

fórumcafé

2022 N89 | forumdelcafe.com

FORUM CULTURAL DEL CAFE
19 **25** 97
FORUM CULTURAL DEL CAFE
años a tu lado

CAFÉ DE HONDURAS - 6

**LA SOSTENIBILIDAD
EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA
DEL CAFÉ - 18**

**ENTREVISTA
A VANUSIA NOGUEIRA,
NUEVA DIRECTORA
EJECUTIVA DEL ICO - 26**

**EL COLOR DEL CAFÉ:
DEL TUESTE A LA TAZA DE CAFÉ - 28**



Classe 20

Brewing Just
Got Better



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

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

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



f y o i a t i n
www.ranciliogroup.com

RANCILIO
coffeeing the World

SUMARIO

04	EDITORIAL
06	ORIGEN _ CAFÉ DE HONDURAS
	MERCADO
11	_ ¿SE ACABA EL CAFÉ?. PERSPECTIVAS DE FUTURO
14	_ EL CAFÉ Y LA GUERRA DE UCRANIA
16	_ LA SOSTENIBILIDAD EN EL CAFÉ (PARTE 2). INDUSTRIA ESPAÑOLA DEL CAFÉ
	ACTUALIDAD Y TENDENCIAS
22	_ LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN EN EL SECTOR DEL CAFÉ
24	_ RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL CAFÉ DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE
26	_ ENTREVISTA VENUSIA NOGUEIRA, NUEVA DIRECTORA DEL ICO
	INFORME
28	_ ROJIZO VS. MARRÓN. EL COLOR DEL CAFÉ EN TAZA
	CALIDAD
32	_ FINCAS MIERISCH, LA TRADICIÓN HECHA INNOVACIÓN
34	_ LA DENSIDAD DEL GRANO DE CAFÉ
37	_ LAGUNA COFFEE ESTATE. PRODUCIR CANTIDAD Y CALIDAD
42	_ ENTREVISTA HENRIQUE CAMBRAIA, PRESIDENTE DE LA BSCA
43	_ CAFÉ BRASILEÑO DE ESPECIALIDAD. AYER, HOY Y MAÑANA
	FÓRUM CAFÉ 25 AÑOS
38	_ HISTORIA DE FÓRUM CAFÉ (PARTE 2). 25 AÑOS DE FORMACIÓN
	UNIVERSO BARISTA
44	_ TUOMAS MERIKANTO, CAMPEÓN MUNDIAL DE AEROPRESS
45	_ CAFETERA A LEVA
	SABÍAS QUE
46	_ CAFÉ FERMENTADO CON KOJI
48	_ EL CAFÉ PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
49	_ CAFÉ ASIÁTICO CARTAGENERO
50	_ EL CAFÉ DE LA MAÑANA. ¿POR HÁBITO O POR GUSTO?
	NUEVOS CAFÉS
52	_ YEMENIA. EL MÁS NUEVO DE LOS CAFÉS ANCESTRALES
	TÉ
54	_ TÉ VERDE JAPONÉS
	CAFÉ Y SALUD
57	_ CAFÉ, RESACA Y MIGRAÑA
58	_ CAFÉ Y NUTRICIÓN INTUITIVA
	MÁS QUE CAFÉ
60	_ UNA NUEVA ERA PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
62	_ EL CAFÉ, UN INSTRUMENTO TRANSFORMADOR DE VIDAS
	HISTORIAS CAFETERAS
64	_ CAFÉS MONTAÑA
66	_ LA CAFETERA DE VACÍO

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

EDITORIAL

Una de cal y una de arena en el primer semestre de año 2022 que finalizamos este mes de junio, con prácticamente todas de las restricciones anti-covid abolidas, por un lado y una cruenta guerra en territorio europeo, por otra.

Con nuestro anterior número ya en imprenta, saltaba la noticia de la terrible invasión rusa a Ucrania y en pocas semanas, una Europa que había iniciado el año con todas las fuerzas para dejar atrás dos años para olvidar, se enfrentaba a un drama humanitario sin precedentes desde la Segunda Guerra Mundial y un importante descalabro económico que, como no, ha afectado, también, al sector del café.

Ara Zohrabyan experto analítico sénior en IFCMarkets, analiza en un interesante artículo en esta revista, estas afectaciones y con los datos en la mano, nos ofrece su visión de como puede evolucionar el mercado estos próximos meses y, sobre todo, los precios, que augura, seguirán subiendo.

La contracción del consumo, la crisis del gas, el incremento de precios de la materia prima, del transporte, de la electricidad, no dibujan un escenario cómodo para nadie, pero aún y así estamos viendo como el sector sigue trabajando y apostando por salir adelante y hacerlo reforzado, si esto es posible.

En la reciente edición del Salón Hostelco celebrado en Barcelona, se pudieron ver diversas novedades importantes tanto en producto como en maquinaria del segmento café que dan muestra de estas ganas del sector, igual que de su compromiso con la sostenibilidad y renovada atención al consumidor domestico. Todo esto lo recogemos en las páginas de este número 89 de la revista Fórum Café, en el que entrevistamos, también, a la nueva presidenta de la Organización Internacional del Café, Venusia Nogueira, descubrimos el café de Honduras y nos adentramos en el trabajo de los orígenes centroamericanos para posicionar sus cafés en el mundo, entre otros muchos temas.

Además, y siguiendo el hilo del especial iniciado en la revista de marzo con motivo del 25 aniversario de Fórum Café, echamos la mirada atrás para recordar como se inició el proyecto formativo de nuestra entidad, como ha evolucionado y el rumbo que toma ahora, en el marco del nuevo Plan de Actuación de nuestra entidad, presentado a los socios de Fórum Café en la Asamblea General celebrada en abril en Barcelona y que apuesta por incrementar la oferta de valor dirigida a todos los miembros de la Asociación.

La formación es un pilar fundamental en la tarea divulgadora de la cultura del café emprendida por Fórum Café en 1997 y, como tal, no dejaremos de prestarle la atención que merece y que necesita el sector para cumplir con unos requerimientos del mercado que exigen, más que nunca, una cadena de valor del café conectada y formada para mantener a este producto como la segunda bebida más consumida en el mundo.

La formación es la mejor arma contra la desinformación y el mejor aval que tenemos para asegurarnos el café que todos queremos y por el que, seguro, el consumidor nos va a recompensar con su fidelidad ■

Presidente:

David Tomás

Vicepresidente:

Alejandro Basset

Secretario:

Carles González

Tesorero:

Félix Ignacio Alonso-Majagranzas

Vocales:

Ramón Alonso

Victoria Pamies

Andrés Bermúdez

Fernando Etxabe

Guillermo Jauregui

Santiago Lascasas

Juan José Mach

Raúl Pont

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

CAFÉ DE HONDURAS

Honduras, en Centroamérica, disfruta de unas condiciones únicas para producir grandes cafés. Un clima propicio, una orografía que acompaña, una política cafetalera nacional establecida y el cuidadoso trabajo de los caficultores de este país dan como fruto, cafés complejos en aroma y sabor, muy apreciados por su calidad. El café hondureño se adapta a diversidad de paladares y gusta tanto a los que se decantan por características de acidez fina, como de notas florales o delicadas



Los datos documentados sobre el origen de la producción de café en Honduras, situarían la introducción de este cultivo en el país alrededor de 1800, como consecuencia de incentivos otorgados por el Gobierno de la República para emprender su producción. Desde entonces, el café ha formado parte de la vida del país y a fecha de hoy, algunos granos hondureños se encuentran entre los más apreciados del mundo.

La historia ubica las primeras fincas en Manto, Olancho, al este del país, donde se plantaron diversos ejemplares de cafetos arábicas, la única todavía hoy día presente en Honduras. Mayoritariamente, estos primeros cafetos eran de la variedad Typica, de alta calidad, con una acidez limpia y dulce.

Durante más de un siglo y medio, a pesar de los buenos resultados en cuanto a calidad de los cafés hondureños, la producción cafetalera se limitó a un cultivo fundamentalmente familiar, dirigido al consumo propio e interno del país, y no fue hasta la década de 1950 cuando se estableció el **Banco Nacional de Fomento** y se inició la tecnificación de la producción de café que dejó de ser un cultivo de "patios familiares" para transformarse en un cultivo con fines comerciales. Desde ese momento, la importancia de este producto para el país fue en aumento y el

desarrollo de la caficultura hondureña avanzó a la par.

En 1967, a través de la **Oficina del Café** fundada en 1960, se introdujeron nuevas variedades de porte en Honduras, como la Caturra, Pacas y Villasarchis y los cafés hondureños empezaron a lucir con luz propia. A la vez, en el país se desencadenan diversos acontecimientos que acabarían caracterizando la industria cafetalera de Honduras.

Más del 80% de la producción cafetalera en Honduras se rige por sistemas agroforestales bajo sombra

Por ejemplo, con el apoyo de la Oficina del Café se inauguró el Primer Congreso Cafetalero Hondureño, celebrado en Tegucigalpa el 3 de agosto de 1967, en el que se acordó, a la vez, crear la **Asociación Hondureña de Productores de Café** (AHPROCAFE), la más grande del país, todavía a fecha de hoy.

Tres años después, 1970, nacía **Instituto Hondureño del Café** (IHCAFE), para satisfacer la necesidad de asistencia técnica a los cafetaleros y actualmente uno de los referentes mundiales en este ámbito.

A ello, le siguió en 1978, la creación del Banco Hondureño del café, y en 1987 la de la Fundación para el Desarrollo de las Comunidades Cafetaleras FUNDAHROCAFE, entre otros hitos.

En 1990, la producción comercial de café en Honduras estaba plenamente consolidada y daba paso a nuevos logros como la creación del Fondo Cafetero Nacional en 1993, el establecimiento del **fidecomiso cafetero** en 2004 o la inauguración de la escuela gremial de líderes cafeteros en 2016., además de la ejecución de diversos proyectos dirigidos a la formación y apoyo de las familias cafetaleras de todo el país.

Desde entonces, el cultivo del café ha sido un factor determinante en la economía nacional y miles de familias dependen de este cultivo para su supervivencia.

EL CAFÉ, UN PRODUCTO NACIONAL

Actualmente, el café en Honduras se cultiva en 15 de los 18 departamentos en los que se divide la geografía nacional. 220 de las

298 municipalidades son áreas productoras de café, sumando un total aproximado de 350 mil hectáreas de cafetales en todo el país.

Para las familias que dependen de este cultivo, el café es un medio para fortalecer su arraigo en las zonas de producción, dinamizando la economía local al brindar trabajo circular en la época de cosecha.

El café hondureño se caracteriza por su diversidad ancestral y cultural y granos con gran complejidad sensorial

Se estima que **la generación de empleos temporales y permanentes en la época de cosecha de octubre a Marzo-Abril es de alrededor de un millón de personas beneficiadas**, lo que contribuye a reducir la migración y favorece la integración familiar.

De hecho, el café es una actividad que pasa de padres a hijos en este país. El caficultor se encarga de todo lo referente al negocio familiar, desde el inicio del proceso hasta la venta del grano, trabajando incansablemente y dedicando su vida entera a este producto. Hoy, **las nuevas generaciones están dando un nuevo e importante empujón a la caficultura hondureña**. Son jóvenes caficultores que se han preparado académicamente para atender las explotaciones familiares, mejorando todos los procesos y obteniendo mejores cafés.

Esta dedicación es especialmente trascendente en un país como Honduras, donde el principal rubro de exportación agrícola es el café. Este representa entre el 3% y el 5% de PIB Nacional, generando su venta a terceros unos ingresos medios anuales para el país de entre 800 y 1.500 millones de dólares.



REGIONES CAFICULTORAS

La producción de café en Honduras se divide en seis regiones productoras con características propias cada una de ellas. Honduras, además, cuenta con una Denominación de Origen Protegido, D.O.P. Marcala y dos identificaciones geográficas: HWC (Honduras western Coffees – de los cafés del occidente) y del país en General (Café de Honduras – IG), muestra todo ello de la calidad de los cafés que se producen en estas tierras.

▪ COPAN

Café con fragancia y sabor a chocolate, cuerpo redondo y post-gusto sostenido.

Localización: En los departamentos de Ocotepeque, Copan, Santa Bárbara y Cortes

Altitud: 1000 – 1500 m.s.n.m

Temperatura: 12° a 22° C

Precipitación anual: 1300 mm – 2300 mm/año
Época de cosecha: Entre los meses de Noviembre hasta marzo

Principales variedades: Caturra, Bourbon, Catuai, Lempira

▪ OPALACA

Café de fina y delicada acidez, agradablemente aromático, sabores bien equilibrados de frutas tropicales como uvas y postgusto blackberries dulce y suave cuerpo.

Localización: Se ubica en los departamentos de Santa Bárbara, Intibucá y Lempira.

Altitud: 1100 – 1400 m.s.n.m

Temperatura: 14° a 21° C

Precipitación anual: 1350 mm – 1950 mm/año
Época de cosecha: Noviembre a febrero

Principales variedades: Caturra, catuai y Typica

▪ MONTECILLOS

Café uniforme, con una fragancia a fruta y dulce; su acidez es viva y brillante, con un sabor a naranja y melocotón, creando una bebida vibrante; con un post gusto entonante y cuerpo aterciopelado.

Localización: Entre los departamentos de La Paz, Comayagua, Intibucá y Santa Bárbara.

Altitud: 1200 – 1600 m.s.n.m

Temperatura: 18° a 21° C

Precipitación anual: 1300 mm – 2300 mm/año

Época de cosecha: Desde Diciembre hasta Abril

Principales variedades: Catuai, Bourbon, Lempira, Pacas

▪ COMAYAGUA

Café con fragancia dulce y cítrica, acidez vibrante, sabor dulce y cítrico con cuerpo cremoso.

Localización: Entre los departamentos de Comayagua y Francisco Morazán.

Altitud: 1100 – 1400 msnm

Temperatura: 14° a 22° C

Precipitación anual: 1350 – 1700 mm/año

Época de cosecha: Desde Diciembre hasta Marzo

Principales variedades: Caturra, Bourbon, Lempira

▪ AGALTA

Café con sabores a frutas tropicales, fragancias dulces y chocolate, y acidez pronunciada.

Localización: Departamentos Olancho, Yoro y Francisco Morazán,

Altitud: 1100 – 1400 msnm

Temperatura: 14° a 22° C

Precipitación anual: 1350 – 1950 mm/año

Época de cosecha: Desde Diciembre hasta Marzo

Principales variedades: Bourbon, Typica y Lempira

▪ EL PARAISO

Café con sabor cítrico, y fragancia dulce, cuerpo suave y acidez fina con post gusto sostenido.

Localización: departamentos de El Paraíso, Francisco Morazán y Choluteca.

Altitud: 1000 – 1400 msnm

Temperatura: 16° a 22° C

Precipitación anual: 950 – 1950 mm/año

Época de cosecha: Diciembre a Marzo

Principales variedades: Parainema, Catuai.

LAS FINCAS CAFETERAS HONDUREÑAS

La mayoría de las fincas de café en Honduras son pequeñas. **El 79 % de las fincas cafeteras del país tienen un área media de 3,5 hectáreas o menos**, el 17 % entre 3,51 y 10 hectáreas; mientras que únicamente el 4% de las fincas tienen áreas mayores a 10 hectáreas.

La producción en más del 80% de estas fincas se lleva a cabo mediante sistemas agroforestales bajo sombra, sobre todo en zonas montañosas, alcanzando una producción media en el total del país estos últimos años, de entre 24 y 28 qq de café por hectárea, lo que equivale a 1.1 – 1.3 toneladas por hectárea y a una media de 6 millones de sacos de 60kg de café anuales. El pronóstico para la cosecha 2021 – 2022 que está en curso, es mantenerse en una producción y exportación entre 4,9 y 5,3 millones de sacos.



IHCAE impulsa la Escuela Superior de Café, que brinda formación a los productores a través de talleres y aprendizaje práctico

En cuanto a las principales variedades de café producidas, las más importantes son la **Lempira, IHCAFE 90 y Parainema**, que suman el 80% del área sembrada. También hay fincas con Catuaí, Pacas, Pacamara, Caturra y Catimor.

En su gran mayoría, todo el café de Honduras es procesado por vía húmeda, aunque recientemente se está incursionado mucho en nuevos procesos como las fermentaciones prolongadas y controladas, honeys o melados y cafés naturales.

CALIDAD DEL CAFÉ

El café de Honduras se caracteriza por su diversidad ancestral y cultural y ofrece granos con características diversas con una gama de sabores multidimensionales que otorgan a la taza una gran complejidad. El café hondureño se adapta a diversidad de paladares, y gusta tanto a los que se decantan por características de acidez fina, como de notas florales o delicadas.

La producción nacional se rige bajo un **sistema de clasificación estandarizado bajo la supervisión IHCAFE**, organismo responsable de extender el Certificado de Exportación y Origen e Inspección de carga. Honduras, además, adoptó el programa de Taza de Excelencia hace 17 años

y desde entonces miles de productores se han sumando a la producción de café de especialidad, el cual se vende en los mercados de Europa y Asia, principalmente.

De igual modo, con el objetivo de fomentar la producción de cafés de las más altas calidades, el IHCAE cuenta con un programa de educación, denominado Escuela Superior de Café, que brinda la educación necesaria a los productores a través de talleres y formaciones prácticas.

Las cooperativas de caficultores también se han enfocado en la calidad y su papel está resultando igualmente importante en el acompañamiento al pequeño y mediano productor, facilitándoles ayuda para acceder a medios y/o suministros, y a otras mejoras

en general que repercuten positivamente en el trabajo y calidad del café de los productores hondureños.

Coincidiendo con la celebración del “Día Nacional de la Caficultura”, el 1 de Octubre, en Honduras, además, se entrega el galardón al Municipio con mejor calidad, título que actualmente ostenta Siguatepeque, Comayagua.

Este día, además, también sirve para premiar, al departamento con mayor producción – Comayuga con 955.459 sacos de 60kg en la cosecha 2019/2020 – y el municipio con mayor productividad - Danlí, Departamento de El Paraíso con 316.400 sacos – y los productores se unen a la celebración de este importante día y dan la bienvenida al nuevo año cafetalero.

LA RUTA DEL CAFÉ HONDUREÑA

Una de las actividades más atractivas para descubrir las bondades del café de Honduras es la Ruta del Café que invita a recorrer las seis regiones productoras del país, descubriendo las historias de éxito de los grandes personajes hondureños del café, acercándose a la vida de los pequeños productores y productoras, abriendo las puertas de empresas tostadoras y centros de investigación y capacitación, y promoviendo ya más de 60 cafeterías ubicadas en Santa Rosa de Copán, Corquín, Ocotepeque, Copán Ruinas, Gracias, Lago de Yojoa, Siguatepeque, Marcala, San Pedro Sula y Tegucigalpa, donde degustar cafés hondureños de la más alta calidad.

“La Ruta del Café de Honduras es la oportunidad para recorrer y disfrutar un destino con historias llenas de tradiciones, optimismo, momentos naturalmente emocionantes y emotivos; es el carácter de nuestras 6 regiones cafetaleras llenas de historias por descubrir. Baristas, catadores, productores de café, beneficios, todos enamorados por brindar al visitante la mejor taza del café de su predilección y confianza.”, explican desde Ihcafé.

En el marco de la Ruta del Café de Honduras, los seis centros e investigación, asistencia y capacitación continua ubicados en cada una de las seis regiones cafeteras abren las puertas a los visitantes, igual que diversas fincas que se convierten en aulas vivas para todo aquel que desee aprender. Algunas con tours de un día, otras con todas las comodidades para permanecer temporadas más extensas aprendiendo y disfrutando del café sobre el terreno.

“Un mundo donde personas y naturaleza prosperan en armonía”.

Sellamos nuestro compromiso con la sociedad y los productores.

ICONA CAFE

Creemos que un mundo más sostenible y justo es labor de todos, cada gesto cuenta y “la agricultura sostenible ayuda a los productores, a los trabajadores y sus familias a hacer realidad sus aspiraciones a la vez que contribuye a salvaguardar los recursos del mundo, ahora y en el futuro”.

En ICONA Café sabemos que es nuestra responsabilidad “proteger los bosques, mejorar los medios de vida de los agricultores y comunidades, promover sus derechos y ayudarles a mitigar y adaptarse a la crisis climática”.

Por supuesto, también sellamos nuestro compromiso con nuestros clientes y “aseguramos la trazabilidad y transparencia de toda la cadena de suministro y velamos por el cumplimiento de las regulaciones y normativas garantizando la seguridad y calidad de nuestros cafés”.

Nuestro compromiso lo certificamos, entre otros, con la homologación **SCA Premier Training Campus** otorgada a nuestro laboratorio **Taller de Café**, la **Certificación de Distribuidor Autorizado de Café de Jamaica (CIB)**, **CaféMundi**, que ayuda al desarrollo en los países productores, **UTZ Certified** y **RFA (Rainforest Alliance)** de agricultura sostenible, el **sello de agricultura ecológica**, **Fairtrade** que atestiguan nuestro compromiso con la sociedad y los productores o **International Featured Standards (IFS Broker)** que certifica nuestro compromiso con nuestros clientes y con la calidad...



ICONA CAFE



www.specialtybyicona.com



EXPORTACIÓN DE CAFÉ

La exportación de café en Honduras se rige bajo un conjunto de normas específicamente dictadas para la comercialización y venta al exterior del café producido en el país. Estas normas son responsabilidad de la Junta Directiva del IHCAFE, que las prepara, discute, aprueba y presenta a CONACAFE, el ente rector de la caficultura hondureña, responsable de formular, aprobar y evaluar la política cafetalera nacional y responsable, también, de ratificar las normas propuestas por IHCAFE para la exportación.

El café es un medio para fortalecer el arraigo en las zonas de producción

Los principales países a donde se exporta el café hondureño son Alemania, Estados Unidos, Bélgica, Italia, Francia, Reino Unido, República de Corea o Japón, entre otros, habiendo entrado ya, muchos de sus cafés, en los mercados de especialidad de estos y otros países.

Entre los principales retos de la industria nacional del café a corto y medio plazo, está afianzar estos mercados y posicionar el café hondureño de calidad, participando en ferias internacionales y desarrollando nuevas estrategias que aporten visibilidad al país como un origen de café de calidad destacada y diferenciada.

CONSUMO INTERNO

Pero el posicionamiento exterior no es el único reto al que se enfrenta el café de este país, sino que la propia promoción del consumo interno es a fecha de hoy un objetivo importante en el que se tra-

baja y se están dedicando ya importantes esfuerzos.

Aunque no datos exactos del consumo interno del café, ya que los registros que se llevan se orientan principalmente a las exportaciones, se estima que entre 500 a 700 mil quintales son destinados al consumo interno de café.

En los últimos años, ha existido un incremento exponencial de cafeterías de especialidad principalmente con la influencia de los jóvenes que se ven expuestos a otras culturas en sus intercambios estudiantiles. Adicionalmente las nuevas generaciones de hijos de productores están incursionando con mayor tecnología e ideas modernas en la atención al público, lo que está pro-

piciando un nuevo posicionamiento de la bebida a nivel de demanda interna, la cual, se espera, siga creciendo en los próximos años.

En general, el consumidor hondureño muestra una especial preferencia por los cafés lavados, sin importar la variedad, ya que su desarrollo de tueste después del primer crack es mayor al 15%, alrededor de los 2:45 segundos y cerca de llegar al segundo crack, explican los productores preguntados sobre el tema. La taza resultante es de un café de color oscuro y atributos a chocolate y azúcar moreno.

En cuanto a los sistemas de elaboración del café en Honduras, en el ámbito del hogar, lo más habitual es la preparación en percoladora tradicional, mientras que fuera de casa, el café americano, a base de café espresso y agua, es muy popular, igual que elaboraciones con leche como el capuccino.

En los últimos tiempos, sobre todo de mano de los baristas, se han empezado a introducir nuevos métodos, como la chemez, V60 o AeroPress que están levantando mucho interés entre los consumidores que han encontrado, además, en la figura de los baristas, una nueva fuente de información sobre el café.

En Honduras ya se organizan competiciones baristas de primer nivel y el papel de estos profesionales en la hostelería no deja de crecer, aunque todavía queda mucho por hacer. ■

Karla María Calidonio

Jefe de Promoción y Consumo Interno – IHCAFE

CAFÉ Y SOSTENIBILIDAD EN HONDURAS

IHCAFE tiene en marcha el "Programa Agroforestería, Ambiente y Cambio Climático" dirigido a conseguir que el sector productor de café adopte prácticas y normas ambientales de la legislación nacional.

El programa incluye el aprovechamiento de los recursos forestales en las fincas de café, estudios de impacto ambiental y certificaciones de cafetales.

Para que la caficultura sea sostenible con el medioambiente se han capacitado aproximadamente a 22 mil productores en temas de manejo ambiental de subproductos del café, implementación de sistemas agroforestales, manejo de plantaciones forestales asociadas al café, cambio climático, y licenciamiento ambiental. Además, se está trabajando a favor de la modernización de la caficultura, incluyendo en este proceso, el mejoramiento ambiental en las comunidades productoras.

