bebidas take away preparadas al momento pero con cafés de calidades inferiores.

### E-COMMERCE Y VENDING

La venta online y el vending son dos canales que están contribuyendo de forma significativa, también, a la popularidad del café RTD. Por ejemplo, en el Q-Commerce o Quick Commerce (comercio electrónico rápido) especializado en la distribución de productos de conveniencia o de consumo inmediato, a través del sistema de entregas rápidas a domicilio, este tipo de presentaciones de café son habituales, lo que está favoreciendo, además, la adopción de estas bebidas por parte de los consumidores de la generación Z, un público más joven que los millennials y principales usuarios de este tipo de plataformas de envío de productos.

Estos consumidores están muy influenciados por las personalidades de las redes sociales. Por lo tanto, varias empresas están involucrando a personas influyentes en la marca de sus productos, lo que está impactando positivamente en el crecimiento del mercado.

### Paradójicamente, el 70% del consumo de café RTD en España se localiza en el hogar

En el canal online, además, el café RTD amplía su atractivo gracias a la disponibilidad de una amplia gama de productos, mucho más numerosa que en los lineales de supermercados, tiendas de conveniencia, dando pie al ingreso en el Mercado de nuevas variedades e incluso, también de nuevos players que contribuyen con sus productos a impulsar el crecimiento del segmento. En este sentido, cabe destacar, también, el uso de este canal, como banco de pruebas para la venta de bebidas RTD cada vez más funcionales y acordes a la creciente concienciación sobre la salud, lo que se espera que contribuya, también, a la evolución de la demanda del mercado de té y café listo para beber en los próximos años.

De igual modo, la oferta de muchas máquinas de vending se ha renovado con la incorporación de este tipo de bebidas que, además, por sus características de elaboración y conservación resultan ideales para este canal. Mientras que la aparición de nuevos formatos que se conservan a temperatura ambiente ha ampliado también, las posibilidades en todos los canales de distribución, aunque el hecho de que el consumidor tenga todavía muy asociado el concepto RTD a bebida refrigerada está enlenteciendo la penetración de estas nuevas presentaciones más de lo esperado.

Adicionalmente, y aunque en algunos aspectos pueda parecer paradójico, la hostelería no está al margen de esta nueva tendencia de consumo y también son muchos los estableci-



comercial **VIPASA**

*"Lo que hacemos, lo hacemos bien"*

ENVASADO DE  
AZÚCARES,  
EDULCORANTES,  
SOLUBLES Y  
PRODUCTOS ESPECIALES



WWW.VIPASA.NET

**Chepre II**  
Industria e Comercio de Porcelanas, Lda.

FABRICACIÓN Y DECORACIÓN  
DE PORCELANA  
PARA EL MUNDO DEL CAFE



**THE  
ROASTERY**  
Specialty Coffee

Es el nuevo concepto de **café de especialidad de Cafés Novell**, pensado para sorprenderte a ti y a todos los coffee lovers que entren en tu negocio.

**¿Te animas?**



**NOVELL**

www.cafesnovell.com +34 900 101 615



mientos del sector que optan por una carta más o menos amplia de estas bebidas RTD para asegurarse poder cubrir la demanda de ciertas presentaciones como, por ejemplo, el Cold Brew, las mezclas de café con ciertos tipos de bebidas vegetales o las bebidas de café saborizadas, todavía no muy populares en nuestro país, pero sí con destacada presencia en lineales de otros mercados europeos, asiáticos y norteamericanos y que algunos restauradores, sobre todo de zonas turísticas, tienen a disposición de los que nos visitan.

### ESTUDIO EROSKI

La cadena de supermercados Eroski es una de las que ha apostado fuerte por este tipo de café ready to drink en formato unitario y atentos a la demanda creciente de estos productos por parte de sus clientes, ha realizado un estudio comparativo para determinar las principales características de estas bebidas envasadas y listas para beber.

El primer dato que destacan es su composición, que en todos sus casos incluye leche, además de café: leche (75 % - 87 %), café (15 % - 20 %) y azúcar (9 % - 16 %). Las diferencias más notables, apuntan, vienen determinadas por el tipo de leche o bebida vegetal utilizada, la cantidad de azúcares totales declarados en el envase y si el café tiene o no cafeína, además del precio, claro está, que en algunos casos, puede llegar a doblarse al comparar una bebida de marca con una de marca blanca.

En todos los casos, y según el informe de Eroski, los diez cafés RTD analizados obtienen la letra B (color verde) en el semáforo NutriScore, una de las herramientas más populares utilizadas para la evaluación de la calidad nutricional de los alimentos, los cuales clasifica en cinco colores que

evolucionan progresivamente desde el verde (más saludable) hasta el rojo (menos saludable).

### GREEN AND HELTH REVOLUTION

Una de las tendencias que han adoptado los cafés RTD prácticamente desde su inicio es la incorporación de bebidas vegetales en su oferta de combinados con café, así como la renovación constante de sus envases a favor de una mayor sostenibilidad.

Actualmente, en el Mercado español del café RTD es posible encontrar bebidas elaboradas con leche de granjas certificadas en Bienestar Animal; con leche sin lactosa; con leche desnatada; gluten free, sugar free y con bebidas vegetales, un segmento de

mercado, este último, que en España ha crecido un 15,3% en solo dos años, 2019-2021, empujado básicamente por el 63,5% de españoles que ya dicen consumir de forma regular este tipo de bebidas, según datos de Aecoc Shopperview.

En cuanto a los envases, la apuesta generalizada es hacia soluciones más sostenibles y amigables con el medioambiente, reciclables y que permitan una economía circular limpia, lo que ha favorecido una adopción generalizada por parte del sector de envases PET, re-PET y cristal, que según datos reportados por Fortune Business ya representan el 60,5% de los envases del café RTD. El 30% restante serían latas y menos del 10% presentaciones de cartón y otros materiales.

En este sentido, se prevé que el segmento de botellas de PET crezca a una CAGR considerable desde ahora hasta el 2028, según datos del estudio de Grand View Research, Inc que atribuye sus previsiones al bajo costo necesario para la fabricación junto con la facilidad de manejo de este material. Además, el PET tiene la capacidad de moldearse en varias formas y está disponible en diferentes colores, por lo que la mayoría de los fabricantes están adoptando este tipo de empaque.

**El semáforo NutriScore otorga la etiqueta verde a una parte importante de los cafés RTD más habituales en los lineales de nuestros supermercados**



## ENTREVISTA

# “FÓRUM CAFÉ NO ES SOLO UNA ASOCIACIÓN, ES LA UNIÓN Y EL COMPROMISO DE TODO UN SECTOR”

David Tomás, presidente de Fórum Café

David Tomás ha sido reelegido por unanimidad presidente del Fórum Cultural del Café. Miembro fundador de la entidad, afronta este nuevo mandato, con el objetivo puesto en incrementar aún más la propuesta de valor que aporta Fórum Café a sus socios, y haciendo uso de las nuevas posibilidades que ofrece hoy día la digitalización, propone impulsar un nuevo e innovador modelo de formación en materia de café que combinará formación online y prácticas in situ en aulas homologadas FCC en todo el país.

Todo ello y más, lo hablamos con David Tomás, CEO de Promerca, en la siguiente entrevista, en la que repasamos, con él también, la situación actual del café en España y los nuevos retos a los que se enfrenta el sector.



## ¿Con qué perspectivas asume esta nueva etapa al frente de Fórum Café?

Lo hago con la misma ilusión, objetivos y compromiso con la que inicié mi mandato en el 2018. Estos años de pandemia nos han obligado a minorar la marcha en algunos proyectos e incluso poner en punto muerto a otros muchos, pero, afortunadamente, muy pronto todos empezarán a ver la luz.

Mi compromiso como presidente y el de toda la junta que me acompaña, es poder terminar aquello que empezamos cuando fuimos elegidos hace cinco años y que hemos estado trabajando con mucha ilusión durante todo este tiempo.

Estoy muy agradecido por la confianza que nos han demostrado los socios con esta reelección.

## ¿Qué prioridades se han marcado en esta nueva presidencia?

Nuestro objetivo es seguir construyendo y desarrollando nuevas oportunidades dirigidas a alcanzar las metas de Fórum

Café, lo que nos lleva a establecer prioridades en todos nuestros ámbitos de actuación: atención al socio, formación y comunicación.

Queremos promover el crecimiento de la asociación y consolidarla como entidad referente de la divulgación de la cultura de café más allá de los círculos donde ya lo es. Y todo esto lo queremos llevar a cabo en un marco que nos permita ofrecer mayor valor añadido a la industria de nuestro sector.

Para conseguirlo, hemos trabajado en un nuevo Plan de Actuación de Fórum Café que se aprobó en la pasada Asamblea General de Socios, y que nos servirá de punto de partida para nuestras acciones en los próximos años.

## ¿Cuáles son las líneas estratégicas de este nuevo Plan de Actuación de Fórum Café?

El plan está ideado para alcanzar la máxima excelencia para nuestra asociación y contempla:

- **Incrementar la propuesta de valor dirigida a nuestros socios**, poniendo en marcha iniciativas, acciones, mecanismos y recursos que optimicen y aumenten la utilidad que aporta el Fórum a todas y cada una de las empresas vinculadas al sector del café.

- **Analizar, actualizar y mejorar nuestro modelo de comunicación**, hasta la fecha más orientado al público Barista, reforzando las acciones dirigidas al resto de profesionales del sector café y, también, al consumidor final.

- **Mejorar y ampliar el área de formación**, como área clave para aportar valor al socio y al sector.

- **Poner en valor a todos los actores de la cadena del café**, a través de eventos como el Fórum Coffee Festival.

El reto es, sin duda, ambicioso, pero contamos con todos los socios y amigos de Fórum Café para conseguirlo y por ello nos gustaría

animarlos a formar parte activa de todos estos planes.

## ¿Cuáles son los primeros proyectos que Fórum Café pondrá próximamente en marcha?

Son varios. Durante los próximos meses presentaremos nuestra nueva **Plataforma de Formación Online**, un sistema que ofrece la posibilidad de conciliar la vida profesional, familiar y formativa de los alumnos. Este nuevo espacio da respuesta a una demanda creciente durante los últimos años, habiéndonos permitido las nuevas tecnologías, desarrollar un completo programa de formación teórica/práctica que facilitara al usuario el aprendizaje desde cualquier parte de nuestro país.

A través de la plataforma, los usuarios podrán seguir su formación teórica en línea y completarla con prácticas en cualquiera de las **Aulas FCC** más cercanas a su residencia. Para ello, en breve, y en coordinación con las empresas socias y escuelas de hostelería colaboradoras, iniciaremos las acciones para homologar estas aulas, un proyecto educativo global para expandir la cobertura a todo el territorio nacional y que nos permite incrementar nuestra oferta formativa, que continuará incluyendo los cursos 100% presenciales que ya ofrece nuestra entidad desde hace años.

**Queremos promover el crecimiento de Fórum Café y consolidarnos como entidad referente de la divulgación de la cultura de café más allá de donde ya lo es**



De izquierda a derecha: Jaime Bernal, Ramón Alonso, Guillermo Jáuregui, Raül Pont, Santiago Lascasas, Juan Díaz, Yolanda Bolaños, David Tomás, Juan Carlos Rey y Victoria Pamiés. Otros miembros de la junta: Alejandro Basset, Cailes Gonzalez, Charo Baqué, Ignacio Felix Ignacio Alonso-Majagranzas, Juan José Mach y Ricardo Oteros

## Hemos creado una gran familia cafetera consolidando y haciendo cada vez mayor el legado de Fórum Café

Otro proyecto importante que ya ha llegado a la fase de los últimos detalles es el Fórum Coffee Festival, un encuentro organizado por Fórum Café para todos los profesionales del sector que reunirá en nuestro país a la cadena de valor del café, desde el primer eslabón, el caficultor, hasta el último, el consumidor. Así que emplazo a todo el mundo a estar muy atentos, porque esta va a ser una cita que nadie debe perderse!

**Hagamos, ahora, un poco de balance. Fórum Café celebra este año su 25 aniversario y usted como miembro fundador y socio ha vivido en primera persona la evolución de la entidad. ¿Qué destacaría de todos estos años de trayectoria de la asociación?**

Me siento orgulloso y satisfecho del trabajo realizado. La inquietud de los profesionales y amigos del café para poner al sector y al consumidor en el centro de la experiencia y el aprendizaje, nos ha permitido dar a conocer y expandir la **Cultura de Café** en el sector y fuera de él.

Desde los inicios, Fórum Café nos hemos apoyado en tres pilares para conseguir nuestros objetivos, la **formación y conocimiento** dirigido a la industria y al consumidor; la **comunicación**, como herramienta de información para llegar a todo el mundo; y los **eventos cafeteros** que han generado, **reconocimiento profesional, prestigio** y, también, oportunidades para compartir experiencias memorables.

Desde 2007, nuestras competiciones se han convertido, además, en el evento anual más esperado por la industria española del café, superando con la edición del 2021, la participación de más de 800 baristas, catadores y maestros tostadores, Aunque, sin duda, lo más especial, es que hemos sido capaces de crear una gran familia cafetera, siendo muchas las personas que han compartido durante estos años su conocimiento y pasión y han dejado su granito de café, haciendo cada vez mayor y consolidado el legado de nuestra Asociación.

**¿En qué momento se encuentra actualmente la cultura del café en España?**

Estamos en un momento cultural mucho más maduro. El acceso a la gran información que disponemos en internet, la comunicación diaria de las iniciativas y acciones de la industria a través de los diferentes canales off y online, además de la gran oferta formativa

que ofrecen las principales asociaciones del Café, tostadores, empresas afines y escuelas especializadas, han contribuido a alcanzar una industria mucho más fuerte y preparada para atender y satisfacer las necesidades de un consumidor más informado e interesado por la salud, la calidad, la sostenibilidad y la trazabilidad del producto.

La hostelería tradicional ha apostado por aumentar la calidad en su oferta de café y cada vez son más las cafeterías especializadas que abren sus puertas para ofrecer un producto más gourmet a un público más exigente. Como dato interesante e indicador, comentar que el consumo de bebidas de café RTD tiene una tendencia de consumo cada vez mayor entre los más jóvenes, una demanda que rápidamente ha tenido repuesta en los canales Horeca, tiendas de conveniencia y seguramente muy pronto también en la hostelería.

**¿Hemos alcanzado en España un nivel de calidad y especialización en la industria cafetera y hostelera que nos permite ya formar a consumidores más exigentes?**

La calidad del producto ha ganado terreno y se ha posicionado como consumo preferente. Los españoles somos grandes consumidores de café (14.000 millones de tazas anuales).

Estas cifras hablan de lo mucho que nos gusta el café, porque no solo lo tomamos por la mañana, para despertarnos, sino también



## Mejorar la experiencia del consumidor es uno de los mayores retos para la industria cafetera y hostelera, y desde Fórum Café vamos a ofrecer nuevos recursos a los socios para que lo consigan

Unidos contamos con más herramientas y otros recursos a los que de forma individual, muy probablemente, sería mucho más difícil acceder. Además, pertenecer a una asociación sectorial y cultural, ayuda a conocer a otros profesionales, a ampliar la red de contactos y nos ofrece la oportunidad de crecer tanto a nivel profesional como personal.

Unidos contribuimos a la excelencia del sector y lo hacemos más fuerte y visible dentro y fuera de España, gracias a la estrecha relación de Fórum Café con otras asociaciones similares en otros países.

### ¿Y a los que ya son socios de Fórum Café?

Primero de todo, felicitarles por estos 25 años de la Asociación. Creo firmemente que el éxito de cualquier logro es el blend entre el esfuerzo, tesón y sacrificio de las personas a favor de aquello en lo que creen, como también creo que el trabajo en equipo y estar unidos nos hacen más fuertes. Gracias a todos y cada uno nuestros socios, hoy, Fórum Café es lo que es.

en otros momentos del día como el final de una comida o por la tarde en compañía. Las formas de consumir café en cada uno de estos momentos son distintos y esta combinación entre las calidades del producto y las múltiples formas de prepararlo forman parte de la experiencia del consumidor.

Mejorar la experiencia del consumidor es uno de los mayores retos para la industria cafetera y hostelera, y en Fórum Cultural del Café trabajamos como brazo ejecutor de la formación especializada, transversal y personalizada para todos nuestros socios, baristas profesionales y amantes del café.

### En relación con el consumo de café, ¿Qué cree que ya no volverá a ser igual como antes de la pandemia?

Actualmente, las tendencias hablan del perfil de un consumidor informado, más digitalizado y que presta más atención a lo que compra, tanto desde el punto de vista del producto como del modelo de industria que se los proporciona.

La búsqueda de la experiencia de compra y consumo en torno a estos productos, sumado a los cambios acelerados en el ámbito laboral tras la pandemia, traerán consigo cambios en los hábitos de consumo.

Durante la pandemia, el consumo de café en el hogar creció exponencialmente consecuencia de las restricciones en la hostelería y en las oficinas. De retorno a la normalidad, el consumo doméstico sigue manteniéndose alto, y hemos mantenido la demanda prácticamente en los mismos índices que antes de la crisis sanitaria. Lo que hemos hecho es diversificar la manera de consumir café y el lugar donde hacerlo.

Nos hemos habituado al consumo al aire libre – take away –, a tener siempre a punto bebidas de café calientes y frías en el hogar – RTD – y a disfrutar de la experiencia de consumo en el establecimiento – latte art

– café filtro, combinados,... –, y, también en la oficina, gracias a un café recién molido. El café forma parte de nuestro día a día y es misión del sector que el consumidor pueda acceder a un buen café en cada ocasión de consumo que se le presente.

### ¿Algún mensaje para las empresas que todavía no forman parte de Fórum Café?

Es importante saber que la Asociación trabaja para un bien común. Todas nuestras acciones van dirigidas a la industria y al consumidor con el objetivo de promover y fomentar una comunidad cafetera que apoye el trabajo y las iniciativas de todos los que formamos la cadena de valor de este producto, contribuyendo, con ello, a un consumo de calidad, saludable y sostenible. Cada reto conseguido es un valor compartido.

## FÓRUM CAFÉ

**Fundación:** 1997

**Sectores de la industria del café representados:** productores, exportadores e importadores, transporte, almacenaje, centrales de compra, tostadores, distribuidores, fabricantes y distribuidores de máquinas, equipos, filtros, menaje y producto – leche, chocolate, té y azúcar.

**Formaciones:** Más de 3.000 formaciones impartidas a profesionales de la industria, profesores y alumnos de escuelas de hostelería.

**Campeonatos baristas:** Catorce ediciones, más de 800 participantes y 264 homologaciones de jueces realizadas.

**Presencia en medios:** Más de 600 colaboraciones con programas de TV y Radio y más de un millar con periodistas de periódicos autonómicos, nacionales y revistas técnicas españolas y extranjeras.

**Charlas, ponencias y mesas redondas:** Más de 800 participaciones nacionales e internacionales en Universidades, Congresos, Foros, Entidades, Encuentros Profesionales y Salones Ferales.

**Libros editados:** "Sabor de Café", "Solo Café", "La Ruta del Café".

**Revista Fórum Café:** 90 números. Doble edición papel y online



## Competiciones Fórum Café

### Formación, divulgación y espectáculo

La divulgación de la cultura del café es la misión prioritaria de Fórum Café y para cumplirla, nuestra entidad, desde su fundación, este 2022 hace ya 25 años, ha buscado diversas vías de trabajo que permitan conseguir este objetivo. La formación y la comunicación son dos de las prioritarias y los eventos y los campeonatos baristas, también.

Fórum Café ha sido la entidad pionera en España en organizar campeonatos baristas de ámbito nacional, consiguiendo a través de estas competiciones que cientos de estudiantes y profesionales de la hostelería y del propio sector del café se hayan formado en este producto, su elaboración y servicio.

En el año 2006, cuando se pusieron en marcha las competiciones Fórum Café, pocos o muy pocos conocían el significado de la palabra "barista" en España y aunque desde el año 2000 se celebraba un campeonato mundial de esta disciplina, pocos eran, también, los que imaginaban en aquel momento el papel que iban a jugar estos profesionales en la revolución del café de estos últimos años, aunque Salvador Sans, expresidente de Fórum Café, ya advertía en un artículo publicado en esta revista, en marzo de 2003, de las ventajas de contar con estos profesionales en las plantillas de bares, cafeterías y restaurantes.

### El primer Campeonato

La organización del I Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café empezó a fraguarse en abril de 2005, cuando una delegación de nuestra asociación viajó a la feria de la Specialty Coffee Association of America en Seattle. En el año 2001, Fórum Café había sido designado "Local Chapter" de esta entidad en España y en la feria de Seattle se propuso la organización de un campeonato barista en nuestro país en colaboración con la SCAA y la WBC, que tenían



intención de incrementar el número de participantes en la competición mundial.