Se estima que a fecha de hoy se han realizado 72 estudios de impacto ambiental de los cuales aproximadamente un 30% ya disponen de sus respectivas licencias ambientales. Además, se han certificado 7,022.55 hectáreas de sistemas agroforestales asociados al café.

Adicionalmente, se ejecutan actividades con los gremios productores, cooperativas, exportadoras y fundaciones con los que se han desarrollado proyectos como: Conecta+, Innova, o Euroclima+, el programa insignia de la UE sobre sostenibilidad ambiental y cambio climático con América Latina, que implementa acciones relacionadas con necesidades expresadas por cada país, en relación con el cambio climático, su mitigación, adaptación y resiliencia.

MERCADO

“NO PODEMOS DESCARTAR QUE LA ESPAÑA PENINSULAR PUEDA CONVERTIRSE EN UNA DE LAS FUTURAS ZONAS DE CULTIVO DE CAFÉ. DEBE INVESTIGARSE CON MÁS DETALLE”

Roman Grüter, científico medioambiental de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Zúrich (ZHAW)

En el curso de la evolución del cambio climático, los territorios con condiciones idóneas para el cultivo de café cambiarán. Un equipo de científicos suizos han utilizado modelos computacionales para determinar dónde se producirán las mejoras de las condiciones y dónde, por el contrario, se deteriorarán. El estudio, con un umbral puesto en el año 2050, augura una disminución significativa de las tierras aptas para el cultivo de este producto; augura una caída de la idoneidad de las tierras brasileñas y colombianas, entre otras, e identifica en algunas partes de China, Argentina y los Estados Unidos nuevas oportunidades para este cultivo. España no queda al margen y a falta de nuevas investigaciones podría convertirse en terreno propicio para el café.

De los muchos alimentos en riesgo de ver alterada su producción y disponibilidad en el mercado a causa del cambio climático, el café es uno de los que preocupa más. Aproximadamente 120 millones de personas en todo el mundo dependen económicamente de este producto. Solo este año, los ingresos de la industria del café se espera que se sitúen en torno a los 460.000 millones de dólares, derivados de una demanda que supera los 2,25 mil millones de tazas diarias en todo el planeta.

El café trascendió el estatus de solo una bebida y su escasez en el mercado podría, incluso, modificar comportamientos de consumo y de relaciones sociales largamente arraigadas en nuestras culturas.

Con intención de identificar y discutir las tendencias globales y regionales del cultivo de café, un grupo de investigadores de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Zúrich en Wädenswil (Suiza), liderados por el científico medioambiental Roman Grüter, ha estudiado la idoneidad biofísica actual y futura para la producción de Arábicas (también de anacardos y aguacates), generando un nuevo mapa del cinturón del café en fecha 2050, donde se incluyen nuevos territorios y otros pierden importancia. La mitad de los terrenos para el cultivo de café del planeta podrían verse afectados, incluso en un escenario de cambio climático moderado, según este trabajo.

Una contribución importante de este estudio es que más allá de los parámetros puramente relacionados con el clima, como pueden ser la temperatura, la humedad o las lluvias, incorpora a la ecuación, variantes hasta ahora no tenidas en cuenta como el terreno y suelo (superficies artificiales, áreas protegidas, textura del suelo, fragmentos

gruesos, pH, contenido de carbono orgánico, salinidad,...), lo que ha permitido a los autores ofrecer una visión mucho más completa de la situación.

Roman Grüter, científico medioambiental de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Zúrich (ZHAW) nos habla de las conclusiones de su trabajo y de los retos y oportunidades que tiene el café a corto, medio y largo plazo.

¿Cuáles son los fenómenos climáticos que más influirán en la idoneidad del cultivo del café en el futuro?

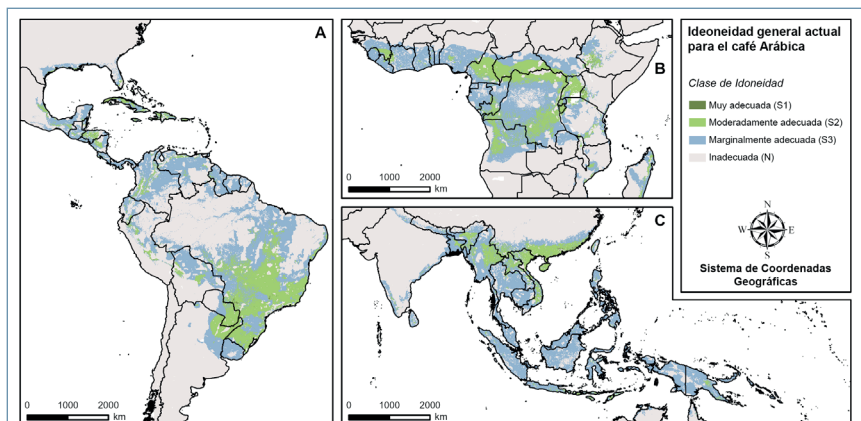
Según nuestro estudio hay tres parámetros que actualmente ya limitan las áreas de cultivo aptas para el café Arábica de hoy: estaciones secas prolongadas, temperaturas

anuales altas y temperaturas mínimas bajas en la estación más fría.

En el futuro, sin embargo, los cambios negativos en la idoneidad del cultivo de café se deberán principalmente al aumento de las temperaturas medias anuales, ya que esta variedad de café es un cultivo especialmente sensible al calor.

¿Tienen idea de cuándo y dónde concretamente ya no será posible cultivar café?

Es muy difícil predecir esta cuestión, especialmente también porque existe el potencial de las medidas de adaptación climática en las que se trabaja para compensar, parcialmente, estos cambios negativos, como la introducción de variedades más



A - América Central y del Sur, B - África Occidental y Central, C - Asia Meridional y Sudoriental

Fuente:

Expected global suitability of coffee, cashew and avocado due to climate change.

Por Roman Grüter, Tim Trachsel, Patrick Laube, e Isabel Jaisli

resistentes, la gestión local del suelo, del agroecosistema o el riego.

Sin embargo, nuestro estudio muestra que en la mayoría de las principales regiones cafetaleras de hoy en día, el aumento de las temperaturas dificultará el cultivo del café y será necesario adoptar medidas de adaptación.

La disminución de áreas aptas para el cultivo de café a nivel mundial estaría, pues, según nuestra investigación, en el rango de 30% a 60% para 2050 dependiendo del escenario de cambio climático.

¿Qué áreas tienen más probabilidades de sufrir un mayor impacto negativo en la producción de café a causa del cambio climático? ¿Qué tipos de cultivos de café, Robustas o Arábica, se verán más afectados?

En nuestro estudio, solo investigamos el café Arábica, que es más sensible al clima en comparación con el café Robusta. Sin embargo, estudios previos (por ejemplo, Bunn et al. 2015) también muestran que el café Robusta podría tener problemas con la creciente variabilidad climática.

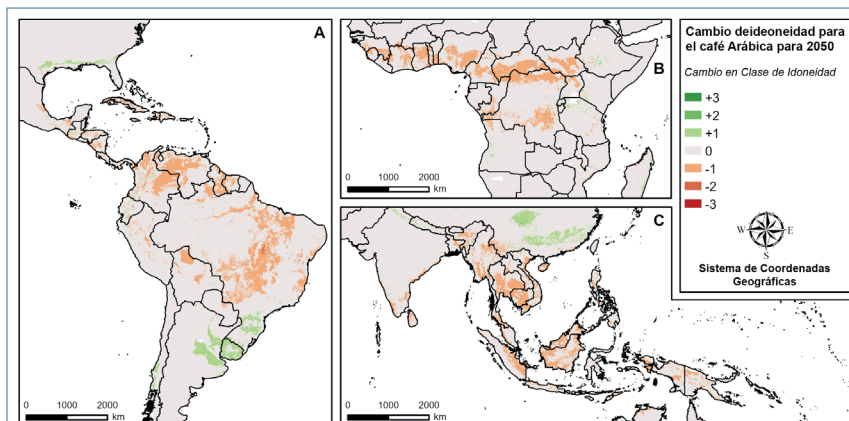
Según nuestro trabajo, se esperan impactos negativos en la producción de Arábica en todas las principales regiones productoras de café en la actualidad. Únicamente se esperan impactos positivos del cambio climático en la idoneidad del Arábica en elevaciones más altas o en los límites latitudinales de las regiones de cultivo, donde podría beneficiarse del aumento de las temperaturas mínimas, por ejemplo, algunas pocas regiones alrededor del sur de Brasil, Uruguay y el norte de Argentina, Chile, EE. UU., África Oriental, Sudáfrica, China, India, Nueva Zelanda.

Sin embargo, las regiones de cultivo futuras potenciales donde el café Arábica aún no se cultiva cerca no estarán entre las mejores regiones de cultivo. En cuanto a la calidad, no puedo responder a esta pregunta, ya que además de los factores ambientales críticos que determinan la calidad del café, también entran en juego otros, como la gestión y esta todavía no sabemos como será.

¿Cree que España podría convertirse en una de estas nuevas zonas cafetaleras?

Como bien sabemos, el café ya se cultiva en España en las Islas Canarias, hasta donde yo sé, los cafetaleros más septentrionales del mundo. Así, el límite latitudinal de la producción de café en la actualidad está en torno a los 27° N y S.

Según nuestro estudio, no podemos descartar que la España peninsular pueda convertirse en una de las futuras zonas de



A - América Central y del Sur, B - África Occidental y Central, C - Asia Meridional y Sudoriental

Fuente:
Expected global suitability of coffee, cashew and avocado due to climate change.
 Por Roman Grüter, Tim Trachsel, Patrick Laube, e Isabel Jaisli

cultivo. Sin embargo, esto tendría que investigarse con más detalle con respecto a los efectos de la variabilidad climática intraestacional, la humedad relativa y también la radiación solar que no se han abordado en nuestro estudio actual.

¿La tierra que se debe desechar para el café será apta para otros cultivos o el cambio climático hará que estas áreas no sean productivas?

La tierra que podría volverse inadecuada para cultivar café ciertamente seguirá siendo adecuada para otros cultivos más tolerantes al calor y la sequía, a menos que los suelos se degraden. Esto también destaca nuevamente la necesidad de adaptación climática en estos agroecosistemas, donde la diversificación de cultivos podría ser una estrategia para volverse más resilientes.

En nuestro estudio utilizamos cuatro clases de idoneidad (muy adecuado, moderadamente adecuado, marginalmente adecuado, inadecuado). Estas clases de idoneidad se definen en función de los requisitos biofísicos del café y, en última instancia, representan un potencial de rendimiento para el café en agricultura de secano. Sin embargo, dado que el rendimiento y la calidad del café dependen de varios factores ambientales y de manejo, pero también de la genética del cultivo, la caracterización de las clases de idoneidad sigue siendo cualitativa y no puede expresarse en términos absolutos para el rendimiento o la calidad del café. Aún y así, se puede utilizar para evaluar los cambios relativos en la idoneidad con el cambio climático.

¿Qué esperan de la publicación de su trabajo?

Los resultados de nuestra investigación destacan, principalmente, la necesidad de

adaptación al cambio climático en las principales regiones productoras de café de la actualidad. Este proceso de cambio debe ser participativo, incluyendo a las partes interesadas locales, como los representantes de los agricultores, y sus experiencias desde el principio.

Si en menos de 30 años el 50% de las tierras más aptas para la producción de café se van a ver afectadas negativamente por el cambio climático, en unos años más, el cultivo de café en Brasil, Colombia, Indonesia, Vietnam... ¿correría el riesgo de desaparecer?

Con base a los datos que hemos obtenidos en la investigación, no prevemos que las áreas más aptas para la producción de café vayan a desaparecer. Preferimos enfatizar que estarán bajo más presión y que algunas de ellas podrían desaparecer y, por tanto, la adaptación al cambio climático será necesaria para compensar, al menos parcialmente, estos cambios negativos.

Como ya he mencionado anteriormente, es imposible predecir cuándo y dónde se alcanzará el umbral en el que ya no se podrá cultivar café Arábica. Sin embargo, lamentablemente pensamos que en ciertas regiones cafetaleras esto sucederá ya en este siglo ■

Water Experts Coffee lovers

BWT
water + more



Un agua de calidad de la forma más sostenible

NUESTRA PRINCIPAL MISIÓN ES OPTIMIZAR EL AGUA CON SOLUCIONES PRÁCTICAS, ESPECÍFICAS Y SOSTENIBLES.

EL ESPÍRITU INNOVADOR DE **BWT** Y SU COMPROMISO PARA PRESERVAR EL PLANETA PERMITEN ALCANZAR ESTE OBJETIVO: SATISFACER LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES ACTUANDO CON RESPONSABILIDAD Y RESPECTO POR NUESTRO PLANETA.



CONSULTA
SOBRE NUESTRA
**GAMA DE
PRODUCTOS**

MERCADO

LA GUERRA EN UCRANIA ¿CÓMO AFECTA AL PRECIO DEL CAFÉ?

Tras varios meses de conflicto en Ucrania, las consecuencias de este episodio sin precedentes en Europa desde la Segunda Guerra Mundial, empiezan ya a notarse en la economía mundial. La reacción de muchos países a la invasión rusa ha sido imponer unas sanciones sin precedentes a este país, que dañan el corazón de la economía rusa, tratando de afectar lo menos posible a las economías propias de cada estado, aunque el eco a través del incremento de costes de los carburantes, especialmente del gas y del petróleo, y la inflación podría afectar al crecimiento global.

En este escenario, el café no es una excepción y aunque parece que la caída del consumo en Rusia y Ucrania, cuarto y undécimo país importador de este producto a nivel mundial, no se espera que tenga un gran impacto en el precio del

café, si lo están teniendo otras cuestiones colaterales a esta guerra, como las ya mencionadas sanciones a Rusia y la subida, entre otros, del precio de los carburantes, pero, también, de los fertilizantes, muy importantes para el cultivo de café en muchos países de origen.

Ara Zohrabian, experto analítico sénior en IFCMarkets Corp., es una de las voces en análisis técnicos del mercado del café de mayor referencia a nivel internacional. Su conocimiento profundo e integral de los mercados financieros mundiales, ayuda a diario a traders de muchos países a comprender los movimientos clave del mercado y a hacer sus propios pronósticos. Antes del cierre de este número, en mayo, con todos los datos disponibles en ese momento, le pedimos su punto de vista sobre cómo puede afectar al precio del café, el conflicto Rusia-Ucrania. Su opinión es la que sigue.



La complicada situación de bajas cosechas de café, pandemia, falta de contenedores, flujos migratorios, y falta de mano de obra, hay que sumar, ahora, al panorama cafetero internacional, la guerra en Ucrania.

En 2020, Rusia y Ucrania consumieron 6,26 millones de sacos de café de 60 kg, lo que representa el 3,8% del consumo mundial, según el Informe de mercado de febrero de ICO. Todo hace prever, sin embargo, que esta demanda disminuya, principalmente, debido a la menor importación de Ucrania. Rusia, muy probablemente, también, dejará de comprar algo de café, aunque sus importaciones disminuirán menos, con lo que según mis cálculos, la caída de la demanda podría rondar el 15% en el volumen de importaciones anuales en 2022.

Por tanto, la situación apunta a que una disminución fraccional de estos consumos a causa de la guerra tendrá un efecto limitado en el mercado global y todo haría pensar, además, que este efecto disminuirá a medio plazo.

Ahora bien, los efectos indirectos del conflicto entre Rusia y Ucrania sí son los que pueden tener un mayor impacto y efecto más pronunciado en el mercado internacional del café. Me refiero a mayores dificultades logísticas y a mayores costos de insumos para los productores de café en forma de fertilizantes más caros.

INFLACIÓN AL ALZA

El mundo está experimentando una alta inflación persistente y los principales bancos

centrales han comenzado a aumentar las tasas de interés para combatir la alta inflación, la cual, me temo, se mantendrá durante algún tiempo más.

Mis previsiones apuntarían hacia una situación en que el café continuará sumido en una tendencia alcista a corto y medio plazo antes de que alcancen su punto máximo, ya que no se prevé una caída esencial en el consumo mundial - en mi opinión solo existe una pequeña probabilidad de una recesión en la Unión Europea en 2022, en el rango de un 10% a 15% - o un aumento en la oferta (en esta previsión excluyo, por supuesto, los peores escenarios de guerra entre la OTAN y Rusia).

LAS SANCIONES A RUSIA Y EL PRECIO DEL CAFÉ

Lo que si va a tener un efecto directo y alcista en los precios del café son las sanciones contra Rusia, debido al aumento de los costos de los fertilizantes. Rusia es un importante productor mundial de los tres nutrientes principales presentes en los abonos utilizado en la caficultura: nitrógeno, fosfato y potasio, de los que únicamente en 2018, este país concentró el 16,5%, 12,7% y 16,5%, respectivamente, de las exportaciones mundiales.

En respuesta a las sanciones occidentales, Rusia ha creado una lista de 48 países "anti-páticos" que considera que han "cometido acciones hostiles" contra ellos. Para muchos de estos estados, Rusia es una fuente destacada de importaciones de fertilizantes, por lo que los obstáculos a las exportaciones rusas de estos nutrientes tendrán un impacto inflacionario en los precios de estos productos y por ende, en los del café.

La lógica haría pensar, pues, que los productores de café más grandes serán, también, los que se vean más afectados por la escasez de fertilizantes, con lo que el peso de estos cafés en el mercado y su trascendencia en la fijación de precios podría alterar, de nuevo, la cotización del grano y hacerlo, como he indicado ya, anteriormente, al alza.

Brasil como principal productor mundial de café - 37,4 % de la producción mundial en 2020, más del doble de la participación del segundo mayor productor mundial, Vietnam- sería uno de los orígenes que podrían enfrentarse a una situación más difícil, y no es extraño, pues, que ya hayan aparecido informaciones sobre importadores de fertilizantes rusos en Brasil que están buscando un reemplazo para este suministro y están considerando la viabilidad de importar fertilizantes desde otros países como Irán.

BAILE DE COTIZACIÓN DE DIVISAS

En el marco de este contexto, la tendencia actual para el par BRL/USD es, también, alcista: el real brasileño en términos de dólares estadounidenses está aumentando de valor y si

se mantiene esta tendencia, los productores de café de Brasil se enfrentarán a una rentabilidad decreciente. Y es que un dólar más fuerte beneficia a los productores de café a quienes se les paga su producto en la divisa estadounidense, en cambio, un real brasileño más fuerte se traduce en una menor rentabilidad para los caficultores de este país, lo que genera menos incentivos para expandir la producción de café en Brasil.

En el otro lado del Atlántico, en la zona euro, los países son consumidores de café y un euro más débil significa un aumento del precio del café para los ciudadanos de estos lares y esta no es una buena situación para los proveedores de café de la zona.

EL PRECIO DEL CAFÉ HOY Y MAÑANA

El aumento de los costos de los materiales y la escasez de mano de obra, los aumentos salariales relacionados con la pandemia y la política COVID de tolerancia cero de China llevan meses influyendo en el precio del café y en el resultado de las empresas del sector, en general.

La situación de guerra en Ucrania hace pensar, hasta el momento, que la disminución

de las importaciones combinadas de café de Rusia y Ucrania no tendrá un gran efecto en el mercado mundial del café, aunque, como siempre, los comerciantes deberán seguir analizando los gráficos cuidadosamente en busca de signos de tendencias cambiantes y comprar bajo / vender alto.

Además, las empresas no deben pasar por alto la inflación y deben considerar cuál será el impacto de esta en la demanda de su producto y sus cadenas de suministro. Es probable que a medio plazo la inflación resulte, incluso, más alta que la actual y no está claro cómo se van a transformar las economías dadas las crecientes tensiones entre EE. UU. y China, y Occidente y Rusia. No se pueden descartar escenarios de tensiones prolongadas y crecientes barreras al comercio internacional y por ello, más que nunca, debemos estar y seguir muy atentos. ■

Ara Zohrabyan

Senior Expert en IFC Markets



SIBARISTAS
by
Candelas

CANDELAS



CANDELAS

DESCUBRE LO QUE ES LLEVAR
**EL CAFÉ EN
EL ADN**

www.sibaristas.com

MERCADO

LA SOSTENIBILIDAD (PARTE 2) INDUSTRIA ESPAÑOLA DEL CAFÉ

Siguiendo con la serie dedicada a la sostenibilidad en el mundo del café iniciada en nuestro anterior número y que nos ha de llevar durante las cuatro revistas de este año a conocer el trabajo que en este sentido están haciendo los diferentes eslabones de la cadena de valor de este producto, dedicamos esta segunda parte al sector español del café y todas sus industrias involucradas. El índice de compañías que han incorporado acciones asociadas a los ODS es muy alto, a pesar del poco apoyo recibido por la administración, asegura el sector y la poca complicidad, aún, de los consumidores que en el 60% de los casos consideran que son las empresas y marcas las que deberían asumir la responsabilidad de abordar los problemas de la sociedad en el entorno de la sostenibilidad.

Estos últimos años hemos visto como el sector del café ha empezado, en general, a caminar firmemente hacia la sostenibilidad. Desde el fomento de la agricultura sostenible, con cafés certificados y orgánicos hasta la búsqueda de envases reciclables, pasando por máquinas de café energéticamente más eficientes, equipos fabricados con materiales más respetuosos, procesos industriales que velan por reducir su impacto ambiental... forman parte de un cambio que está transformando la industria española del café.

El sector ha hecho un push importante para que se desarrollen este tipo de políticas y aunque la rentabilidad de esta apuesta es aún difícilmente cuantificable, "estar hoy alineado con las tendencias sostenibles ya no es una opción sino una obligación de las empresas", afirma Manel Batet, responsable del Departamento de Formación y Comunicación RSC de Cafès Novell.

Y no es el único que piensa así. Aurora Farré Llor, codirectora general de Iberital, fabricantes de máquinas espresso, suscribe las palabras de Batet y además añade contundente "ante un reto tan importante como es darle la vuelta a la industria del café hacia la sostenibilidad, y sean asumibles o no, tienen que haber normativas que nos fuercen a dar un paso más, ya que, de lo contrario, si solo nos fijáramos en el análisis de coste/beneficio, muchos no tomarán acciones hacia la sostenibilidad".

FALTA DE LEGISLACIÓN Y AYUDAS

Esta es una demanda que comparten varias voces de la industria que, sin embargo, se lamentan de un entorno poco favorable en todo aquello que tiene que ver con iniciativas legislativas u operativas surgidas de la administración. "Es fácil apreciar como en numerosas ocasiones los cambios normativos y los medios o estudios disponibles para aplicar dichos cambios no van al mismo ritmo que requiere este tipo de transformación", apunta la responsable de Producto de Cafés Candelas, Ángeles Miranda, cuya apreciación comparte, también, Batet de Cafès Novell, para quien, las legislaciones y subvenciones a estas políticas son tardías y escasas. "Es el propio mercado el que se está anticipando para no quedar atrás", explica.

Cualquier ayuda en este sentido es poca, coinciden en destacar desde números ámbitos del sector que desde hace tiempo buscan la reacción de los organismos oficiales, con poco éxito hasta el momento. "Cualquier legislación que fomente la sostenibilidad será bienvenida por nuestra parte, siempre que los gobiernos equilibren



lo que demandan a las empresas y lo que nos supone en aspectos económicos y de cambios estas demandas. Todo debe ir compensado para que seamos capaces de afrontar el cambio", puntualiza el Director Marketing y Escuela de Café de Cafés Baqué, Íñigo Gutiérrez Berrojalbiz.

Y es que una sensación bastante generalizada entre el sector es que **son las empresas las que a su cuenta y riesgo, y solas, están asumiendo la transformación de la industria** convencidos, sí, de la necesidad de hacerlo, pero preocupados, también, por la falta de apoyo que están encontrando.

Una empresa es sostenible cuando crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo

"Actualmente, la sostenibilidad en el sector del café, y en nuestro caso concreto, en la fabricación de maquinaria de envasado, no sale rentable", apunta, por ejemplo, Mariona Pasqual, responsable de Marketing y Comunicación de Invpack, quien, añade, "nosotros, al igual que otras empresas, hemos hecho la apuesta a nivel individual motivados por nuestro compromiso medioambiental, sin condicionarnos por ayudas o subvenciones. Consideramos que la preservación del medioambiente es un tema global, y que cada uno debe trabajar y contribuir desde su ámbito de actuación".

Esta voluntad concuerda con la de otras muchas compañías del sector café que han situado a **la sostenibilidad en el centro de la**

estrategia empresarial. "Queremos participar en la creación de un mundo sostenible", precisa en este sentido la codirectora general de Iberital, empresa cuya cultura enfocada a la sostenibilidad impregna hoy cada aspecto de su negocio. "Seguimos nuestra visión y nuestros objetivos que muchas veces van por delante de lo que el mercado puede comprar. A pesar de ello, sabemos que las empresas y sus productos serán sostenibles o no serán y por ello nos avanzamos, aunque un alto porcentaje de nuestro mercado, todavía no es receptivo a discursos avanzados en sostenibilidad", explica.

Esta falta de receptividad, argumenta Íñigo Gutiérrez de Cafés Baqué, estaría provocada por la falta de formación e información del consumidor final. "A día de hoy, siguen habiendo muchas dudas sobre cómo deben ser tratados los materiales, qué es un material reciclable, qué es un material compostable y cómo se debe abordar su reciclaje o compostaje ya sea industrial o home, ... Las empresas y gobiernos tenemos un deber con la sociedad. Debemos formar y culturizar al consumidor final para que pueda, según sus posibilidades, tomar las decisiones que considere mejores".

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Con este objetivo hemos visto como en los últimos años han cambiado muchos de los contenidos de las comunicaciones de las empresas, que más allá de la publicidad de sus productos, ponen ahora énfasis en sus actuaciones y servicios que contribuyen a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). "Actualmente todavía hay poco conocimiento del grado de dificultad, de costes y de inversiones que conllevan este tipo de desarrollos e implantaciones en las empresas. Es por ello, que una vez lo logras lo comunicas, ya que se trata de un valor añadido que estás aplicando a tu producto, y eso también ayuda a vender", añade el Director Marketing y de la Escuela de Cafés Baqué.

El consumidor tiene poco conocimiento del grado de dificultad, costes e inversiones que comporta a las empresas trabajar bajo clave de sostenibilidad

Y es que si bien, según datos de la Red Española del Pacto Mundial de la ONU que lidera la sostenibilidad empresarial en el mundo, prácticamente **todas las grandes empresas españolas (99%) llevan a cabo actuaciones de implementación de los ODS, y un 83% de las pymes y un 61% de los autónomos también**, más de la mitad de ciudadanos de nuestro país, un 53%, afirma no haber oído hablar nunca sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por rangos de edad, los jóvenes de hasta 26 años son los que menos han oído hablar de los ODS (7,84%), frente a la población de entre 36 y 45 años, que son los que más identifican el término (36,19%), según los resultados, en este caso, de un estudio elaborado por eBay con motivo del Día Internacional de la Tierra.

Las tres principales acciones de implementación llevadas a cabo por las empresas españolas son la identificación de los ODS prioritarios (48%), el desarrollo de productos y servicios que contribuyan a los ODS (42%) y proyectos de acción social (37%). En cuanto a las políticas, las tres más extendidas, son



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?



www.cafesnovell.com ☎ +34 900 101 615

CHOCOLATE A LA TAZA



Gourmet



Blanco

CHOCOLATINAS



SPECULOOS



CHOCOLATE



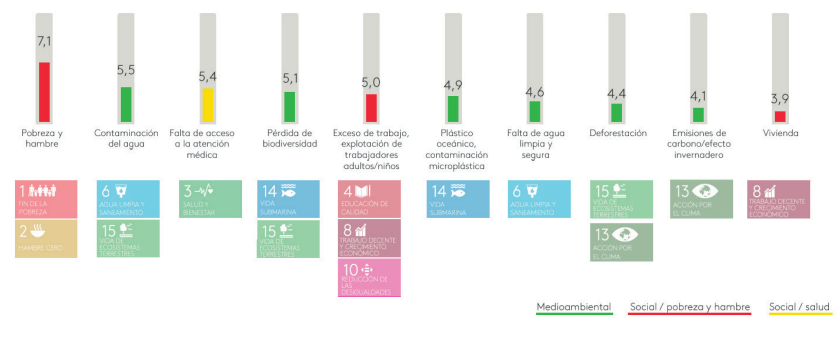
Desde 1950

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



PRINCIPALES PREOCUPACIONES SOBRE SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA

LA IMPORTANCIA DE LAS PREOCUPACIONES DEPENDIENDO DEL DÍA A DÍA



la política de salud y bienestar para empleados/as (54%), el código ético (53%) y la política medioambiental (50%); y por lo que a ámbitos en los que más trabajan las empresas son el ODS 5 "Igualdad de género", el ODS 3 "Salud y bienestar" y el ODS 13 "Acción por el clima". En la otra cara de la moneda, los ámbitos menos trabajados son los relacionados con el ODS 14 "Vida submarina", ODS 2 "Hambre cero" y ODS 16 "Paz, justicia e instituciones sólidas".

El esfuerzo empresarial está resultando titánico y la transformación de la industria, sus productos y formas de proceder, también.

"Los consumidores demandan un cambio en los modelos actuales de producción y las empresas estamos respondiendo a esa demanda. Obviamente, los cambios de paradigma son de largo recorrido y la industria busca nuevas fórmulas que sean viables", apunta la responsable de Producto de Cafés Candelas.

Si solo nos fijáramos en el análisis de coste/beneficio, muchos no tomarán acciones hacia la sostenibilidad

Entre estas nuevas fórmulas, **la economía circular gana protagonismo** y lo hace con éxito en todos los ámbitos del café. "En los últimos años, hemos visto cómo la economía circular, reducir, renovar y recuperar, tiene cada vez más peso en el top of mind del consumidor a la hora de hacer su compra. Hoy día, nuestros filtros, por ejemplo, se pueden reciclar, convirtiéndolos en doblemente sostenibles, no solo por su propia recuperación sino porque además ayudan a alargar la vida útil de la máquina de café, lo cual también es importante en términos de reciclaje", explica Oriol Anglada, Business Development Manager de la división Professional en BRITA IBERIA.

CONVENCER AL CONSUMIDOR

A pesar de este esfuerzo, el ritmo de consciencia voluntaria y sensibilización de los consumidores para percibir el esfuerzo de las empresas en torno a la sostenibilidad es, en opinión del sector, lento, aunque la buena noticia sería que crece. "Pienso que avanzamos cada día un poco más, sobre todo por parte del joven consumidor, que cada vez más busca la transparencia del producto y está más concienciado con todo aquello que tiene que ver con la sostenibilidad", explica Manel Batet de Cafés Novell.

"En el perfil de consumidor de molido y grano, que hemos visto como se ha incrementado desde la pandemia por la búsqueda de

un café premium para su consumo en el hogar, se aprecia esta sensibilidad", añade Octavi García, Responsable Digital de Café Saula, quien eso sí, puntualiza, "en el formato cápsulas todavía hay mucho por recorrer para que este esfuerzo sea debidamente aceptado".

Según estudios realizados por la Organización de Consumidores y usuarios (OCU), la Fundación Entorno y McCann Worldgroup, entre otros, el 73% de los consumidores ya está tomando decisiones de consumo por motivos éticos o de sostenibilidad. El 61% declara estar preocupado o muy preocupado por el cambio climático, mientras que el 82% declara que se debe hacer algo con la contaminación por los plásticos y otros productos no reciclables. También el 89% declara que recicla y que

busca el mínimo desperdicio de las cosas y el 42% mira las etiquetas para ver el origen de los productos.

"Todo esto son inputs que no podemos dejar pasar. El consumidor nos demanda y debemos actuar, pero no solo las empresas sino también los gobiernos y la sociedad en general", insiste Iñigo Gutiérrez de Cafés Baqué.

Y este llamamiento a la implicación general resulta más significativo que nunca después de conocerse los resultados del reciente Estudio Fundacional de Sostenibilidad de Kantar, realizado en 35 países a más de 35.000 personas, y en el que se concluye que **el 60% de los consumidores creen que la sostenibilidad no es su responsabilidad, sino que depende de las empresas**. Además, aunque un 51% de los ciudadanos dicen querer hacer más para ser más responsables con el planeta y el medio ambiente, sus prioridades diarias reconocen, se ponen generalmente delante.

Como muestra de ello, Oriol Anglada de BRITA llama la atención sobre el uso de envases de plástico. "Con cada filtro de agua se



La economía circular, reducir, renovar y recuperar, tiene cada vez más peso en el top of mind del consumidor

consiguen ahorrar unas 67 botellas de plástico de litro y medio. Esto supone que una familia de 4 personas, que consume unos 2.200 litros de agua al año en casa, puede llegar a reducir casi 1.500 botellas de plástico al año, es decir, 50 kg de plástico de un solo uso. Pero el 67% de los españoles aún compra agua embotellada para su consumo en el hogar. A medio y largo plazo aún tenemos mucho camino por recorrer en términos de concienciación y en este recorrido las empresas debemos, comprometernos al 100% en todos los aspectos vinculados con la sostenibilidad”.

RETOS PRESENTES Y FUTUROS

Y es así que la concienciación del consumidor aparece como uno de los principales objetivos presentes y futuros para las em-

presas del sector que, preguntadas sobre los próximos pasos a dar, creen imprescindible la complicidad del resto de la sociedad para conseguir un producto y una industria más sostenible que nunca.

“El principal reto es comunicar a las personas de una forma fácil y comprensible las actuaciones que se deben llevar a cabo para un consumo racional de los productos que nos provee la tierra e identificar las malas prácticas que algunas empresas realizan cuando presentan un producto o cualquier propuesta como respetuoso ante el medio ambiente aunque en realidad, no lo sea”, apunta, por ejemplo, Octavi García de Café Saula.

Además, la adaptación de productos y envases a la nueva legislación en materia de sostenibilidad es otro de los retos identificados, como también, la reducción de los residuos generados por la actividad en las empresas; la consolidación de nuevas formas de producir que permitan el uso generalizado de materiales reciclados que sustituyan, entre otros, los materiales flexibles; o el desarrollo de medidas que aseguren el afianzamiento de las decisiones de compras basadas en la calidad del producto.

“Construir un futuro más sostenible es nuestro objetivo y el de todos”, concluye con convicción, la codirectora general de Iberital, Aurora Farré Llorc.

PROYECTOS QUE MARCAN DIFERENCIA

La sostenibilidad está moviendo la cadena de valor del sector del café en España hacia la innovación, en el sentido más amplio de la palabra: innovación en producto, innovación en procesos e innovación en estrategias.

Son muchas las empresas del sector que están tomando medidas para operar de forma sostenible en todos sus ámbitos de gestión, producción, distribución, ... dando pie a nuevos proyectos que suman en el camino de la industria española del café hacia la meta marcada por la Agenda 2030 de la ONU, un ambicioso plan aprobado por los 193 Estados miembros y que busca alcanzar una prosperidad respetuosa con el planeta y sus habitantes.

Sirva como muestra del trabajo, la siguiente muestra de proyectos desarrollados por algunas empresas asociadas a Fórum Café y que las ponen a la cabeza de la innovación en muchos ámbitos de la sostenibilidad.

CAFÉS BAQUÉ

Desde hace 3 años, Cafés Baqué trabaja en su proyecto B30 que está analizando toda la cadena de valor de sus productos, identificando los puntos de mejora para poder estar alineados con la sostenibilidad y la economía circular. De todos estos análisis están surgiendo diversos proyectos que han derivado en nuevos productos o adaptaciones de la forma de trabajar de esta empresa. Han implantado una planta fotovoltaica para la generación de energía para el consumo

interno de fábrica, se ha diseñado alguna ruta comercial con vehículos eléctricos, han sido los primeros en lanzar cápsulas barrera compostables y compatibles con máquinas Nespresso, han apostado por los productos orgánicos/ecológicos con envases en su gran mayoría sostenibles en diversas de sus gamas y este 2022 presenta sus nuevas tolvias de 2 kg de café en grano para hostelería en envase 100% rPET, un proyecto con el que se evitará el uso de 21 TM anuales de plástico virgen.

BRITA

BRITA se convirtió en 1992 en la primera empresa del segmento de filtros de agua en crear un programa de reciclaje de filtros usados. A día de hoy, todos los componentes de los filtros BRITA se recuperan y reciclan a través de un sistema de recuperación propio en las instalaciones de tratamiento de aguas residuales integradas en la sede principal de la firma en Taunusstein (Alemania). Además, BRITA ha enfocado buena parte de sus esfuerzos en innovación no solo en la tecnología de sus filtros para mejorar la calidad del agua, sino en proteger a los equipos a los que estos filtros dan servicio, consiguiendo con ello alargar la vida útil de máquinas de café, hornos, lavavajillas, ... y reduciendo, así, el impacto medioambiental que generan al convertirse en residuos. En paralelo, BRITA tiene en marcha un programa para minimizar al máximo el impacto negativo de su actividad productiva, poniendo esfuerzo en la reducción de las emisiones de carbono propias de la producción.

CAFÉS CANDELAS

En Cafés Candelas se hallan inmersos actualmente en un ambicioso proceso de investigación sobre las diferentes posibilidades de reutilización de los subproductos de la producción de café como la cascarilla o los sacos de yute. En el caso de la cascarilla han llevado a cabo una investigación en colaboración con el Instituto de Ciencias Agrarias del CSIC, que ha emitido un informe científico que confirma que el co-compostaje de la cascarilla alcanza los valores requeridos para obtener compost de alta calidad que respeta los parámetros de clase “A”, según la normativa sobre enmiendas (Real Decreto 506/2013). Candelas también está colaborando en el desarrollo de un kit de autocultivo de setas que utiliza como base de su sustrato la cascarilla de café y, en paralelo, ya han implementado diversas medidas de gestión sostenible en la gestión y producción de la empresa que van del ecodiseño en los envases a la selección de materias primas sostenibles, pasando por el uso de envases con certificados de gestión sostenible FSC, OK compost y sello Seedling o la ecoeficiencia logística, entre otras acciones.

DE'LONGHI

De'Longhi, marca de cafeteras espresso, ha centrado buena parte de sus esfuerzos en materia de sostenibilidad de estos últimos años en conseguir la etiqueta energética con clasificación A+ para todas sus máquinas de

café que implementan nuevas tecnologías dirigidas a asegurar la máxima eficiencia energética para sus equipos y reducción de consumo de energía. El proyecto sostenible de De'Longhi contempla, además, un nuevo diseño para su packaging cada vez más minimalista para que los residuos que se generen sean los menores posibles.

IBERITAL

Iberital fue la primera empresa nacional del sector en obtener la doble certificación: ISO 9001 e ISO 14001 (SOSTENIBILIDAD). Hace 7 años llevó a cabo un proyecto de rehabilitación la nave que es hoy sede de la empresa, aplicando medidas de reaprovechamiento energético y eficiencia para minimizar los consumos de luz y agua que les valió el premio de la AMB. Actualmente trabajan en el proyecto "Circular Coffee Machine" enfocado a combatir la obsolescencia comercial y poner en valor el producto circular. El proyecto se centra en acondicionar las máquinas de café en usadas, a las que incorporan conectividad IoT (internet de las cosas) para optimizar las operaciones de seguimiento y mantenimiento, antes de instalarlas de nuevo en establecimientos de hostelería. Esto, explican desde Iberital, les permitirá evaluar los beneficios, desde un punto de vista técnico, económico y ambiental, de las acciones de reacondicionamiento y reinstalación en máquinas de café espresso utilizadas en el canal Horeca.

INVPACK

INVPack invierte el 10% de su facturación en desarrollar nuevas soluciones tecnológicas que aporten ventajas competitivas y sostenibles a su producción y productos. Comprometidos con el entorno y el respeto por el medioambiente, enfocan su innovación hacia el diseño de máquinas más sostenibles, con consumos energéticos menores y capaces de trabajar con materiales biodegradables, hidrosolubles, ...

CAFÉS NOVELL

Cafés Novell fue la primera empresa en desarrollar e introducir en el mercado español la cápsula de café compostable que permite eliminar los residuos en solo 12-20 semanas, sin dañar el medioambiente. Desde hace unos años, además, todos los cafés que usa la firma son certificados y actualmente se encuentran sumidos en un proceso de optimización de recursos energéticos en la torrefacción y otros procesos. La empresa también está trabajando para que todos los productos y embalajes sean de material compostable, porque, explican desde Novell, el mejor residuo es el que no se genera. Entre sus iniciativas más destacadas en

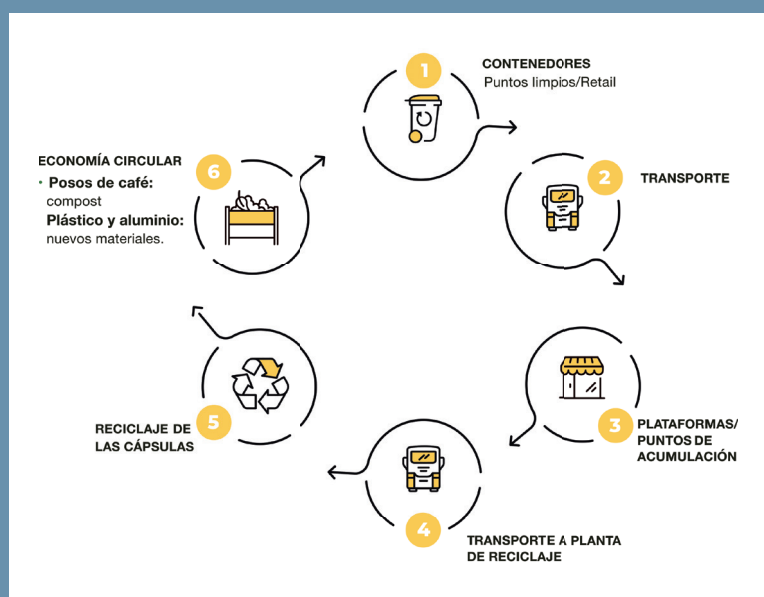
este sentido está Global Coffee Concept, un conjunto de servicios que combinan cafés certificados de responsabilidad social o ecológicos, con materiales compostables y tecnología eficiente.

CAFÉ SAULA

La Gama Ecológica de Café Saula obtuvo, en 2006, por primera vez en nuestro país, la certificación del CCPAE que garantiza que el cultivo del café en el país de origen se ha realizado sin usar fertilizantes ni abonos de síntesis química y siguiendo

métodos biológicos que contribuyen a la conservación del medio ambiente. En su objetivo 0 plástico, Saula trabaja para reducir y eliminar la presencia de plástico en sus envases y ya ha quitado las tapas de plástico de todas sus latas de cápsulas, incluidas las de sus cápsulas compatibles 100% compostables. Además, los característicos envases metálicos de esta firma, ilimitadamente reutilizables y reciclables, han obtenido una gran aceptación entre los clientes que reclaman una política de packaging y envasado que respete el medioambiente ■

CÍRCULO RECICAP



Tras la presentación el pasado mes de julio de la alianza Arecafé, una iniciativa impulsada por la Asociación Española de Café y participada por 24 empresas tostadoras españolas para crear, desarrollar y gestionar un ambicioso sistema colectivo de recogida y reciclaje global de cápsulas de café usadas, basado en el que creó Nestlé en 2010.

El proyecto se ha materializado en la creación del sistema de reciclaje Círculo RECICAP que incluye más de 4.000 puntos de recogida en todo el territorio nacional, que dan servicio a cerca de 42 millones de ciudadanos.

En estos espacios, localizados en mercados de alimentación, cadenas de supermercados, puntos verdes fijos y móviles de diferentes poblaciones, espacios públicos y privados y tiendas de todo tipo, los ciudadanos pueden llevar sus cápsulas tanto de plástico como aluminio que una vez recogidas son trasladadas a las plataformas o puntos de acumulación, donde Círculo RECICAP se encarga de recogerlas y reciclarlas íntegramente, separando los posos de café del envase y asegurando para todos los materiales, una segunda vida. Los posos, por ejemplo, se destinan a abono agrícola, mientras que las cápsulas de plástico y aluminio son tratadas para producir diferentes objetos.

Con este sistema colaborativo, en el que participan el consumidor, la distribución, las administraciones locales y las empresas del sector, se asegura la circularidad de las cápsulas de café como residuo, además de asegurar una solución integral para el sector.

Los puntos de recogida de Círculo RECICAP continuarán ampliándose progresivamente para dar una mayor cobertura y acceso al reciclaje de las cápsulas, pudiéndose consultar los puntos activos en la web del proyecto.

PROTEGE LA MÁQUINA DE CAFÉ CONTRA LA CORROSIÓN



¡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

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

MESA REDONDA

LA IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN EN EL SECTOR DEL CAFÉ

¿Evoluciona favorablemente la formación en café?, ¿Cómo debe vehicularse la transferencia de conocimiento a través de la cadena de valor de este producto? ¿De quién es responsabilidad educar en materia de café?... son algunas de las cuestiones a que se enfrenta el sector del café en un momento importante de cambios. En la respuesta a estas preguntas está el futuro más inmediato de la formación en materia de café.



La formación, en el ámbito laboral, es un conocimiento especializado que adquiere una persona al prepararse para ejercer una profesión, mientras la formación continuada hace referencia a las enseñanzas de ampliación, perfeccionamiento y actualización de conocimientos destinados a cubrir áreas temáticas concretas de interés, con unos objetivos bien definidos, que permiten responder de una forma ágil y eficaz a las distintas demandas de la profesión que uno desarrolla.

Formación y formación continua son, además, dos conceptos básicos hoy día para muchos actores de la cadena de valor del café que entienden la capacitación como una herramienta para aportar valor a su producto y negocio.

La formación en nuestro sector ha evolucionado y está evolucionando de manera notable y es en este camino, en muchos aspectos totalmente nuevo - nunca antes la formación había estado tan presente y ha sido tan importante en el mundo del café como ahora -, que la cadena debe avanzar colaborando y de manera coordinada para poder alcanzar el mejor de los resultados.

Esta es una de las principales conclusiones de la mesa redonda sobre "La importancia

de la formación en el sector del café", organizada por Fórum Café en el marco del reciente Salón Hostelco, celebrado en abril en Barcelona, en la que también se debatió sobre el reparto de las responsabilidades formativas en el objetivo común de un mejor café.

El debate conducido por Rubén Sanz, Specialty Coffee Ambassador en Evocagroup contó con la participación de María Alejandra Olano, Consultora de la Federación de Cafés de Colombia; Carles González, Coffee Competence Manager de Rancilio Group; Diego López, asesor Barista y responsable de formación del grupo Cafento; Salvador Sans, CEO de Cafés El Magnífico y Alejandro Mouriño, formador de Fórum Café, quienes dieron voz a los diferentes actores del sector, aportando información y opinión sobre el papel actual de la formación en torno al café.

COMPROMISO CON LA FORMACIÓN

De las palabras de los invitados quedó claro que el compromiso con la formación es firme en el sector y que la capacitación avanza hacia escenarios mucho más globales, en los que ya es del todo imposible trabajar

de forma aislada, resultando necesaria e imprescindible la colaboración y retroalimentación entre los diferentes actores para destacar en un mercado muy competitivo, tanto a nivel empresarial como de propio sector.

En origen, explica la Consultora de la Federación de Cafés de Colombia, María Alejandra Olano, la formación está evolucionado muy rápidamente gracias al mayor acceso de los caficultores a capacitaciones de todo tipo y, también, a información sobre lo que está pasando con su café en el mercado, **"el productor necesita datos del tostador para saber como le gusta al consumidor tomar su café"** y así, poder adaptar sus procesos para que el cliente final pueda disfrutarlo mejor".

En el ámbito de la fabricación de máquinas de café, Carles González de Rancilio apunta, también, un cambio significativo en la concepción de la formación y explicó a los presentes, como las empresas punteras del sector están apostando cada vez más por la investigación, estudiando minuciosamente todas las variables que intervienen en cualquier extracción y tienen influencia en la taza, mucho más allá de los típicos parámetros de temperatura y presión, por ejemplo, que han dominado la preparación del café estos últimos años. Solo así, explica, es posible asegurar al cliente una máquina que se adapta al café y no al revés. "Estamos hablando de perfiles sensoriales. Por ello, **los técnicos no deben ser solamente operarios mecánicos, sino que deben ser personas con sensibilidad en el producto final, la taza de café"**.

Y es que esa taza de café es la clave a partir de la cual el cliente final, el que paga por el producto y hace posible que exista una industria en torno a él, juzga, premia o rechaza el trabajo de toda la cadena.

"Todos los que formamos parte de la cadena de valor del café estamos obligados a saber lo que estamos vendiendo y a conocer lo que cada uno hace", manifiesta con convicción, Salvador Sans, de Cafés El Magnífico. "Para eso **debemos formarnos y rodearnos de colaboradores que, cada uno en su materia, puedan interpretar para el**

resto del equipo los avances técnicos, científicos, agrícolas... que se están produciendo en los demás eslabones y cuyo conocimiento nos ayudará a mejorar nuestro café para mayor provecho, también, del resto de su cadena de valor”.

Acorde con estas palabras, Diego López, de Cafento, pone como ejemplo, cómo estos nuevos conocimientos transmitidos en la cadena, han permitido, por ejemplo, percatarse de todo lo que nos estábamos perdiendo, trabajando simplemente con las tablas míticas de parámetros de preparación del espresso. “Actualmente, sabemos que estas tablas nos habían limitado **y estamos viendo como con mayor información sobre el producto que llega a nuestras manos y aprendiendo a aplicar los conocimientos técnicos de la preparación del café (que cada barista ya debe tener previamente) podemos mejorar la taza** que estamos sirviendo”.

“El consumidor durante años se ha acostumbrado a beber un mismo café. Ahora, sin embargo, la mejor formación en origen, la innovación en procesos, las posibilidades de regulación de las máquinas, ... han permitido ampliar notablemente el espectro de cafés disponibles y esto hay que hacérselo saber al consumidor y ayudarlo a conocerlo”, añade el formador de Fórum Café, Alejandro Mouriño. **“No es suficiente con decirle a nuestros clientes que tenemos tal café con tal fermentación y obligarle a beberlo. Hay que hacer las veces de educador,** en el buen sentido de la palabra, para que el cliente conozca lo que le estamos haciendo en la cadena y lo que le estamos ofreciendo. Eso sí, para poder hacer esta pedagogía con los consumidores, primero, los que están detrás de la barra han de conocer bien el café y como trabajarlo”.