El objetivo era celebrar la primera competición nacional barista española en octubre del 2006, coincidiendo con la participación de Fórum Café en el Salón Hostelco.

Es así, que con la fecha marcada en el calendario, se puso en marcha toda la maquinaria para su organización, empezando por la información a los socios y continuando por la homologación de los primeros jueces baristas que se iban a encargar de evaluar a los participantes en las competiciones clasificatorias y en la final del Campeonato.

José C. Arreola, profesor certificador de la WBC, se desplazó a Barcelona para realizar esta homologación, en la que 18 profesionales del sector español del café obtuvieron sus licencias, tras acreditar mediante pruebas escritas y prácticas sus conocimientos sobre café, técnicas baristas y la reglamentación de la WBC.

A esta homologación, le siguieron siete competiciones baristas a nivel regional que Fórum Café organizó con la ayuda de socios y partners en Galicia con Cafés Veracruz, Vitoria con Cafés la Brasileña, Madrid con la AMIC, Lleida con Cafés Batalla, Cantabria con Cafés Dromedario, Asturias y Barcelona.

La novedad de estos certámenes y la falta de una cultura barista en España no facilitó la tarea organizativa, pero el apoyo de las empresas asociadas a Fórum Café que promovieron la competición entre sus clientes, colaborando con ellos en tareas de formación para facilitar la participación de baristas en los campeonatos resultó vital y se logró el éxito final, consolidándose en cada edición posterior el vínculo de las empresas del sector con esta competición.

En paralelo a los campeonatos regionales, se iniciaba, también, la campaña de comunicación del Campeonato Nacional que traería hasta Barcelona al Campeón Mundial de Baristas de 2005, Troels Poulsen, quien impartió un cursillo teórico-práctico sobre técnicas baristas a profesionales del sector de la hostelería, asociados de Fórum Café y medios de comunicación.

Octubre llegó con todo a punto para la competición y tal como se había programado, la final del I Campeonato Nacional de Baristas de España se celebró, según lo previsto, en el marco del Salón Hostelco, donde Fórum Café dispuso todo lo necesario para ello.

En total, esta primera final contó con la participación de 17 concursantes que se disputaron primero las seis plazas de la fi-



nal y a posteriori el primer lugar del pódium, lugar que ocupó Chiara Nicolini, una joven de 23 años, estudiante de empresariales y apasionada del café.

El éxito de público y prensa fue absoluto y las ganas de trabajar en nuevas ediciones de esta competición quedaron claras en el entusiasmo de todos los que habían hecho posible el I Campeonato Nacional de Baristas.

 World's leading filling & sealing solution.



 **RYCHIGER**  
FILLING AND SEALING MACHINES



# COFFEE & TEA

**IMCO**  
PROCESS & PACKAGING

Representación en exclusiva en España y Portugal

Còrsega 381-387, 08037 Barcelona | [www.imco.es](http://www.imco.es) | [imco@imco.es](mailto:imco@imco.es) | T. 934 572 800

**CAMPEONES NACIONALES BARISTAS FÓRUM CAFÉ**



I Edición  
**Chiara Nicolini**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



II Edición  
**Hicham Ahmar**  
*Salón Internacional  
del Barista (A Coruña)*



III Edición  
**Javier García**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



IV Edición  
**Antonio M. Chavarria**  
*Palacio Municipal de  
Congresos de Madrid*



V Edición  
**Ferrán Casellas**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



VI Edición  
**Javier Martín**  
*Hotel Hiberus  
(Zaragoza)*



VII Edición  
**Sergio Rodríguez**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



VIII Edición  
**Carolina Hernández**  
*Basque Culinary Center  
(San Sebastián)*



IX Edición  
**Adrián Fernández**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



X Edición  
**Damián Seijas**  
*Palacio de Ferias y  
Congresos de Málaga*



XI Edición  
**Javier Carrión**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



XII Edición  
**Marcos González**  
*Salón Hostelco  
(Barcelona)*



XIII Edición  
**Luis Blanco**  
*Abanca (Vigo)*



XIV Edición  
**Andrea Juan**  
*INS Escuela de  
Hostelería y Turismo  
de Barcelona*

**CAMPEONATO IBÉRICO DE BARISTAS**



**Antonio M. Chavarria**  
*(2009)*



**Víctor Bolea**  
*(2010)*



**Miguel Espinosa**  
*(2011)*

**CAMPEONATO NACIONAL DE AEROPRESS**



Liz Ochoa (2016)  
Raúl Alonso (2018)  
Luis Ibáñez (2019)  
Silvia Paola Pedroza Ortega (2021)

**CAMPEONATO NACIONAL DE CATA**



Csaba Bóka (2016)  
Jesús Hernández Fernández (2018)  
Zakhar Kurtá (2019)  
Patricino Navarro (2021)

**CAMPEONATO NACIONAL DE LATTE ART**



Karen Quiroga (2021)

**CONCURSO BLEND COMERCIAL**



Cafés Candelas (2018)  
Cafés El Tostadero (2019)  
Cafés Fortaleza (2021)

**CONCURSO BLEND ESPECIALIDAD**



Cafés El Tostadero (2019)  
Cafés Baque (2021)

**Porque cada día es un comienzo**



F Ó R U M  
C O F F E E  
F E S T I V A L

*¿Estáis preparados?*

**Es la hora y el mejor momento**

fórumcafé



1r Campionat Barista del Mediterráneo, Barcelona 2006

## Volantazo hacia la cultura del café

Tras esta primera edición conjunta, Fórum Café asumió la organización de la competición en solitario, redirigiendo el principal objetivo de la misma hacia la divulgación de la cultura del café, la promoción del consumo de cafés de mayor calidad en nuestro país, y el reconocimiento de la profesión barista.

A partir de entonces la meta de la competición ha dejado de ser buscar un campeón, y ahora es que la apuesta por la cultura y la calidad del café que hacen todos los que participan en el Campeonato, baristas, esponsorrs, patrocinadores, colaboradores... llegue a la calle y que se entienda y reconozca la importancia de conocer y trabajar correctamente el café.

Esta filosofía consiguió, a partir de ese momento, despertar la necesidad de formación en el sector del café y la hostelería, contribuyendo con ello a un avance importante de la cultura de este producto en nuestro país.

Profesionales de todos los ámbitos del café han participado y lo siguen haciendo en las formaciones Fórum Café, las cuales, a lo largo del tiempo, han implicado, también, a las Escuelas de hostelería de todo el país que se han convertido en múltiples ocasiones en escenarios de competiciones locales, autonómicas e incluso nacionales, favoreciendo el descubrimiento de la figura del barista por parte de los futuros profesionales del sector.

Tras meses de intenso trabajo revisando normativas y unificando criterios organizativos, Fórum Café arrancaba en solitario en 2007, la competición barista que se ha convertido en la más importante de nuestro país.

## Un éxito de todos

Baristas de todo el territorio nacional participaron en estos primeros campeonatos que, poco a poco, iban sumando, también, el patrocinio de las empresas del sector y afines, algunas de las cuales totalmente implicados en su organización, difusión y aporte de concursantes.

La pronta organización de la competición barista en Delegaciones asimilables a las Comunidades Autónomas consiguió el despegue definitivo del proyecto que logró llamar la atención no solo del sector, sino también de otros organismos que durante todos estos años han ofrecido apoyo a los Campeonatos, participando como patrocinadores, cediendo sus instalaciones o colaborando en su promoción, entre otras acciones.

Con los campeonatos en pleno proceso de crecimiento, la necesidad de más jueces para las competiciones dio pie a la creación de un primer equipo de formadores de jueces baristas, Emilio Baqué, Manel Batet, Jordi Coidna, Enric Gacía y Augusto Morales, que se encargaron de impartir homologaciones en diferentes puntos del país, asegurando, así, una bolsa suficiente de jueces para atender las competiciones autonómicas baristas y también los concursos locales – cada vez más frecuentes, por

el interés creciente en la competición – en todos los puntos de España. Desde el principio estos jueces y el resto de los que se han homologado a lo largo de los años se han convertido en piezas excepcionales de la competición Fórum Café, a la que estos profesionales, igual que el comité de jueces que se creó tiempo después, han aportado su talento y colaboración desinteresada a favor del mejor de los éxitos.

Además, desde 2008, con el fin de mejorar la gestión de los Campeonatos, cada Comunidad organizadora pasaba a tener un delegado, figura en ocasiones representada por una entidad, una empresa o un grupo de tostadores, que además de asumir la coordinación de la competición junto a Fórum Café, se convertían en focos activos de divulgación de cultura del café en sus territorios, donde organizaban charlas, demostraciones y exhibiciones para promocionar la competición y con ello el café.

La notoriedad de la competición barista Fórum Café empezó a crecer y pronto atrajo la atención de los medios de comunicación, uno de los principales objetivos del trabajo de nuestra Asociación que conseguía, así, que a través de los campeonatos se hablase de café en diarios, radio y televisión.

## Campeonato Ibérico de Baristas

Coincidiendo con la tercera edición del Campeonato Nacional, Fórum Café recibió la petición de Andorra de celebrar una

competición conjunta, con ánimo de replicar la esencia de los campeonatos Fórum dirigidos a la promoción de la cultura del café en este país vecino.

Acordada la organización de esta competición, cada país celebró sus campeonatos Nacionales y en la Cumbre Internacional de Gastronomía de Madrid, en enero de 2009, se celebró la I Final del Campeonato Ibérico de Baristas, que el año siguiente sumaría, también, a Portugal.

Se repitió el mismo formato, con competiciones nacionales individuales y una ronda final ibérica en IHostelco 2010, donde los baristas actuaron por primera vez bajo la nueva normativa desarrollada enteramente por Fórum Café, la cual, dado el creciente nivel de la competición, otorgaba a los jueces de herramientas de examen más rigurosas para la valoración de los concursantes y para que estos, a su vez, pudieran demostrar mejor sus dotes en la preparación del café.

Fue en esta época que se dobló de dos a cuatro el número de espresso que debía extraer el concursante, de modo que tanto los jueces técnicos como sensoriales pudieran tener acceso a su valoración. Otra de las modificaciones de la nueva reglamentación fue la incorporación del juez auxiliar como figura necesaria en la organización, encargándosele el control de participación de los baristas y del material necesario para la competición.

## Apuesta por la calidad

Con la competición barista ya consolidada, en 2010 se había logrado crear y asentar un verdadero movimiento de profesionales baristas en nuestro país, consiguiendo la implicación de múltiples segmentos del sector del café, instituciones, gremios y asociaciones en la competición y, lo más importante, en la misión de Fórum Café de divulgar la cultura del café en España.

Como novedad de este año, se sumaba al título de campeón de cada competición, los premios al Mejor Latte Art y a la Mejor Bebida de Especialidad, ofreciendo nuevos alicientes al campeonato, a sus participantes (200 ya en 2013, en el total de competiciones) y al público asistente, cada vez más ansioso en conocer las propuestas de los baristas que, edición, tras edición, sorprendían con nuevas técnicas, equipos, combinados y, sobre todo, también, con nuevas calidades de café que se han ido incrementando exponencialmente a lo largo de las catorce ediciones celebradas de la competición baristas Fórum Café, en la que se ha podido ver trabajar a baristas con lotes

de cafés exclusivos con puntuaciones por encima de los 90 puntos SCA.

De hecho, este ha sido uno de los grandes logros de la competición barista de Fórum Café, dar visibilidad a los cafés de alta calidad en nuestro país, propiciando su conocimiento una adopción creciente de estos granos por parte de muchos profesionales del sector.

## Más que un Campeonato

El Campeonato Nacional de Baristas Fórum Café llegaba en 2015 a su décimo aniversario totalmente consolidado, habiendo contribuido no solo a divulgar la cultura del café en España, sino a dar a conocer e impulsar la figura del profesional barista en nuestro país.

Las convocatorias Fórum, extendidas a lo largo y ancho del país, incorporaban actividades, demostraciones y charlas en torno al café en las que han participado a lo largo del tiempo, nombres referentes en el ámbito culinario, universitario, del periodismo, la ciencia y también de la medicina o el arte.

En 2015, Fórum Café superaba el centenar de jueces homologados y fruto de los campeonatos había nacido, ya, una sólida comunidad barista unida por la pasión por el café, demostrándose en todos estos años de competición un alto nivel de camaradería entre los participantes cuya ilusión personal

y conjunta de llevar su profesión, la de barista, a lo más alto siempre ha estado presente.

Lejos, sin embargo, de bajar la guardia y dar el objetivo como alcanzado, Fórum Café ha continuado trabajando constantemente en la optimización de las competiciones para asegurar no solo la calidad de las mismas, sino, también, su atractivo, espectáculo y, sobre todo, función divulgadora de la cultura de café y del consumo de café de calidad en nuestro país.

Durante este tiempo no se ha dejado de lado, tampoco, la aspiración de lograr para el barista la cualificación profesional, aunque la falta de una práctica general a nivel nacional por parte de las diferentes administraciones ha hecho, por el momento, imposible conseguirlo. Aun y así, las formaciones Fórum Café en materia barista, como otras del programa formativo de nuestra entidad, sí cuentan desde hace años con la doble acreditación de Fórum y de AECafé, la Asociación Española del Café que avala los conocimientos adquiridos por los alumnos en estos cursos, donde son evaluados con pruebas prácticas y escritas antes de recibir su certificación.

## Un referente

Cumplida esta primera década de campeonatos, la nueva generación de baristas que subía ahora a los escenarios eran ya muy conscientes que su misión va mucho más allá de un Latte Art y que sin un perfecto conocimiento del producto con el que se



De izquierda a derecha, Luis Blanco, Guillermo Gómez y Damián Seijas, baristas galardonados en IX Campeonato de Baristas de Galicia 2014



trabaja, es imposible lograr el éxito. Si hasta el momento muchos de los ejercicios vistos en las competiciones habían sido sorprendentes, el nivel alcanzado por los profesionales baristas españoles en este momento, daba pie ya a presentaciones prodigiosas, en las que la sorpresa y el ingenio han sido una constante en los últimos años.

Desde 2015, además, la presencia de cafés de pequeñas fincas de múltiples países de origen se ha convertido en la norma de las competiciones, igual que el interés de los baristas por conocer la historia de esos granos y de la persona que los cultiva para, luego, poderlo explicar todo a los jueces y, sobre todo, también, al público, cada vez más interesado en saber más sobre el café que está degustando.

Igualmente, el interés por las competiciones Fórum Café ha seguido creciendo a lo largo del tiempo entre las empresas del sector, cada vez más activas en su colaboración con la competición, patrocinios, formación y presentación de participantes. De hecho, el atractivo de estos campeonatos para el sector, así como su capacidad de atracción de público y medios de comunicación, contribuyeron en ese momento a consolidar, también, la vinculación de las competiciones Fórum Café con ferias y salones profesionales de todo el país, consiguiendo en todos los casos, no solo muy buenos resultados en cuanto a organización y público se refiere, sino, también, hacer llegar la cultura del café a gran variedad de públicos, en el afán de nuestra Asociación por promover el consumo de café de calidad en España.

Salones como Hostelco, Gourmets, Vendiverica, FIDMA, Alimentaria Castilla y León, HIP... han acogido la competición barista Fórum Café durante estos años con muy buenos resultados en la promoción de este evento. Y es que a nadie se le escapa la importancia de poder formar parte del programa oficial de este tipo de

encuentros internacionales, en los que se cita el sector y en el que se multiplican las oportunidades para incrementar la visibilidad de Fórum Café.

## Camino a las nuevas competiciones

La especialización de la figura del barista no ha dejado de crecer desde la organización de la primera competición en España y esta referencia ha ido acompañada de la propia evolución de los campeonatos organizados por Fórum Café.

En 2016, al programa del Campeonato Nacional de Baristas, se sumaban con éxito dos nuevas disciplinas, el Campeonato Nacional de Cata y el Campeonato Nacional de AeroPress y en 2017 se presentaban unas competiciones renovadas tanto en calendario como en normativa. En la competición barista desaparecían los gramajes de las dosis, se incorporaba el nivelador como herramienta permitida en la estación barista, y de dos, se pasaba a una única bebida de especialidad que debía preparar el concursante en su ejercicio, lo cual ha acabado dando pie a la presentación de bebidas más complejas y elaboradas.

Además, desde esta edición se permiten las máquinas espresso con sistema de calentamiento de grupos independientes y es obligado que el agua utilizada en la preparación de los espressos y cappuccinos sea, siempre, filtrada.

Esta gran cita consolidada del café en España creció en 2018 con la incorporación del Premio Fórum Café al Mejor Blend Comercial, y el Premio Fórum Café al Mejor Blend de Especialidad en 2019,

reconociendo en ambos casos la figura del maestro tostador.

En la edición 2021, se incorporó, además, al programa de competiciones, un nuevo aliciente y espectáculo para los seguidores de estas pruebas, el Campeonato Nacional de Latte Art.

## Marca Campeonatos Fórum Café

Tras catorce ediciones, la competición barista Fórum Café ha desarrollado su propia marca de campeonatos reconocidos, dentro y fuera de nuestras fronteras, por su solvencia y credibilidad.

Las competiciones baristas Fórum Café se han convertido en el principal escaparate de tendencias del sector en España, donde descubrir que es lo que "se lleva" en la preparación de café y, también, donde disfrutar de la profesionalidad de los mejores baristas del país y tener acceso, además, a algunos de los mejores especialistas, nacionales e internacionales, de diferentes materias relacionadas con el café que completan el programa de estas competiciones con conferencias, demostraciones, talleres y showrooms de alto nivel.

Y es en este punto de máximo esplendor de la competición barista que Fórum Café vuelve a dar una vuelta de tuerca a estos campeonatos que se renuevan por completo de cara a su próxima edición.

Desde la organización se ultimán ya los detalles que en breve se darán a conocer y que promete nuevas e interesantes propuestas diseñadas, como no podía ser de otra forma, para seguir contribuyendo a la promoción del consumo del café de calidad en España.

# PROTEGE LA MÁQUINA DE CAFÉ CONTRA LA CORROSIÓN

 BRITA®

**¡NUEVO!**  
Dual IEX Protection

## **BRITA PURITY C XtraSafe** Solución para aguas corrosivas

- Evita parada de máquinas y costes de reparación
- Asegura la calidad de la taza de café

PURITY

**C1100**  
XtraSafe



CALIDAD

# ENTENDIENDO LA RATIO DE PREPARACIÓN DEL ESPRESO, EBR

La ratio de preparación del café es la relación de gramos de café molido que utilizamos en una extracción respecto a la cantidad de agua de la preparación. De esta ratio depende, en buena parte, la fuerza, la viscosidad, la sensación en boca, e incluso, el sabor del café que vamos a beber y conocer cómo funciona y cómo hace variar estas características de la bebida nos ayudará a conseguir el mejor de los resultados.



El café en taza es una suma del agua como solvente y los compuestos del café arrastrados, disueltos y no, durante la extracción, de ahí que variando la cantidad de estos dos elementos - café y agua - el resultado varíe totalmente. Esto aporta una gran versatilidad al café para adaptarse a diferentes paladares, pero hemos de tener siempre en cuenta que solo un buen control de la ratio, de los parámetros de extracción, además, obviamente, de un buen café, nos permitirán conseguir una taza de calidad.

Y esto es así, porque una mayor concentración de compuestos del café en la bebida no equivale siempre a mayor calidad, ni viceversa. Y, por tanto, aprender a extraer gestionando la saturación y la concentración es clave para asegurar el mejor de los resultados.

Variando los parámetros de la extracción, por ejemplo, podemos conseguir mayor capacidad de solubilidad para nuestra bebida, pero es importante gestionar en que rango nos queremos mover para no sobresaturar la disolución y que el resultado acabe siendo desagradable desde el punto de vista sensorial.

## ¿Cómo hacer un buen cálculo para no errar la ratio de preparación?

A pesar de lo dicho, en café nada es una ciencia exacta y por ello no existe una fórmula estándar que defina el ratio perfecto

para cada preparación, pues hay gran cantidad de variables que entran en juego y que inciden directamente en el resultado final.

La primera de estas variables es el propio café con el que vamos a trabajar. Para poder determinar una buena ratio, deberemos conocer bien sus características para saber no solo que podemos esperar de él, sino para poder determinar el tipo de perfil sensorial que queremos extraer.

Si buscamos una taza con notas ácidas, pero partimos, por ejemplo, de un café plano en este sentido, difícilmente conseguiremos la taza que queremos o si nos gustan los cafés con tonos a especias y el café con

el que pretendemos trabajar destaca por sus notas afrutadas, tampoco tendremos éxito.