¿QUIÉN DEBE FORMAR A QUIÉN?

Y es precisamente en este punto, en el quién debe formar a este personal que hay detrás de la barra para que como último eslabón de la cadena contribuya positivamente a la demanda de café, que se abrió un interesante debate entre los participantes en esta mesa sobre formación organizada por Fórum Café en Hostelco 2022.

Salvador Sans, puso en duda, por ejemplo, que esta misión corresponda al tostador, cuanto menos en los términos que muchos hosteleros exigen actualmente y cuestionó que los tostadores deban formar a empleados de empresas que no son la suya. Para Sans **lo que verdaderamente sí atañe al tostador es explicar al hostelero los detalles del café que le están vendiendo, cuál es el perfil esperado y como conseguirlo.** “A partir de aquí es el barista el que debe trabajar ese café”.



De izq. a dcha: Rubén Sanz, Salvador Sans, M^aAlejandra Olano, Carles González, Diego López, Alejandro Mouriño

De acuerdo con las palabras de Sans, el responsable de formación de Cafento, apuntó también la responsabilidad que deben tener las escuelas de hostelería en la formación de los futuros baristas. Y junto con Rubén Sanz destacaron el papel activo que han tenido algunos centros en este sentido, donde empresas del sector y también Fórum Café han contribuido a formar a su profesorado para que este, a su vez, pueda hacer lo propio con sus alumnos.

Aún y así, a ninguno de los presentes en la mesa se le pasó por alto hacer notar el largo camino que todavía queda hoy por recorrer para lograr los estándares de calidad deseados en un sector, el hostelero, que incluso los ponentes coincidieron en apuntar parece que ya va, en muchos aspectos, por detrás de los conocimientos del propio consumidor. “Con unos pocos tips, los consumidores se están dando cuenta que pueden disfrutar en casa de un buen café”, apunta Alejandro Mouriño.

A raíz de la pandemia, la demanda de café en el hogar creció y muchos consumidores, con la esperanza de poder emular en casa el café que hasta ese momento tomaban en el bar, se dieron cuenta de que cuidando determinados parámetros, podían incluso conseguir una taza mejor. “Curiosamente en nuestro sector de máquinas, uno de los segmentos que ha tomado más fuerza es el de máquinas profesionales espresso para las cocinas de casa, y me estoy refiriendo, incluso, a máquinas con prestaciones altísimas” explica el Coffee Competence Manager de Rancilio Group, quien añade, “es significativo ver como a veces hay dificultades para vender una máquina de estas características a un hostelero, pero, en cambio, la receptividad por parte del consumidor doméstico es muy alta”.

¿FORMAR AL CONSUMIDOR O FORMAR AL HOSTELERO?

Ante esta situación, una de las preguntas obvias podría ser ¿qué es mejor, entonces, dedicar los esfuerzos a formar al consumidor para que este exija al hostelero o apostar por formar al hostelero para que este eduque al consumidor?

La respuesta, sin embargo, es compleja, pero de lo que si advierten los ponentes de esta mesa es que **el liderazgo del consumidor puede tener importantes consecuencias para el sector de la hostelería,** si no reacciona.

“Igual que no sales a cenar fuera para hacerlo peor que en tu casa, dejarás de pedir café en el bar o restaurante si lo que te sirven es peor del que te preparas en casa. Y esto son millones de tazas y millones de euros que los hosteleros pueden dejar de cobrar”, advierte el CEO de Cafés El Magnífico.

“En los festivales de café que se hacen en grandes ciudades, ya se reservan días concretos para el público no profesional, que llega a los stands con preguntas que demuestran que en muchos aspectos los consumidores van por delante del hostelero”, añade el Coffee Competence Manager de Rancilio quien, además, recuerda cómo la industria está ofreciendo a la hostelería nuevos recursos y soluciones que le permitirían recuperar fácilmente su posición. “Gracias a avances como la telemetría y máquinas 4.0, por ejemplo, cuando el tostador es consciente de que se ha producido un cambio importante en su producto - el café es un producto agrícola en constante transformación desde la finca a la taza y que cambia de cosecha a cosecha -, la tecnología le permite modificar sensorialmente los parámetros de extracción y enviarlos a las máquinas de sus clientes, de manera que el barista basándose en sus propios conocimientos pueda centrarse únicamente a sacar el máximo partido a ese café que, seguro, el consumidor va a saber apreciar”.

Y es que, **desde el origen al final, el café es una cadena de valor y el que nos premia, a todos, es el consumidor, repitiendo.** Y es por ello que los participantes de la mesa redonda organizada por Fórum Café sobre “La importancia de la formación en el sector del café”, coinciden en señalar, a modo de conclusión, que es, precisamente, toda la cadena la que tiene la responsabilidad de compartir conocimiento, hacerlo de forma constructiva y, siempre, informando adecuadamente ■

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL CAFÉ DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Pocas regiones son tan dependientes de la producción del café como Latinoamérica y el Caribe. En estos territorios se produce anualmente una suma total de cerca de 18,4 millones de sacos (de 60 kg), aproximadamente el 20% de la producción mundial del café arábica que se comercializa en el mundo. Y es por este motivo que cualquier variación en la producción y/o en el mercado internacional tiene un fuerte impacto económico y social en la región.



En los últimos tiempos, los retos en el primer eslabón de la cadena del café, la producción, no han dejado de presentarse uno tras de otro o incluso a la vez, y de ahí que los logros de programas como PROMECAFE, que promueve la cooperación e intercambio técnico entre nueve países productores de la región mesoamericana - México, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana y Jamaica - resulten muy importantes para el futuro de este producto, más aún cuando la calidad resulta uno de los ejes principales.

René León-Gómez Rodas es el Secretario Ejecutivo del Programa PROMECAFE y con más de quince años de experiencia en la dirección de instituciones cafetaleras, además de como pequeño productor, conoce muy bien como se está trabajando para superar estos retos que, se lamenta, generalmente siempre inciden en los mismos. "La industria del café hace un buen trabajo en apoyo y desarrollo de todos los eslabones de la cadena del café, con excepción del productor; es decir, comercializadoras, acopiadores, tostadores y cafeterías tienen muy buen suceso y prosperidad, sin embargo, el productor de café se encuentra en una situación de alta vulnerabilidad, insostenibilidad económica y deterioro social, en todo el mundo, y particularmente, en la región mesoamericana".

EN BUSCA DE MAYORES INGRESOS, TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD

Buscando soluciones a esta situación, y más allá de las estrategias ya puestas en marcha por PROMECAFE desde hace 44 años, en el marco de este mismo programa se encargó al economista Jeffrey Sachs, un estudio para averiguar si existen alternativas reales para mejorar los ingresos de los productores de café y mejorar, también, la identificación del precio del café basado en transparencia y trazabilidad.

"El estudio del Dr. Sachs fue muy importante y relevante y sirvió para respaldar la situación real que viven los productores de café en el mundo y evidenciar la vulnerabilidad del productor frente al cambio climático y el círculo vicioso de pobreza en que está inmerso. E igualmente relevante, el Dr. Sachs Arrojó ideas interesantes como propuestas de solución para estas situaciones. Sachs propuso, entre otras, la **generación de un fondo de inversiones en apoyo a la cadena del café, con aportes de todos los eslabones para favorecer a aquellos con mayor necesidad de apoyo.**

Además, nos dejó clara la idea de cómo los países productores debemos continuar con nuestra tarea, procurando mayor eficiencia, adaptación y resiliencia, en el marco de

planes de sostenibilidad en cada uno de los países productores. Sin embargo, quedó pendiente definir de forma clara cómo y quien debe liderar los cambios y ajustes que deban realizarse a nivel de los demás eslabones para avanzar en equidad y transparencia en la distribución del valor del café, premiando los atributos característicos de ciertas regiones productoras - como la calidad en la taza, protección a la biodiversidad -, y los beneficios sociales y ambientales que se derivan de: sistemas de producción que generan empleo e ingresos para millones de personas y, también, de cafés que se cultivan bajo sombra, resultando en bosques cafetaleros productores de agua y pulmón del mundo".

CAMBIOS ESTRUCTURALES EN LA CADENA DEL CAFÉ, UN RETO INAPLAZABLE

Y es en este punto de necesidad de cambios importantes que el Secretario Ejecutivo del Programa PROMECAFE, René León-Gómez Rodas, hace un llamamiento a la Organización Internacional del Café a la que reclama liderazgo en estos objetivos. "La OIC debe tener un papel trascendental a futuro, liderando procesos de cambio estructurales en la cadena del café que resulten en una mayor sostenibilidad de la producción. Esto es, entre algunos temas a considerar, el **pago por servicios ambientales, opciones para comercializar producto terminado** y la **separación de sistemas de producción en los descriptores del mercado internacional**, es decir, diferenciar el café por calidad, niveles de mecanización, beneficios sociales y ambientales, entre otros".

En este camino hacia el afianzamiento de un café sostenible para todos, el mejoramiento genético es, también, parte de la estrategia integral de PROMECAFE que siguen los productores mesoamericanos frente a los retos que impone el cambio climático.

"Ante el comportamiento irregular de las lluvias, con periodos extensos de sequías y en otros momentos excesivas lluvias, ante el constante incremento de temperatura y frente al impacto de los cada vez más frecuentes fenómenos naturales, por ejemplo

ETA y IOTA, que afectaron Centro América con pocos días de separación, y ante el efecto combinado que tienen dichos fenómenos en la unidad productiva de café, particularmente el incremento o surgimiento de plagas y enfermedades, no hay duda que el mejoramiento genético se vuelve una herramienta esencial en la generación de nuevas alternativas, variedades e híbridos”, argumenta León-Gómez quien explica que en este momento, PROMECAFE y sus instituciones socias, han emprendido la tercera etapa de desarrollo de nuevas variedades de café, que al igual que las variedades resistentes a la roya en los ‘90 y los híbridos a inicios del 2000, se sumaran a las alternativas que los productores dispondrán para acceder a materiales de alta calidad en taza, resistencia o tolerancia de plagas y enfermedades, vigor, precocidad, y además, resiliencia ante las variables climáticas.

“Estamos liderando una red de especialistas en la región que, aprovechando la tecnología innovadora de la que disponemos, darán lugar, a medio y largo plazo, a las **variedades del futuro para la producción de café**”. Este mejoramiento genético debe ser parte de una estrategia integral que, al sumarse a buenas prácticas agrícolas, entre estas la implementación de cobertura en suelo, manejo y regulación de la sombra, de sistemas de riego, y adecuada nutrición, permitan incrementar la productividad y la rentabilidad del sistema de producción”.

UN NUEVO MODELO DE CAFICULTURA PARA MARCAR DIFERENCIAS

Más allá de estos retos, y en el marco actual de tendencias de consumo de café, el Secretario Ejecutivo del Programa PROMECAFE, René León-Gómez Rodas reconoce diversas oportunidades para el café de la región mesoamericana que cuentan con el apoyo de este programa que promueve la cooperación entre las instituciones participantes y entidades técnicas especializadas como el IICA, CATIE y WCR para desarrollar una caficultura competitiva y sostenible, considerando el punto de vista económico, social y ambiental, a través de un enfoque de beneficio e interés común.

“Todos los países a los que damos cobertura, México, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana y Jamaica, se distingue por la producción de cafés finos, arábigos procesados lavados, cultivados bajo sombra, cuidadosamente seleccionados y cosechados a mano, todo lo cual se manifiesta en la calidad de taza que estos producen. Este tipo de producción protege el medioambiente a través de un bosque cafetalero que se estima que alberga el 90% de biodiversidad contenida en un bosque húmedo



nublado. Y estos atributos y características propias, les procuran diferenciación frente a otros granos producidos masivamente mediante mecanización y sistemas intensivos, lo cual es una oportunidad que nos lleva a aspirar a **comercializar nuestros cafés bajo esquemas novedosos**, más directos en la relación entre productor y consumidor final, que recompensen la calidad y los atributos del sistema de producción”, apunta León-Gómez quien, añade, “nos enfocamos en producir mejor calidad y no en el volumen, creemos en una caficultura especializada, apoyada en la tecnología y procesamientos para agregar valor que, además, sea rentable y permita la prosperidad de la familia productora. Incorporamos **conceptos y prácticas de agricultura circular** que permite aprovechar todos los recursos disponibles, y velamos por la transparencia en la comercialización, eficiencia y precisión en todos los procesos. Aspiramos a una caficultura sostenible, asegurándose que todos los pilares, económico, social y ambiental, sean sólidos y firmes, de tal manera que la caficultura continúe revistiendo la importancia actual para nuestra región y contribuya a la estabilidad de la cadena en su conjunto y revierta flagelos sociales tales como la migración y la inseguridad”.

GENERAR NUEVAS DEMANDAS DE CAFÉ

En paralelo, PROMECAFE trabaja también en el aprovechamiento de las oportunidades que surgen en los propios países de origen de los cafés para conseguir un crecimiento de la demanda interna que contribuya a hacer frente a la situación del mercado internacional.

“Asociado a la falta de rentabilidad y la crisis de bajos precios, los países productores hemos definido como un tema estratégico, incrementar la demanda mundial de café,

y en ese sentido, se identifica y reconoce la oportunidad de **incrementar el consumo de café per cápita en los países productores**, particularmente en la región de PROMECAFE. Así que, aprovechando el apoyo de la OIC, mediante el otorgamiento de un pequeño fondo, estamos trabajando en la región en un proyecto para establecer planes nacionales y coordinación regional que fomente y contribuya al incremento de este consumo.

De momento hemos logrado resultados muy interesantes, como la creación de una hoja de ruta para cada uno de estos orígenes, considerando las características internas de cada país.

Hemos establecido, también, una red de especialistas vinculados a la promoción del consumo interno de café, capacitación y concientización de la red y de actores de la cadena. Y, entre otras muchas acciones y estrategias, aprovechando las redes sociales, hemos enfocado la promoción de este producto mediante videos e infografías, habiendo acordado, además, trabajar la **divulgación del café relacionada con la Salud y Bienestar del consumidor final**, una asociación que será protagonista en un foro regional temático, durante este 2022.

Existe una gran oportunidad de incrementar el consumo per cápita regional, y con ello, contribuir a la demanda mundial de café y consecuentemente favorecer mejores precios; además de generar oportunidades más accesibles para que pequeños productores puedan comercializar de forma directa su café y lograr que el valor agregado se quede en los países de origen.

Y todas estas oportunidades y cualquier otra que surja por el camino, no las vamos a dejar pasar”, concluye René León-Gómez Rodas, es el Secretario Ejecutivo del Programa PROMECAFE ■

ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

“DEBEMOS TRABAJAR CON CIFRAS MÁS TRANSPARENTES SOBRE LA PRODUCCIÓN, LAS EXISTENCIAS Y LA TRANSFERENCIA DE INGRESOS EN LA CADENA DEL CAFÉ”

Vanusia Nogueira, nueva Directora Ejecutiva del ICO

Vanusia Nogueira es la nueva Directora Ejecutiva de la Organización Internacional del Café, el principal actor global que reúne en su seno a Gobiernos de países exportadores e importadores de este producto para resolver, mediante la cooperación internacional, los desafíos a los que se enfrenta el sector cafetero mundial.



Hija y nieta de productores y comerciantes de café, Vanusia Nogueira es doctora en Administración, con énfasis en Marketing, por la Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Es licenciada, también, en Tecnología de la Información (TI) y Gestión por la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-RJ) y tiene un máster en Gestión y Gestión Avanzada de Proyectos por la Fundación Getúlio Vargas (FGV), además de numerosos cursos internacionales.

Desde hace 20 años trabaja en el sector del café y en estos últimos 13, como directora de la Asociación Brasileña de Cafés Especiales (BSCA), Nogueira ha promovido los cafés brasileños en su país y en el extranjero, se ha involucrado en el trabajo voluntario con los caficultores y ha representado a su país en foros e instituciones cafeteras de todo el mundo, como la Asociación de Cafés Especiales (SCA), el Foro Mundial de Productores de Café (WCPF), Rainforest Alliance o Alliance for Coffee Excellence (ACE), entre otros.

El café está en su ADN y desde su nueva responsabilidad al frente de la Organización Internacional del café se marca como objetivo contribuir a la actividad cafetera mundial en su conjunto, principalmente buscando la sostenibilidad y la prosperidad de todos los actores, especialmente de los productores. Para ello apuesta por soluciones

diferentes con las que llegar a resultados distintos.

Como consultora y miembro de una familia que se dedica al café desde hace varias generaciones, ¿qué cree que puede aportar su dirección a la OIC?

Efectivamente, he vivido en un mundo de café. Soy parte, aunque de una generación anterior, de los casos que tanto se discuten hoy en día, como “el cambio generacional dentro de la caficultura”. Mis abuelos y mis padres eran caficultores, pero yo, siendo adolescente, dejé la región cafetera para estudiar, para tener una vida profesional al margen del café, porque en aquel momento, la experiencia de mi familia con este producto, lo convertían en un futuro poco atractivo para mí. Veintitrés años después, regresé.

Y lo que aprendí, tras haber estudiado y visto el mundo, fue que los jóvenes quieren cosas diferentes, quieren novedad, lo que hoy llamamos innovación, y esto es lo que los mueve y lo que les atraerá a quedarse con nosotros, no solo en la parte de producción, sino en todos los eslabones de la cadena del café. Creo que apporto toda una visión con respecto a esto.

En cuanto a mi experiencia como consultora, he trabajado tanto en Tecnologías de la

Información como en Gestión y Marketing en varios sectores, por lo que creo que podré aportar esa capacidad, esa formación que he recibido en mi mundo de la consultoría, para salirme de la caja, para ver fuera, para observar y entender cómo están sucediendo las cosas y buscar soluciones diferentes que puedan aplicarse en el café.

Ha accedido a la dirección del ICO, en un momento especialmente complicado para el mercado del café. Los precios en 2019 sufrieron una caída histórica y en 2021 y principios del 2022 han llegado a niveles altos de récord ¿para cuándo una estabilización de los precios? ¿Esta estabilización se espera al alza o a la baja?

Es una cuestión de mercado, tanto que, en este periodo en el que estoy dando esta entrevista, volvemos a vivir un momento de bajada del mercado por las incertidumbres con el conflicto en Europa, por lo que todo dependerá de la oferta, la demanda y la estabilidad en el consumo en general. Ucrania y Rusia son países relevantes en el proceso de consumo y también dentro de la cadena de suministro en general.

Se trata de un conflicto que afecta a un grupo de países que representan alrededor del 6% del consumo mundial, por lo que, en esta primera fase, lo que cabe esperar es un descenso del consumo de café. Sin embargo, seguimos esperando y deseando que esto no dure mucho más y, como el mercado estuvo muy presionado por las condiciones climatológicas adversas en los principales productores durante la última cosecha, lo que podemos ver es que los precios están bajando un poco porque hay menos demanda, por lo que es la ley de la oferta y la demanda, con los precios ajustándose un poco más.

Vale la pena recordar, además, que el mercado de futuros, la parte financiera en sí, no siempre está ligada a la cuestión de



los fundamentos solamente, teniendo estos factores externos y macro - como los principales mercados, como el petróleo, los metales, etc. - solapamiento, lo que interfiere directamente en los mercados de futuros del café.

¿El mercado del café está destinado a ser siempre un mercado tan volátil?

Lo que tenemos es que intentar trabajar, como ha hecho el propio grupo de trabajo del ICO, con una mayor transparencia en la cadena de producción y una presentación muy clara de lo que son esas transferencias de costes a los productores y a otros segmentos. Es decir, trabajar con cifras más transparentes sobre la producción, las existencias y la transferencia de ingresos en la cadena.

¿Qué importancia cree que tiene para el café lograr un equilibrio entre los intereses de los productores, la industria cafetera y los consumidores?

Considero que el punto principal es trabajar en las asociaciones entre todos los países miembros, implicar a todos los eslabones de la cadena, incluyendo el sector privado y la sociedad civil, para mostrar muy claramente, con transparencia, cuáles son los ingresos y los márgenes de ingresos que estamos teniendo en cada uno de estos niveles.

Un punto muy importante es que también incluyamos, dentro de esta ecuación y en las discusiones generales, al mercado minorista, a los supermercados, para que podamos trabajar en esto, porque son los que están más cerca de los consumidores de masas y probablemente nos ayudarán a entender el comportamiento de estos consumidores y a aclarar a los consumidores todo el trabajo y la complejidad de la cadena para que podamos encontrar formas de que los consumidores valoren más nuestro producto. A partir de ahí, trabajaremos muy bien en esta transferencia de ingresos, de atrás hacia adelante, es decir, de la taza, del consumidor, al grano, al productor.

Hay estudios que apuntarían a la desaparición de hasta el 50% de las mejores tierras de cultivo de café en un plazo de no más de 30 años, con considerables pérdidas de terreno para la caficultura en países tan destacados para este producto como Brasil, Colombia o Vietnam. ¿Cómo afronta el ICO estas proyecciones?

La tierra realmente está disminuyendo, pero como tenemos un mayor nivel de productividad, que viene como un reflejo del uso de

más investigación, tecnologías, que aumenta la producción en áreas cada vez más pequeñas, que es extremadamente interesante en relación con la sostenibilidad.

En Brasil, por ejemplo, la superficie destinada a la producción de café se redujo a la mitad desde 1960 hasta la actualidad, pasando de 4,5 millones de hectáreas a unos 2,2 millones de hectáreas en la actualidad. Al mismo tiempo, la productividad se ha disparado un 500%, pasando de seis sacos por hectárea en los años 60 a más de 30 sacos por hectárea en la actualidad.

Hay que incluir al mercado minorista en la cadena para entender mejor al consumidor y encontrar formas de que valore más nuestro producto

Estas inversiones en investigación y tecnología también serán cruciales para que podamos reducir los impactos que puedan surgir del cambio climático global. Así que seguiremos trabajando en este contexto, porque a medida que reducimos más áreas, estamos siendo más sostenibles, preservando el medio ambiente y no teniendo ningún vínculo con la deforestación, una gran preocupación mundial.

Los cafés especiales, al igual que los cafés orgánicos y certificados, ganan protagonismo. ¿Cómo están cambiando estos granos el mercado del café?

Como el consumo de cafés de calidad crece, hoy tenemos, en realidad, una gran cantidad de cafés especiales, orgánicos y certificados, pero todavía no se venden dentro de estas categorías, exactamente por la falta de demanda. En otras palabras, tenemos suficiente oferta para atender este mercado aún más.

Un café de especialidad, un café especial, es un concepto que discutiremos en el futuro para ver si sigue siendo así, pero actualmente podemos afirmar categóricamente que hay más oferta de estos cafés en la base productora que demanda en la pirámide de cafés especiales.

El mercado no debe preocuparse porque podremos satisfacer esta demanda y, a medida que los productores de todo el mundo se profesionalicen y mejoren sus procesos de producción, la calidad de los cafés mejorará naturalmente cada vez más.

¿Cuáles son los proyectos/participación de la OIC en temas de sostenibilidad en el café?

¿Cómo propone su organización la colaboración público-privada en este ámbito?

En los últimos dos años, la Organización ha creado un grupo de trabajo público-privado que trabaja y aborda los temas más delicados para aumentar los ingresos de los caficultores y muchos otros puntos relacionados precisamente con las cuestiones de sostenibilidad.

Este grupo de trabajo se creó para incluir al sector privado en el debate y la formulación de soluciones para mejorar las condiciones de vida de los caficultores y cuenta con siete grupos de trabajo centrados específicamente en Transparencia del mercado, producción y suministro sostenibles, políticas de mercado, mecanismos globales de financiación, consumo responsable y coordinación del sector, y bienestar de los ingresos prósperos.

Usted conoce bien el trabajo de Fórum Café. ¿Qué papel cree que juegan organizaciones como la nuestra en el panorama cafetero actual?

Creo en las empresas colectivas y es en momentos como el actual en que discutimos todos los desafíos a que nos enfrentamos que, juntos, podemos buscar alternativas para solucionar y mejorar la situación de la cadena del café en su conjunto. Es en eventos en esta línea y en organizaciones como esta que podemos vislumbrar y trabajar en grandes oportunidades para la mejora general de todos.

Un mensaje para la industria cafetera española y los consumidores de nuestro país...

Les deseo que consuman cada vez más café, que disfruten de cada vez más cafés muy sabrosos, que pueden ser de diferentes partes del mundo, de diferentes orígenes, y que sea una experiencia cada vez más gratificante.

En la pre-pandemia, veía condiciones muy favorables para el aumento del consumo y sigo viendo esas expectativas y creo firmemente que los productores van a poder satisfacer, de forma muy interesante y agradable, las experiencias de consumo de los españoles, que tienen una gastronomía fantástica, unos vinos espectaculares, es decir, son consumidores acostumbrados y educados a paladares y formas de consumo diferentes y que seguramente podrán experimentar, saborear y valorar la diferenciación de los cafés en su conjunto ■

INFORME

ROJIZO VS. MARRÓN: CÓMO EL TUESTE Y LA TEMPERATURA DE PREPARACIÓN AFECTAN EL COLOR DEL CAFÉ EN TAZA

El nivel de tueste y la temperatura de preparación se pueden elegir deliberadamente para obtener el color deseado de la preparación del café. Así concluye el reciente trabajo de la investigadora Sara Yeager, Coffee Scientist en Toddy, Licenciada y Máster en Ciencias de los Alimentos y colaboradora del Centro de Café de la UC Davis, ha estudiado como el color de la infusión del café, la primera evaluación de la calidad que hace un consumidor, se puede "diseñar" a medida.



Variaciones de color del café en función del tueste y temperatura de preparación

Comprender cómo las mediciones objetivas del color afectan la composición fisicoquímica del café puede brindar una idea de cómo los consumidores ya usan el color para determinar ciertas características sensoriales.

El color suele ser la primera evaluación de la calidad que hace un consumidor, lo que lo convierte en un indicador principal de la calidad percibida. Pero, además, los cambios en el color del producto pueden proporcionar pistas sobre cambios en el aroma o el sabor.

Sin embargo, cuando se ha tratado de estudiar el color de la infusión del café, en general, los resultados se han medido, principalmente, de forma subjetiva, pero no cuantitativa, ni tampoco de forma sistemática relacionando tueste y preparación. En nuestra investigación hemos querido ir, pues, un paso más allá.

COMPRENDIENDO CÓMO SE APLICAN LAS MEDIDAS DE COLOR AL CAFÉ

Tradicionalmente, el color del grano de café sirve como indicador importante del nivel

de tueste en la industria de este producto. Cuantitativamente, el color se puede medir utilizando la Escala Gourmet Agtron o en forma de valores triestímulo utilizando el espacio de color CIELAB de la Comisión Internacional de Iluminación, que utiliza un conjunto de tres valores (L*, luminosidad; a*, rojez; y b*, amarillez) para expresar el color. Estas medidas cuantitativas de color generalmente se incluyen junto con descripciones más cualitativas de tueste ("claro", "medio" u "oscuro").

Hasta nuestro estudio, nunca antes se había realizado un análisis sistemático y cuantitativo del color de la infusión de café, por lo que nuestra investigación proporciona nueva información valiosa sobre cómo el nivel de tueste y la temperatura de la infusión de diferentes orígenes influyen en el color de la infusión de café.

En este trabajo, hemos medimos el color del café elaborado con inmersión total al estilo Toddy, usando para ello, múltiples orígenes, niveles de tueste y temperaturas de preparación. El color se examinó cualitativamente, usando fotografía y espectros de absorbencia, pero lo más importante, se midió cuantitativamente usando la Escala

Gourmet de Agtron y el espacio de color CIELAB.

En total preparamos 243 infusiones únicas que se homogeneizaron en conjuntos de tres repeticiones y se diluyeron al 2 % de sólidos disueltos totales (TDS), para garantizar que las diferencias de color no se debieran a diferencias en TDS.

Las medidas cuantitativas recopiladas de las 243 infusiones se emplearon para examinar las tendencias sobre cómo el origen, el nivel de tueste y la temperatura de la infusión pueden afectar el color de la bebida.

DE LA MOLIENDA A LA ELABORACIÓN DE LA INFUSIÓN

En primer lugar, nos fijamos en cómo se traduce el **color de la molienda** en el color de la infusión de café. Para investigar esto, tomamos medidas tanto cualitativas (fotos) como cuantitativas (valores Agtron y CIELAB).

Cualitativamente, las fotos de las moliendas de café mostraron diferencia de color entre los tres niveles de tueste diferentes, manteniéndose similar el color dentro del mismo nivel de tueste en los tres orígenes utilizados, El Salvador, Etiopía y Sumatra. Como era de esperar, los tuestes claros correspondieron a las moliendas de color más claro y los tuestes oscuros a las de las más oscuras.

La **cuantificación de las moliendas** de café respaldaron igualmente las impresiones cualitativas, en las que los tuestes claros correspondieron a las puntuaciones Agtron más altas y los valores CIELAB y los tuestes oscuros a los más bajos.

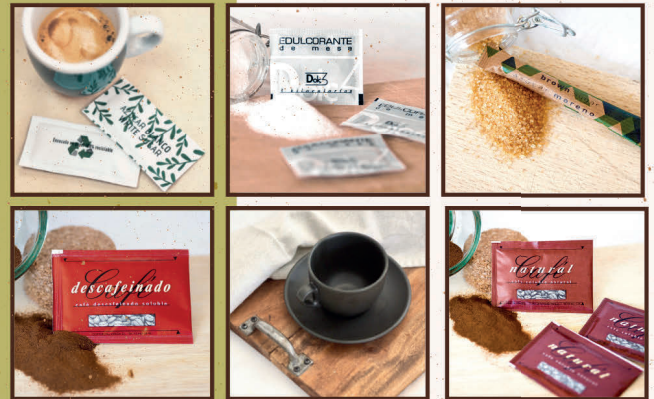
Los tuestes claros y medios fueron los que mostraron las diferencias más significativas en los valores CIELAB entre los granos de café molido y los granos enteros, siendo el café molido de color más claro, en general.

Centrando la atención en el **color del café preparado**, lo medimos cualitativamente utilizando fotografías en color real. En este caso, era evidente que las infusiones variaban significativamente en color.

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 CAFÉ

La figura 1 es una foto representativa de las infusiones cuando se vierten en tubos de ensayo de vidrio o tazas de café. Los seis tipos de muestras (de los 27 tipos de muestras en total) se eligieron para representar todo el espectro de color observado durante el análisis.

Aunque las infusiones se diluyeron a TDS uniformes, se mantuvo una amplia gama de colores dentro de las muestras de bebidas de café. La infusión cualitativamente más ligera fue la de un café de Sumatra, sometido a tueste ligero y elaborado a 22°C. Su infusión presentaba una tonalidad casi anaranjada en apariencia, especialmente cuando se compara con el color marrón-dorado del tostado oscuro de El Salvador, elaborado a 92°C.

En infusiones de tuestes claros, las diferencias en taza entre orígenes y temperaturas de preparación se distinguen mejor

En general, las infusiones frías, 4°C y 22°C, tenían un aspecto más rojizo que las calientes, 92°C, que eran más marrones. Además, cuanto más oscuro era el tueste, más oscuro era el color de la infusión, como se muestra en la comparación entre un tueste claro, medio y oscuro, todos elaborados a 92°C (tubos 1-3, Figura 1).

En particular, el café elaborado exhibió un color diferente al del café molido del que se derivaba la infusión, dependiendo la diferencia del nivel de tueste y la temperatura. Las infusiones tendían a tener un valor más rojizo (mayor a*) que los propios granos.

Tanto el nivel de tueste como la temperatura de preparación afectaron la traducción del color del café molido a la preparación del café; y no había una relación uniforme entre el color de la molienda y el color definitivo en el que se convertía la bebida.

EXPLORANDO EL COLOR DENTRO DE UN ESPACIO TRIDIMENSIONAL

A continuación, quisimos comprender si había una relación entre las diferentes medidas cuantitativas que tomamos. Para ello, agrupamos los valores CIELAB de cada muestra según los orígenes, los niveles de tueste y las temperaturas de preparación.

En el grupo de los **tuestes claros, las diferencias resultaron mucho más fáciles de distinguir entre los orígenes y las temperaturas de preparación**, mientras que en la de los tuestes oscuros tendían a ser más uniformes.

Curiosamente, los valores a* (correspondientes al enrojecimiento de la infusión) variaban menos entre los niveles de tueste y las temperaturas de la infusión, lo que significa que el enrojecimiento tendía a permanecer relativamente constante.

Las infusiones calientes tendían a tener los valores CIELAB más bajos y curiosamente, las infusiones a temperatura ambiente de Sumatra presentaron valores más altos que las contrapartes calientes y refrigeradas en los tres tuestes.

Dado que los valores CIELAB existen en un espacio tridimensional como un conjunto de tres coordenadas, también se pueden graficar en un espacio tridimensional, así que mapeamos los cafés! En la Figura 2, cada punto de datos dentro del cuadro representa los valores CIELAB para esa preparación, con el color

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



Figura 1. Espectros de color observados durante el análisis

del punto de datos representativo del nivel de tueste (claro, medio u oscuro) mientras que el color del texto es representativo de la temperatura de preparación (4°C, 22°C o 92°C). En los puntos de datos, hay dos grupos: nivel de tueste y temperatura de preparación.

En nuestra investigación pudimos constatar como **dentro del espacio tridimensional, las infusiones con los tuestes claros que tienen los valores CIELAB más altos y los tuestes oscuros, los más bajos, se agrupan**. Por el contrario, las infusiones con diferentes temperaturas de preparación se dispersan uniformemente por todas partes, sin poder detectar una agrupación clara por temperatura de preparación en los valores de triestímulo.

Sin embargo, existe una clara tendencia acerca de dónde se encuentran los valores triestímulo en el espacio tridimensional; tanto es así que si observamos los puntos de datos de color, veremos que siguen una línea que se puede definir como un conjunto de ecuaciones. En otras palabras, los valores CIELAB están vinculados en una relación lineal positiva, a medida que uno de los valores disminuye, también lo hacen los otros dos.

Examinar las infusiones a lo largo de esta línea también da una idea de cómo estas preparaciones difieren entre sí. Por ejemplo, el café etíope de tueste claro preparado a 4°C tuvo la mayor diferencia absoluta en los valores CIELAB en comparación con el café de Sumatra de tueste oscuro, preparado exactamente a la misma temperatura, lo que situó a estas dos preparaciones en los dos puntos más alejados en el espacio tridimensional.

Además, la cercanía relativa en el espacio tridimensional puede indicar cuán similares

son dos infusiones: el café de Sumatra de tueste claro preparado a 92°C se parecía más a un Sumatra de tueste medio elaborada a 4°C, que no a un Sumatra de tueste claro preparado a 4°C. En otras palabras, preparar un tueste más claro a una temperatura más cálida resultó en un color más indicativo de un tueste más oscuro que de un tueste más claro.

¿QUÉ SIGNIFICA TODO ESTO?

El color de la bebida de café está fuertemente influenciado no solo por el nivel de tueste, sino también por la temperatura de preparación, especialmente en un tueste ligero o medio.

El color del café molido no siempre es indicativo de cuál será el color de la infusión

Intuitivamente, esto tiene sentido, ya que un mayor nivel de tueste conducirá a un grano de café más oscuro, que luego puede conducir a una bebida de café más oscura. Lo que resulta más sorprendente es que la temperatura de preparación también puede afectar el color de la infusión resultante, que es un área de investigación del café que aún no se ha explorado, incluso con el reciente aumento en la popularidad de la preparación en frío.

Comprender cómo estos dos factores impactan en última instancia en la bebida final puede generar oportunidades para marcar

y comercializar el color del café mediante la manipulación del nivel de tueste y la temperatura de preparación.

Las fotografías en color real del café molido y las infusiones de café resaltan el misterio de cómo se traduce el color del café molido a la taza. Aunque los granos de cada tueste parecen casi idénticos, la capa fundamental de color se altera durante el proceso de extracción. En otras palabras, el color del café molido no se traduce directamente en la taza. Las diferencias de color en cada una de las infusiones de café representan la disparidad visual que los consumidores pueden enfrentar al probar diferentes bebidas. El color puede servir como **indicador de la calidad o fuerza de la preparación** y variaciones de color tan grandes pueden afectar las características sensoriales percibidas.

Una de las diferencias más notables descubiertas fue el color rojizo de las bebidas frías. Anteriormente, ya se había sugerido que las bebidas de color rojizo pueden tener un sabor menos amargo y más dulce, aunque no está claro si ese efecto se trasladaría a las diferencias de color observadas aquí. No obstante, es una hipótesis plausible que **las diferencias de color entre las temperaturas de preparación puedan afectar el sabor percibido de la bebida, especialmente en infusiones preparadas a 4°C y 22°C, más rojas** (en la industria del café, el análisis sensorial incluso se realiza a veces bajo luz roja para minimizar las diferencias en el color de la bebida de café).

No está claro exactamente qué causa las diferencias de color entre las diferentes preparaciones de café en los niveles de tueste y las temperaturas de preparación. El tostado del café produce melanoidinas,

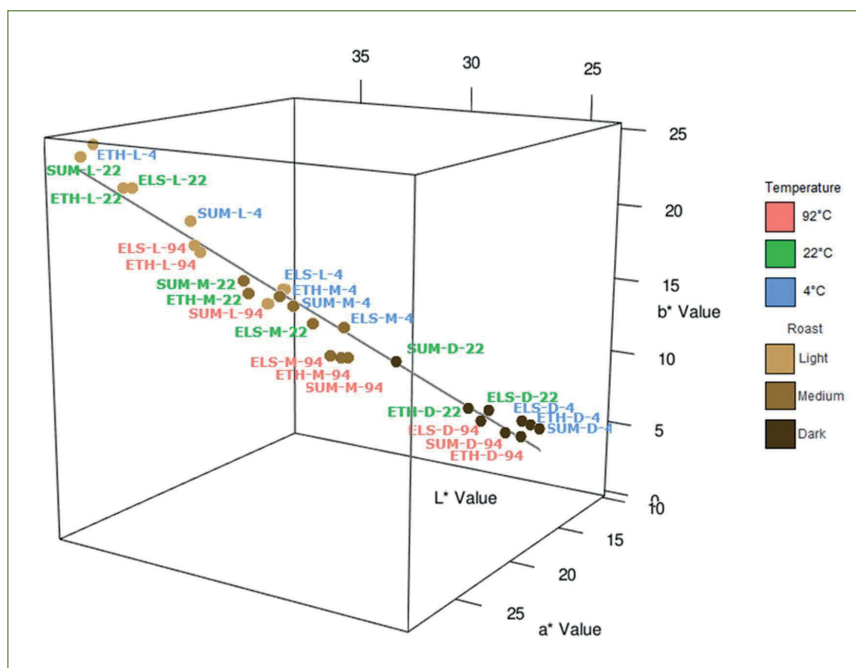


Figura 2. Mapeo de las muestras de café en un espacio tridimensional, según valores CIELAB

que dan a los granos de café tostado su color marrón distintivo. Las melanoidinas pueden variar ampliamente en tamaño y forma según el grado de tueste y polimerización, lo que en última instancia afecta

su capacidad de extracción en la infusión de café.

De manera similar, la sacarosa se carameliza durante el tueste, creando compuestos pigmentados de color marrón (como los

que hacen que el caramelo se dore!) que también pueden tener una solubilidad diferencial en la infusión de café.

Las diferencias en la solubilidad podrían explicar, pues, las diferencias de color entre los diferentes tipos de infusión, aunque se necesita más investigación química para determinar la causa raíz de las diferencias de color entre las diferentes preparaciones de café.

En conclusión pues:

- Tanto el nivel de tueste como la temperatura de preparación afectan el color de la bebida de café.
- El color del café molido no siempre es indicativo de cuál será el color de la infusión.
- Los cafés preparados en frío, ya sea a temperatura ambiente o en el refrigerador, tendrán un color más rojizo que el típico marrón negruzco del café caliente.
- El nivel de tueste y la temperatura de preparación se pueden elegir deliberadamente para obtener el color deseado de la preparación del café, lo que ofrece una oportunidad de marca y mercadeo no explorada anteriormente ■

Sara Yeager
Coffee Scientist en Toddy

BAGINCO

Aproveche su café,
en bolsas de papel
a medida

FABRICADO EN ESPAÑA



CALIDAD

FINCAS MIERISCH, LA TRADICIÓN CONVERTIDA EN INNOVACIÓN

El café es el epicentro de la vida de la familia Mierisch desde hace cinco generaciones. Tienen fincas en Nicaragua y Honduras y su café se vende en los mercados de especialidad de los cinco continentes. Su vinculación con el café empezó ligada a la emigración, el ferrocarril y a un inesperado pago en tierras del departamento nicaragüense de Matagalpa que cambiaría, para siempre, el rumbo de la historia familiar.



Erwin Mierisch junto a unos cafetos de Fincas Mierisch
@lafincadistribution

Las Fincas Mierisch son un referente internacional en la producción de cafés especiales de la más alta calidad y sus propietarios, una voz autorizada en el mundo del café, tras más de un siglo de dedicación familiar a este producto.

Hace 20 años iniciaron un giro importante en su modelo de producción que les ha reportado además de su referencia en el mercado, numerosos premios y reconocimientos, como el primer lugar en la Taza de la Excelencia de Honduras en su última edición, en la que el café de los Mierisch batió además, el máximo de puntuación y precio de la competición.

Erwin Mierisch nos explica la historia cafetera familiar y cómo un sueño de producir algunos de los mejores cafés de Centroamérica, se ha hecho realidad.

¿Cuál su historia con el café y las Fincas Mierisch?

Yo soy la quinta generación de caficultores en mi familia. En las fincas trabajamos, mi abuelo, Dr. Erwin Mierisch (tercera generación), junto a mi padre, Ing. Erwin Mierisch y mi tía, Eleane Mierisch, que son la cuarta generación. Nuestro ancestro, Dr. Bruno Mierisch, fue el primero de nuestra familia en comenzar a producir café en 1908.

Mi tatarabuelo Bruno era un inmigrante alemán y geólogo de profesión que fue contratado por el gobierno de Nicaragua para asistir en el plano y construcción del ferrocarril nacional. Al terminar su labor, el gobierno no tenía fondos para pagar sus salarios y tampoco el de otros emigrantes alemanes. Y fue entonces cuando decidió pagarles con tierras en la región de Matagalpa, que se convirtió en el epicentro migración alemana que en gran número se introdujo en el cultivo de café.

Como la mayoría de la industria del café de esa época, nosotros también éramos productores de calidad comercial (el máximo objetivo en aquel entonces era, solo, una producción alta). No fue hasta mediados de la década de los 90 del siglo pasado que mi padre empezó nuestra transición hacia la producción de cafés especiales. Ya llevamos más de dos décadas siendo pioneros e innovadores en el gremio de café en Nicaragua.

¿Qué es para usted lo más gratificador de dedicarse al mundo del café?

Ver la sonrisa en la cara de nuestros clientes y los consumidores al degustar nuestro café nos llena el corazón de gratificación. Hace que todo nuestro esfuerzo y el de nuestro equipo valga la pena.

¿Y lo más frustrante?

Sin duda, lo más frustrante para mí es tener que lidiar con determinados retos año tras año, ya sea por el cambio climático, por la falta de mano de obra, los precios del café, por las fluctuaciones en la producción, o por problemas sociopolíticos internos. Tener que justificar estos problemas a nuestros clientes a veces es muy agotador, ya que tampoco vemos la manera que se vayan a mejorar.

En un sector tan competitivo como el del café, ¿es viable tener que esperar hasta casi tres años antes de saber si hemos acertado la mejor variedad para nuestra finca?

Es siempre un riesgo tomar la decisión de trabajar con una variedad nueva, porque como mencionan toma años hasta que podemos probar los resultados. Sin embargo, por eso investigamos extensivamente en línea y con otros productores las características de la variedad para tener una idea de lo que podemos esperar.

El criterio que tenemos para apostar por una variedad es que sea resistente a enfermedades, ofrezca una buena producción, calidad de taza, no sea agresiva con el suelo - minerales del suelo en la finca - y pueda obtener un buen precio en el mercado. Hay excepciones, como el Geisha y el Pacamara Amarillo, que son variedades susceptibles a enfermedades y producción baja, pero su calidad de taza y precio obtenido hacen que el esfuerzo adicional valga la pena. Desafortunadamente, no hay otra manera para verificar si tomamos la decisión correcta que ser pacientes...

Siempre buscamos que nuestros cafés sean limpios y el proceso postcosecha no se imponga a los sabores naturales de la variedad

¿Cuáles son las características generales del café cultivado en Fincas Mierisch?

Depende de la variedad y el proceso de postcosecha. Producimos cafés que caen dentro del "perfil de Nicaragua" (aunque odiamos generalizar) que son cafés bien dulces, de cuerpo redondo, y acidez media/baja, pero también producimos cafés que quiebran este paradigma (notas florales, frutas tropicales, con acidez delicada pero pronunciada). Un denominador común, eso sí que queremos que compartan todos nuestros cafés es que resulten consistentes, de

vida útil extendida y limpios (que el proceso post-cosecha no se imponga a los sabores naturales de la variedad).

Ustedes tienen gran experiencia en fincas experimentales, siembra de variedades exóticas y testeos con procesos de postcosecha diferenciados ¿En qué están trabajando, ahora?

Actualmente, cultivamos Geisha, Pacamara Amarillo y Rojo, Javanica, Laurina, Ethiosar, H1, Pacas Amarillo/Rojo/Anaranjado, Bourbon Rojo/Anaranjado, Catuai Rojo, Caturra, Obata, y Liberica (para injertar).

Mi abuelo y yo analizamos que variedades son viables para nuestras fincas, que proceso es mejor para cada café, como podemos experimentar con la postcosecha y, finalmente, yo me encargo de la cata de todos nuestros cafés.

La consistencia, limpieza, y calidad de taza son los que nos define como productores. Nos gusta estar empujando las barreras de lo que es posible en el café. El beneficiado (procesos postcosecha y secado) son tan fundamentales como es el manejo en campo. Trabajamos con los procesos tradicionales: Lavado, Melado, y Naturales. Pero también nos hemos expandido a otros procesos experimentales como: Perla Negra®, Funky Natural, Anaerobico, Anaerobico Helado, Hydro-Natural, aislamiento de microorganismos, y fermentaciones híbridas/extendidas.

El proceso de secado es igualmente importante que la postcosecha ya que podemos hacer la fermentación perfecta, pero si el café no se seca bien, se puede perder el lote por completo. Recientemente, hemos hecho pruebas con distintas maneras de secado que nos han permitido aumentar la puntuación hasta 2 puntos.

Es evidente por la calidad de sus cafés que en Nicaragua se puede producir grano excelente. ¿Qué le falta al café de Nicaragua para alcanzar la popularidad de otros orígenes?

La respuesta a esta pregunta es fácil de resumir en una sola palabra: mercadeo.

El café de Nicaragua, en boca de compradores y consumidores, tiene la misma o mejor calidad que la de otros países más populares. Por ejemplo, los ganadores de COE en Nicaragua tienden a tener puntuaciones más altas, por ejemplo, que Costa Rica o Colombia. Es decir, tenemos la calidad y el dominio del manejo de fincas y variedades. Pero, como país, no sabemos, como mercadearnos.

En Fincas Mierisch hemos trabajado concienzudamente para romper esta barrera, y esto ha hecho que nuestros cafés destaquen. Hemos salido al exterior a visitar clientes, hemos asistido a convenciones de café de especialidad (como SCA), participado en concursos como la Taza de Excelencia, o nuestra subasta privada, Los Favoritos, y todo ello nos ha permitido posicionar nuestros cafés con éxito.

¿Con quién le gustaría compartir una taza de su café ganador y por qué?

Me gustaría poder compartir una taza de café con mi abuela, María Ligia McEwan de Mierisch, que desafortunadamente falleció hace muchos años. Ella fue instrumental en nuestras operaciones y la transición a cafés de especialidad ■



LA DIFERENCIA VA MÁS ALLÁ DE LA APARIENCIA

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



CALIDAD

LA DENSIDAD DEL GRANO DE CAFÉ

GUÍA BÁSICA

La densidad del grano es una de las claves que más influyen en la clasificación y categorización del café. Es un referente de calidad y para los tostadores, también, un reto a superar cada vez que introducen los granos en la máquina de tostar. La altura de cultivo y temperatura parecen ser los dos factores más destacados que influyen en la densidad del café, aunque hay otras variables igualmente importantes que deben ser tenidas en cuenta.

Conocer y tener en cuenta la densidad del grano de café es el mejor punto de partida para abordar un café antes de que este se haya perfilado por completo, pudiendo, de este modo, ajustar aún más los procesos que nos han de permitir conseguir de un café excelente, una taza suprema.

¿Qué debemos entender por “Densidad del grano de café”?

La densidad es la magnitud que, tanto en física como en química, relaciona la cantidad de masa que cabe en un determinado volumen. En el mundo del café, la densidad equivale al peso del grano en proporción a su volumen. Hay factores que implican que un café sea más o menos denso en comparación con otros, y en el comercio de este producto, los granos con mayor densidad son un referente

de calidad y un desafío para los tostadores, ya que esta mayor magnitud de densidad implica curvas específicas de tueste para estos cafés.

Un café más denso equivale a un café más dulce y más complejo en todo tipo de aspectos, incluida una mayor acidez, que, en cuanto a balance se refiere, se relaciona con una bebida de mejor calidad.

¿Qué causa que un grano de café tenga mayor o menor densidad?

La altura es un determinante de densidad fundamental. Los granos de café cultivados a altitudes más altas tienden a ser granos mucho más densos que los cultivados a altitudes más bajas.