En cambio, si conocemos bien todas estas características, podremos "diseñar" nuestra taza, y perfilar si queremos que esa acidez natural de nuestro café destaque más o menos en la bebida, si preferimos que toda su fuerza se traslade tal cual a la taza o quede ligeramente modulada o si queremos o no modificar su viscosidad en taza, entre otras variantes.

Sabido esto, podemos probar primero con diferentes puntos de molidura y después, también, con diferentes gramajes de este café molido hasta conseguir el perfil de taza que buscamos, de modo que la extracción se produzca de forma controlada y la concentración sea la precisa para dar satisfacción en el resultado organoléptico.

Se puede medir cada parámetro y realizar los cálculos de extracción acorde a cada concentración para, así, poder reproducir en cada repetición el mismo resultado. Eso sí, cualquier variabilidad de la materia prima, proceso, acondicionamiento, tueste, conservación, molido, dosis, composición del agua, presión, temperatura, ... dará como resultado una taza distinta.

Además, debemos saber que la ratio de extracción debe variarse para aumentar o disminuir la fuerza del café y en ello los orígenes, procesos y tuestes tienen todo el protagonismo.

## ¿CÓMO INFLUYE EL TIPO DE CAFÉ EN LA RATIO DE PREPARACIÓN?

Los cafés gobiernan la extracción y según su tueste tienen más capacidad o menos de ser extraídos bajo unas condiciones iguales. Por ello, no existen las condiciones estándar iguales.

Cada café debe probarse y solo con la cata espresso podemos verificar que la extracción sea acorde a lo esperado en la definición del producto.

Que un café sea de especialidad o comercial es solo una cuestión de valoración por parte de Q-Graders con base a las normas del CQI. A partir de ahí, si se extrae bien, la calidad percibida en taza puede ser distinta, pero si en nuestra ecuación falla una variable, el resultado será erróneo, y la diferencia entre un "Specialty" y un "Comercial" será inapreciable, al estilo de lo que puede pasar si se produce un error en el tueste, el cual puede convertir un café de calidad excepcional a un simple café mediocre o vulgar.



### ¿Cuál es la ratio ideal a partir de la cual trabajar la extracción en la máquina espresso?

Lo primero que deberíamos decir al respecto es que actualmente, la mayoría estarán de acuerdo conmigo, buena parte de lo que se han considerado hasta ahora "ratios estándar" deberían ponerse en tela de juicio, pues hoy no extraemos el espresso como antes.

Hace unos años todas las extracciones se trabajaban a 1 bar de caldera y 9 bar de presión de bomba, independientemente del café y el tueste. Sin embargo, hoy, afortunadamente, la técnica ha evolucionado y tenemos en cuenta, también, el tipo de preparación que vamos a elaborar, y, por ejemplo, un espresso y un flat white aún extrayéndose del mismo café, pueden tener recetas distintas porque las necesidades en concentración y en perfil sensorial, son diferentes, también.

De igual modo, la técnica del espresso se utiliza ya en todo el mundo y esto ha dado pie a diferentes concepciones de esta bebida según los diferentes mercados, abarcando en un amplio abanico de gramajes por shot, desde los 6,5 gr hasta los 24 gr por "shot", dependiendo del tipo de preparación.

En nuestra geoposición mediterránea utilizamos una relación EBR (Espresso Brew Ratio) 1:2 para el "ristretto", 1:2,5 para el "espresso" y 1:3 para el "lungo". En España sería comparable al "corto", "café regular" y "largo", aunque hay mercados donde el largo es "larguísimo" sin ratio alguno ni concreto ni controlado, lo que condena a esta preparación a una nula consistencia en términos de repetitividad.

Con relación a otras preparaciones con café, es interesante saber, también, que el espresso debido a la alta temperatura del agua, velocidad y presión de su extracción necesita más gramaje de café en la ratio que otros métodos, como por el ejemplo, el café frío o la prensa francesa que dejan el café molido con el agua durante mucho más tiempo, lo que disminuye la cantidad necesaria de café molido para la extracción.

### ¿Qué es el flujo de agua y que protagonismo tiene en la definición de ratios para el espresso?

El flujo de agua es el caudal que se utiliza en la extracción, medido, como todo caudal, en volumen por unidad de tiempo.

Distintos caudales en extracciones repetidas nos darán distintas concentraciones y el re-

sultado será siempre de bebidas distintas. Es decir, baja consistencia y por ello baja calidad de repetición, pues, al fin y al cabo, es una cuestión de precisión en la medida, como estamos viendo, lo que va a marcar la diferencia entre las extracciones.

### ¿Qué papel juegan las nuevas máquina de café espresso en la consecución de los ratios perfectos?

La máquina espresso es un instrumento que puede ser básico o de precisión, debiendo fijarnos en este último grupo si vamos a hablar de innovación.

Las máquinas espresso más avanzadas, en cuestión de ratios y flujos, ya contemplan la medida precisa del volumen de agua aportado por unidad de tiempo y la integral del volumen total. Además, estos equipos utilizan válvulas proporcionales para gestionar el flujo y poder modelar en cada extracción el volumen de agua en las distintas fases de la extracción, optimizando al nivel de la excelencia el resultado en taza.

**Carles González**  
Coffee Competence Manager Rancilio Group



SIBARISTAS  
by Candelas

CANDELAS



CANDELAS

DESCUBRE LO QUE ES LLEVAR

**EL CAFÉ EN  
EL ADN**

[www.sibaristas.com](http://www.sibaristas.com)

CALIDAD

# BYPASSING QUÉ, CUÁNDO Y CÓMO

Una de las técnicas para la preparación del café que tiene más defensores y detractores a la vez es el bypassing, un método que crea una infusión concentrada, utilizando menos agua y una molienda, generalmente, más fina, a la que luego, se le agrega el agua que se ha "quitado" durante la extracción.

## ¿QUÉ ES EL BYPASSING?

Bypassing es la acción de agregar agua a un café que ya está preparado. Es un modo sencillo de diluir una taza y reducir la fuerza que tiene nuestra bebida, pero sin modificar la extracción, es decir, modulando su intensidad pero no su sabor.

Una de las ventajas de este método es que podemos controlar la cantidad de agua que agregamos, de modo que podemos ajustar el resultado de la bebida que buscamos. Si queremos un resultado más técnico, podemos pesar la cantidad de agua que vamos a agregar y comparar el TDS antes y después del bypassing para lograr un resultado óptimo.



## ¿CUÁNDO SE UTILIZA?

El bypassing es una técnica muy versátil y se puede utilizar desde para enfriar la bebida, a rebajarle su intensidad o aislar los sabores que surgen durante las dos primeras fases de extracción del café y limitar las notas más amargas que pueden surgir hacia el final (la acidez y notas frutales se obtienen primero, después las dulces y al final, es cuando aparecen los carbohidratos con mayor intensidad, y, por tanto, los sabores más amargos). De ahí la importancia del tiempo de preparación, pues afectará el sabor y el aroma del producto final.

Normalmente, el bypassing se utiliza en la elaboración de bebidas con base de espresso, siendo la su aplicación más popular en el café Americano y también el Long Black. Aún y así, también son muchos los que suelen utilizar esta técnica con la AeroPress, preparando con ella una especie de "concentrado de café" que luego se diluye con agua.

Algo similar ocurre cuando se recurre al bypassing para preparar grandes volúmenes de café de filtro. Realizar este tipo de preparación del modo convencional, conlleva bastante tiempo y requiere de una supervisión continua, pues existe la posibilidad de que se desborde el filtro. En cambio, limitar a cantidad de agua de preparación que se vierte, ayuda a acortar tiempos y a evitar o minimizar los problemas de desbordamien-

tos. Al final del proceso, después de añadir el agua restante de la preparación directamente en el café ya extraído, se consigue una bebida más ligera, y generalmente más acorde a una mayor variedad de paladares, algo realmente conveniente cuando, recordemos, estamos preparando café para un gran número de personas.

También se suele utilizar el bypassing para bajar la temperatura de una preparación de café. Agregar agua a un café ya elaborado es, por ejemplo, una técnica popular para el café helado, no cold brew, donde parte del agua destinada a la preparación se reemplaza con agua fría o hielo.

## ¿QUÉ INCIDENCIA TIENE EL BYPASSING SOBRE LA CALIDAD SENSORIAL DE LA TAZA?

Siempre y cuando pongamos agua filtrada en la taza no va a tener un efecto negativo, aunque sí puede influir en la percepción del café, si el agua que utilizamos para hacer el bypassing está muy caliente o más fría que el agua de la preparación original.

Si se realiza correctamente, El bypassing vendría a ser algo similar a agregar unos cubitos de hielo a un vaso de whisky: el licor no cambia y el hielo favorece que los sabores intensos sean menos ásperos.

En relación con la incidencia del bypassing en la calidad sensorial del café, la catado-

ra y experta en café Sandra Loofbourow de The Royal Coffee Company, en Estados Unidos, ha realizado varias pruebas comparando la aceptabilidad de bebidas resultantes del uso de este método en comparación de tazas preparadas de forma convencional y aunque los resultados deben tomarse con reservas, dada la falta de un estudio formal, sí que los resultados resultan, cuanto menos, interesantes de comentar.

En uno de sus estudios, Loofborow explica que preparó 20 gr. de café en una Kalita con 360 gr. de agua, lo que resultó en un volumen final de bebida de 320 gr. - el café absorbe al menos su peso en agua, por lo que los volúmenes de preparación finales siempre serán menores que el agua de preparación total añadida -.

Además, preparó, también, una serie de concentrados usando menor porcentaje de agua en la preparación original y agregando suficiente agua en el bypassing posterior para igualar el volumen de 320 gr. de la bebida original.

Todas estas preparaciones las dio a probar a un panel de catadores, que tras degustarlas y compararlas, coincidieron en indicar que preferían las tazas que usaban solo el 40% del agua de preparación original, es decir, alrededor de 150 gr. de agua por 20 gr. de café.

Fuentes: The Royal Trade, Alejandro Mauriño

**CALIDAD**

# “LA SITUACIÓN DEL MERCADO DEL CAFÉ SERÁ CADA VEZ MÁS FAVORABLE PARA LOS QUE BUSCAMOS LA DIFERENCIA EN LA CALIDAD”

**José Roberto Monterroso Pineda**  
**Campeón Taza de la Excelencia Guatemala 2022**

Guatemala es un país de excelentes cafés, aunque a menudo desconocidos para muchos consumidores a los que, además, no siempre les resulta fácil acceder a este origen. Certámenes como la Taza de la Excelencia ayudan a facilitar este camino, en el que la calidad se perfila, cada vez más, como el valor diferencial con mayor entidad y peso.



**E**n la reciente edición de la Taza de la Excelencia de Guatemala, tres cafés Geishas de las regiones de Jalapa y Huehuetenango han ocupado el pódium del certamen con puntuaciones, los tres cafés, por encima de los 90 puntos.

El vencedor absoluto del concurso ha sido el caficultor José Roberto Monterroso Pineda, con un Geisha lavado de 91,75 puntos. El segundo lugar lo ha ocupado la laureada familia Aguirre del Injerto, que cuenta, ya, con el máximo número de galardones del certamen guatemalteco, habiendo subido en esta ocasión al pódium gracias a un Geisha excepcional de 91,33 puntos. El tercer puesto del certamen ha sido para Fredy Milton Morales Mérida, de la finca Rosma que presentó dos lotes de esta misma variedad de café que recibieron 90,13 puntos.

## DEDICACIÓN, ÉTICA E INNOVACIÓN

Para cualquier caficultor, clasificar su café para la Taza de la Excelencia es una garantía a su comercialización y recibir un premio, la certeza de que va a recibir el mejor precio por él.

José Roberto Monterroso Pineda está feliz y orgulloso de su café. En el año 2013 ya recibió la segunda mejor puntuación del certamen y en el 2014, la tercera, pero nunca hasta ahora había ocupado el pri-

mer lugar de la Taza de la Excelencia de Guatemala.

“Soy una persona que se ha dedicado al mundo del café desde una temprana edad y poder cumplir las metas que me propongo con una ética de trabajo constante es mi máximo objetivo”.

La Finca de Monterroso, El Morito, está ubicada en el municipio de Mataquesquintla en el departamento de Jalapa. Allí, desde los 1.400 a los 2.100 metros sobre el nivel del mar, Monterroso cultiva con éxito múltiples variedades de cafés, Pacamara Rojo, Pacamara Amarillo, Geisha Rojo, Geisha Amarillo, SI 28, Catuai, Bourbon, Pache San Ramón y Pacas.

“Todas estas variedades marcan la diferencia de calidad en una taza de café. En nuestra finca, priorizamos las que se adaptan mejor a las condiciones climáticas y fitosanitarias de la región, sometiendo siempre al café a procesos de producción respetuosos y que procuran la máxima excelencia para cada grano”, explica.

## CAFÉ AMIGABLE CON EL MEDIOAMBIENTE

Los orígenes de esta finca se remontan a 25 años atrás, cuando surgió como una pequeña explotación familiar. Adelantándose a lo que tenía que venir, José Roberto Monterroso se propuso, ya entonces, ga-

rantizar una producción sostenible, creando procesos amigables con el medio ambiente y regenerando zonas afectadas por la deforestación de árboles, lo que ha acabado dotando de personalidad propia a su explotación cafetera.

“En la finca aplicamos planes de control manual de la maleza, conservación de suelo, protección de los recursos naturales del agua y de la flora y fauna” apunta Monterroso, quien trabaja a diario a pie de cafetal, vigilando de cerca la producción de su café y todas las faenas posteriores a la cosecha.

“Normalmente, arranco el día supervisando todas las tareas en marcha en la finca y cerrándome que se hagan bien. Estoy muy pendiente de los cuidados de las plantaciones de café y de todos los procesos que las rodean, pues esto es esencial para lograr una buena calidad, algo imprescindible para obtener una buena rentabilidad”.

## UN GEISHA DE 91,75 PUNTOS

El Geisha que ha llevado a Monterroso a ser distinguido con el primer premio de la Taza de la Excelencia de Guatemala 2022 es un café lavado con un amplio arcoíris de aromas y sabores y un buen balance general. “Es un Geisha muy completo que sometimos a un proceso de lavado anaeróbico, con intención de favorecer la máxima visibilidad de los atributos únicos de este café”, nos explica este caficultor quien, en referencia a la calidad de su producto, añade, “creo que la situación del mercado del café será cada vez más favorable para los que buscamos la diferencia en la calidad. En Guatemala producimos cafés excelentes y esto resultará positivo para el país entero. Estoy convencido de que consiguiendo un mejor mercadeo, nos podremos asegurar mayor visibilidad y popularidad para los cafés guatemaltecos”.

Por el momento, el café de la Finca El Morito ya se vende a diferentes países del mundo y, también, en España, donde este café ya está a disposición de los paladares más exigentes.

CALIDAD

# EFFECTO DE LAS TEMPERATURAS Y TIEMPOS DE TUESTE EN LA COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL CAFÉ

La calidad del café es el resultado de la combinación de múltiples factores que confluyen en el sistema productivo, cada uno de estos genera una expresión única de la composición química del grano, que es la base para la generación y expresión de los atributos sensoriales del café, durante el proceso de tueste.

En esta operación el café es sometido a diferentes temperaturas y tiempos, donde se producen diversos cambios físicos y químicos fundamentales en la constitución de los componentes responsables del aroma y el sabor característico del café. ¿Cuánta influencia tiene el tueste en la calidad sensorial final del café y cuánto depende de la propia variedad de café?



## EL TUESTE Y LA EXPRESIÓN DEL PERFIL SENSORIAL

"El tueste es una etapa clave para la generación de las reacciones responsables del aroma y sabor del café. Las combinaciones de tiempo y temperatura definidas como curvas de tueste, pueden configurar dos vías de imperfecciones del proceso. La primera asociada a no generar las condiciones óptimas que permiten la expresión de los diferentes atributos y la segunda a cubrir defectos sensoriales necesarios para la retroalimentación al caficultor", apunta Valentina Osorio.

La investigación de Cenicafe se desarrolló dentro de parámetros que evitaban la configuración de estos defectos, pero asegurando una diferenciación entre los tratamientos con el fin de continuar con el entendimiento de cómo una misma calidad inicial del café sometida a diferentes condiciones de tueste puede ofrecer diferentes expresiones del perfil sensorial del café.

Para el trabajo se utilizaron las variedades de C. arabica: Cenicafe 1, Castillo® General, Castillo® Naranjal, Castillo® Pueblo Bello, Castillo® El Tambo y Tabi y se generaron cinco curvas de tueste. La curva base tuvo una temperatura inicial de 200°C, dos curvas con incrementos de temperatura a 215°C y 230°C, y dos curvas con disminución de la temperatura a 185 y 170°C. Los tiempos finales de tueste se fijaron, en todos estos casos, entre 8 y 12 minutos, definidos por el color del grano tostado 55-65 en la escala AGTRON/SCA.

## TEMPERATURA/TIEMPO VS. VARIEDAD

"El tueste es un proceso crítico pues en este se logra o se inhibe la interacción de los compuestos químicos responsables de la expresión del perfil sensorial, no de su creación", puntualiza Osorio, quien considera imprescindible que el tueste debe asegurar, mínimo, el control de variables como tem-

Los caficultores realizan numerosas prácticas, controles y seguimientos durante el establecimiento y desarrollo del cultivo, la cosecha y poscosecha del café, pudiendo, la calidad consolidada en estas etapas anteriores, alcanzar una máxima expresión en el proceso de tueste. Es por esta razón, que desde Cenicafe están convencidos de que encontrar las combinaciones de tiempo y temperatura que permitan el desarrollo óptimo del grano, es una forma de ofrecer nuevas herramientas que aseguren a los productores continuar con el posicionamiento de la calidad de su café.

Valentina Osorio Pérez es Investigadora científica, especializada en la disciplina de Calidad en este Centro Nacional de Investigaciones de Café, en Colombia y una de las autoras del estudio que ha profundizado en el efecto de diferentes curvas de tueste (combinación tiempo y temperatura) en la composición química y en la calidad sensorial de seis variedades de café arábica mejoradas y que están usando ya, ampliamente, muchos caficultores en sus fincas.

## Durante el tueste se logra o se inhibe la interacción de los compuestos químicos responsables de la expresión del perfil sensorial, no de su creación

Empleando técnicas analíticas como la espectrofotometría de ultravioleta visible UV-VIS, cromatografía líquida de alta resolución – HPLC y cromatografía de gases CG, la investigación ha determinado la composición química del café: lípidos, ácidos grasos, ácidos carboxílicos alifáticos, alcaloides, ácidos clorogénicos totales y azúcares de los seis cafés sometidos a diferentes temperaturas y tiempo, cuantificando y calificando los cambios químicos fundamentales que se producen en la constitución de los componentes responsables del aroma y el sabor característico del café.



los valores de estos atributos presentaron efecto por la variedad, demostrando que la calidad inicial del café juega un papel clave en su calidad sensorial", explica Valentina Osorio.

### EL CONOCIMIENTO COMO AVAL DE LA CALIDAD

Con el tiempo, los compradores de café han migrado a la diferenciación a través del desarrollo del segmento de cafés de alta calidad, y para esto desarrollan innovaciones que les permiten llegar a diferentes mercados que cada vez son más exigentes y conoedores. En este sentido exploran tipos de café que les permita avanzar en esta dirección,

a través de perfiles óptimos y el potencial que puedan desarrollar mediante el tueste, para ofrecer al consumidor una bebida diferente desde el punto de vista sensorial. "Por lo tanto, es importante que los caficultores cuenten con la información de las diferentes características sensoriales y fisicoquímicas que las diferentes variedades mejoradas, puedan ofrecer al ser sometidas a diferentes curvas de tueste, buscando de esta manera generar nuevas ventajas, desde el punto de vista de calidad, que le permitan continuar con su posicionamiento y su reconocimiento", concluye la investigadora de CENICAFÉ, Valentina Osorio Pérez ■

Fuente: Cenifacafé

peratura, tiempo y grado de tueste, siendo este último uno de los principales factores que influyen en las diferencias tanto químicas como sensoriales del café de una misma calidad.

"El tueste genera la destrucción de carbohidratos, ácidos clorogénicos, trigonelina y aminoácidos y estos cambios son cada vez más evidentes al aumentar el punto final de tueste asociado a colores más oscuros del grano.