Cada grano tiene su rango de densidad. A mayor altura de cultivo, la temperatura del grano de café será más baja, la planta sufrirá

Una línea central cerrada en los granos de café verde es indicador de alta densidad

mayor estrés metabólico y, por tanto, más tardará el café en llegar a su etapa de maduración correcta. Durante este proceso, estos cafés producidos a mayor altura, suelen beneficiarse de temperaturas similares durante toda la cosecha, entre 16 y 22 °C, brindándoles una estabilidad que a posteriori se verá reflejada en la calidad del grano.

El Ciclo de Krebs es un proceso clave en la maduración del grano que convierte el acetato derivado de las grasas de la cereza, los carbohidratos y las proteínas en dióxido de

EVALUACIÓN DE LA DENSIDAD EN ORIGEN

Antes de exportar el café, casi siempre los granos se someten como mínimo a una clasificación por densidad en seco, aunque son muchas las ocasiones, también, en que esta operación de medición de densidad se realiza en varios estadios del café cosechado.

En algunos países, sobre todo en orígenes especialmente preocupados por ofrecer una alta calidad de producto, los cafés pueden separarse por densidad antes, incluso, de despulparse. Los caficultores dejan caer sus cerezas en una red y luego las sumergen en un tanque de agua, descartando las que flotan. El resto del café, más denso y que ha caído al fondo, se vende a la estación de lavado para su procesamiento.

Para los cafés completamente lavados, la clasificación por densidad ocurre después de la fermentación. Al eliminar el pergamino de café despulpado a través de canales estrechos de agua corriente, el café que flota (generalmente semillas huecas) se puede separar del pergamino de grado superior que se hunde.

Por su parte, los cafés que no se lavan se clasifican por densidad en el beneficio seco. Usando mesas vibratorias con superficies acanaladas, colocadas en un ligero ángulo, se puede eliminar material de baja densidad (como semillas rotas, cáscaras huecas, pergamino seco e incluso objetos extraños). Si bien es voluble, una tabla de densidad calibrada correctamente puede clasificar hasta un número preestablecido de defectos en muchos casos. Por el contrario, las mesas mal calibradas pueden ocasionar recuentos excesivos de defectos, baja calidad en taza y/o dificultades para tostar.

En cualquier caso, si bien hay muchas excepciones, la densidad de los granos de café a menudo varía de un lugar a otro de manera predecible. Los cafés del este de África, en particular los de Etiopía y Kenia, tienden, por ejemplo, a registrar densidades especialmente altas, al igual que los cafés de Colombia. Por el contrario, los cafés de Sumatra y Brasil suelen tener una densidad relativamente más baja, en comparación.

En cuanto a los cafés centrales lavados, estos tienden hacia una densidad media, mientras que los cafés naturales suelen ser menos densos que sus contrapartes lavados.

Fuente: Royal Coffee

carbono. Cuanto más alta se encuentre la finca de café, este ciclo llevará más tiempo y las cerezas del café tardarán mucho más en llegar a su estado óptimo de maduración en comparación con una altitud más baja, propiciando todo este tiempo "extra", un llenado del grano muy lento que permitirá desarrollar en su interior características físicas y organolépticas que serán muy apreciadas tanto por compradores como por el cliente final.

El resultado del enlentecimiento en el Ciclo de Krebs asegura un grano con un contenido aromático, acidez, cuerpo y dulzor más sobresalientes.

Además, la presencia de oxígeno en el aire disminuye cuanto más altos nos encontremos y como los cafetos se alimentan de los nutrientes del suelo, incluyendo las fuentes hídricas en las que la creación de compuestos permiten una mayor dilución de oxígeno, esto deriva en una mejora del sabor final del grano que tendrá más densidad y presentará un desarrollo mayor de los compuestos orgánicos que buscamos y que nos permitirán extraer mayor cantidad de sustancias solubles del grano.

Un buen ejemplo de cafés de gran densidad en los que son evidentes las consecuencias de un cultivo en altura, con un Ciclo de

Krebs lento es el Geisha (aunque existe una gran confusión acerca de esta variedad, porque existen múltiples variaciones en las plantaciones genéticamente denominadas con el mismo nombre). Análisis recientes confirman que esta variedad se asocia con una calidad de taza muy alta, denominada en su categoría como un Café Exótico de Especialidad. El Geisha es una planta de altura en la que su comportamiento bajo estrés metabólico da como resultados en taza una complejidad extraordinaria de cafés muy aromáticos que nos recuerdan al jazmín, al limoncillo y flores.

¿Cómo se mide la densidad del café?

Una manera práctica de medir la densidad del café es poner un recipiente sobre una balanza, tarar, llenarlo homogéneamente hasta 200 ml y dividir el peso del café por el volumen del contenedor. El valor obtenido en la operación será la densidad del café.

Cuando el valor de la medición de la densidad resulte mayor a 700 gramos x litro, podemos tener la certeza de que nos encontramos ante un café denso.

Visualmente, estos granos se pueden diferenciar fácilmente antes de ser tostados.

Si la línea central del grano de café verde está cerrada, quiere decir que la estructura del grano en cuestión es de alta densidad, mientras que una línea abierta denota menos densidad y estructura con menos matices.

Un café más denso equivale a un café más dulce y más complejo

Los granos oreja de elefante, granos quebrados, granos encogidos blandos y secos son granos fácilmente reconocibles y todos de menor densidad y más ligeros de peso.

También es habitual que un grano pequeño, pero sólido, tenga más peso que uno grande, y esto se debe a la sequía, fertilización deficiente, malas prácticas en recolección y fatiga del cafeto que provoca en los granos una rebaja significativa de densidad y en taza, trazos desagradables, una pérdida de cuerpo y acidez, causando un sabor final insípido.



Zona Barista: punto de encuentro para los amantes del café.

Tanto si eres un apasionado del café como un profesional con un negocio de hostelería, te mostramos un universo para descubrir **tendencias, ideas, consejos para mejorar tu negocio** y convertirte en un experto barista.

Si eres ya cliente de Cafento, te damos la bienvenida a nuestra plataforma interactiva donde podrás realizar multitud de **gestiones y consultas**: pedidos, facturas, gestión de incidencias...

Regístrate y descubre todas las ventajas que tienes como cliente de Cafento.



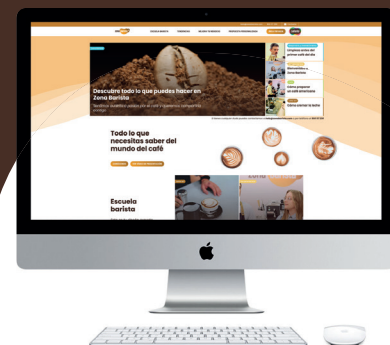
Área privada de cliente



Ideas y consejos



Formación



zonabarista.com

¿Hablamos?

hola@zonabarista.com

900 117 230

La altura de cultivo es un determinante de densidad fundamental

¿Cómo influye la densidad del grano en el tueste?

La densidad del grano es un factor determinante en el momento de tostar el café y es de suma importancia realizar la medición de humedad y densidad del grano antes de proyectar una curva de tueste. Ambos factores son primordiales para determinar la temperatura inicial de la operación de tueste y llevar al grano, sea denso o ligero, a una mayor expresión de sabor y aroma.

Cuando estos factores determinantes no se tienen en cuenta, el café no obtendrá un tueste óptimo ni sus cualidades serán realizadas. Pero, teniendo en cuenta la densidad y la humedad del grano, podemos tomar las decisiones oportunas para tostar el café en las mejores condiciones.

Por ejemplo, un café con densidad alta se desarrollará mejor con temperaturas altas, mientras que los cafés que presentan bajas densidades requieren menos energía para ser tostados, ya que nos encontraremos ante un grano muy frágil y su bache de tueste será muy rápido. Si mantuviéramos la misma temperatura utilizada en el tueste de cafés más densos, estos granos se tostarían externamente y la parte interior no alcanzaría a tener un desarrollo apropiado, puesto que en términos de tueste, este café menos denso se arrebataría.

La diferencia está en la capacidad que tiene el grano en absorber la temperatura, lo cual provoca que los granos densos tengan una mejor reacción que los granos suaves y esto se ve reflejado en el desarrollo del sabor.

En el caso de los cafés de mayor densidad, que como hemos dicho antes son cafés con una acidez más alta, es importante, además, equilibrar esta acidez con el tueste.

¿Qué sucede si tostamos a la vez granos con diferente densidad?

Cuando tenemos granos de diferentes densidades en la tostadora, estos reaccionan de manera diferente al calor. Los granos más suaves y de baja densidad tienden a tener más bolsas de aire dentro de ellos y esto ralentiza la transferencia de calor a través del grano. Por ello, para evitar defectos de tostado y quemaduras en el exterior de la

superficie del grano se debe usar una temperatura inicial más baja.

Además, en estos casos en los que entran en el tambor giratorio granos con diferentes densidades, los maestros tostadores suelen extender la longitud del tueste para homogeneizar el resultado.

¿Existe alguna relación entre la densidad del café y la mayor o menor facilidad para moler el grano en cuestión?

Después del desarrollo del grano en la operación de tueste, este se presenta con unas características físicas que permiten una correcta molienda, se trate de un grano con mayor o menor densidad.

Así pues, la densidad no influirá en esta operación, pero sí, la correcta calibración del molino. Dependiendo del día y la temperatura, el grano puede expandirse y es

Un grano pequeño pero sólido puede tener mayor densidad que un grano grande

por ello que estos equipos deben ajustarse, incluso varias veces, durante la jornada laboral.

De igual modo, deberemos tener en cuenta el método de elaboración que vamos a utilizar para preparar la taza y en función de este, regular el molino ■

Yeraldin Posada

Licenciada Q Processing (Colombia)

CLASIFICACIÓN DE LA DENSIDAD DEL GRANO POR ALTITUD DE CULTIVO

A pesar de que la importancia de la densidad del grano en toda la cadena de suministro, a fecha de hoy, la industria del café no ha logrado definir una unidad de medición única para esta variable clasificatoria del café.

En la mayoría de los casos, las clasificaciones utilizan varios grados diferentes en relación directa a la altura de cultivo del café, si bien los términos y estándares específicos utilizados varían de un país a otro.

- Los términos "Soft Bean" (SB) y "Strictly Soft Bean" (SSB), por ejemplo, suelen referirse a cafés cultivados en altitudes por debajo de los 1.200 m.s.n.m. En alturas bajas, las temperaturas son más altas (y menos estables) y los altos niveles de oxígeno hacen que la planta de café trabaje más, teniendo que consumir azúcares almacenados para obtener energía. Como resultado, las semillas son menos densas.

- Por su parte, los "Hard Bean" (HB) o High Grown (HG), son terminus que suelen usarse para identificar los cafés que se cultivan en terrenos situados entre los 1.200 m.s.n.m y los 1.370 m.s.n.m. A estas alturas, la atmósfera es fría y la menor cantidad de oxígeno ralentiza el desarrollo de la fruta, lo que le da la oportunidad de almacenar más azúcar y espesar y ganar densidad.

- Por encima de los 1.370 m.s.n.m, la unificación de criterios entre orígenes suele ser mucho más divergente, pudiendo encontrar cafés cultivados por encima de este margen, clasificados como Strictly Hard Bean (SHB) y otros como Strictly High Grown (SHG).

Estas clasificaciones ponen el foco en la altura como elemento determinante para clasificar la densidad de los cafés, pero existen otros factores importantes que pueden interferir en este aspecto y van desde la especie y variedad de café, al método de procesamiento y también, a determinadas prácticas que se utilizan en algunas plantaciones a alturas bajas y medias para emular ciertas condiciones más propias de cafetales ubicados a mayor elevación.

Por ejemplo, en muchos cafetales se utilizan árboles frutales y otras plantas para proporcionar sombra a los cafetos. Esto provoca que la planta y por ende las cerezas se vean sometidas a temperaturas más bajas, como sucede en cafetales a mayor elevación, provocando una respiración celular más lenta, un retraso en la maduración y una mayor densidad. Algo similar sucede, cuanto más cerca se plantan los cafetos entre sí y cuando se plantan, también, en pendiente, en la cara norte de las montañas, para que el sol no incida directamente en las plantas.

Fuente: Mason Wilson

CALIDAD

“ASPIRAR A CANTIDAD Y CALIDAD DE FORMA SIMULTÁNEA, NO ES UNA UTOPIÍA”

Javier Marín Bastidas, Laguna Coffee Estate

Javier Marín Bastidas es propietario y gerente de la finca Laguna Coffee Estate de Venezuela y ha emprendido la no sencilla tarea de democratizar el café de alta calidad. Su ambición es que los cafés diferenciados de pequeños productores como él, puedan llegar a todo el mundo y su meta es apuntar a cantidad con calidad.



Laguna Coffee Estate ha sido el primer productor venezolano que ha logrado colocar un café Robusta en la categoría de Finos. Están experimentando con variedades como Castillo, Villanueva y Bourbon Rosado procedentes de Colombia y probando todo tipo de procesos, incluida una innovadora fermentación anaeróbica prolongada, que están marcando diferencias.

Javier Marín Bastidas nos explica sus planes con su café y cómo una finca cafetalera de 1842 se está convirtiendo en puntal de innovación destacado en la caficultura venezolana actual.

“Hace 30 años me enamoré de la hija de un caficultor y desde ese punto el café ha representado en mi vida una forma de existir de cada día. Cuando su padre falleció nos hicimos cargo de una de sus fincas sembrando Catuai y Colombia Suprema. No sabíamos nada de café, pero queríamos aprender. Compramos la Hacienda Las Lagunas, que llamamos Laguna Coffee Estate y comenzamos a reestructurarla con el objetivo de lograr llevar su producción a un nivel mucho más alto del que hasta ahora había ostentado.

La Laguna Coffee Estate, cuyos orígenes se remontan a tiempos de la post-guerra de independencia venezolana de España, está ubicada en el Municipio Montes, Estado Sucre en Venezuela, a 1300 m.s.n.m en latitud norte 10, a una distancia longitudinal al mar de 60 kilómetros, y esta situación geográfica aporta a nuestros cafés fragancias florales y frutales únicas, además de notas a tamarindo,

fresas, cerezas, piña, frutos secos entre otros atributos que aportan un excelente cuerpo y sedosidad a nuestra bebida en taza.

FINCA EXPERIMENTAL

En la finca procuramos que todo funcione como un reloj. Tenemos una programación de labores mensuales que incluyen aplicación de fertilizantes foliares, limpiezas mecánicas o manuales, aplicación de fungicidas e insecticidas orgánicos producidos en Venezuela. Estos trabajos los llevamos a cabo con la ayuda de nuestro personal fijo, 3 hombres y 6 mujeres que realizan las tareas diarias. Quien lidera los procesos es una espléndida mujer que supervisa la cosecha y también, el secado de los cafés en el invernadero.

En la actualidad tenemos sembrado, Typica, Bourbon Rojo y Amarillo y Monteclaro que es una variedad tolerante a la roya, desarrollada en Venezuela por nuestros investigadores del Instituto Nacional de Especies Agrícolas (INEA).

Adicionalmente, en el 2021 y este año estamos sembrando 150.000 plantas de la variedad Castillo procedente de Quindío, Colombia, la cual lleva el nombre de Naranjal, y de la Variedad Villa Nueva de la zona de nuestros Andes, ambas de alta producción y tolerantes a roya. También sembramos de forma experimental y de adaptación, el Bourbon Rosado procedente del Huila Colombiano.

Apuntar a cantidad con calidad es nuestra meta sin descuidar a los cafés

diferenciados y hacer del café de un pequeño productor una excelente experiencia sensorial que llegue a todo tipo de consumidor.

Hemos desarrollados Lavados, Naturales, Fermentaciones Anaeróbicas con frutas y levaduras, y estamos probando una fermentación anaeróbica prolongada a una temperatura de 7°C, que nos está permitiendo obtener cafés con fragancias a dulce de leche y limón, notas a toronjas y cuerpo denso, ideales para el espresso perfecto.

PROSPERIDAD CAFETERA

Esperamos que todos estos esfuerzos nos reporten mucha prosperidad y crecimiento en los años venideros y, como a nosotros, también, a muchas otras familias, ahora que las autoridades venezolanas se han dado cuenta de que los cafés de especialidad y de alta calidad pueden representar ingresos por exportaciones.

Se acaba de convocar el I Encuentro del Café de Especialidad de Venezuela donde esperamos encontrar juntos las herramientas que nos permitan a los productores llegar a mercados de mayor ingreso y sostenibilidad para nuestras unidades de producción agrícola.

Nuevas generaciones han tomado la batuta en las fincas cafetaleras de nuestro país para buscar cantidad y calidad de forma simultánea, y son muchos los jóvenes que se están preparando en toda la cadena de valor para llegar lejos.

Sinceramente, creo que nos encontramos ante un ciclo que se cierra cada vez más. Anteriormente, mi suegro se preocupaba mucho por la calidad de la cosecha y la poscosecha, sin embargo, la producción de petróleo y el alto precio del barril hizo que muchos de los hijos de estos productores se fueran del campo y ahora están regresando, pero con una mente más abierta que en corto tiempo llevara a la caficultura venezolana nuevamente a los laureles que sostuvo durante los años 1800 al 1900, cuando fuimos el mayor productor de café del mundo, nuestras exportaciones llagaban al puerto de Cádiz en España y se cotizaba mejor que el cacao” ■



Primera promoción de Formadores Homologados Fórum Café. Noviembre 2013



25 años de Formación en Fórum Café

Empezar casi de cero

En nuestro objetivo puesto en la divulgación de la Cultura del Café, la formación en torno a este producto ha sido y continúa siendo una de las piedras angulares del trabajo que lleva a cabo Fórum Café, entendiendo esta transmisión de conocimientos como la mejor herramienta para calificar el mercado y hacer aflorar la calidad como elemento indispensable de promoción del café entre los consumidores, y favoreciendo, además, que las empresas asentadas en la buena gestión, en el servicio y en la calidad tengan un ancho campo en el que basar su desarrollo.

Y es así que desde que se fundó Fórum Café hace 25 años, nuestra entidad ha desarrollado diferentes planes formativos dirigidos a cubrir a toda la cadena de valor del café en destino, esto es, tostadores, hosteleros y también, consumidores, además de académicos y otros profesionales que han visto en la ampliación de sus conocimientos sobre café, una vía para añadir valor a su trabajo.

Entre las primeras acciones que se llevaron a cabo en relación con la formación en Fórum Café fue la creación de material de apoyo que contribuyera a una mejor difusión de los conocimientos sobre café. En los años que Fórum Café iniciaba su andadura, el acceso a información en torno al este producto era muy limitada y aunque si existían algunos libros de referencia, el hecho de estar escritos en un idioma diferente al nuestro y a menudo, con tecnicismos complicados, los hacía poco atractivos para muchos. Es así que Fórum Café emprendió un proyecto para crear nuevos materiales en los que apoyar las formaciones que ya se empezaban a ofrecer a pequeños grupos de consumidores y, también, profesionales de la hostelería, generalmente miembros de asociaciones profesionales, estimulados por conocer más de un producto del que sabían poco más que era una bebida negra e intensa.

Fue, así, que esos primeros años se realizó la primera edición de los conocidos pósters de Fórum Café, "Tipos de Café", "Proceso del Café" y "El Café" que recogían, de forma gráfica, información relevante sobre diferentes aspectos del producto.



Aula de Formación Albert Solà en las instalaciones de Fórum Café de Hospitalet de Llobregat

El éxito de estos carteles y el interés, en este caso de la propia industria, por materiales similares, pero de mayor especialización, propició que en otoño del año 2000 se lanzará una nueva edición de pósters, esta vez dedicados a los "Sistemas de tueste" y "Los defectos del Café Verde" que completarían la colección de estos cinco carteles clásicos de Fórum Café que pasaron a presidir durante años las salas de cata y laboratorios de muchas empresas tostadoras de nuestro país que, finalmente, podían disponer de materiales didácticos para pro-vecho de sus colaboradores.

Y mientras se iniciaba este trabajo de creación de materiales de divulgación sobre el café, Fórum Café ponía a prueba en encuentros profesionales como Hostelco, sesiones formativas que posteriormente, con más contenidos y mayor duración, fueron configurando, poco a poco, la oferta de cursos de la Asociación. El espresso, por ejemplo, fue el tema vehicular de las sesiones convocadas en Hostelco 2000, donde se organizaron talleres formativos de cata y se invitó a Luigi Odello, en aquel momento, secretario general del "Istituto Nazionale Espresso Italiano" para dirigir una sesión sobre la "Valoración sensorial del café espresso italiano". Parte de los contenidos de esta sesión pasaron a formar parte de uno de los primeros cursos en VHS editados por Fórum Café y distribuidos por nuestra entidad.

En mayo del 2000 nacía esta revista con vocación de convertirse en un material adicional de formación para el sector y los consumidores. Con este objetivo, la revista ha ido evolucionando a lo largo de los años, profesionalizando sus contenidos a medida que se incrementaba el conocimiento sobre café en nuestro país. En este camino, la revista ha ido sumando, además, la colaboración de expertos del sector del café, tanto españoles como de todo el mundo, que cada uno, desde su ámbito de especialización, permiten sumar hoy, en

nuestras páginas, una amplia oferta informativa y formativa sobre café.

Arrancado el nuevo milenio, en 2002, Albert Solà, primer director de Fórum Café, iniciaba su Ruta del Café en velero y en solitario alrededor del mundo, en la que recopiló gran cantidad de información que hoy forma parte del fondo documental de nuestra entidad y que dio pie a tres libros sobre café, "La Ruta del Café" 1 y 2 y "Sabor de Café", una excelente obra sobre orígenes, cultivo, procesos y preparación de café, imprescindible todavía hoy, para todos los que se quieren formar en el conocimiento de este producto.

Primera Aula de Formación

Empezaba a quedar atrás la etapa del monopolio del café por parte del estado y las empresas tostadoras avanzaban en la generación de valor para su producto, propiciando una mayor demanda de formación que Fórum Café respondió con la creación de un programa de cursos básicos introductorios al mundo del café que se encargaban de ofrecer los propios miembros de la junta, allí donde se solicitaban.

La demanda de este tipo de cursos, tanto para profesionales como para amantes del café en su versión más reducida, crecía en paralelo a la referencia de Fórum Café, lo que propició el diseño de nuevos contenidos formativos para ambos colectivos y, también, la inauguración, en 2005, de la primera Aula de Formación Fórum Café, instalada en las oficinas de la Asociación, inauguradas un año antes en Barcelona.

El Aula, con capacidad para 30 personas, se equipó con material de laboratorio, mesa de cata, con máquinas de café, molinos y tostadora que cedieron

socios de la entidad, y todos los elementos necesarios para ofrecer la mejor formación teórica y práctica a los alumnos interesados. La primera sesión de formación que se realizó fue a personal de la Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Barcelona, responsables del programa de actividades del "Año Gastronómico" de esta ciudad, en el que el café tuvo su margen de protagonismo.

Esta Aula de Formación, años después, tomaría el nombre de Aula Albert Solà, en recuerdo a nuestro primer director y a su trabajo en la divulgación de conocimientos sobre café. Hoy día, el Aula de Formación de Fórum Café, ubicada en las nuevas instalaciones de la Asociación en Hospitalet de Llobregat, sigue manteniendo este nombre.

Formación para todos

En 2004, Fórum Café había estrenado su colaboración con el mundo académico, que todavía hoy perdura, y el 30 de marzo de ese año, la sala del Rectorado de la Universidad de Barcelona acogía, por primera vez, a cerca de un centenar de profesionales del mundo del café y a expertos en economía y en finanzas para participar en las Jornadas sobre "El Comercio del Café: Economía y Cultura para el futuro".

Con este tipo de colaboraciones, el objetivo era ampliar el radio de acción formativo de nuestra Asociación que, en lo sucesivo, llegó a colectivos y ámbitos tan diversos, como los turroneiros de Xixona, periodistas, sumilleros, expertos gastronómicos y por supuesto, también, a las empresas del sector café, profesionales de bares y restaurantes y escuelas de hostelería, que como la Hofmann, ya en 2005, incorporaba los cursos de Fórum Café como oferta formativa para sus alumnos.



Fórum Café ha organizado diversas sesiones formativas dirigidas a periodistas

Además, Fórum ya disponía en aquellos momentos de una oferta de cursos semiestandarizados que miembros de la entidad empezaban a impartir bajo demanda en las sedes de algunos socios, a los que también se les daba la oportunidad de acoger en sus centros, algunas de las formaciones especiales que se organizaban en ciudades como Madrid o Barcelona, como el exitoso "Seminario de Cata de Cafés", dirigido por Omar Mercado y Roy Gámez de Honduras.

Formación especializada

El 2006, el año de la primera edición del Campeonato Nacional de Baristas dio pie a un importante paso adelante en la oferta formativa de Fórum. Por primera vez, la entidad contaba con diversos miembros homologados por la WBC como Jueces Baristas y las empresas tostadoras y profesionales más inquietos del sector hostelero, se fijaban en la formación como el mejor camino para conseguir llegar a lo alto del pódium barista. Años más tarde, Fórum Café creó su propio programa de homologación de Jueces.

Con los campeonatos en marcha, se iniciaron nuevas colaboraciones con escuelas, institutos profesionales y empresas y se creó un programa de formación completo, ofreciendo la posibilidad de adaptar esta oferta de cursos a las diferentes necesidades de cada empresa o escuela. Fue en esta época que se distribuyó la primera edición de "Solo Café", un libro de bolsillo editado por Fórum Café, como material divulgativo complementario para todos los cursos que se impartían en ese momento.

De hecho, la demanda creciente de formaciones propició, además, el establecimiento de un Departamento de Formación estable dentro de la Asociación, con un equipo colaborador de profesionales del sector, a través de los cuales, los cursos de Fórum Café empezaron a llegar a toda la geografía de nuestro país. Además, durante el 2008 se cerraron acuerdos con instituciones como el IFI que permitieron ampliar, aún más, el radio de acción de las formaciones ofrecidas por nuestra Asociación, mientras que la oferta de clases personalizadas levantaba el interés de muchas empresas del sector que solicitaban los cursos a medida para su personal y clientes.

En aquellos momentos, los cursos de introducción al mundo del café eran los más populares entre los consumidores, mientras que los dedicados a la cata de café, a los procesos de compra de café verde o al espresso eran los que más demanda de plazas recibían por parte de los profesionales del sector. En todos los casos, el éxito de estas formaciones se basaba y se sigue basando a día de hoy en los cursos Fórum, en la combinación de teoría y práctica y el aliciente, porque no decirlo, de recibir un diploma acreditativo de la formación al superar los contenidos impartidos.

La Formación de café en las Escuelas de Hostelería

Este mismo formato combinado de enseñanza se extrapoló a las primeras escuelas de hostelería que ante la aparición de la figura del barista en la profesión y el incipiente interés por el café que se empezaba a percibir en la calle con numerosos nuevos Coffee Shops abiertos al público, solicitaban la colaboración de Fórum Café para formar a sus alumnos. Aragón lideró esta nueva demanda que poco tiempo después contaría con un programa específico dentro de la oferta formativa de la Asociación. En paralelo, se llegaron a acuerdos como el suscrito con el IES Escola d'Hosteleria i Restauració de Barcelona, que permitía a los socios de nuestra entidad utilizar las instalaciones de esta escuela para actividades formativas, a cambio de la organización de cursos



Curso de introducción a la cata de café en las antiguas instalaciones de Fórum Café. 2014

específicos sobre café por parte del Fórum, dirigidos a los alumnos de primer y tercer grado de esta escuela.

Los cursos lograban atraer cada vez a más público y fue en esta época que incluso se impartieron algunas formaciones en Andorra. Además, a la oferta formativa de la Asociación se incorporaban nuevas temáticas como la importancia del agua para la preparación del espresso, el latte art o la preparación de cócteles con café, entre otros.

En 2009, con los campeonatos baristas ya rodados, su creciente popularidad propició el efecto buscado para atraer la atención de los profesionales de la hostelería hacia el café. Las eliminatorias y semifinales de las competiciones autonómicas consiguieron dar cabida a un amplio número de baristas que llegaron o no a clasificarse para las fases finales, se preocupaban, con la ayuda de su proveedor de café, por formarse y adquirir nuevos conocimientos que les sirvieran para sus ejercicios pero, sobre todo, para su día a día en el establecimiento.

En el año 2010, en una época de incertidumbre, Fórum Café apostó por buscar nuevos alicientes en materia de formación, y fue entonces que se sumaron nuevos cursos sobre técnicas baristas avanzadas o preparación del espresso y se organizaron los primeros ciclos de seminarios que se estrenaron con la exitosa convocatoria del "Coffee Chemistry", sobre la química del café, ciencia del gusto y aroma de este producto y su evaluación sensorial.

Formaciones acreditadas

A este periodo le siguió otro de grandes cambios, en el que la formación de Fórum Café recibió el aval y crédito de la Federación Española de Hostelería y la Federación Española del Café con el objetivo de impulsar programas formativos unificados en las escuelas de hostelería y también para las empresas del sector.

Desde hacía ya un tiempo, Fórum Café, a través de diversos de sus socios ya estaba colaborando en escuelas de Aragón, Cataluña, Madrid, País Vasco, ... y, ahora, el objetivo era no solo ofrecer a todas las escuelas del país un programa unificado, sino maximizar al máximo esta formación, preparando no a los alumnos como habíamos venido haciendo hasta al momento, sino a sus profesores, de manera que luego estos pudieran hacer lo propio con sus estudiantes.

A partir de 2013, pues, se creó el programa de Homologación de Formadores para crear una bolsa activa de profesores con capacidad de contribuir a este nuevo reto formativo de Fórum Café. Los aspirantes, todos profesionales del sector, debían superar un completo curso con pruebas teóricas y prácticas para poder obtener su homologación. En un acto oficial, en el marco de la final del Campeonato Nacional de Baristas, celebrado en San Sebastián en noviembre de 2013, la primera promoción de profesores homologados Fórum Café recibía su acreditación.

Datan también de esta época, los primeros contactos con la Federación Española de Hostelería y con gobiernos autonómicos, como el aragonés o el catalán, para conseguir la oficialidad de la cualificación profesional de la figura del barista.

El 2013 fue, también, el año del lanzamiento del video sobre "Técnicas Baristas" editado por Fórum Café. Diecinueve minutos, de inicio a fin, con información sobre café y diversos "paso a paso" del trabajo frente a la máquina espresso, el molino y elaboración de bebidas. El video, que se compartió con toda la comunidad cafetera a través del canal de Youtube de Fórum Café, recibió miles de visitas en pocos días y entró a formar parte del material básico de todas las formaciones de nuestra Asociación.

España Q-Grader

Si dejar de apretar el acelerador, Fórum Café, en 2014, cerraba un nuevo acuerdo de colaboración en materia formativa, en este caso con el Coffee Quality Institute que nos permitió ofrecer a las empresas españolas del sector, la formación en cata de café con mayor prestigio internacional, la licenciatura Q-Grader, que cursaron profesionales de diversos ámbitos del café de nuestro país, desde directivos y gestores de calidad, a comerciales, importadores y baristas.

Esta formación, muy exigente en todos sus sentidos, con una veintena de evaluaciones puntuables, era totalmente novedosa en Europa, donde además de en España, solo se había convocado, en aquellos momentos, en Noruega, posicionando a los licenciados Q-Grader españoles a la cabeza de los profesionales del continente.

Con la demanda de las escuelas de hostelería cubierta, Fórum Café siguió poniendo el foco en el propio sector, desarrollando nuevas propuestas formativas que dieron como resultado, seminarios como "Coffee Process", especializado en el tueste y proceso de café e íntegramente desarrollado por el departamento de formación de Fórum Café, con Josep Rovira, a la cabeza; o jornadas como las de "Marketing y Café", en

2015, en las que la digitalización del sector ya fue puesta a debate y planteada como un proyecto de presente y no de futuro como muchos presuponian.

Formación e innovación

La formación como la mejor vacuna contra el miedo a la innovación podríamos decir que fue el punto de partida de muchas de las novedades en formación que llegarían los años siguientes.

Fórum Café cerró, por ejemplo, un interesante acuerdo en materia de investigación con la Universidad de Barcelona, cuyos estudios permitieron ampliar los contenidos de las formaciones de Fórum Café en temas como el aroma del café y, en especial, en su relación directa con la calidad sensorial y la aceptabilidad por parte del consumidor.

Entretanto, además, la participación de Fórum Café en certámenes feriales de Ifema, Feria de Málaga, Feria de Barcelona y otros crecía y en todas estas colaboraciones, el componente divulgador y formativo de nuestra entidad se veía reforzado con la organización de sesiones, mesas de debate y talleres sobre múltiples aspectos del café, desde la relación café-salud, al café en el segmento del vending, pasando por técnicas baristas, o la cata de nuevos orígenes.

Repositorio sobre café y nueva aula de formación

En 2017, estrenábamos una nueva web que se convirtió desde el inicio en uno de los mayores repositorios de información sobre café, habilitados por una asociación del sector, hasta el momento. Y es que la web, además de incorporar nuevas funcionalidades de comunicación y gestión, incluía una biblioteca temática sobre café, con todos los artículos de esta revista clasificados, para su libre consulta.

Además, entre las nuevas opciones de la web, destacaba un innovador sistema de reserva de plaza para los cursos y homologaciones de Fórum Café, todavía hoy activo, que permite tramitar de forma muy y sencilla la participación en cualquiera de las formaciones organizadas por nuestra Asociación y que, a fecha de hoy, cubren la práctica totalidad de ámbitos y segmentos del café.

En este mismo año, inaugurábamos las actuales instalaciones de Fórum

Café, que entre sus mayores atractivos cuenta con una espaciosa aula de 70 m² equipada con los equipos más innovadores del mercado y todo el menaje y complementos para ofrecer todo tipo de cursos en torno a las técnicas baristas, tueste y cata de café.

Desde el primer día, en esta aula se mantiene un programa estable de formaciones que se compagina con la oferta de cursos que Fórum Café también ofrece puntualmente en otros puntos del país, a través de su red de formadores homologados.

Actualmente, nuestra entidad cuenta con cerca de una veintena de cursos sobre café en su programa de formación, con propuestas pensadas para el desarrollo y aprendizaje práctico vinculado al mundo del café. Todas estas formaciones están certificadas por Fórum Café y la Federación Española del Café, y diversas de ellas, además, por la SCA.

Nuevos formatos

Ya esta oferta, Fórum Café ha incorporado recientemente, también, nuevas propuestas adaptadas a la demanda actual. Son un ejemplo, los "Coffe-Shots", unos prácticos videos formativos a modo de videoblog que abordan diferentes cuestiones relacionadas con la preparación del café.

Además, Fórum Café está trabajando en el diseño de un programa de formación online sobre café que nos permitirá llevar los contenidos de nuestros cursos a todos los rincones del país y del mundo. En paralelo, se sigue trabajando con instituciones de otros países para propiciar formaciones sobre aspectos que implican a otros eslabones de la cadena de valor del café y cuyo conocimiento aporta, al resto de actores, nuevas habilidades para trabajar mejor su café. Sirvan, como ejemplo, el Seminario sobre "Microbiología de la Fermentación"; el Webinar sobre "Oportunidades en España para los cafés de especialidad de Brasil" o el taller de cata brasileña con cafés colombianos del 6º concurso "Colombia, Tierra y Diversidad".

Mientras cerramos la edición de esta revista, el Aula Albert Solà de Fórum Café funciona a pleno rendimiento con nuevos alumnos ansiosos de adquirir nuevos conocimientos y un programa formativo para este 2022, con interesantes propuestas que vale la pena no dejarse perder.

La formación es igual o más importante que la experiencia y el aprendizaje continuo y, también, la pasión, nos permite mejorar constantemente en nuestra profesión. En Fórum Café estamos convencidos de ello y por esta razón, la formación en materia de café ha sido, es y continuará siendo objetivo prioritario de nuestro trabajo. ■

CALIDAD

“BRASIL ES UN SÓLIDO PRODUCTOR NO SOLO DE CANTIDAD SINO, TAMBIÉN, DE CAFÉS ESPECIALES SOSTENIBLES Y DE ALTA CALIDAD”

Henrique Cambraia, presidente de la BSCA

La BSCA, Brazil Specialty Coffee Association estrena nueva presidencia con el firme objetivo de dar continuidad al trabajo realizado hasta el momento y mostrar y demostrar que su país, además de primer productor mundial de café por cantidad, es, también, un origen que produce Cafés Especiales muy competitivos, incluidos Robustas de Especialidad, tanto por sus características sensoriales como por la producción sostenible que los avala.

Henrique Cambraia es caficultor de cuarta generación y el nuevo presidente de la BSCA, Brazil Specialty Coffee Association. Cuando se hizo cargo de la explotación familiar, la Fazenda Samambaia, tenía solo 20 años y tras descubrir el Café de Especialidad en algunas tiendas y tostadores de Estados Unidos y comprobar que ninguno de esos granos eran de origen brasileño, se propuso acabar con esa situación.

Desde finales de los '90 es miembro de la BSCA y ahora, entre los objetivos de su nueva responsabilidad al frente de esta entidad, destaca su deseo de consolidar la introducción en el Mercado de Especialidad de nuevos perfiles de cafés brasileños que producen los miembros de la BSCA, incluidos nuevos procesos de fermentación y Cafés Robustas de Especialidad.

¿Cuáles son las características del Café Brasileño de Especialidad?

Nuestro país ofrece una estantería completa de Cafés Especiales y resulta una ventanilla única para los granos de café verde de alta calidad. En Brasil es posible encontrar hermosos lotes de café con perfiles de taza consistentes, cultivo tras cultivo. Y lo más importante, café sostenible de calidad, como en ningún otro país.

Los Cafés Brasileños de Especialidad - desde mezclas de alta calidad hasta los nano lotes exóticos -, abarcan una amplia gama de sabores y perfiles. Varietales únicos y exclusivos, cafés arábicas de más de 90 puntos, perfiles de ventosas, nunca antes imaginados y excelentes robustas procesados con fermentación controlada, son parte de nuestra oferta que cuidamos y trabajamos para consolidar y aumentar.

¿Qué objetivos tiene el Café Brasileño de Especialidad en el mercado internacional?

No podemos seguir viendo al mercado del café como una cadena de eslabones separados. Los productores deben trabajar en estrecha colaboración con la industria y los



proveedores de servicios para brindar una gran experiencia a los consumidores de café. De lo contrario, los consumidores pueden dividirse en bebedores de cafeína y amantes del café. Y hay muchos productos sustitutivos en cualquiera de estos mercados.

Así pues, veo en los perfiles de cata más altos, el aumento de la calidad de la experiencia en la taza y la transparencia en la cadena, las mejores herramientas para aumentar aún más la porción del pastel del Café Brasileño de Especialidad en el mercado del café.

BSCA fue la primera entidad dedicada a la calidad del café que admitió a productores de café Robusta entre sus miembros. ¿Qué trabajo están haciendo con los Cafés Robusta de Especialidad?

El mismo que venimos haciendo con los arábicas en los últimos años. Educación, sesiones de cata, compartir prácticas de cultivo sostenible, ...

Tenemos que ver a los Cafés Robustas de Especialidad como un elemento integral del futuro próximo en la cadena de suministro de Cafés Especiales. Debemos pensar en la experiencia del consumidor de café y puedo avanzar que en breve se viene un programa innovador para los Cafés Robustas de

Especialidad que contribuirá a su posicionamiento definitivo en el mercado.

¿Cuál es su visión del Café Brasileño de Especialidad a corto y medio plazo?

En estos momentos en BSCA estamos trabajando en la actualización de nuestro plan estratégico y posicionamiento del Café Brasileño de Especialidad durante la próxima década. Y está claro que en este objetivo de consolidación hay dos puntos en los que tenemos que centrarnos. Por un lado, debemos conseguir que las prácticas sostenibles sean obligatorias para toda la cadena, no exclusivamente en la finca, sino hasta el final de la cadena, es decir, en la taza (ESG en la voz de los consumidores finales, es decir, mejores prácticas ambientales, sociales y de gobierno de las empresas). Y en segundo lugar, y no menos importante, tenemos el desafío de consolidar en el mercado la imagen de que Brasil produce una amplia gama de sabores y perfiles que pueden encajar en cualquier tipo de mezcla o de un solo origen, con total trazabilidad, transparencia y sostenibilidad.

BSCA ofrece al café brasileño un valor agregado relevante, asegurando calidad, facilitando las exportaciones y promoviendo los mejores cafés del país. ¿Cómo plantean seguir asegurando este valor?

Con Alliance for Coffee Excellence (ACE), preparamos la presentación de dos nuevos premios que resultarán toda una innovación y estamos mejorando el apoyo ofrecido a otros concursos de café nacionales.

Gracias a la colaboración con nuevas plataformas comerciales, BSCA podrá abrir, también, nuevos mercados.

Y por último, pero no menos importante, estamos brindando programas educativos en todos los eslabones de la cadena del café, ya que creemos que la educación es la forma más efectiva de conectar a todos estos actores ■

CALIDAD

EL CAFÉ BRASILEÑO DE ESPECIALIDAD, AYER, HOY Y EN EL FUTURO

En las últimas tres décadas el desarrollo del Café Brasileño de Especialidad ha sido constante hasta llegar a unos niveles de calidad que los iguala a algunos de los orígenes más preciados en este segmento de cafés. Durante este tránsito, se han adaptado a las nuevas demandas del mercado e incluso, en algunos aspectos, se han adelantado a determinadas exigencias, lo que les da una posición de ventaja en aspectos hoy tan importantes como, por ejemplo, la sostenibilidad.



A principios de los '90, los productores brasileños abordaban la calidad del café a través del procesamiento de sus granos - natural, despulpado natural y lavado - y fue en esa época que comenzaron a exportar directamente sus Cafés Especiales a Europa y Estados Unidos.

Una década después, en el 2000, el Mercado de Especialidades comenzó a exigir prácticas sostenibles y desde la Brazil Specialty Coffee Association, BSCA, propiciamos ya que nuestros socios comenzaran a certificar buenas prácticas agrícolas. En esos años, arrancaron diversos concursos de calidad que atrajeron la atención de muchos productores y como resultado, muchas regiones y caficultores se sintieron motivados por los premios y aumentaron su enfoque hacia el Mercado de Especialidad. Además, las ferias de café en Estados Unidos, Europa y Japón se hicieron más populares y brindaron oportunidades para conectar a los productores con las cadenas de alta gama de todo el mundo.

ORGULLO CAFETERO

Llegados al 2010, la BSCA había consolidado definitivamente la imagen de Brasil como un sólido productor de Cafés Especiales. La asociación asistió a muchas ferias sectoriales y organizó exhibiciones de café y sesiones de cata en todos los continentes. Las relaciones con los países consumidores y las asociaciones de Cafés Especiales crecieron, y los miembros de la Brazil Specialty Coffee Association consiguieron desarrollar una relación directa con compradores, importadores, tostadores y cadenas de café, que se ha ido ampliando, año tras año.

A fecha de hoy, y desde la perspectiva del productor, el sector de los Cafés Brasileños de Especialidad está creciendo "sin parar". Las nuevas generaciones de caficultores están volviendo a sus orígenes y recuperando el orgullo de ser productor de café. Están introduciendo nuevos procesos de poscosecha, están aprendiendo cada vez más sobre la cata y la evaluación de la calidad y están mucho más conectados con toda la cadena del café.

Se están introduciendo, además, nuevas variedades y técnicas de cultivo y los caficultores no solo están reduciendo el uso de agroquímicos y sumando más controles biológicos en sus fincas, sino que el aumento del uso de fertilizantes orgánicos está mejorando las condiciones del suelo a través de una mejor conservación. Todas estas iniciativas están

llevando a Brasil a ser una nación en crecimiento aún más sostenible, capaz de prosperar en condiciones climáticas volátiles.

EVOLUCIÓN DE PARADIGMAS

Ahora bien, sin duda, el cambio más grande de los últimos 10 años, ha sido el del propio concepto de Café Especial. Y es que hoy ya a no podemos decir que un café es de Especialidad únicamente por su puntuación en cata. Para serlo, además, tiene que añadir prácticas sostenibles obligatorias.

La trazabilidad completa es una obligación. Tenemos que conocer la verdadera historia de ese café, desde el mismo momento en que se planta. Hay que mostrar la cara de ese productor en concreto que lo está cuidando y, además, se debe exigir transparencia a lo largo de toda la cadena. Del grano a la taza es importante distribuir el valor que los consumidores finales están dispuestos a pagar.

La rentabilidad tiene que ser sostenible. Nadie invertirá en mejores prácticas si no tiene al menos cubiertas sus necesidades básicas. En aspectos sociales, los pequeños cafetaleros tienen que compartir dentro de su comunidad todos los beneficios que pueden agregar a sus granos. Los agricultores deben cuidar a sus empleados, sus familias y las comunidades circundantes. Y no menos relevante, todos los miembros de la cadena deben aplicar procedimientos ambientales naturales a sus prácticas diarias para que se puedan reducir los problemas futuros. Esto significa "todos", desde productores hasta tostadores. Todos tenemos la misma responsabilidad de transmitir un mundo mejor a las generaciones venideras. Y para BSCA, una taza de café de especialidad, más que nunca, debe combinar todo esto.

EL FUTURO

El Mercado de Cafés Especiales para los próximos años se proyecta creciente, tanto fuera del país como en el ámbito doméstico.

En Brasil estamos cerca de alcanzar el consumo de 25 millones de sacos de café en un año, consolidándonos como uno de los dos principales países consumidores del mundo. Los nuevos hábitos de consumo son cada vez más evidentes y la demanda de Cafés Especiales también ha aumentado considerablemente.

Durante la pandemia, los consumidores domésticos comenzaron a beber una gran cantidad de café en casa y la nueva generación de consumidores demanda, más que nunca, cafés con perfiles únicos. Quieren conectarse con los productores, conocer sus historias y exigen toda la información que hay detrás de esa taza de café que están degustando.

Con el aumento del poder adquisitivo brasileño y la próxima generación de jóvenes bebiendo Cafés Especiales, no tengo ninguna duda de que nuestros Cafés de Especialidad aumentaran aún más su demanda y que, además, Brasil pronto será, también, un mercado sólido para este tipo de cafés de alta calidad ■

Henrique Cambraia
Presidente de la BSCA

UNIVERSO BARISTA

“MUCHA GENTE QUE UTILIZA LA AEROPRESS DESCONOCE EL POTENCIAL DE ESTA CAFETERA”

TUOMAS MERIKANTO, CAMPEÓN MUNDIAL DE AEROPRESS

El Campeonato Mundial de AeroPress, WAC 2021, ha resultado bastante diferente. En el primer WAC virtual, los campeones nacionales presentaron sus recetas y un equipo de tres baristas las ejecutó por ellos en Melbourne, Australia. La receta de Tuomas Merikanto resultó la ganadora y el finlandés fue proclamado Campeón Mundial de AeroPress.



Pocas veces la historia de un campeón del mundo es tan sorprendente como la del finlandés Tuomas Merikanto, quien ha accedido a lo más alto del pódium mundial de AeroPress tan solo un año después de empezar a trabajar como barista y sin presentarse frente a los jueces.

“Antes de entrar en Kahiwa Coffee & Wine mi experiencia en la preparación de café era nula. Tras mi triunfo no hay ninguna historia de relación con este producto que contar. Soy cien por cien nuevo en la escena del café. El título mundial ha sido una sorpresa para mí”, nos explica este barista de 25 años, cuya receta se impuso a la de los otros 44 campeones y campeonas nacionales participantes en una edición totalmente atípica del World Aeropress Championship, celebrada el pasado mes de marzo en Melbourne, Australia.

Y es que a causa de la pandemia y con el objetivo de evitar un campeonato descafeinado, con bajas provocadas por las restricciones de movilidad de viajeros vigentes todavía en ese momento, la organización decidió celebrar la competición sin presencia de los participantes. En su lugar, encargaron a los baristas, Dylan Johnson, Fran Lee y Kurtis Tupangaia que replicasen frente a los jueces las recetas enviadas por cada campeón para el evento.

“Los campeonatos de AeroPress son pruebas accesibles para los que no tenemos experiencia y las mejores para comenzar a competir”, asegura Merikanto quien, ve en este método de preparación una opción muy atractiva para preparar café. “Creo que la AeroPress es la cafetera más versátil que

existe. Puedes jugar con las recetas y encontrar la perfecta para cada café. ¡Así que es muy divertido! Mucha gente, sin embargo, no logra entender su potencial con solo cambiar ratios, temperaturas...”

Y como ejemplo de ello su propia receta para el mundial, preparada exactamente con el mismo café que el resto de los competidores - un café lavado de San Marcos, Guatemala, concretamente de la Finca Noelia, propiedad del caficultor Pablo Bamaca -, pero mejor valorada por los jueces por su capacidad para exaltar de forma especial todas las calidades de ese café.

“Logré el título mundial con una receta de AeroPress de doble filtro inverso que pre-

sentaba una temperatura inicial del agua relativamente baja, 80°C. Mi idea original era replicar la misma receta con la que gané el campeonato nacional, pero cuando la probé con el café del mundial no funcionaba. La taza presentaba una astringencia demasiado marcada. Así que estuve probando y probando, baje la temperatura del agua, utilicé una molienda más gruesa y agité menos. Y aunque explicado ahora, parece algo fácil, no lo fue. Quería una receta perfecta que no resultara complicada de replicar”. ¡Y Tuomas dio en el clavo! Así lo demuestra su título mundial que lo avala como el mejor barista de AeroPress del mundo. ■

LA RECETA

Método: Invertido

Filtros: Dos

Enjuagado: Sí

Dosis: 18 gr.

Fórmula de agua de tercera ola: Fórmula 2: 100% espresso

Configuración de molienda: Gruesa

Cantidad de agua: 200 gr.

Temperatura del agua: 80 °C

Café: Mezcla Bourbon y Caturra de la Finca Noelia (Guatemala). Beneficio: Fermentación de 18-28 horas. Lavado.