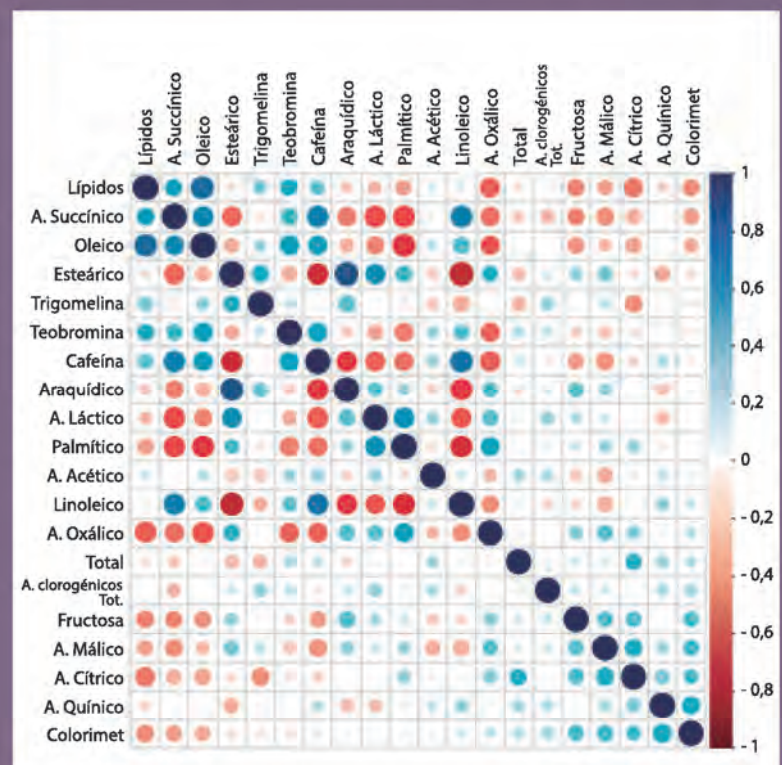
En nuestra investigación hemos comprobado que las modificaciones de la temperatura inicial de la curva de tueste no generan cambios en la mayoría de los ácidos orgánicos, ácidos grasos, lípidos, ácidos clorogénicos totales y la fructosa y que estos, a su vez, no tienen un efecto en la calidad sensorial expresada como puntuación total SCA, e y cuando utilizamos el tiempo y color fijado para esta prueba (8 y 12 minutos y 55-65 AGTRON/SCA).

En cambio, sí hemos visto como la interacción del tiempo de tueste y la variedad sí tiene efecto en los lípidos, los ácidos acético, quínico, málico y cítrico, para los ácidos grasos oleico, palmítico y para la cafeína y la trigonelina, aunque no para los ácidos clorogénicos totales, que no parecieron afectados por los cambios".

Todo ello ha llevado a concluir a los investigadores de CENICAFÉ que la calidad sensorial del café está altamente influenciada por la calidad inicial del café almendra verde, y esta es la que determina, en gran medida, los atributos sensoriales de la bebida en taza, más allá del proceso de tueste al que haya sido sometido el grano.

"En la investigación, los atributos sensoriales fragancia/aroma, sabor y puntuación total no mostraron efecto por los cambios en la temperatura inicial de tueste, ni por su interacción con la variedad, sino que

### HEATMAP DE CORRELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES DE COMPOSICIÓN QUÍMICA Y PUNTAJE TOTAL SCA



Con el fin de verificar las relaciones entre los compuestos químicos y los atributos sensoriales SCA, los investigadores del CENICAFÉ, mediante un heatmap, realizaron una matriz de coeficientes de correlación de Pearson (este coeficiente es una medida de dependencia lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas, si el valor se calcula como 1 si existe una correlación positiva perfecta y como -1 si existe una correlación negativa perfecta).

"El ácido cítrico es el compuesto que presentó una correlación positiva con la mayoría de los atributos sensoriales del café, lo que sugiere que este compuesto no tiene un efecto individual en un atributo específico, por el contrario, su efecto es integral en la mayoría de las características que conforman la calidad sensorial del café", apunta la investigadora de Cenifacafé, quien también advierte de la importancia entender el efecto sinérgico de todos los compuestos químicos presentes en el grano, pues es necesaria la interacción y complementación de estos para generar la expresión de un mismo atributo sensorial.

CALIDAD

# “LA TAREA DE EVALUAR CAFÉ NO DEBE SEGUIR TENDENCIAS O PROMOVERLAS, SINO ENTENDERLAS CON CONOCIMIENTO TÉCNICO”

Ph.D Luz Stella Artajo, Consultora del CQI

La figura del catador de café la podemos encontrar actuando en diferentes eslabones de la cadena de valor de este producto, e indistintamente en los países productores como en los consumidores, donde intervienen con diferentes misiones, aunque, siempre, con un mismo objetivo, describir el café en función de sus características y calidad.



El protagonismo y la influencia del trabajo de los catadores de café se ha incrementado de forma muy notable estos últimos años y a día de hoy, ya, la evaluación que este profesional hace de un café determina no solo su calidad, sino, también, por extensión, su precio en el mercado.

Luz Stella Artajo Medina es consultora del Instituto de la Calidad del Café (CQI) y experta en cata. Durante los últimos años, como Q Grader Instructor y, también, Q Processing Instructor se ha dedicado a entrenar a catadores de diversos países del mundo, formando parte de la “revolución Q Grader” que ha conseguido sentar las bases para un entendimiento global en materia de cata de café.

**El catador está avalado para poder ofrecer una retroalimentación certera y acompañamiento con fines de mejoramiento continuo de la calidad**

Desde su amplio y vasto conocimiento del tema, repasamos con Luz Stella Artajo como ha sido esta “revolución”, qué papel juegan hoy día los catadores de café en el sector y que se espera de su trabajo, a menudo, influido por condicionantes e intereses que van mucho más allá de la propia evaluación del café.

**¿Qué conocimientos y habilidades debe tener un buen catador de café?**

Tengo la completa convicción de que, como en cualquier profesión, la disciplina es la principal cualidad que debe definir a un catador. En cuanto habilidades, las sensoriales en general, pero enfocadas en las olfativas y gustativas principalmente, y aunado a esto, un entrenamiento técnico progresivo y continuo. El catador profesional de café debe ser muy metodológico en su trabajo porque está expuesto a muchos factores que pueden afectar su juicio como evaluador.

Además, el conocimiento general de la cadena de valor del café, sus actores e interrelaciones es muy importante porque finalmente es en la taza de café, durante una cata, donde confluyen aspectos genéticos, agroambientales y de procesamiento. Es el punto culminante donde el café cuenta toda su historia y el catador debe interpretarla correctamente, no solo se está probando un

café y dando una opinión personal, eso lo hacemos todos como consumidores. Sin embargo, un catador sigue unos protocolos específicos y es capaz de dar un puntaje a un café y describirlo en función de su calidad y así dar una retroalimentación certera y acompañamiento con fines de mejoramiento continuo de la calidad para tener consistencia de productos.

Una profesión relacionada con las ciencias y la ingeniería y experiencia de años como catador de cafés del mundo pueden ser determinantes para ser un catador integral.

**¿Qué papel juega actualmente este profesional en la industria del café en origen? ¿Y en la industria del café en los países consumidores?**

Un catador de café, independientemente de donde se encuentre, debe desarrollar la misma labor y esta es la de evaluar el café en función de su calidad. Su trabajo siempre hará parte del Control de Calidad y en ese marco responderá a las necesidades del cliente.

**Lograr la mayor expresividad de un café con un perfil de tueste específico es tarea del tostador, no del catador**

En origen, el catador ofrece un producto que conoce con detalle, pero así mismo quien lo compra lo adquiere con intereses propios bajo la figura de importador/comprador de verde, bien para ser proveedor a otros o porque es un tostador para proveerlo como producto final.

No se debe confundir la evaluación del café objetiva con las preferencias para adquirir determinados perfiles que llenan las expectativas de consumos en diferentes lugares y que responde sin duda a contextos geográficos y culturales.

## No se debe confundir la evaluación del café objetiva con las preferencias para adquirir determinados perfiles

### PASADO, PRESENTE Y FUTURO PARA LOS CATADORES

*¿Cuál ha sido en la última década el impacto del trabajo de los catadores de café? ¿Su papel cambiará en un futuro?*

Ciertamente en esta última década se ha reconocido la importancia de los catadores y su trabajo diario, no solo por referencia de participación en competiciones como evaluadores o en concursos para mostrar sus habilidades. Esto ha sido una consecuencia del crecimiento de sistemas formales que certifican su profesión y del impacto directo que el resultado de la evaluación de cafés ha tenido sobre la posición de precio, en el ámbito de mercados especiales, que aún algunos no reconocen.

Es justamente de aquí que nace la necesidad de contar con más catadores, y de su ejercer profesional y ético dependerá en gran parte la dinámica actual y futura del mercado.

La tarea de evaluar café no debe seguir tendencias o promoverlas, sino entenderlas con conocimiento técnico. Un catador no debe terminar su trabajo en puntuar cafés, debe ser responsable de Control de Calidad y esto conlleva una comunicación directa con productores, importadores y tostadores, especialmente, para lograr productos con calidad y consistencia.



*¿Cómo se logra un equilibrio honesto entre la puntuación real del café y los intereses de comercialización del mismo? ¿Debe ser el catador alguien ajeno al productor o externo a la empresa compradora?*

La respuesta es más que simple, se debe ser profesional. Es indispensable establecer una comunicación tanto a nivel interno como con la empresa compradora o cliente. Hablar el mismo lenguaje común permite una mayor comprensión de los aspectos técnicos que dan lugar a una puntuación y es precisamente esto lo que conlleva una discusión justa que defina los criterios de compra.

Un catador en el ejercicio de su trabajo debe evaluar muestras con identificación que no represente conflicto de intereses o muestras codificadas. Si un catador forma parte del panel escogido para certificar la calidad de un café, la normativa lo obliga a no tener relación alguna con la(s) muestras que va a evaluar. Es la manera de garantizar un resultado sin sesgo; un ejemplo de esto es el sistema de certificación de cafés del Coffee Quality Institute-CQI, Q certificate utilizado para tener una comunicación fluida y eficiente entre compradores y vendedores, y Q Coffee para comunicar el concepto de calidad a consumidores.

### CATADORES EN ORIGEN VS. CATADORES EN PAÍSES CONSUMIDORES

*¿Cómo se calibran los catadores en origen con los catadores en los países consumidores para ofrecer al tostador el café que busca?*

La cata es una herramienta metodológica para evaluar el café verde, que se debe reconocer y entender como materia prima. Al catar un café este está expresando su potencial y es después, cuando un maestro tostador conociendo estas ca-

racterísticas, logra tener el producto final esperado.

Ser catador implica una responsabilidad tal que debe llevar a estar en constante calibración con sus pares. Internamente, algunas empresas tienen programas internos que implican reunión de catadores para evaluar muestras de diferentes regiones con socialización y discusión de las mismas, como es el caso de la mayoría de países de origen.

### Gran parte la dinámica actual y futura del mercado del café depende de la profesionalidad y ética de los catadores

En el ámbito de país consumidor, estos encuentros permiten evaluar muestras de diferentes países, lo que da otra variedad de perfiles. La metodología, sin embargo, es la misma y ese es el enfoque de esta calibración, siempre se debe tener claro cuál es el objetivo de la evaluación sensorial.

A nivel formal, la calibración de los catadores certificados se realiza de la misma manera en todo el mundo, siguiendo los lineamientos del CQI. Se cuenta con el sistema ya establecido para evaluar a los catadores cada 3 años mediante tres sesiones de cata, considerando sus habilidades sensoriales aplicadas a la evaluación de cafés, correcto uso de las herramientas de evaluación y criterios estadísticos.

*¿Qué puede aportar unos y otros catadores al café? ¿Con qué ventajas y/o carencias afrontan cada uno de ellos la evaluación del producto?*

No considero que se deba hablar de ventajas o puntos a favor como profesionales del café. Los catadores de café de origen sí tie-

## El catador debe ser muy metodológico porque está expuesto a muchos factores que pueden afectar su juicio como evaluador

nen un conocimiento más directo del cultivo y procesamiento, muchas veces porque los mismos productores son catadores. Los catadores de países consumidores, por su parte, llevan en su experiencia el conocimiento de perfiles de cafés del mundo. Y es justamente esta variación, la que debe convertirse en una ventaja competitiva para todos; es necesario, pues, establecer medios de comunicación efectivos entre ellos para enriquecer los criterios de evaluación.

### **Habitualmente el paladar del consumidor en origen difiere del consumidor en destino ¿Cómo salvan los catadores de uno y otro lado esta realidad?**

El catador debe hacer una evaluación objetiva de los cafés, la subjetividad se trae al ámbito del mercado cuando cafés enmarcados en el mismo rango de calidad se expresan con características diferentes, y estos distintos perfiles cumplen con las expectativas de determinados clientes. Ninguno de los atributos evaluados por los catadores a través de formatos internos o reconocidos internacionalmente (Specialty Coffee Association-SCA/Cup of Excellence-COE) tiene una base de preferencia para su calificación. El puntaje final de un café representa su calidad. Y, más que una realidad, es un concepto de mercado que muchas veces se impone sin argumentos sobre lo técnico y es el catador el que debe reconocer su actuar con la responsabilidad que amerita la emisión de un juicio de valor sobre un café.

### **PROMOTORES DE LA CALIDAD DEL CAFÉ**

#### **¿Qué responsabilidad tienen los catadores en la promoción de la calidad del café y el precio del producto en el mercado?**

La responsabilidad del catador solo se puede definir en una sola palabra, "Total". La responsabilidad recae en el catador completamente, porque definir un café en un puntaje es lo que ante la industria determina su calidad, y por ende implica una toma de decisiones hacia atrás y hacia adelante que

repercuten directamente en todos los actores de la cadena de valor.

Emitir un juicio de valor sin experiencia y conocimiento puede traer consecuencias no equitativas especialmente para el productor, tanto por no reconocer la calidad de su producto como por sobrevalorarla, y esto a su vez puede implicar una deformación del mercado innecesaria.

### **¿Cómo puede un catador en un país consumidor ayudar a un tostador a lograr justamente el perfil de café que busca?**

El catador es un embajador del café si este lo presenta ante un tostador. Si la empresa importadora dentro de su departamento de control de calidad cuenta con un catador, este evaluará el café y lo aceptará o rechazará de acuerdo a su interés particular marcado por los potenciales clientes que estarán dispuestos a comprarlo.

La importancia de hablar un lenguaje común de calidad es clave para este tipo de intercambios y asesoramiento. Es el catador quien sabiendo qué producto tiene en sus manos, evaluado como materia prima, oferta el producto al tostador, pero es este último el que con su oficio diario resaltará las características del café.

Lograr la mayor expresividad de un café con un perfil de tueste específico, es tarea del tostador y de ahí la importancia de su conocimiento en cata, sin que esto implique que sea un catador profesional, entendido bajo el sentido estricto en la industria de alimentos.

El catador no es un actor que está al lado o detrás de otros en la cadena asesorándolos, es un profesional per se y, por tanto, en la cadena y en las empresas, lo importante es tener una visión corporativa, sistemática y holística desde la profesión que define a cada uno y que se ve reflejada en el trabajo diario ■

## DE PROFESIÓN, CATADOR DE CAFÉ

Actualmente, no hay estudios de posgrado específicos en cata de café con un título universitario, pero sí existen estudios de Ciencia Sensorial que pueden enfocarse en esta área. Además, también podemos encontrar estudios con titulación de Master en Café, en los que se destacan Colombia e Italia, dos buenos ejemplos de país de origen y país consumidor de este producto.

Aún y así, el sistema más avanzado de certificación de catadores en el mundo es la Certificación Q Grader como parte del Programa denominado Quality Evaluation de CQI.

El programa ha tenido una expansión progresiva tanto en origen como en países netamente consumidores, llegando a todo el mundo con más de 6.500 personas con su licencia activa como catadores, capaces de hablar el mismo lenguaje común de la calidad que ha hecho posible la evolución de mercados como el del Café de Especialidad. De ahí, la importancia de continuar trabajando en esta línea, manteniendo la credibilidad del programa.

### **Es imprescindible formarse para desarrollarse como catador de café**

Desafortunadamente, sin embargo, varias empresas, grandes y pequeñas, siguen manejando sus programas de compra de café y control de calidad con personal no entrenado y sin experiencia, basado solo en sistemas de comercialización y con fines de mercado, que distorsionan el concepto de la calidad y por ende su percepción y comunicación a los consumidores.

Muchos de ellos utilizan herramientas de evaluación como los formatos de cata sin haber recibido entrenamiento para ello o utilizándolos equivocadamente para evaluar café tostado...

Es imprescindible formarse para desarrollarse como catador. Es igualmente importante mantener el estudio continuo y especialmente en áreas como el procesamiento, por las nuevas tendencias que hacen que lleguen a los catadores nuevos productos a evaluar con características muy diferentes a lo que hasta hace algunos años se ofertaba desde origen. Y, además, es obvio que un buen catador debe entrenar la cata sensorial permanentemente, implicando en ello no solo práctica sino, también, conocimiento de las herramientas que se tienen a disposición para evaluar la calidad.

**Ph.D Luz Stella Artajo Medina**





# CAFÉ CALIENTE PARA LIBRARNOS DEL CALOR

El café caliente es una de las bebidas más reconfortantes en invierno y aunque no lo parezca resulta, también, una de las bebidas más refrescantes del verano. Diversos estudios han demostrado que el proceso que desencadena el consumo de una bebida caliente, como el café, en situaciones de altas temperaturas, ayuda al enfriamiento natural de nuestro cuerpo.

**E**l café se consume durante todos los meses del año y aunque existen preparaciones que, quizás por su temperatura fría o caliente, parecen más adecuadas para una época u otra del año, la ciencia ha demostrado que un café caliente y humeante es, en realidad, la mejor bebida por la que podemos optar si nuestro objetivo es refrescarnos de verdad.

Y esto es así porque en situaciones de temperatura alta, cuando consumimos café caliente o cualquier otro líquido por encima de la temperatura corporal, este suma más calor a nuestro cuerpo y nuestro organismo reacciona desencadenando un proceso de enfriamiento.

## Beber café caliente cuando tenemos calor, ayuda al cuerpo a desencadenar un efecto de refrigeración natural con el sudor

Según revela un estudio de la Scandinavian Physiological Society este proceso se inicia de inmediato, tan pronto los receptores del frío y calor de la lengua detectan el café caliente en nuestra boca. Es entonces, cuando empiezan a enviar señales S.O.S al cuerpo para que regule la temperatura. Los sensores de la garganta y el tracto digestivo hacen lo propio y las señales que le llegan al cerebro son de que aumente la transpiración.

Y esto es así, porque el sudor es una reacción positiva de nuestro organismo y actúa como "climatizador natural" cuando la temperatura sube. En ese momento, las glándulas eccrinas, unas aberturas directas en la superficie de la piel distribuidas por todo el cuerpo, liberan todo el calor contenido internamente favoreciendo, así, el ansiado enfriamiento.

Cuanto más sudor, en situaciones de poca humedad, más evaporación, lo que según recoge un estudio realizado por la University of Ottawa (Canadá), facilita la compensación de temperatura con una sensación de alivio y frescura.

## CAFÉ CALIENTE VS. CAFÉ FRÍO

Por el contrario, y según concluyen otros trabajos, consumir bebidas frías o con hielo cuando acabamos de hacer ejercicio, por ejemplo, y estamos sudando mucho, puede resultar un choque térmico difícil de gestionar para nuestro organismo, alterando el proceso climatizador del cuerpo.

La tres veces corredora de larga distancia olímpica, Jen Rhines, explica en un artículo escrito por ella misma para Runtastic, los resultados de un estudio realizado al respecto. La investigación de la Universidad de Sidney (Australia) analizó y comparó la temperatura corporal de deportistas que consumieron bebidas frías y calientes



después de hacer ejercicio, demostrándose que las bebidas a mayor temperatura, contribuían de forma más efectiva a regular y refrescar a los atletas.

## LA HUMEDAD AMBIENTAL, TAMBIÉN CUENTA

Eso sí, hay ciertas circunstancias en las que recurrir a un café caliente no es la gran solución para refrescarnos de forma natural. Esto ocurre, básicamente, cuando estemos excesivamente vestidos o utilizamos tejidos que impiden la transpiración.

Beber café caliente para refrescarnos en verano tampoco es una opción efectiva si nos encontramos en un lugar con un índice de humedad alto, pues, según explica el investigador de la Universidad de Ottawa, Ollie Jay, aunque nuestro cuerpo aumente la transpiración a consecuencia del llamamiento al cerebro de los receptores y sensores de lengua, garganta y estómago, la humedad hará imposible que el sudor se evapore de nuestra piel, impidiendo así, que nos refresquemos.

En estos casos, la mejor opción, explica, es una bebida fría que, además de ejercer un cierto efecto refrescante, sobre todo a modo de placebo, resulta, también, útil para prevenir la deshidratación.

Así que la gran suerte que tenemos todos a los que nos gusta el café es que este es una bebida tan versátil que no tendremos problema en encontrar una preparación ideal para estos casos, un espresso con hielo, un frappe de café, pasando por una copa de nitro coffee, un cold brew, ... las opciones son muchas y para todos los gustos ■

**Fuentes:** "Body heat storage during physical activity is lower with hot fluid ingestion under conditions that permit full evaporation", por A R Bain, N C Lesperance, O Jay

SABÍAS QUE

# ARABIA SAUDITA DEDICA UN AÑO AL CAFÉ Y ANUNCIA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CIUDAD DEDICADA A ESTE PRODUCTO

Arabia Saudita ha declarado el 2022 el Año del Café Saudí. Ha cambiado el nombre de café árabe por el suyo propio y ha puesto en marcha diversos programas para mejorar la agricultura rural y aumentar la eficiencia y la productividad cafetera del país.

En una decisión sin precedentes en el país, Arabia Saudita declaró el 2022 como el "Año del Café Saudita" para celebrar la cultura nacional del café, la singularidad de esta bebida en su país y poner en marcha diversos proyectos para apoyar su cultivo en su territorio, en un nuevo y claro esfuerzo por diversificar su economía, actualmente totalmente dependiente de la explotación petrolera.

En su plan, el gobierno ha implicado a restaurantes, hoteles y otros servicios para promocionar la bebida que ha dejado de denominarse en el país "café árabe" para pasar a llamarse "café saudí" y ha cerrado acuerdos de colaboración con diversas empresas con las que pretende revolucionar la producción del café en la península arábiga.

## CAFÉ SAUDITA

El café saudí es un elemento importante de la cultura de este país, no solo porque es una bebida muy popular entre sus ciudadanos, sino también porque es considerado un símbolo de generosidad, hospitalidad y orgullo nacional.

El café saudí, conocido también como qahwa, poco tiene que ver con el café turco u otras preparaciones similares, a pesar de que a menudo se las compara. En Arabia Saudita el café es más ligero, menos espeso y suele mezclarse con especias. Se hierva y sirve sin filtro y pocas veces se le añade azúcar, aunque dependiendo del lugar del reino, puede aromatizarse con azafrán, canela, cardamomo o clavo. En cuanto a la vajilla, se utiliza una cafetera llamada dallah para servir el café de poco en poco, simplemente para cubrir el fondo de la taza que se llama finjal, la cual el anfitrión seguirá llenando, de nuevo en pequeñas cantidades, cada vez que bebamos el café, si no indicamos lo contrario.

### El fondo soberano saudita invertirá en potenciar la industria cafetera del reino

"Cuanto más al norte del reino, más oscuro es el café" afirma Al Muhanna, experto en patrimonio gastronómico saudí, refiriéndose a las preferencias respecto al tueste en cada región. Las especias también pueden influir en el color. "En las regiones suroccidentales, utilizan una mezcla de especias que es diferente de la del centro y el norte del país", añade. Hay incluso un tipo de café que se elabora con las cáscaras de los granos de café y que se sirve en las regiones del sur. "Este tipo de café suele ser de color marrón verdoso debido a las cáscaras de los granos de café y a la mezcla de especias nakhwah", comenta, mientras que desde la Oficina Internacional de la Autoridad de Turismo de Arabia Saudita, se invita a todo el mundo a descubrir estas bebidas y más de su cultura del café a través de todas las iniciativas lanzadas en el marco del Año del Café Saudí que incluyen,

también, programas específicos de fomento de la calidad del café con vistas a la exportación.

## LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ, UN TEMA DE INTERÉS NACIONAL

Y es con esta intención, de vender su café al exterior y diversificar su economía, que el Fondo de Inversiones Pública (FIP) de Arabia Saudí, uno de los fondos soberanos más grandes del mundo, anunció justo antes de verano, la creación de la Compañía de Café Saudí que tendrá como misión apoyar el producto nacional y fomentar la mejora de la caficultura en el país con el objetivo de presentar un producto "de clase mundial".

Actualmente, la producción de café en Arabia Saudita se concentra en tres regiones en el sur y el oeste: Jazan, la más tradicional y con cafés de mayor calidad, Al-Baha y Asir, donde en total se estima que existen 2.500 pequeñas fincas de café, con alrededor de 400.000 plantas de café Arábiga.

Según la nota de prensa emitida por el FIP, gestionado directamente por el príncipe heredero y gobernante de facto del país, Mohamed bin Salman, la nueva compañía concretará alianzas con empresas del sector privado de estos territorios y otros para apoyarlas en su trabajo con el café - cultivo, producción, tueste y comercialización - e invertirá cerca de 320 millones de dólares durante la próxima década para incrementar la capacidad productiva del país, de las 300-400 toneladas de café al año actuales a 2.500 en los próximos cinco años.

Además, la Compañía de Café Saudí fundará una academia especializada para la formación y reciclaje de todos los actores de la cadena de valor del café en este territorio.

## UNA NUEVA Y REVOLUCIONARIA CIUDAD DEL CAFÉ

Otra de las iniciativas que demuestran el foco puesto por el gobierno saudita en el café es el anuncio de su Ministerio de Medio Ambiente, Agua y Agricultura de establecer una ciudad de desarrollo del café en la región de Al-Bahá.

Según la Agencia de Prensa Saudita, el acuerdo está diseñado para promover la sostenibilidad de los cultivos, fomentar la inversión agrícola, agregar vegetación, crear empleos y promover el papel de las sociedades cooperativas.

La ciudad del café se construirá en una superficie total de 160 hectáreas y tendrá capacidad operativa para ofrecer 1.000 empleos y plantar 300.000 cafetos. Además, se levantará una finca modelo, un vivero y un centro industrial que incluirá talleres, almacenes, un centro de negocios y una mezquita. La ciudad también tendrá un área de viviendas, hoteles y restaurantes, ya que el gobierno saudí quiere convertir a esta nueva ciudad en un destino turístico.

Fuentes: Arab News, EFE, Autoridad de Turismo de Arabia Saudita



## CÁPSULAS COMPOSTABLES Y BIODEGRADABLES EN EL MEDIO MARINO

Una investigación de AINIA ha permitido el desarrollo de una cápsula de café capaz de biodegradarse completamente en poco más de un mes en condiciones de compostaje industrial y en un período máximo de tres años, en mares cálidos como el Mediterráneo.



El café en cápsulas es una tendencia al alza en todo el mundo. El crecimiento interanual compuesto (CAGR) de la demanda de esta presentación en los últimos años se sitúa entorno al 8,5% y si se mantiene el ritmo actual, el mercado de las cápsulas en 2025 superará ya los 29 mil millones de unidades anuales en el mundo, casi el doble de los 15 mil millones del 2017.

El mercado de esta presentación parece, pues, bien encarrilado y la constante innovación en cápsulas que facilitan la gestión de residuos, principal handicap de este segmento de producto, avala un futuro prometedor.

Uno de los últimos avances en este sentido, son las cápsulas compostables y biodegradables en el mar que ha desarrollado AINIA, uno de los centros europeos con mayor base social empresarial, con sede central en Paterna (Valencia) y que, especializado en innovación tecnológica ofrece soluciones dirigidas al sector agroalimentario y afines.

### BIODEGRADACIÓN EN EL MAR

El proyecto Coffeecap que se ha ejecutado en colaboración de una empresa valenciana, fabricante de café tostado con marca de distribuidor, ha conseguido desarrollar un nuevo tipo de cápsulas de café que alcanza una biodegradación en el mar del 30% en nueve meses, lo que hace prever su desaparición completa en un período aproximado de tres años en el medio marino y en poco más de un mes en condiciones de compostaje industrial.

El período de desintegración comprobado en la investigación es en el mar Mediterráneo, un mar cálido en la zona de Alicante, donde se han realizado las pruebas. En aguas más frías, la cinética se enlentece y, por tanto, la biodegradación de la cápsula, también, lo que resulta interesante conocer para saber el cuidado que debemos tener con todo lo que acaba en el mar y lo difícil que resulta que vaya desapareciendo, a pesar de tener condiciones favorables para ello como estas nuevas cápsulas.

### MATERIAL PRODUCIDO POR BACTERIAS

El prototipo de la cápsula Coffeecap está fabricado con polihidroxialcanoato (PHA), un biopolímero producido por bacterias por fermentación del azúcar o lípidos, y ampliamente utilizado en la fabricación de botellas desechables, bolsas y otros productos de un solo uso como pañales, servilletas, vasos y cubiertos.

Además, entre los aspectos más ventajosos que presenta esta nueva cápsula, destacan fuentes del proyecto, es que este material sostenible, cumple con la doble funcionalidad de respetar los requisitos de compostabilidad y biodegradación marina y mantener la seguridad del envase, sin alterar ni la calidad, ni ninguna de las propiedades del café.

De hecho, los biopolímeros hace tiempo que son foco de atención de la innovación tecnológica y desde AINIA, por ejemplo, trabajan actualmente en varias líneas de investigación para su producción a partir de subproductos de la industria, como pueden ser restos de zumos; remolacha; residuos sólidos urbanos; restos de poda, cáscaras de frutos secos y huesos o de suero láctico de queso, entre otros. Esto facilita que los microplásticos que se generan durante su descomposición, camino a su desaparición, no resulten un agente tóxico para los seres vivos, ya que son asimilables por el organismo que a su vez los puede degradar de forma natural.

El proyecto de Coffeecap, se ha llevado a cabo íntegramente en España y es una de las pocas investigaciones que se han hecho hasta el momento sobre la biodegradación de cápsulas en el medio marino. El trabajo de desarrollo ha contemplado, además, el estudio de un sellado de alta barrera al oxígeno, la adecuación correcta del espesor de las cápsulas, su desgasificación y, también, funcionalidades de extracción, confirmándose, al final de todo el proceso y pruebas realizadas tanto en el medio marino real, como simulado, que el desarrollo obtenido es una cápsula totalmente industrializable.

Fuente: AINIA

### ¿POR QUÉ SON TAN DIFÍCILES DE RECICLAR LAS CÁPSULAS DE CAFÉ?

Dos de las principales razones por las que resultan tan difíciles de reciclar las cápsulas de café son su tamaño y la propia presencia del café en su interior.

Cuando las cápsulas de café se depositan en el contenedor amarillo, éstas son conducidas hasta una planta de separación de residuos donde se apartan las fracciones recuperables, para luego compactarlas y enviarlas a la planta de reciclaje. El problema es que el tamaño de la malla del trompe – una especie de embudo/colador gigante en el que se vuelca todo el material que llega a la planta – que va eliminando las impurezas, piedras y demás de los residuos útiles es grande, favoreciendo así, que las cápsulas se cuele y queden descartadas para seguir adelante hacia la compactación.

Adicionalmente, las cápsulas son un material plástico relleno de material orgánico que, si quisiéramos reciclar, deberemos someter a la acción de una extrusora, una especie de tornillo sin fin a altas temperaturas que une al plástico y al café, dando como resultado un producto de muy baja calidad, difícilmente aceptable para ninguna industria.

SABÍAS QUE

# COFFEE COIN, LA CRIPTOMONEDA DEL CAFÉ

Coffee Coin, la primera criptomoneda respaldada por el café físico, acaba de cumplir un año y lo ha hecho con éxito, tanto es así que en estos primeros doce meses de circulación se ha convertido en uno de los principales tokens de commodities en el mercado, moviendo más de 1 millón de reales por mes en la plataforma Stonoex. Su estrategia de expansión implica, ahora, cotizar en FoxBit, uno de los mayores exchange de criptomonedas, con más de 1 millón de clientes, solo en Brasil.



La criptomoneda Coffee Coin es una iniciativa de Minasul, la segunda cooperativa de productores de café más grande de Brasil, y se trata de un producto tokenizado, lo que significa que representa bienes del mundo real y, por tanto, tiene su respaldo, lo que no solo sostiene su valor, sino que permite, además, hacer transacciones en el futuro e incluso vender la criptodivisa a cambio de café físico.

Cada Coffee Coin equivale a un kilo de café verde (que en reales brasileños corresponde a 21,26 R\$, a fecha de julio de 2022, cuando se ha celebrado el primer aniversario de la criptodivisa) y los inversores la pueden cambiar por dinero o por granos de café. "Coffee coin combina lo mejor de dos mundos, por un lado, el del café, un mercado que existe y seguirá existiendo y por el otro el mundo de las criptomonedas, ayudando a generar nuevos negocios", explica Luis Henrique Albinati, director comercial de Minasul.

## TRUEQUE DIGITAL

Con esta criptodivisa, explican sus impulsores, se pretende dar más poder a los caficultores, permitiéndoles concentrar más ganancias. Para ello, el propio holding cafetero, que cuenta con 6.000 asociados y recibe café de más de 150 municipios de Minas Gerais, en la región Do Cerrado Mineiro, conocida por la alta calidad de sus granos, se encarga de respaldar la viabilidad de cada token, sirviendo el amplio stock de la cooperativa como garantía de liquidez para ser tokenizado de acuerdo con la demanda.

**Los tokens Coffee Coin pueden ser utilizados para comprar el café físico y los productores pueden usarlos para realizar operaciones en la cadena de agrofinanciamiento**

"Además de ayudar a Minasul a negociar la producción de café, Coffee Coin democratiza el acceso de los inversionistas a un mercado restringido y para que los caficultores mejoren sus márgenes

facilita una serie de herramientas financieras de alto valor, como financiamiento, trueque digital, operaciones de cobertura y pagos automatizados. Con el precio vinculado 100% al café, hemos creado, junto a la cooperativa de Minas Geais, un token que promete revolucionar la industria del café en Brasil, el país cafetalero líder en el mundo", explica el director ejecutivo de Stonoex, James Franciscus, quien espera que la cotización en FoxBit aumente la adopción de Coffee Coin e incremente el volumen de negociación de este activo digital.

Los miembros de Minasul pueden utilizar esta moneda virtual para adquirir fertilizantes, maquinaria y otros productos no agrícolas, como alimentos o vehículos, y está permitido, además, realizar intercambio de activos digitales por bienes, como los antes mencionados, a través de un mercado virtual, respaldo por Minasul, lo que sus promotores aseguran, permite el acceso de los productos a este tipo de adquisiciones que de otra manera resulta más complicado y costoso. Eso sí, para realizar este tipo de operaciones de intercambio, solamente pueden utilizar hasta el 30% de su cosecha reciente y no pueden invertir más del 20% de la próxima, con el objetivo de evitar endeudamientos y que este sistema para brindar a los caficultores un acceso más simple a fondos y adquisición de productos para el mantenimiento de las plantaciones de café no acabe convirtiéndose en una trampa financiera ■

Fuentes: BR Cooperativo, FoxBit

## "SATOSHI BLEND"

El Salvador fue, en septiembre de 2021, el primer país del mundo en adoptar el Bitcoin como moneda de curso oficial y muestra de la cultura de adopción masiva que ha tenido la criptomoneda en el país, ha nacido "Satoshi Blend", una mezcla de Bourbon Rojo y San Pacho, que nace como homenaje al creador del Bitcoin.

Tras la propuesta de este blend está la Finca Las Veraneras y Cherito Coffee, un negocio que busca fusionar el café de El Salvador con las food trucks y las criptodivisas.

Es así que desde principios de 2022 las furgonetas de Cherito Coffee están recorriendo todo el país, vendiendo el "Satoshi Blend" y hablando de Bitcoins en El Salvador, el país desde el que según Google Trends se han realizado más búsquedas sobre esta criptomoneda desde hace 12 meses ininterrumpidos.

El "Satoshi Blend", explican sus creadores, tiene en boca un sabor a chocolate, frutos rojos y frutos secos muy agradable. No le falta ni le sobra acidez y su cuerpo es medio y redondo, invitando a una segunda taza que el consumidor podrá pagar, obviamente, con Bitcoins.

TÉ

# EL TÉ DE SRI LANKA

Sri Lanka, nombre actual de la antigua Ceilán, es el tercer productor mundial de té y uno de los orígenes donde más empeño se han puesto estos últimos años para promocionar su calidad, a nivel internacional.



Las condiciones orográficas y climáticas, así como la riqueza natural de los suelos de Sri Lanka convierten a este territorio en un escenario perfecto para la producción de té y así lo demuestran sus ceras de 300 millones de kg cosechados en 2021.

"No es particularmente difícil hacer crecer el té, aquí. Siempre que llueva lo suficiente y las temperaturas no varíen mucho a lo largo del año, las plantas de *Camellia sinensis* que cubre las colinas del centro del país son capaces de convertirse en árboles de hasta 9 m, muy productivos. Ahora bien, cultivar té digno de llevar el famoso logotipo del León de Ceilán no resulta, por el contrario, nada fácil", explican y advierten desde el Sri Lanka Tea Board, el organismo oficial que representa y defiende los intereses de la industria del té de este país. "Cada permutación y combinación de variables tales como la calidad de las plantas, el suelo, el clima, la altitud y la exposición tiene un efecto perceptible en la calidad del producto final, lo que exige la total atención y dedicación de nuestros productores".

## DE MAYOR PRODUCTOR MUNDIAL DE CAFÉ A EL PARAÍSO DEL TÉ

La historia del té de Sri Lanka arranca en el siglo XIX a expensas del café, que los británicos empezaron a cultivar en la isla como vía para poder financiar su presencia en esta colonia, de vital importancia para la corona inglesa por sus intereses en India y Oriente. Hasta 1820, el cobro de impuestos habían resultado del todo insuficientes para cubrir los

gastos del ejército e infraestructura británica en Ceilán, pero con la rendición del último territorio de la isla que no estaba bajo dominio inglés, el estado de Kandy, se abrieron nuevas posibilidades a la empresa británica en esta isla del sudeste asiático.

## Sri Lanka es uno de los pocos países en los que el té se sigue recogiendo a mano

Edward Barnes, gobernador de Ceilán, entre 1824 y 1831, fue quien promocionó el cultivo de café en estas tierras, tras localizarse diversos cafetos silvestres Kandy. Las tierras en las colinas centrales de esta región, se vendieron a bajo precio para atraer la atención de empresas y productores que recibieron incentivos y apoyos para el cultivo de café, a la vez que la colonia dedicaba fondos a la investigación y experimentación de este cultivo. Además, Barnes priorizó la creación de todas las infraestructuras necesarias para el café y creó una red de carreteras, incluida la importantísima ruta troncal de Kandy a Colombo, que permitió desde un inicio llevar el grano a la ciudad y de allí en barco a Inglaterra, donde el café de Ceilán empezó a ser muy popular.

Cuando el visionario gobernador dejó su cargo, la industria de café en la isla ocupaba prácticamente todo el territorio de Kandy, y seguía creciendo hacia las zonas montañosas del sur, que pronto quedaron ocupadas de cafetos.

A mediados de la década de 1870, Ceilán se convirtió en el mayor productor de café del mundo, aunque una plaga de roya acabaría con todas las plantaciones en tan solo una década, llevando al colapso total de la economía de la isla en 1880.

Fue entonces cuando un "experimento" llevado a cabo por el caficultor escocés James Taylor, asentado en un punto intermedio de las colinas donde se unen los distritos Kandy y Dimbula, salvó a Ceilán.

Taylor llevaba algún tiempo plantando té en los márgenes de las carreteras divisorias en su finca de café y sus modestos, pero exitosos resultados animaron a sus vecinos a hacer lo mismo.

Más de 120.000 hectáreas con arbustos de café muertos y moribundos fueron replantados con té, en un esfuerzo titánico recogido, incluso, por Sir Arthur Conan Doyle, el creador de Sherlock Holmes, quien describió en su obra 'De Profundis' como "un hongo podrido condujo a toda una comunidad a una de las victorias comerciales más grandes jamás obtenidas por el coraje y el ingenio".

En una década Ceilán volvía a prosperar, en esta ocasión de mano del té.

## INDUSTRIA NACIONAL

Actualmente, el té sigue siendo un producto referente para la economía nacional y, el sustento principal para los cerca de dos millones de habitantes de Sri Lanka, el 10% de la población del país, que trabajan de forma directa o indirecta en la industria de este producto.

Hasta el 70% del té de Sri Lanka procede de pequeños agricultores, que en su práctica totalidad de los casos utilizan el método de plantación en pendientes para plantar sus árboles de té, lo que convierte su cuidado y posterior recolección en una tarea ardua y difícil.

De hecho, Sri Lanka es uno de los pocos países en los que cada hoja de té se sigue recogiendo a mano. El desplumado requiere discernimiento y destreza y es realizado principalmente por mujeres. "Solo recogen el follaje superior de cada tallo, las famosas dos hojas y un capullo, y el tallo en sí debe permanecer intacto. Es un trabajo complicado, pero una recolectora de té habilidosa puede recolectar hasta 20 kg. de hoja al día", apuntan desde el Sri Lanka Tea Board.



### EL TÉ DEL LEÓN

Para que un té pueda comercializarse con la distinción legal especial de "Té de Ceilán", y por el famoso logotipo del león que lo acompaña, este no solo debe cultivarse y fabricarse completamente en Sri Lanka; también debe cumplir con los estrictos estándares de calidad establecidos y administrados por la Junta del Té de Sri Lanka. Además, no puede mezclarse con té de ninguna otra parte del mundo. Incluso una mezcla que es 95% de Sri Lanka no puede describirse como té de Ceilán.

El té que lleva el logotipo del león también debe envasarse en Sri Lanka. Los importadores y distribuidores extranjeros no pueden usar el logotipo en su paquetería, aunque si el contenido es 100% de Sri Lanka, el nombre "Té de Ceilán" puede lucirse legalmente.

"Estas restricciones son necesarias para ayudar a los consumidores a distinguir el verdadero té de Ceilán de los miles de productos, incluidos muchos con marcas internacionales disponibles en todo el mundo, que contienen té de origen mixto e inespecífico", argumentan desde el Sri Lanka Tea Board, decididos a preservar intacto la cualificación de calidad del té producido en la isla.

### TÉ CON CARÁCTER

El té de Ceilán enfatiza con orgullo su carácter único y variable, pero siempre reconocible por su sabor intenso y notas que recuerdan a especias.

Al igual que los grandes orígenes vitivinícolas o cafeteros, Sri Lanka se divide en varias regiones o "distritos" productores, siete concretamente, cada uno de los cuales conocido por producir té de un carácter particular que cambia no solo de territorio a territorio, sino, incluso, también,

entre haciendas individuales, cosechas sucesivas tomadas de la misma finca en años sucesivos y diferentes laderas en la misma plantación.

Aún y así, y a pesar de tales diferencias, el carácter regional del té siempre es evidente para el catador o consumidor experimentado y, aunque las diferencias entre los diversos territorios de té de Sri Lanka son marcadas, en el té verde de Ceilán se suele reconocer un sabor más picante que otras variedades, mientras que el sabor de su té negro, es más suave que otros té de este tipo, ofreciendo en boca, además, un cierto regusto cítrico, más o menos evidente por la flexibilidad del proceso ortodoxo del té negro que permite realizar muchos ajustes en la etapa de fabricación, algo que los ceilandeses aprovechan ampliamente para caracterizar sus té.

Las siete regiones productoras que dan nombre a los té de Ceilán son:



**Kandy:** Los té producidos en esta región, la primera en iniciarse en el cultivo té en el país, se describen como "de mediana altura", ya que el cultivo no supera los 1300 m.s.n.m. Su sabor varía según la altitud y si la plantación está protegida de los vientos monzónicos. Todos sus té son particularmente atractivos, son fuertes, intensos y con cuerpo, y producen una infusión brillante con un tono cobrizo.



**Nuwara Eliya:** El más conocido de los distritos de cultivo de té de Sri Lanka, es el más montañoso con la elevación promedio más alta, por encima de los 1.500 m.s.n.m. Esta altura combinada con bajas temperaturas, da lugar a té de exquisito bouquet. La infusión en la taza es la más ligera (más pálida) de todos los tipos de té de Ceilán, con un tono dorado y un sabor delicadamente fragante. Los grados buscados incluyen Orange Pekoe (OP) de hoja entera y Broken Orange Pekoe (BOP).



**Dimbula:** Entre Nuwara Eliya y Horton Plains se encuentra el distrito de Dimbula, cuyos té se definen como "altos", ya que todas las fincas están situadas por

encima de los 1.250 m.s.n.m. La compleja topografía de la región produce una gran variedad de microclimas que favorecen diferencias en el sabor de sus té. El té de Dimbula es una bebida fina y suave, de color dorado anaranjado, a veces con tonos en boca a jazmín y a ciprés, siempre, especialmente refrescantemente.



**Ruhuna:** Los té de este distrito se cultivan a una altitud que no supera los 600 m.s.n.m en vastas subregiones, desde las llanuras costeras hasta el borde sur de la selva tropical de Sinharaja. El suelo, combinado con la baja elevación de las haciendas, hace que el arbusto del té crezca rápidamente, produciendo una hoja larga y hermosa. El té negro de gran sabor es una especialidad de Ruhuna distintivamente única. Aquí se producen una amplia variedad de estilos y tamaños de hojas, incluidas las preciadas "puntas".



**Sabaragamuwa:** Este es el distrito más grande de Sri Lanka, cuyos té se cultivan a baja altura, desde el nivel del mar hasta los 610 m.s.n.m. Sabaragamuwa produce plantas similares a las de Ruhuna, resultando el color amarillento oscuro con un tinte rojizo de la infusión, muy parecido al de estos otros té. El aroma del té de Sabaragamuwa, sin embargo, es notablemente diferente, con un toque de caramelo dulce, no tan fuerte, pero excepcionalmente elegante.



**Uda Pussellawa:** Este distrito está situado cerca del de Nuwara Eliya, por lo que a menudo se comparan sus té, aunque el de Uda es más oscuro en taza. Además, presenta un tono rosado más evidente, igual que un sabor más fuerte, pronunciado, que muchos consumidores de té definen, también, como exquisitamente picante.



**Uva:** El remoto distrito de Uva está expuesto a los vientos de los monzones tanto

## La roya acabó con todo el café de Ceilán en 10 años

del noreste como del suroeste, que se cree que dotan al té que se produce en la zona de un carácter especial e inconfundible y de un sabor exótico, suave y aromático. Fue con el té cultivado en sus fincas de Uva que Thomas Lipton, el magnate victoriano, persuadió a los estadounidenses para que se iniciaran en el consumo de té.

### TÉCNICAS NUCLEARES PARA PRESERVAR EL TÉ EN SRI LANKA Y EL CAFÉ EN EL MUNDO

Con ánimo de preservar la calidad de sus tés, Sri Lanka no pierde de vista los nuevos retos que presenta el cambio climático y la creciente competencia de otros orígenes y desde hace ya un tiempo está trabajando en una solución.

Por medio del programa de cooperación técnica del Organismo Internacional de Energía Atómica, OIEA, científicos de ese país están estudiando una técnica nuclear que gracias a un aumento de la diversidad genética debería permitir mejorar la productividad de la planta del té y por ende, su calidad.

"La mejora de la diversidad genética es importante porque los cultivos que son genéticamente diversos ofrecen mayor resistencia a las enfermedades y pueden adaptarse mejor a los cambios en las pautas meteorológicas", matiza Mahasen A.B. Ranatunga, Jefe e Investigador Principal del Instituto de Investigación del Té de la División de Fitomejoramiento de Sri Lanka.

La técnica nuclear por la que apuesta Ranatunga es la mutagénesis inducida en una única célula, un método de irradiación en el que se utilizan una fuente radiactiva y células individuales de plantas. De hecho, la irradiación para desarrollar nuevas variedades de plantas no es algo nuevo, y lleva utilizándose con éxito desde la década de 1950. La novedad, en este caso, radica en adaptar la técnica a cultivos que viven más de dos años.

Según consta en informaciones publicadas por la OIEA, esta técnica utiliza células individuales de partes de las plantas del té que no se suelen utilizar en la reproducción, como fragmentos de las hojas. Estas células se aíslan en un medio líquido en suspensión y se irradian, consiguiendo que esta radiación estimule las mutaciones genéticas.

Con esta técnica, en solo 10 años es posible desarrollar una nueva variedad de té, según



el investigador del Instituto de Investigación de Té de Sri Lanka, quien se muestra muy optimista por los avances conseguidos hasta el momento, "las variedades de té que esperamos desarrollar podrán soportar bien el cambio climático, especialmente las variaciones en la humedad, así como las altas temperaturas y la sequía", explica.

De hecho, la buena marcha de estas investigaciones ha dado pie a que el Centro Conjunto FAO/OIEA de Técnicas Nucleares en la Alimentación y la Agricultura, esté elaborando ya, procedimientos para ayudar a expertos de todo el mundo a inducir la diversidad genética en cultivos perennes y arbóreos, utilizando la mutagénesis y la re-

### Sri Lanka está ensayando técnicas nucleares para mejorar la diversidad genética del té en sus territorios

generación en una única célula, habiéndose logrado, recientemente, avances importantes con los cultivos de café.

Fuentes: Sri Lanka Tea Board, OIEA, Agroefo

### DE PAÍS 100 % ORGÁNICO A UN LEVANTAMIENTO NACIONAL

El 29 de abril de 2021, el gobierno de Sri Lanka aprobó, de la noche a la mañana, la prohibición de importar fertilizantes químicos y otros productos agroquímicos al país. Las aspiraciones del polémico presidente Gotabaya Rajapaksa eran ahorrar divisas y convertir a la isla en la primera nación 100% orgánica.

La medida fue revocada en noviembre, pero la falta de fertilizantes y pesticidas químicos de los que dependen en enorme manera los productores de este país, de forma destacada, el arroz con un 94 %, seguido del té y el caucho con un 89 %, han provocado pérdidas importantes en las cosechas, propiciando una situación de crisis económica y alimentaria sin precedentes en Sri Lanka.

Solo el 20 % de los agricultores tenían los conocimientos necesarios para realizar la transición a una producción completamente orgánica, algo que fue advertido por Herman Gunaratne, uno de los 46 expertos elegidos por el presidente Rajapaksa para encabezar el cambio orgánico, "si nos volvemos completamente orgánicos, perderemos el 50% de la cosecha, y no obtendremos precios un 50 % más altos" dijo, igual que vaticino que "la prohibición va a reducir la producción anual promedio de té del país de 300 millones de Kg a la mitad. Además, la producción de té orgánico cuesta 10 veces más, y su mercado también es limitado" Gunaratne no fue escuchado, al contrario, fue destituido.

La crisis económica, alimentaria y social derivada de esta situación y de las dudosas políticas de Rajapaksa en muchos otros ámbitos, han llevado este verano a Sri Lanka a uno de los episodios de protestas generalizadas más importantes que ha vivido el país en su historia.

UNIVERSO BARISTA

# FPBÁASICASKILLS GALICIA 2022

La primera edición de la competición FPBásicaSkills Galicia 2022 ha incluido una competición barista dirigida a alumnos de las escuelas de Educación Especial de la Xunta de Galicia, demostrando todos los participantes la capacidad de estos estudiantes para desarrollarse profesionalmente en el ámbito de los servicios de restauración.



La Xunta de Galicia trabaja desde hace tiempo en la promoción de la Formación Profesional Básica como una opción de futuro para los alumnos que la cursan. Este programa incluye formación dirigida a múltiples ámbitos laborales y se dirige a personas mayores de 16 años con necesidades educativas especiales que, aún teniendo un nivel de autonomía personal y social que les permita tener expectativas razonables de inserción laboral, no pueden integrarse en un ciclo formativo convencional.

Y es, precisamente, con el objetivo de lograr mayor visibilidad a esta formación profesional reglada, que el gobierno gallego ha organizado la primera competición "FPBásicaSkills Galicia 2022", unas olimpiadas para los alumnos de este nivel de programas formativos, en la que se ha incluido un concurso barista, abierto a los estudiantes de las escuelas de educación especial de la Xunta.

## COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Templo Cafés, empresa asociada a Fórum Café, ha sido el patrocinador oficial de esta competición, en la que ha colaborado, además, ofreciendo formación y apoyo a todos los concursantes.

"Este patrocinio se enmarca dentro del Plan de Sostenibilidad de Templo Cafés y UCC Coffee en su área Health & Education, que tiene como objetivo crear un impacto significativo en la sociedad a través de la salud y de la educación. La idea de organizar el campeonato surgió de Marcos Santamaría, profesor del IES Foz que llevaba tiempo queriendo desarrollar una iniciativa de este estilo. Cuando nos propuso ser partícipes de la misma no dudamos ni un momento. Al día siguiente, los Baristas de la Escuela de Templo Cafés estaban trabajando en que el evento fuese un éxito", explica Adrián Lombraña, Responsable de Marketing y de la Escuela de Templo Cafés.

La colaboración con la Xunta ha sido vital en la organización de este primer campeonato barista, en el que han participado los 6

centros de Educación Especial de la Xunta de Galicia, CEE Infanta Elena, CEE María Mariño, CEE Pontevedra, CEE Saladino Cortizo, CEE Terra de Ferrol y CEE Manuel López Navalón, sede de la competición.

"Esto demuestra lo fundamental que es la colaboración público-privada para avanzar en estos campos", atestigua Lombraña, quien tampoco pierde la ocasión de agradecer la implicación de las escuelas participantes. "Los Baristas de la Escuela Templo se han desplazado en repetidas ocasiones a los centros para crear el ejercicio con los alumnos, hacer seguimiento de su evolución y asesorarles. La colaboración, disposición y ayuda de los profesores ha sido toda y más para que el evento resultara un éxito".

## COMPROMISO, DEDICACIÓN Y SUPERACIÓN

La mecánica de la competición ha sido prácticamente idéntica a la de un campeonato barista profesional. Los participantes tuvieron 15 minutos para desarrollar todo su ejercicio, en el que se debían preparar 2 espressos, 2 capuccinos y 2 bebidas de especialidad, bajo la supervisión de un equipo de jueces técnicos y sensoriales.

"En este evento ha quedado de manifiesto la preparación de los participantes para afrontar cualquier reto profesional que quieran. El nivel de superación, dedicación y compromiso que han demostrado ha estado a la altura de cualquier campeonato profesional", apunta el Responsable de Marketing y de la Escuela de Templo Cafés.

La participación de las escuelas se ha realizado en equipos de dos baristas cada uno que, perfectamente coordinados, presentaron ejercicios de alta calidad, algunos con una destacada complejidad técnica en los que se incluían prensas francesas, sifones, técnicas de coctelería,... demostrando los alumnos participantes, en todos los casos, un buen conocimiento y habilidad para manejarse en la estación barista, así como para transmitir al cliente, en este caso los jueces, información de calidad sobre el café y las bebidas de café que habían preparado.

"Hemos querido hacer un ejercicio colaborativo entre todos los alumnos, fomentando el compañerismo, ayuda y superación", apunta Adrián Lombraña, quien concluye, "Sin ningún lugar a dudas, los campeones de este primer FPBásicaSkills Galicia 2022 han sido todos los participantes" ■

### FPBÁASICASKILLS GALICIA 2022

**Medalla de Oro:** Adrián García Besada y Sergio Varela Lapido, CEE Pontevedra

**Medalla de Plata:** Jennifer Abad Fernández y María del Carmen Hermida Taboada, CEE Infanta Elena

**Medalla de Bronce:** Mary Blanco Bernárdez y Noemí Pombo García, CEE Manuel López Navalón



## UNIVERSO BARISTA

## "EL MÉTODO DE PREPARACIÓN IBRIK/CEZVE OFRECE LA INFUSIÓN DE CAFÉ MÁS EQUILIBRADA QUE HE PROBADO JAMÁS"

Michaela Anne Ruazol-Recerca, Campeona Mundial de IBRIK/CEZVE

El Campeonato Mundial de Ibrik/Cezve, y sus previas nacionales, a pesar de no contar con la popularidad de otras pruebas, cada vez consigue mayor atención por parte de la comunidad cafetera, dando muestra de la popularidad creciente de esta preparación ancestral elaborada a partir de un método único.

En la reciente edición del Campeonato Mundial de Ibrik/Cezve, celebrado en Milán (Italia) el mes de junio, Michaela Anne Ruazol-Recerca, Campeona Nacional de Ibrik/Cezve de Emiratos Árabes Unidos 2019 y Campeona Nacional de Baristas 2021 de ese país, fue proclamada Mejor Barista del Mundo de Ibrik/Cezve y es con ella que nos proponemos descubrir los detalles de este tipo de elaboración de café.

### UN MÉTODO ANCESTRAL

El origen del método Ibrik/Cezve se remonta al siglo XVI en el Imperio Otomano, desde donde se extendió a Oriente Medio, Asia Central e, incluso, a Europa, donde se popularizó como café turco. Para preparar esta bebida, el café se muele muy fino, más que para el espresso, y se infundona con agua en un recipiente especial. El café se hierve tres veces y durante este proceso suele agregarse azúcar y especias aromáticas como la canela o el cardamomo. Finalizado el tercer hervor, el café se sirve sin filtrar.

"El café resultante es la bebida más equilibrada que he probado jamás. Tiene el cuerpo y el retrogusto del espresso y la acidez del café de filtro. Su ritual de elaboración es muy entretenido y exigente, pero si se hace bien, el resultado es exquisito. Para ello, además de un buen café, se requiere paciencia y, sobre todo, extrema precisión en el uso de los ingredientes", explica Michaela Anne Ruazol-Recerca, campeona mundial de la disciplina Ibrik/Cezve 2022.

### IBRIK/CEZVE



Este método utiliza su propio recipiente para hervir el café, llamado Ibrik/Cezve del que recibe el nombre. Este recipiente histórico de metal, latón, cobre o cerámica tiene forma de pequeña vasija invertida, con la base más ancha que la parte superior (se cree que fue creada y diseñada inicialmente para preparar el café directamente sobre la arena caliente del desierto). El Ibrik/Cezve incorpora un mango lateral y más largo que el propio recipiente, para poder manipularlo



sobre el fuego sin quemarse, cada vez que hay que retirarlo tras cada uno de los tres hervores.

"Para la final de Campeonato Mundial elegí usar un Ibrik/Cezve de cobre con interior plateado y un nuevo recipiente en forma de cúpula inferior, que ayuda a aumentar la suave turbulencia interna y deja más espacio para la producción de espuma. También retiene mejor el calor, lo que contribuye a que el café tenga un sabor todavía más increíble", apunta Michaela Anne Ruazol-Recerca de origen filipino y afincada en Emiratos Árabes, donde es cofundadora, junto con su marido Lyndon Recera, de Typica Café LLC, uno de los establecimientos de Café de Especialidad con tostador propio más reconocidos de Dubái.

### CAFÉ DULCE, BALANCEADO, MUY OSCURO Y DENSO

Para utilizar el Ibrik/Cezve hay que moler el café extrafino, hasta que quede con una textura similar a la del azúcar impalpable o la harina tamizada, pues una vez a punto, la bebida se sirve sin filtrar.

La taza de Ibrik/Cezve deber resultar dulce, con notas intensas, acidez perceptible, amargor baja y un cuerpo denso, características estas que, en el caso de la prueba principal del Campeonato Mundial, el Cezve tradicional, el barista debe conseguir sin añadir ningún ingrediente extra a la mezcla de agua y café. "Para el ejercicio Cezve tradicional del Mundial preparé un blend con un Geisha

muy floral y frutal de Janson Geisha Estate Farm de Panamá y un Mandela Colombia, dulce y con notas aromáticas tropicales, de la finca Café Granja La Esperanza. Esto me permitió conseguir, en taza, un equilibrio armonioso entre dulzura media alta, acidez media y amargor baja, sin perder la fuerza de un cuerpo redondo, textura y retrogusto persistente que mientras el café está caliente encierra sabores a guayaba rosada, papaya y mango y, cuando ya está tibio, a piña, azúcar moreno y toques a cacao.

En el ejercicio de bebida original, empleé el café Geisha del blend anterior en solitario y le añadí una reducción de zumo de piña, zumo de fresas y un sirope de azúcar Demerara para reproducir las características del café Mandela Colombia. El resultado fue una bebida muy cremosa y notas a fruta de la pasión, mango, papaya y champagne de alta calidad", explica Michaela Anne Ruazol-Recerca.

Y es que en el campeonato de Ibrik/Cezve, se anima a los competidores a que aporten su propio estilo/elemento cultural a su actuación para mostrar cuál es una de las formas más antiguas de preparar el café. Para ello disponen de 15 minutos, en los que deben preparar el Cezve tradicional y una bebida original elaborada en este recipiente. Los jueces evalúan las bebidas mientras están calientes y tibias, y además de la técnica del barista valoran que las preparaciones presentadas resalten las cualidades del café que el concursante ha elegido para participar.

NUEVOS CAFÉS

# VIETNAM PONE RUMBO AL CAFÉ ARÁBICA

Vietnam es el segundo productor mundial de café por detrás de Brasil y el primero de café Robusta del planeta, con una producción aproximada de 29 millones de sacos anuales. Durante años, la política que ha reinado en este país ha sido la cantidad por encima de la calidad, pero las nuevas tendencias del mercado, así como los efectos que está provocando el cambio climático en la producción de café, han dado pie a ciertos cambios en muchos países de origen, incluido Vietnam, donde está en marcha una ambiciosa iniciativa para promocionar el cultivo de café Arábica, en el país.



**E**n Vietnam, actualmente el café Arábica representa solo el 5% de la producción total del país. El área de cultivo de estos cafés se concentra en cuatro provincias al noroeste del país, donde, el 95% de las plantaciones de Arábica son de la variedad, Catimor, introducida en tierras vietnamitas por su alto rendimiento y resistencia a la roya.

Estos cafetos se plantaron hace ya casi 40 años y, muchos, deben ser renovados con urgencia. “Con vistas del cambio climático que se espera para los próximos años, las variedades de café cultivadas en Vietnam deberán renovarse y en esta zona del país, en concreto, para el 2025, la mitad de las 20.000 hectáreas de plantaciones necesitan ser replantadas”, explica, Pierre Marraccini, fisiólogo molecular de café, investigador del Centro de cooperación internacional en investigación agronómica para el desarrollo, CIRAD, y una de las personas involucradas en el proyecto de esta institución que con otras organizaciones de investigación vietnamitas y europeas están probando híbridos F1 de café Arábica en este país asiático.

El proyecto conocido con el nombre de BREEDCAFS H2020, arrancó en 2017 y hace escasos meses el CIRAD presentó en la Embajada de Francia en Hanoi, los primeros

resultados de cinco años de intenso trabajo que han de servir para introducir y rejuvenecer el cultivo de café en el noroeste de Vietnam.

## HÍBRIDOS F1, PARA VIETNAM

En la base de esta renovación de cultivos está la introducción de los híbridos F1 Mundo Maya H16, Centroamericano H1 y Starmaya creados hace alrededor de 20 años y seleccionados por el CIRAD y el ECOMtrading en Centroamérica, donde sus respuestas agronómicas (rendimiento, resistencia a P+D...) demostraron ser mejores que los cultivares locales.

“A través del proyecto BREEDCAFS, la idea era probar estos híbridos en diferentes países”, explica Marraccini, quien razona así, la elección de Vietnam para ser uno de los orígenes elegidos para el estudio, “En las provincias de Sơn La: 8.000 y Điện Biên detectamos un gran aumento y demanda local por parte de los agricultores para cultivar C. arabica y la baja diversidad genética de los cafetos Catimor vietnamitas, las características de su parque cafetero, resistente a la roya, pero con mala tolerancia a otras plagas y enfermedades principales y su deficiente

adaptabilidad a futuros cambios climáticos, resultaron un buen punto de partida para el proyecto”.

## CAFÉS DE AGROSILVICULTURA

Es así, que se acordó la introducción de los F1 en Vietnam, donde han sido probados durante cinco años bajo el formato de sistemas agroforestales, consistentes en mezclar cultivos y árboles dentro de las parcelas. En este tiempo, los equipos del proyecto han caracterizado los mecanismos de adaptación que han permitido a estas nuevas variedades en Vietnam hacer frente a diversos factores de estrés (altas temperaturas, sequía, sombra, altos niveles de CO<sub>2</sub> atmosférico, nutrición pobre en nitrógeno, etc.).

“Los árboles dan sombra a las plantas de café, replicando las condiciones en las que el café solía crecer en su zona de origen, y esto es una ventaja con relación al cambio climático reciente. Además, la agrosilvicultura también aumenta la fertilidad del suelo y ayuda a mantener la biodiversidad, a capturar carbono y a reducir el uso de insumos. Y a los productores le proporciona ingresos adicionales, por la madera o frutos producidos por los árboles”, apunta Pierre Marraccini.

Los resultados obtenidos tras estos cinco años de trabajo han sido buenos y abren las puertas a nuevas posibilidades al café en este país. “Comparados con los las plantas Catimor locales, los híbridos F1 Mundo Maya H16, Centroamericano H1 y Starmaya testados en Vietnam son, como mínimo, un 10% más productivos, más vigorosos, más resistentes a las plagas, y de granos más grandes (% grado >16), con una mejor calidad de taza. Esta calidad todavía debe ser evaluada con más profundidad, pero los F1 utilizados, en general, obtendrían dos puntos más en la escala SCA que los cafés Catimor vietnamitas, producidos hasta ahora en esta zona del noroeste del país”, explica el experto del CIRAD.

Todo esto, sin embargo, puntualiza Marraccini, no quiere decir que esté ya todo

hecho, y recuerda que las peculiaridades de estos híbridos y el cambio de paradigma que representan para el cultivo del café en Vietnam y en muchos otros países, se debe consolidar bien antes de asegurar una producción próspera. “Una de las principales características de estos cafés es que, a excepción de la variedad F1 Starmaya, no se pueden propagar por semillas. Por tanto, los caficultores deben entender que los granos de estos híbridos no se podrán plantar, porque no obtendrán la planta madre F1. Para multiplicar estos cafetos, los caficultores y las empresas cafetaleras locales, con la ayuda local de ECOM-Vietnam, NOMAFSI y AGI - todos socios del proyecto en el proyecto BREEDCAFS -, deberán, pues, establecer sus propios viveros a partir de microesquejes de plántulas jóvenes”. De hecho, es así como llegaron los cafetos utilizados originalmente para este proyecto, que fueron recibidos en Vietnam en formato de pequeñas plántulas producidas por embriogénesis somática por ECOM Nicaragua.

### CALIDAD IN CRESCENDO

Actualmente, en Vietnam la superficie de terreno dedicado a la producción de café Arábica es de 42.000 ha, repartidas entre, Sơn La (8.000 ha), Điện Biên (8.000 ha), Quảng Trị (4.000 ha) y Lâm Đồng (aproximadamente 16.000 ha). “Con los resultados obtenidos, nos vemos muy capaces de replantar e incluso extender todo este territorio”, apunta Pierre Marraccini, quien está convencido de que el uso de estos híbridos en Vietnam incrementará la calidad del café de la zona, eso sí, siempre y cuando, advierte, “la cadena de valor del café se organice para separar, en un futuro próximo, los granos cosechados de Catimor y los de estos híbridos F1”.

**En Vietnam, los híbridos F1 han resultado más vigorosos, con una mejor taza y un 10% más productivos que los cafés arábicas locales**

Esta es la razón por la cual ECOM-Vietnam, así como otras empresas locales de café, se han iniciado ya en la fase de acreditación, posterior a BREEDCAFS, la cual está siendo supervisada por el Ministerio de Agricultura de Vietnam, con la ayuda de VAAS, la Academia de Agricultura y Ciencias de este país. Es así que este organismo ya ha anunciado que, para asegurar la acreditación,



seguirá probando los híbridos F1 durante un período más largo y también utilizando superficies más altas, para confirmar los alentadores resultados preliminares obtenidos durante el proyecto del CIRAD, que apuntan que las calidades más altas se consiguen a mayor altura de la plantación. Todo este proceso conllevará aproximadamente cinco años más de trabajo. En este tiempo, el plan es sembrar 10 hectáreas por cada híbrido en las provincias de Quảng Trị y Lâm Đồng además de las 2 regiones del noroeste (provincias de Sơn La y Điện Biên) donde se realizaron las actividades de la BNREEDCAFS, y evaluar sus características agronómicas. “Al final de esta fase de acreditación, no es seguro que se pueda disponer de suficientes granos de café producidos para fines comerciales, por lo que este tipo de cosechas deberían llegar más tarde, después de que estas F1 sean acreditadas por las autoridades vietnamitas para su posterior cultivo por parte de los caficultores”, explica Marraccini.

### UN FUTURO REPLETO DE CAMBIOS

Pero Vietnam no sería el único origen que en un futuro podría poner hacer llegar al mercado cafés de este tipo, pues según confirma el investigador del CIRAD, conocidos los resultados en ese país, existe una gran demanda del sector privado y también de los institutos de investigación estatales, particularmente de Asia, para probar estos nuevos cafés en sus territorios. “Por ejemplo, y bajo el control de ECOM-Vietnam, ya se está trabajando con asociaciones de caficultores de la provincia china de Yunnan, de Laos y, también se han establecido otros contactos con países como Myanmar o Indonesia”, avanza. En cuanto a la pregunta sobre qué pasará con los cafetos que no se renuevan en Vietnam, Pierre Marraccini, evita sentenciarlos a muerte, aunque sí apunta que su destino no resulta muy prometedor. “Existe un gran riesgo para Vietnam, así como para otros países productores de cafés arábicas que trabajan con cultivares antiguos, como

el Catimor, de que su producción se vea muy afectada por el cambio climático, si no renuevan sus cafetos por otros nuevos capaces de adaptarse a estos cambios. Además, será necesario que cambien, también, las formas de producir y que se adapten al uso de sistemas agroforestales, como los que se recomienda para los híbridos F1, porque son, probablemente, la única manera de amortiguar estos efectos”. A ello, le preguntamos también a Marraccini, sobre la posibilidad de explorar las posibilidades de utilizar cafés del Yemen como alternativa a cafés híbridos para asegurar la producción más allá del cambio climático. Y es que el café yemení, ha perdurado a lo largo de los siglos en entornos muy desfavorables de clima y suelo para el cultivo del café, habiendo sido capaz no solo de adaptarse, sino de ofrecer en taza, excelentes calidades, como lo ha demostrado la variedad genética Yemenia, con diversos lotes por encima de los 90 puntos, en una cata organizada por Quima Coffee y la Taza de la Excelencia para validar la excelencia de este café, tras su identificación hace tres años.

“Las accesiones de Yemen son particularmente relevantes porque probablemente representan una fuente natural de características agronómicas interesantes, como la resistencia a bióticos (P+D) o abióticos (CC). Sin embargo, no estoy seguro de que puedan usarse, ahora mismo, como nuevos cultivares listos para ser propuestos a los caficultores. Sin embargo, ciertamente podrían usarse en nuevos programas de mejoramiento de café Arábica, por ejemplo, para cruzarlos con variedades convencionales y generar nuevos híbridos que combinen la rusticidad de las accesiones de Yemen con las características agronómicas comunes de las variedades comerciales. Esto es, de hecho, lo que hicimos con los nuevos híbridos F1 probados durante BREEDCAFS, fruto del cruce de accesiones etiopes antiguas y variedades comerciales”, concluye el fisiólogo molecular de café e investigador del CIRAD, Pierre Marraccini, quien con sus palabras, deja claro que el futuro del café sigue más vivo que nunca.

CAFÉ Y SALUD

# EL CONSUMO REGULAR DE CAFEÍNA MODIFICA NUESTRAS REDES NEURONALES Y FACILITA LOS APRENDIZAJES

Es bien sabido que la cafeína activa la dopamina y actúa sobre la circunvolución del cíngulo anterior, lo que mejora la memoria ejecutiva, la atención y concentración, la planificación y seguimiento de tareas, lo que ha propiciado que el café se presente como uno de los mejores recursos para mantenerse despejado y despierto mientras estudiamos, trabajamos o conducimos. Nuevas investigaciones amplían estos beneficios.



Durante el experimento, los investigadores, monitorizaron a los ratones y cuando estudiaron sus hipocampos, la región del cerebro intrínsecamente crítica para el aprendizaje y la memoria, observaron como en el caso de los ratones que estaban consumiendo cafeína, sus redes neuronales del cerebro habían crecido e, incluso, se habían reorganizado, lo que había favorecido su aprendizaje de cosas nuevas y un mejoramiento de sus capacidades cognitivas, entre otras habilidades.

## La cafeína mejora nuestra capacidad de procesar información y de construir recuerdos a partir de la experiencia

Una nueva investigación liderada por neurocientíficos de las universidades francesas de Lille y Estrasburgo ha demostrado que el consumo de café modula el funcionamiento del hipocampo, una región del cerebro que es esencial para la consolidación de la memoria. Esta modulación, mejora nuestra capacidad de procesar información y de construir recuerdos a partir de la experiencia, lo que concluyen los investigadores, facilitaría nuestro aprendizaje.

"En general, nuestros resultados vienen a confirmar que en el cerebro, la ingesta regular de cafeína promueve una codificación más eficiente de los eventos relacionados con la experiencia. Al reducirse los genes y proteínas implicados en los cambios epigenéticos entre neuronas - los cambios que se producen cuando los genes se activan o desactivan sin cambiar la secuencia misma del ADN-, la ingesta de cafeína promueve el ajuste fino del metabolismo en condiciones de reposo, lo que contribuye a procesar más eficazmente la información, y reforzar la memoria durante el aprendizaje", explica el equipo de investigadores.

Los autores del trabajo destacan, además, que estos resultados se obtienen en casos de un consumo regular de cafeína y que se podrían mantener tras un tiempo sin consumir.

### REORGANIZACIÓN Y CRECIMIENTO DE REDES NEURONALES

Para su investigación, el grupo de neurocientíficos utilizaron dos grupos de ratones. A un grupo de roedores se les suministró durante dos semanas, cafeína diluida en agua, a una concentración de 0,3 miligramos por litro, cantidad equivalente a entre 200 y 400 miligramos de cafeína al día en humanos. Al otro grupo de ratones solo se les dio agua, sin ninguna sustancia extra.

Técnicamente, la explicación es que estos ratones habían sufrido "cambios en la actividad genética en muchos tipos de células cerebrales y más específicamente, la síntesis de proteínas involucradas en el metabolismo había disminuido, en contra de la señalización neuronal y plasticidad que había aumentado".

### EFFECTOS PERSISTENTES

Además, este trabajo ha demostrado que estos efectos positivos se mantenían a lo largo del tiempo, cuanto menos tras dos semanas de negarles el agua con cafeína a los ratones, lo que ha llevado a estos investigadores a sugerir, que este compuesto, la cafeína, provoca cambios a largo plazo en la función cerebral. "14 de 49 proteínas del hipocampo, reguladas a la baja durante la ingesta de agua con cafeína, permanecieron alteradas 2 semanas después de la abstinencia de esta sustancia, lo que indica que los efectos de la exposición crónica a la cafeína persistieron y que su ingesta regular promueve una capacidad más eficiente del cerebro para codificar eventos relacionados con la experiencia", apuntan los autores del trabajo.

### PRÓXIMAS INVESTIGACIONES

El siguiente reto que se plantean ahora estos investigadores es estudiar estos efectos en humanos y también dilucidar la incidencia de la cafeína en el conjunto de células neuronales y no neuronales en el cerebro inmaduro, homeostático y envejecido.

**Fuente: "Caffeine intake exerts dual genome-wide effects on hippocampal metabolism and learning-dependent transcription" por Isabel Paiva, Lucrezia Cellai, Céline Meriaux y otros.**



# EL CAFÉ SUBE EL ÁNIMO

El calor extremo en verano y la falta de luz en invierno modifican nuestro estado de ánimo hasta el punto de provocar alteraciones más o menos pronunciadas de nuestro comportamiento en estos periodos. Un trabajo del Instituto de Información Científica sobre el Café sugiere que el café podría ayudarnos a mejorar el estado de ánimo en estas circunstancias e incluso a prevenir el riesgo de sufrir trastornos tanto cognitivos como afectivos, en estos periodos.



**E**l Trastorno Afectivo Estacional, SAD por su nombre en inglés, Seasonal Affective Disorder, es una patología frecuente en la práctica clínica habitual, cuya prevalencia se halla entre el 1 y el 10% de la población<sup>1</sup>. El SAD se define como la presencia de episodios depresivos recurrentes mayores en una época determinada del año, con remisión total posterior cuando es superada dicha estación. En su fisiopatología están implicados diferentes mecanismos como la alteración del ritmo circadiano, la sensibilidad retiniana a la luz, el metabolismo anormal de la melatonina y la disminución de la secreción de neurotransmisores, sobre todo de la serotonina. Los cambios en el clima, la falta de luz solar del invierno y, también, el calor extremo en verano son los desencadenantes del SAD, cuyos trastornos se manifiestan en forma de nerviosismo, irritabilidad, apatía mal humor, agresividad, insomnio... alterando nuestro estado de ánimo general en mayor o menor medida.

## Beber una taza de café cada cuatro horas contribuye a mejorar los estados de ánimo relacionados con el SAD

El calor afecta más cuando el cambio es muy brusco y no estamos preparados, manifestándose el SAD de verano al estilo de una depresión agitada en la que el insomnio y la falta de apetito son una de las principales consecuencias. En cambio, el SAD de invierno tiende a incrementar el sueño y también el consumo excesivo de carbohidratos simples como pasta, pan y azúcar.

### UN CAFÉ CADA CUATRO HORAS CONTRA EL SAD

Pues bien, ahora, un nuevo trabajo de revisión y encuesta de consumo del Instituto de Información Científica sobre el Café, ISIC, ha constatado que beber una taza de café (75 mg de cafeína) cada

cuatro horas puede resultar en un patrón de mejora sostenida para la mayoría de los estados de ánimo relacionados con el SAD.

"Existe evidencia de que los polifenoles del café pueden atravesar la barrera hematoencefálica, ejercer efectos anti-neuroinflamatorios e incluso promover la neurogénesis, lo que resulta en disminución del riesgo de trastornos tanto cognitivos como afectivos", apunta, el profesor asistente Giuseppe Grosso, del Departamento de Ciencias Biomédicas y Biotecnológicas de la Facultad de Medicina de la Universidad de Catania.

Tomando como base las respuestas de los encuestados que en un 21% de los casos dijo sentirse más ansiosos a medida que los días se hacen más cortos, un 24% que les resulta difícil concentrarse y un 25% que pierden la motivación para hacer ejercicio, la investigación analizó sus hábitos de consumo de café en el otoño e invierno europeo, en los que las horas de sol disminuyen.

Según los participantes, en este periodo de oscuridad más acusada, la principal motivación para beber café para el 29% de los adultos es sentirse con más energía. El 20% dijo que lo bebía para mejorar su estado de ánimo y sus emociones, mientras que el 21% aseguró que lo ayudaba con el estado de alerta o la concentración.

También parece que el estado de ánimo no solo está modulado por la cafeína en sí, sino también por la expectativa de haber consumido cafeína, lo que mejora el estado de ánimo junto con la atención.

### CAFÉ, EDAD Y MOMENTOS DE CONSUMO

Los adultos mayores parecen ser más sensibles a los efectos de la cafeína que mejoran el estado de ánimo que las personas más jóvenes<sup>2</sup>. Los efectos en el estado de ánimo también están influenciados por el momento del consumo, y los efectos más destacados se muestran a última hora de la mañana.

Es así que otro estudio sugiere que la cafeína podría usarse potencialmente como un suplemento nutricional para adultos mayores, mejorando el estado de ánimo y el rendimiento cognitivo en sus tareas de la vida diaria. Sin embargo, se necesita más investigación antes de poder sacar conclusiones firmes.

### EFFECTO POSITIVO PROLONGADO

Los estudios también sugiere que la cafeína tiende a tener un efecto más beneficioso en el estado de ánimo de los consumidores habituales (en comparación con los no consumidores), pero hay mayores mejoras en el rendimiento cuando la beben los no consumidores<sup>3</sup>.

Según el estado de ánimo autoinformado por los consumidores de café, los efectos de la cafeína en la estimulación del estado de alerta y el estado ánimo alcanzan su punto máximo durante las primeras 4 horas después de la ingestión ■

#### Fuentes

<sup>1</sup>Seasonal affective disorders, "winter blues"

<sup>2</sup>Effects of caffeine on mood. In Caffeine and the activation theory. Effects on health and behavior

<sup>3</sup>Cognitive and mood improvements of caffeine in habitual consumers and habitual non-consumers of caffeine

MÁS QUE CAFÉ

# MUNDO ORENDA

Sé tú el cambio que quieres ver en el mundo

Orenda significa “el poder de la voluntad humana para cambiar el mundo frente a fuerzas poderosas tales como el destino” y es, además, el nombre de la asociación española sin ánimo de lucro, “Mundo Orenda” que trabaja en Angola, llevando a cabo proyectos de cooperación al desarrollo.

**E**n Angola, antigua potencia mundial del café, sus habitantes viven con una de las rentas per cápita más bajas del mundo y hay comunidades en que la falta de medios imposibilita no solo soñar en un futuro, sino disfrutar, como mínimo, de una comida digna al día.

La ONG “Mundo Orenda”, partiendo de su lema “Sé tú el cambio que quieres ver en el mundo”, trabaja de forma activa sobre el terreno para revertir estas situaciones en Angola y empresas como Café AB han decidido prestarles su colaboración. El tostador sevillano ha puesto en marcha una campaña para contribuir a la visibilidad de la ONG española y trabaja con esta entidad la puesta en marcha de un proyecto que involucrará a jóvenes angoleños en la producción de café.

## ELEGIR ENTRE COMER, BEBER O IR A LA ESCUELA

Rebeca Herrera, directora y coordinador de proyectos en Mundo Orenda, nos detalla como está trabajando su entidad en Angola, cuáles son los avances obtenidos hasta el momento y cuáles los retos que afrontan, ahora, con el apoyo de Café AB.

“Nuestro trabajo en Angola se centra íntegramente en la comunidad llamada Camizungo y nuestros proyectos se enfocan, principalmente, en la educación y en el emprendimiento, aunque paralelamente también desarrollamos apoyos de salud, y alimentación, entre otros.



Camizungo es una comunidad rural, extremadamente pobre, en la que sus habitantes no tienen sus necesidades básicas cubiertas, difícilmente tienen para comer una vez al día y, sin ayuda, ningún niño iba al colegio. Su medio de subsistencia es la agricultura, pero debido a la falta de agua y recursos es una agricultura muy básica y pobre, reduciéndose casi todos los cultivos a la producción de mandioca, que necesita poca agua de riego.

De la mandioca lo aprovechan prácticamente todo y con ella preparan sus dos alimentos básicos, el funge y la quisaca. El primero es una mezcla de harina de mandioca batida en agua hirviendo que se puede servir con un guiso de verduras, pescado o carne, si hay. La quisaca, por su parte, son las hojas de la mandioca trituradas y hervidas con sal.

En Camizungo, muchos niños mueren antes de los 5 años por causas fácilmente curables de tener un acompañamiento sanitario y, antes de que esta comunidad empezara a recibir ayuda, la mayoría de los menores (95%) no iban a la escuela, reduciéndose casi al completo las posibilidades de desarrollo futuro.

## CONSTRUIR UN FUTURO

En 2018, Mundo Orenda comenzó a trabajar en Camizungo junto a una contraparte local. Juntas construimos una escuela, un centro de salud de atención básica, una canalización de agua para que el agua del estado llegara a la comunidad y un sistema novedoso de agricultura que se pretende replicar para que las familias puedan trabajarlo. También se ha desarrollado un proyecto de





## El proyecto Soñando Alto, en una de sus líneas, aspira a entregar las herramientas necesarias a varios jóvenes que desean convertirse en caficultores

emprendimiento con mujeres, en el que fabrican artesanalmente cestas de mimbre que posteriormente vendemos en Angola o España.

Actualmente, además, tenemos un proyecto pendiente de realizar y en el que tenemos todo nuestro foco puesto, se llama "Soñando Alto" y pretende involucrar a los jóvenes de la comunidad.

Este es un colectivo especialmente vulnerable y con muchas posibilidades, a la vez. Debido a su edad, y la dificultad de cursar la educación secundaria, estos jóvenes suelen salirse del sistema escolar pronto. La falta de ocupación los lleva a pasarse muchas horas en la calle y la necesidad a veces los hace delinquir para comer. Otros comienzan a tener relaciones sexuales sin precaución, lo que provoca muchos embarazos no deseados y, sin quererlo, alimentan el bucle de la pobreza.

### SOÑANDO ALTO

En Angola, hay mucho talento, mucha capacidad y nosotros lo hemos comprobado, pero también existe una extrema falta de acceso a recursos que motive a los jóvenes en particular y a la población en general,

haciéndoles sentir de verdad que salir de la situación de pobreza a la que se ven sometidos, generación tras generación, es posible.

Así es que el proyecto Soñando Alto pretende crear un espacio nuevo y diferente donde aprender a vivir de otra manera, concretamente desde la ilusión, la motivación, las capacidades, la autoestima y el reconocimiento de talentos.

El proyecto se configura como un marco estable en el que los adolescentes reciban clases extraescolares que les haga motivarse, que les haga crecer con una ilusión y donde estimular su autoestima, viéndose seguros de que se les da bien algo más que cocinar o recoger leña. Soñando Alto quiere ser un lugar donde conversar con otros jóvenes, compartir ideas y comunicar inquietudes. Un espacio donde sean referentes en la transmisión de conocimientos y mentores para otros compañeros. Un lugar donde los jóvenes más adultos también puedan ir con su idea de negocio y reciban orientación. Además, se entregarán microcréditos para poner en marcha estas ideas. Será un lugar donde puedan recibir ese apoyo que tanto necesitan los habitantes de Camizungo y reciban una oportunidad, porque sin oportunidad no hay esperanza.

Adicionalmente, con Café AB, estamos estudiando como enmarcar dentro de Soñando Alto, un proyecto social cafetero, para que varios jóvenes comiencen a producir y comercializar café. Angola es un país con unas condiciones óptimas para el cultivo de café Arábica y Robusta y ya tenemos varios jóvenes que se han mostrado interesados en involucrarse en esta producción.

Los resultados de este proyecto, en estos momentos, son inciertos y poco podemos

## A través de la formación, el emprendimiento y el reconocimiento de talentos, los jóvenes de Camizungo sabrán que se les da bien algo más que recoger leña

adelantar más que la voluntad de hacerlo bien y con las mejores garantías para lograr generar grandes cambios en la vida de estos jóvenes, los cuales, a su vez, pueden ser el motor del cambio para toda su comunidad.

Con Café AB estamos trabajando los diversos aspectos del proyecto que esperamos vea la luz próximamente y, además, esta firma cafetera andaluza nos está dando apoyo, aportando visibilidad a nuestra organización y trabajo. Actualmente, Cafés AB tiene en marcha una campaña que nos ha permitido la inserción de múltiples mensajes de la ONG en los sobres de azúcar, asegurándonos de esta forma más de 700.000 impactos publicitarios en un año.

Estamos muy agradecidos de contar con este apoyo. Nos parece muy importante que las empresas de cualquier sector y ámbito, tengan una obra social de algún tipo, ya que la agenda 2030 es muy ambiciosa, y requiere que todos, empresas, ONG y particulares, rememos en la misma dirección para conseguir que los Objetivos del Desarrollo Sostenible sean una realidad o al menos nos acerquemos a ella. ■

### CAFÉ DE ANGOLA

En comparación con otros orígenes donde las condiciones no son tan favorables, Angola goza de la geografía y los recursos naturales clave para el cultivo de café de calidad. Las zonas de producción se encuentran entre 1.200 y 1.300 metros de altitud, en áreas con una climatología adecuada y suelos provechosos, tanto para la producción de granos arábicas como robustas.

Hasta la década de los 70, este país fue el tercer máximo productor de café del mundo, con cosechas anuales por encima de las 230.000 toneladas anuales, casi treinta veces más de las escasas 8.000 toneladas actuales.

Ahora, las autoridades locales, en un esfuerzo por ampliar y diversificar la economía angoleña, quieren recuperar su papel referente en el mercado internacional del café y están trabajando para volver a posicionar el café de este origen en lo más alto.

"Hay una verdadera motivación por parte de los gobiernos, los gobiernos locales y también de instituciones internacionales como la Unión Europea, para revitalizar este sector con algunos actores locales que a su vez son muy dinámicos, y están tratando de innovar para que el sector del café en Angola vuelva a su antigua gloria", señala Cécile Bessou, investigadora en agroecología del Centro de cooperación Internacional en investigación Agronómica para el Desarrollo (CIRAD), desde donde ya se ha destacado el gran potencial de este país africano para producir café.

La producción actual está en manos de 26.000 caficultores, más del 98% de los cuales, propietarios de pequeñas fincas familiares, donde el café crece mayoritariamente bajo sombra. Nada que ver con las grandes fincas regentadas por los portugueses en la época colonial, de donde partía cerca del 70% del café que se producía en el país y que se enviaban a Europa y Estados Unidos.

La taza angoleña es conocida por su sabor dulce y suave, su cuerpo sedoso y redondo, aunque agudo y terroso, y su agradable paso por boca. Estas son características por las que antes de la guerra civil 1975-2002, los robustas de Angola era tan apreciados y competían en el mercado internacional con arábicas colombianos o con el "Maracaibo", una variedad robusta venezolana, propia del Caribe.

HISTORIAS CAFETERAS

# CAFÉS OQUENDO

Con más de 35 años de presencia en el mercado, Cafés Oquendo ha hecho de la experiencia, la calidad, la innovación y el respeto al medio ambiente sus señas de identidad en un sector enormemente competitivo y en constante transformación. La torrefactora asturiana del grupo empresarial Díaz Carbajosa, situada entre los diez primeros operadores de café en España y presente en 27 países, sigue dando pasos para ser cada día más sostenible y recientemente ha instalado en su fábrica generadores de nitrógeno, teniendo en cartera un proyecto para producir su propia energía.



Juan Díaz Rodríguez, Consejero delegado de Cafés Oquendo

Dicen en Cafés Oquendo que “todo empieza con un café” y aunque la historia no lo desvela, es muy probable que en torno a un café surgiera en 1986 la idea de poner en marcha en Asturias una torrefactora cuyas primeras instalaciones comenzaron a levantarse un año después en el concejo de Llanera, en el centro del Principado. Transcurridas tres décadas desde que comenzó a operar aquella primera fábrica, hoy la compañía dispone de 30.000 m<sup>2</sup> de instalaciones y maneja numerosas variedades de origen procedentes de 18 países para producir 3 millones de kilos de café al año en diferentes blends y formatos.

**La torrefactora asturiana produce 3 millones de kilos de café al año y tiene presencia en 27 países**

Este crecimiento, que ha ido de la mano de la progresiva incorporación de otras torrefactoras y de permanentes inversiones en nuevas instalaciones y equipamiento, ha

permitido a Cafés Oquendo situarse entre los grandes del sector en España y acometer de manera paulatina un proceso de internacionalización que se inició en Alemania, en el año 1992, y que hoy le permite estar presente en 27 países de cuatro continentes. La facturación y la plantilla de la empresa han evolucionado en paralelo a dicha expansión hasta alcanzar los 35 millones de euros de cifra de negocio y dar trabajo directo a doscientas personas.

## INNOVACIÓN E I+D

Detrás de estas cifras hay toda una cultura empresarial que gira en torno al trabajo bien hecho para alcanzar la mayor calidad posible, así como en una innovación constante para adaptarse a las demandas del mercado e incluso anticiparse a ellas, con nuevos productos y formatos, en ocasiones pioneros, tanto para el canal de alimentación como para la hostelería.

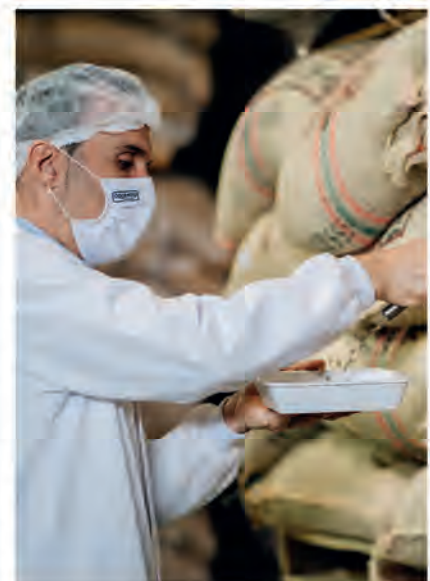
La inversión en nuevas tecnologías y la labor de Investigación y Desarrollo en sus propios laboratorios, unidas a su experiencia acumulada, han permitido a Cafés Oquendo ir casi siempre un paso por delante para satisfacer las nuevas necesidades y gustos del consumidor. Ejemplos de esta capacidad de anticipación los tenemos en 2002, cuando

**Innovación y anticipación a las necesidades del mercado son señas de identidad de la empresa**

se convierte en la primera empresa española del sector en disponer de una instalación de molido sin silos de desgasificación; en 2003, con el lanzamiento del innovador envase Cofibox, considerado aún hoy el mejor sistema en conservación de café molido, o en 2017, con las primeras cápsulas compostables del mercado. Las inversiones acometidas en sus instalaciones durante 2016 le han permitido, además, llegar a producir anualmente más de 60 millones de cápsulas.

## COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

Y ese afán por innovar lo ha trasladado también Cafés Oquendo a su compromiso con el medio ambiente, lo que se refleja en



Miguel Álvarez Basanta, Responsable de Laboratorio en Cafés Oquendo supervisando sacos de café verde





Línea de producción de Cofibox

toda su cadena de valor, desde el empeño por incorporar tecnologías cada vez menos contaminantes, hasta el desarrollo de productos más sostenibles. El primer gran paso en este sentido se dio en el año 2017 con el lanzamiento de las cápsulas compostables, 100% respetuosas con el medio ambiente al ser biodegradables y reciclables. Pero la compañía quiso ir más allá para contribuir a fomentar ese respeto medio ambiental y hace tres años presentó su marca Oquendo Natura, que engloba todos sus productos BIO. Se trata de una gama de café Bio ecológico, 100% arábica, que está disponible en cápsulas «compatibles con los principales sistemas y compostables», en grano, molido y para hostelería.

**La compañía ha desarrollado envases exclusivos y es pionera en la producción de cápsulas compatibles con los principales sistemas del mercado**

Al objetivo de ser una empresa sostenible y alineada con los objetivos de reducción de emisiones contaminantes fijados por la Unión Europea se ha unido más recientemente la necesidad de hacer frente al incremento de la factura de la energía en sus procesos productivos. Desde esta doble óptica, Cafés Oquendo ha comenzado a poner en prácticas diversas medidas de mejora medioambiental y ahorro energético, comenzando por la instalación de generadores de nitrógeno, elemento imprescindible para conservar todas las propiedades del café una vez envasado y evitar su oxidación. El siguiente paso ha sido la inversión destinada a una nueva tostadora buscando, entre

otros aspectos, esa reducción de emisiones. Y el proceso seguirá con la instalación de paneles solares en sus instalaciones de Asturias, proyecto que tiende hacia el autoconsumo energético a partir de fuentes renovables.

**Su compromiso medioambiental se plasma en la línea de productos BIO Natura y en sus pioneras cápsulas compostables**

Todos este esfuerzo inversor e innovador ha permitido a Cafés Oquendo situarse en el top ten de los operadores de café en nuestro país, abarcando todo el espectro de mercado a través de sus canales Horeca, alimentación, on line y OCS, y exportación. Una compañía cuya experiencia y amor por lo que hace le permite ser fiel a su compromiso de facilitar el mejor café a todo el mundo, esté donde esté. ■



Paletizadora en la fábrica de Cafés Oquendo

### 36 AÑOS DE HITO EN HITO

**1986.** Comienza la actividad de tostado y envasado en Asturias.

**1992.** Inicio de la expansión internacional con exportaciones a Alemania.

**2000.** Ampliación de las instalaciones de logística.

**2003.** Entrada en el Canal de Alimentación con el envase patentado Cofibox.

**2008.** Ampliación de las líneas de envasado.

**2012.** Montaje de la primera línea de envasado de cápsulas compatibles con Nespresso®.

**2014.** Primera empresa en lanzar cápsulas compatibles con el sistema Dolce Gusto®.

**2016.** Nueva nave de logística y ampliación de las instalaciones productivas con tres líneas de envasado de cápsulas.

**2017.** Lanzamiento de cápsulas compostables.

**2019.** Lanzamiento de la marca Oquendo Natura, que engloba todos los productos Bio de la compañía.

**2022.** Instalación de generadores de nitrógeno en sus instalaciones.

HISTORIAS CAFETERAS

# MOLINOS DE CAFÉ, CINCO SIGLOS DE INNOVACIÓN

Los comerciantes venecianos introdujeron el café en Europa en el año 1615 y tan pronto los europeos descubrieron el placer de disfrutar de la nueva bebida, empezó a desarrollarse a su alrededor una prolifera industria de menaje para prepararlo y degustarlo. Fue en aquella época en la que se sitúa el origen del molino de café.

Antes, en el siglo XV, ya habían aparecido los primeros molinillos de especias que dieron lugar en Persia al molido fino del café. Estos molinos, altos y cilíndricos, de cobre o latón y generalmente muy ornamentados, se popularizaron en oriente medio y también en Turquía, donde se usaban indistintamente para moler especias y, también, café.

La primera patente de molino de café de muelas desarrollado en Europa fue otorgada al herrero inglés de Birmingham, Richard Dearman, el 22 de marzo de 1779, aunque existen evidencias que ya desde mucho antes se fabricaban molinos en el continente, aunque no tan sofisticados.

## NICHOLAS BOOK Y LOS MOLINOS LUIS XIV

El desarrollo del que sería el primer molinillo de café propiamente dicho, anterior al de Dearman, se atribuye a otro inglés llamado Nicholas Book, que ya en 1665 se autopublicaba como el inventor del primer molino diseñado especialmente para moler café. Se sabe, además, que en Francia, hacia 1720, el molino de café era ya una pieza bastante común en muchas cocinas de la alta burguesía. Los primeros molinos "en serie" fabricados en este país fueron bautizados como "modelo Luis XIV" y destacaban por su cuerpo central tallado en una sola pieza de madera, generalmente, de nogal. Disponían de un pequeño compartimento donde caía el café molido y se accionaban con una manivela superior con muñeca de madera que hacía mover su mecanismo interior para triturar el café.

## MOLINOS DE MUELAS

Entonces, si ya existían estos molinos, ¿por qué no fue hasta casi finales del siglo XVIII que no se otorgó la primera patente europea a un molino de café? La razón más probable es que el molino de Dearman difería en funcionamiento a todos los anteriores.



Y es que, tanto el molino de Nicholas Book, como los molinos franceses y, también, los molinos holandeses de la época, basaban su funcionamiento en el principio de molido por fricción entre dos superficies horizontales, una de ellas fija y la otra no, que ya los antiguos habían desarrollado para moler el trigo. En cambio, el molino de Richard Dearman incorporaba, por primera vez, muelas abrasivas para moler el grano, de modo que cuando las superficies giratorias se juntaban, la molienda resultaba más fina y cuando se separaban, más gruesa.

Tras esta patente, llegaría poco tiempo después, en 1798, la primera estadounidense que se concedió al dentista e inventor, Thomas Bruff por su molino de pared que utilizaba dos muelas circulares de tres pulgadas de ancho con dientes gruesos alrededor del centro y dientes finos y poco profundos en los bordes. Bruff era el dentista del tercer presidente de los Estados Unidos, Thomas Jefferson y los más jocosos atribuían la inspiración de Bruff para este invento a la dentadura del presidente.

## NACIMIENTO DE LA INDUSTRIA EUROPEA DE MOLINOS DE CAFÉ

Mientras, en Europa, Francia se erigió en poco tiempo en un país líder en el ámbito de la fabricación de molinos artesanales de café. Al modelo "Luis XIV", le siguió el "Reloj de Arena" y el "Tronco de pirámide invertida", convertidos en piezas excepcionales que

maestros artesanos fabricaban por encargo, el más famoso de los cuales, el molino de café de oro macizo, que perteneció a la marquesa de Pompadour y que actualmente se encuentra en el Museo del Louvre.

Con la democratización del café en el siglo XVIII, la fabricación de molinos inició su camino a la industrialización. Jean-Frédéric y Jean-Pierre Peugeot, hijos del fundador de la afamada empresa automovilística, fueron los primeros en incorporar la fabricación de herramientas de trabajo y utensilios de cocina a su firma y en 1840 se introdujeron en el mundo de los molinos. Desde 1850 y durante 100 años, Peugeot lideró la producción industrial de estas piezas en el mercado francés.

Otros fabricantes como Archibald Kenrick en Gran Bretaña, o Bertoldo con Tre Spade, en Italia, hicieron lo propio en sus países, democratizando el molino de café en muy poco tiempo.

## EL MOLINO ELÉCTRICO

En 1910 llegaría al mercado el primer molino de café eléctrico, aunque sus grandes dimensiones lo hacían inservible para los consumidores particulares, que debieron esperar unos años más hasta que la empresa Elaul desarrolló la miniaturización del motor del molino eléctrico.

Desde entonces, el molino no ha dejado de mejorarse y optimizarse, alcanzando hoy día altos índices de precisión que permiten obtener la molienda perfecta. ■

# WBAR



**Nuevos vaporizadores con doble accionamiento a leva**  
con flujo continuo o guiado



**Ciclo de lavado de grupos automático**



**Nuevas botoneras verticales retro-iluminadas**



**Diseñada para vasos Take Away**



EXPERIENCE COFFEE CUP





Vinilame  
360°



Dos caras  
para tu  
Branding



Utiliza mi clip  
para exhibir  
tus recetas

# e | Bolt ya está aquí



Predosis  
1 / 2 / 3 Dosis al instante



Pantalla táctil 2.8"  
High Tech



Control desgaste  
y cambio de fresas



Posición portafiltros  
regulable

**COMPAK**  
compak.es