ELABORACIÓN

- Añadir los 18 gr. de café en la AeroPress invertida
- **0 s a 10 s** Agregar 50 gr. de agua a 80 °C. Iniciar el temporizador cuando el agua toque al café.
- **10 s a 15 s** Remover muy suavemente tres veces, siempre en la misma dirección.
- **15 s a 30 s** Verter 150 gr. de agua a 80 °C.
- **30 s a 50 s** Dejar reposar la mezcla. A los 0:50 segundos, remover muy suavemente 3 veces más.
- **1 min a 1 min 35 s** Dejar reposar. Cuando el cronómetro marque un minuto desde el inicio de la receta, eliminar el exceso de aire, colocar la tapa del filtro y dejar reposar hasta el minuto y 40 segundos.
- **1 min 35 s a 1 min 40 s** Al minuto y 35 segundos, colocar la jarra y al minuto y 40 segundos voltear la cafetera.
- **1 min 40 s a 2 min** Cuando se ha volteado la cafetera, presionar el émbolo de inmediato.
- **2 min a 2 min 30 s** Agitar la cafetera durante 30 segundos, desde el minuto dos al minuto dos y 30 segundos. Al finalizar verter el café a la taza y ¡a disfrutar!

UNIVERSO BARISTA

CAFETERA A LEVA

LOS HOME BARISTAS VUELVEN A PONER DE MODA ESTA CAFETERA QUE INVITA A VIVIR TODAS LAS SENSACIONES DEL CONTROL DE LA EXTRACCIÓN DEL CAFÉ ESPRESSO

La cafetera a leva es una de las primeras máquinas eléctricas para uso doméstico capaz de preparar café espresso y bebidas calientes como en las cafeterías, habiéndose convertido hoy día en un equipo básico para muchos amantes del café.



La cafetera a leva eléctrica es un dispositivo que se emplea para preparar café mediante alta presión manual. Durante esta elaboración, la persona que utiliza la máquina puede controlar la temperatura, el tiempo de preinfusión, el volumen de agua que pasa por el café y el tiempo de extracción para crear unas tazas de café totalmente personalizadas con una deliciosa e intensa crema y extraordinario sabor.

La evolución de las cafeteras a leva ha sido mínima desde 1961, cuando La Pavoni creó el modelo Europiccola, la primera máquina a leva del mercado. Desde entonces, se han ido incluyendo detalles y características para mejorar este dispositivo y optimizar aún más los resultados, aunque el hecho de su prácticamente nula automatización ha enfocado siempre estas innovaciones a aspectos eminentemente prácticos para la elaboración, como la incorporación del manómetro de presión del calderín o el portafiltros doble de café. Una cafetera de leva y una cafetera espresso doméstica son capaces de ofrecer en taza un resultado parecido si se utilizan correctamente. Ahora bien, el sistema que emplean una y otra para extraer el café difiere y la interacción del home barista con la máquina, durante la preparación del café varía mucho, también.

De hecho, son muchos los que asimilan el uso de la máquina a leva con la voluntad del home barista de vivir plenamente la sensación de la extracción del café. El uso de este tipo de máquina permite al usuario controlar a voluntad todos los parámetros de la elaboración, presión, temperatura, tiempo... Y más allá de lo anecdótico, poder hacer todo esto, además, en completo silencio, pues las máquinas de leva no tienen bomba de presión, así que es posible preparar el café sin el ruido que estas emiten.

RITUAL DE PREPARACIÓN DEL CAFÉ EN UNA MÁQUINA DE LEVA

La selección de granos de café de calidad, frescos y recién tostados es una de las claves más importantes del ritual de preparación del café, también cuando este se va a preparar en una máquina a leva.

Escogido el café correctamente, hay que precalentar la máquina a leva hasta que la temperatura del agua alcance entre los 90°C y los 95°C y seguidamente micro moler los granos seleccionados para dejarlos a punto para la extracción (es importante que este proceso

se realice con un molinillo específico para micro molienda). A continuación, pesaremos los gramos de café adecuados para el filtro que vayamos a usar. Si es el filtro individual, entre 6 gr. y 8 gr. es lo recomendado, mientras que es el filtro doble, entonces necesitaremos entre 14 gr. y 16 gr. Hay máquinas a leva que también permiten el uso del llamado "filtro competizione", para el que serán necesario, aproximadamente, 20 gr. de café. En todos los casos, cuando el café ya está en el portafiltro, deberemos distribuirlo uniformemente y prensarlo con una presión de unos 20-25 Kg, cerciorándonos que la pastilla quede bien nivelada.

La máquina a leva permite controlar a voluntad todos los parámetros de la elaboración, presión, temperatura, tiempo, ratios...

Durante la preinfusión levantaremos la palanca de la máquina a leva y la mantendremos arriba durante 5 segundos. La presión durante esta fase debe alcanzar entre 0,8 bares y 1 bar. Seguidamente, llevaremos la palanca hacia abajo ejerciendo una presión de entre 7 y 9 bares, la cual podremos controlar a través del manómetro indicador. El tiempo de extracción óptimo debe durar entre 20 y 25 segundos y la caída del café debe tomar la forma de un fino cordel.

Para que el café rinda más sensorialmente, en este tipo de máquinas como en cualquier otro, deberemos trabajar con café de calidad. La máxima excelencia de la extracción la conseguiremos mediante nuestra experimentación continua y de la propia mezcla o monovarietal utilizado, evaluando para ello, diferentes disposiciones, granos, presiones, etc. Esto hace que tanto la extracción como la degustación de la bebida resultante se convierta, realmente, en una experiencia única.

MANTENIMIENTO

El mantenimiento de las máquinas de café de leva es muy sencillo. De hecho, durante el proceso de extracción de café en sí, ya forma parte de esta rutina.

Y es que al precalentar la máquina, por ejemplo, estamos también purgando el agua. Además, como en este tipo de máquinas prácticamente la electrónica es inexistente y no están automatizadas, hay posibles averías que no dan lugar.

Aún y así, es importante el cuidado diario de la cafetera de leva para asegurarnos el mejor resultado posible en taza y se recomienda limpiar de forma rutinaria el cabezal del grupo, el portafiltro, el filtro y, también, la varilla de vapor, en este caso y como siempre, después de cada uso ■

María Díez
Product Manager Smeg España

SABÍAS QUE

CAFÉ FERMENTADO CON KOJI

La fermentación del café es uno de los procesos clave en el procesamiento del grano, después de la cosecha, y de su buen manejo y control depende una parte muy importante de la calidad del café resultante, aunque no toda. Y es que la fermentación no sirve para aumentar la calidad del café, sino para destacar y diferenciar algunos de los atributos del grano que lo pueden hacer sublime en taza, pues la mayor cantidad de compuestos responsables de la calidad ya los trae el grano "incorporados".

La fermentación, explica, Hernando Tapasco, caficultor y certificado en procesos de café por el Coffee Quality Institute, debe ser entendida, no como un proceso creador de calidad, sino como un paso final que puede ayudar a modular el perfil de taza. Y como muestra de ello, nos recuerda la existencia de muchos cafés de excelente calidad que no son fermentados.

Durante la fermentación se produce un cambio físico y químico importante en el café. En este proceso, los azúcares se descomponen, produciéndose un desdoblamiento de los azúcares insípidos polisacáridos a saborizantes monosacáridos que producen diferentes compuestos que son los que afectaran, en mayor o menor medida, ciertas notas del café que se perciben a nivel sensorial.

Tradicionalmente, el proceso de fermentación ha estado relacionado básicamente con facilitar el desprendimiento del mucílago del grano durante el lavado y dinamizar el secado, pero nunca hasta ahora se había relacionado tanto a la conformación de sabores diferenciales. Actualmente, se están utilizando nuevas técnicas, nuevos microorganismos e incluso incorporando nuevos productos como frutas en la fermentación del café que agregan azúcares naturales y transfieren al grano, nuevas notas en nariz y boca, que eso sí, no necesariamente están correlacionados con la o las frutas con las cuales ha estado ensamblado. El resultado son expresiones más exóticas y diferenciales en determinados granos de cafés.

Con este mismo objetivo, se ha desarrollado un nuevo método de fermentación de café con koji, uno de los ingredientes tradicionales de la cocina japonesa. A diferencia de otros métodos, **la fermentación con koji no agrega ninguna nota externa al café**, sino que favorece que se desencadene la creación de nuevos azúcares y otros componentes por parte del propio grano, los cuales acaban amplificando su calidad.

La propuesta de utilizar el koji en el proceso del café ha sido del barista finlandés Kaapo Paavolainen, que formuló su idea a un grupo de expertos que han desarrollado el primer café fermentado con koji, el cual, Paavolainen, presentó en el Campeonato Mundial de Baristas, celebrado el pasado año en Milán (Italia).



MSCO-11 koji creciendo en bourbon rojo en El Vergel

¿QUÉ ES EL KOJI?

El Koji es el hongo que se utiliza para definir el sabor de muchos de los ingredientes básicos de la gastronomía japonesa como la salsa de soja, el miso, el sake, mirin o el vinagre de arroz, a los que, según opinión de muchos expertos, el Koji proporciona grandes cantidades de umami.

Para que actúe, las esporas de koji se mezclan con un ingrediente base cocinado al vapor y se le deja actuar. El koji transforma el almidón en azúcar y libera una variedad de ácidos grasos y aminoácidos, ideales para la producción, por ejemplo, de sake, si maduramos koji con arroz, o para la salsa de soja, si hacemos lo propio con koji, soja y trigo tostado.

¿CÓMO ACTÚA EL KOJI EN LA FERMENTACIÓN DEL CAFÉ?

"La fermentación del koji es única", asegura Christopher Feran, consultor y comprador experto de café, y uno de los artífices del desarrollo de la fermentación de café con Koji, junto con Koichi Higuchi, productor de esporas de este hongo y la Finca El Vergel de Colombia, proveedores del café que utilizó el barista finlandés.

Feran explica que el koji, en lugar de producir alcohol, dióxido de carbono o ácidos orgánicos, tiene la capacidad de transmutar su sustrato de manera diferente a las levaduras o las bacterias utilizadas en las fermentaciones habituales de café. Y es, dependiendo de las variables usadas en cada fermentación – tiempo, higiene, temperatura y humedad del ambiente – que **el koji transforma el almidón en azúcar, aprovechando al máximo los azúcares presentes de forma natural en cada grano**, y produciendo proporciones variables de algunos aminoácidos que actúan como potenciadores de sabor.

"Cuando Kaapo Paavolainen contactó conmigo al conocer mis investigaciones previas con koji y me preguntó si las esporas de este hongo podrían ayudar a realzar las notas que buscan los amantes del café de especialidad en una taza, de inmediato me vino a la cabeza lo que estaban haciendo en el restaurante Larder en Ohio (EUA), donde para curar carnes o verduras más rápidamente que los métodos de envejecimiento más típicos, utilizan koji con excelentes resultados sobre la complejidad del sabor de sus productos. Así que pensé, si, el koji puede ser un magnífico agente para la fermentación del café, y nos pusimos a trabajar de inmediato".

DISEÑANDO UN CAFÉ DE CAMPEONATO

Durante las pruebas, Feran y su equipo de colaboradores comprobaron que durante la fermentación del café, el koji se convirtió en un importante generador de polisacáridos sacarificantes y, también, de almidones complejos, listos para la fermentación secundaria con otros microorganismos, e igualmente útiles para optimizar los procesos enzimáticos dentro del mismo café que producen determinados aminoácidos que mejoran la estructura de la taza, a la que, aclara este consultor de café, no llega ninguna espora.

"Tradicionalmente, la forma de mejorar los sabores de los cafés durante su proceso es centrarse en el porcentaje BRIX, pero esto conlleva un problema, no se tienen en cuenta todos los azúcares disponibles. Sin embargo, el koji, en los tanques de fermentación de café, si tiene la capacidad de hacerlo y asegura azúcares complejos que

producen aminoácidos que no se pueden conseguir con los métodos de procesamiento convencionales. El resultado es una **taza de café de mayor cuerpo, más dulzura y un retrogusto más prolongado**", explicó Kaapo Paavolainen en su presentación ante los jueces del Campeonato Mundial de Baristas 2021, en el que participó con un Java colombiano, de Tolima, fermentado con Koji.

"Por sí solo, un Java procesado natural simple ya presenta un perfil con notas hermosas y delicadas a fruta tropical y lo que hemos conseguido con el Koji, de forma totalmente natural, es elevar aún más esta característica, igual que el cuerpo, dulzura y retrogusto de la bebida.

Este café se procesó durante 36 horas, después de lo cual se secó cuidadosamente durante dos semanas, alternando secado mecánico y camas africanas. Esta combinación de tiempo de procesamiento más corto y secado alterno aporta más intensidad de sabor a los sabores ya profundos del café.



El café de Kaapo Paavolainen se fermentó durante 36 horas y luego se secó durante dos semanas, alternando secado mecánico y camas africanas

En koji es capaz de hacer aflorar azúcares en el café, imposibles de conseguir en las fermentaciones convencionales

Doce días antes la competición, para mitigar la acidez y permitir un tiempo de reposo óptimo antes de la elaboración, tosté el café con un desarrollo del 17 % seguido de una progresión de temperatura, suavemente decreciente. También utilicé una buena

cantidad de radiación halógena al principio del tueste para desarrollar el núcleo del grano y lograr un equilibrio de sabor y cuerpo. Finalmente, en el momento de la preparación, utilicé 19 gramos de café, extraídos en 28 segundos, con agua a 93,5°C", concluye el barista finlandés, el primero de presentarse a un Campeonato Mundial con café fermentado con koji.

ESCALAR EL PROCESO

El equipo de Paavolainen ya ha recibido consultas de productores de Filipinas, Tailandia, Brasil, Vietnam, Colombia y China para replicar el proceso en sus fincas y la idea del barista y del resto de los desarrolladores de este nuevo tipo de fermentación es poderlo hacer.

"Actualmente, con la ayuda del laboratorio de Higuchi en Osaka, estamos trabajando

para escalar el proceso con la finca asociada El Vergel, en Colombia y poder producir, así, un lote de 300 kg de café verde fermentado con koji para la exportación", dice Feran.

Paavolainen totalmente convencido que este nuevo método puede ayudar a muchos productores de café, y está decidido a lograr que la fermentación con Koji arraigue. "Creo que el café procesado con koji tiene un futuro glorioso por delante y espero llevar una versión más refinada del café fermentado con las esporas de este hongo al World Barista 2022. Tengo que seguir demostrando la eficacia del nuevo método hasta que la gente lo crea", ha dicho Kaapo Paavolainen en declaraciones a la prestigiosa revista Forbes que también se ha fijado en la singularidad de la propuesta de la fermentación de café con este carismático hongo japonés ■

Fotografías de Christopher Feran

EL UMAMI EN EL CAFÉ

Umami significa, sabroso, delicioso, sabor profundo y aunque fue descubierto en 1908 por el profesor de la Universidad Imperial de Tokio, Kikunae Ikeda, no fue hasta más de 90 años después, en 2001, que la Universidad de California descubrió que la lengua tiene receptores para él. A partir de ese momento se inició una carrera por detectar el umami en todo tipo de alimentos, desde el marisco al jamón Serrano, pasando por la salsa de soja, las anchoas, los espárragos o el café.

El umami, por sí mismo, es sabroso, pero si potencia y alarga el sabor agradable en boca de una gran cantidad de alimentos, haciéndolos más apetitosos y ejerciendo un efecto fisiológico sobre nuestros sentidos, muy similar al que se produce cuando consumimos algo que nos encanta y que nos hace pensar que ese alimento es delicioso.

En el sector del café, se ha hablado con frecuencia estos últimos años del umami, aunque lo cierto es que, a fecha de hoy, la rueda de sabores del café de la SCA, sigue sin contemplarlo. Y esto es así, porque según explica Ted Linger, su creador, el umami no es un sabor en sí mismo, sino "una versión de la sal combinada con grasa. Básicamente, una fusión de sal con aceite soluble en agua", ha explicado en repetidas ocasiones para justificar que el umami no tenga su propia categoría en la rueda.

Desde la propia industria del café, sin embargo, surgen también voces que no comparten la opinión de Linger y que no dudan en solicitar el reconocimiento del umami como sabor básico en esta rueda.

Actores importantes del mercado internacional como el conglomerado de empresas InterAmerican Coffee, por ejemplo, incorporan este sabor en sus catas y aseguran que todos los cafés tienen cierta cantidad, aunque, reconocen, también, que algunos tienen un sabor más rico y más umami que otros. Y como ejemplo de estos cafés con umami más pronunciado citan, entre otros, al Papúa Nueva Guinea AA Arokara, al Myanmar Ywangan o a los granos SL34 de este mismo origen del Sudeste Asiático.

SABÍAS QUE

EL CAFÉ, PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

La cultura del café se ha desarrollado con personalidad propia en muchos países, y lejos de la aparente globalización que aparecería asociada a ciertas tendencias, lo cierto es que en las costumbres asociadas a la preparación y consumo de café, en muchos lugares traspasan la bebida para convertirse en un bien gastronómico, cultural e incluso turístico diferente a cualquier otro.



El café es una bebida omnipresente en prácticamente todo el planeta. A pesar de que su producción se concentra en poco más de 80 países, el café se consume en todo el mundo, donde la elaboración y degustación de este producto ha sido adaptado a los paladares de las diferentes culturas gastronómicas, dando lugar a técnicas de preparación e incluso de consumo, únicas, tanto que han sido reconocidas a nivel internacional por su singularidad.

PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

Una de las muestras más importantes de ello es la declaración de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad otorgado por la Unesco a la cultura y tradición del café a la turca, en el que este organismo de las Naciones Unidas ha identificado una serie de técnicas de preparación especiales y una rica cultura tradicional que forma parte del patrimonio de Turquía, como lo confirma el hecho de que el café a la turca es celebrado en la literatura y las canciones y constituye un elemento indispensable en los actos sociales de este país.

Y es que, el café en Turquía es un símbolo de hospitalidad y amistad que impregna todos los ámbitos de la vida, tanto, que los conocimientos y ritos vinculados a su preparación y degustación se transmiten entre los miembros de la familia mediante la observación y la participación.

Esta importante vinculación del café con la Sociedad turca es la misma que ha llevado a Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Omán y Qatar a conseguir la inscripción del café árabe en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Aunque el café árabe lo preparan hombres y mujeres de toda condición social, especialmente en el hogar familiar, se considera que los principales depositarios de la práctica cultural del café árabe son los jeques y jefes tribales que sirven café en los sitios donde se reúnen los hombres y mujeres de mayor edad de la comunidad beduina.

A diferencia del café a la turca, que se prepara con granos molidos hervidos en un cazo con agua y azúcar y se sirve acompañado con

un vasito de agua, el café árabe utiliza una gran cafetera de cobre para elaborar la infusión. En ella, junto al agua, se depositan los granos de café triturados, siempre, con un mortero, también, de cobre y un mazo del mismo metal, y puesta sobre el fuego se espera a que la infusión esté lista. Una vez esto sucede, parte del café se traspasa a una cafetera más pequeña y se sirve a los invitados, empezando por el más importante o anciano, en tazas de dimensiones reducidas. Las tazas de los invitados solo se llenan hasta un cuarto de su capacidad, para, así, poder volver a servir más café (la costumbre exige que cada invitado beba una taza por lo menos, pero no más de tres).

EL ESPRESSO, SÍMBOLO DE IDENTIDAD NACIONAL

En breve, otra preparación que podría sumarse a este listado de Bienes Inmateriales de la Humanidad es la del espresso, para la cual Italia ha pedido el reconocimiento de la Unesco. Desde el año 2016 el Gobierno de este país trabaja para lograr este reconocimiento y aunque en ocasiones anteriores la candidatura no ha prosperado, esperan que esta vez sea la definitiva.

“Para nosotros es un verdadero ritual, una parte integral de nuestra identidad nacional italiana. El espresso es una expresión de la sociabilidad italiana que nos distingue en el mundo. Pero también se refleja en la literatura y es disfrutado en todo el país, desde Nápoles a Venecia, pasando por Trieste, Roma y Milán”, comenta Gian Marco Centinaio, subsecretario italiano de Agricultura.

Los italianos beben alrededor de treinta millones de cafés espresso al día, del norte al sur, de Venecia a Sicilia, en tazas de porcelana o vasitos, con o sin una gota de leche, y para todos, alegan en la candidatura ante a la Unesco, es “un ritual, expresión de una cultura”.

Según una nota del Ministerio de Agricultura de Italia, la candidatura del espresso a Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, unificaría dos propuestas: “El ritual y el arte del café expreso italiano”, promovido por el Consorcio para la protección del café expreso tradicional y “La cultura del café napolitano entre rito y sociabilidad”, de la comunidad napolitana, con el apoyo de la región de Campania.

“El reconocimiento del café completaría el tríptico con la dieta mediterránea y la pizza para la Región de Campania. Estoy satisfecho con el trabajo unificado realizado, un pequeño milagro para nuestro país, en el café hemos encontrado una línea unificadora de entendimiento. Un café es Italia en el mundo, hay una filosofía de vida que nos representa”, ha dicho el Presidente de la Región de Campania Vincenzo De Luca, quien no duda en asegurar que “el espresso es Italia en el mundo”.

La gira de presentaciones de la candidatura del espresso italiano a Patrimonio Inmaterial de la Humanidad ha ido acompañada en este país de la firma de la “Carta de Valores del Rito Italiano del Espresso” que enumera los valores de esta preparación que aspira a ser todavía más universal a través de su inclusión en esta Lista Representativa de la Unesco. ■

EL CAFÉ ASIÁTICO CARTAGENERO ASPIRA A “BIEN DE INTERÉS TURÍSTICO”

Dime que estás en Cartagena sin decirme que estás en Cartagena... la respuesta a este acertijo desde el punto de vista cafetero es, sin lugar a dudas, el “Café Asiático”, una preparación típicamente cartagenera que si todo sigue el curso previsto se podría convertir en el primer Bien de Interés Turístico (BIT) de la Región de Murcia.



Tras el anuncio del gobierno de la Región de Murcia de la creación de un reconocimiento especial para dar visibilidad a elementos, materiales o inmaterial, ubicados u originarios de la Región y representativos del patrimonio cultural, histórico, gastronómico, etnográfico o natural de Murcia, el Ayuntamiento de Cartagena ha informado para satisfacción de todos los amantes del café, el inicio de los trámites para que el Café Asiático sea el primer Bien de Interés Turístico (BIT) en ser reconocido.

El Café Asiático es una preparación de café típica de Cartagena que se caracteriza por una combinación de café, licores, leche condensada, canela y corteza de limón, y que es admirada por locales y visitantes.

ORÍGENES DE LA BEBIDA

La tradición sitúa la creación de este combinado en la década de los 50 del siglo pasado, concretamente en el Bar Pedrín, un establecimiento de El Albujón, a medio camino entre Murcia y Cartagena. Su propietario, Pedro Conesa, inspirado por los marineros que llegaban al puerto desde Asia a comienzos del siglo XX y pedían en las tabernas un café con leche condensada y brandy, habría creado la receta del Café Asiático que servía en su bar en una copa de vermú de diseño característico y exclusivo con origen en la fábrica Unión Vidriera de España (ubicada en el barrio cartagenero de Santa Lucía).

Pero como todo gran “inventor”, el origen del Asiático tiene más de una versión y la segunda, recogida en el libro “El Asiático Cartagenero” de Franciscos Rosas, lo situaría en diferentes fórmulas que surgieron entre 1892 y 1895 para combatir una epidemia, “que los cartageneros llamaron la peste asiática, surgiendo muchas fórmulas. De ellas, una fue el origen del ‘carajillo’, que lleva café con un espirituoso (brandy

o coñac viejo). La otra llevaba su canela y agua azucarada. Con las dos juntas salía la fórmula del Asiático, cambiando el agua azucarada por leche condensada, más café, canela y el espirituoso, que normalmente era el brandy”, se explica en esta obra.

Sea cual fuera su origen, de lo que sí hay certeza clara es que el Café Asiático se ha convertido hoy en la bebida más conocida de Cartagena, tanto que es candidata al BIT.

“Su singularidad ha permitido que el Café Asiático cartagenero se haya consolidado como elemento de identidad de la gastronomía cartagenera, que es especialmente apreciada por nuestros visitantes y el turismo gastronómico”, explican desde el ayuntamiento de esta ciudad, cuya alcaldesa, Noelia Arroyo, añade, “el Asiático se ha convertido en uno de los mayores reclamos de las experiencias que mantenemos en cualquier restaurante o cafetería y que puede compatibilizarse con las visitas a nuestros museos, yacimientos o centros de interpretación”.

La receta tradicional del Café Asiático era más alcoholizada, contenía la misma cantidad de leche condensada, café y coñac, aunque hoy en día, la cantidad de alcohol se ha rebajado un poco y se ha transformado en una mezcla de brandy y Licor 43, una bebida espirituosa murciana con una fórmula secreta, celosamente guardada desde 1946 por la familia Zamora, cuando los hermanos Diego, Ángel y Josefina Zamora junto con el marido de esta, Emilio Restoy, empezaron a elaborar y comercializar este “liquor mirabilis”, siguiendo una fórmula de la época romana.

EL CAFÉ ASIÁTICO EN COPA

Para su perfecto lucimiento, el Café Asiático se sigue sirviendo a fecha de hoy en copa, concretamente en un nuevo modelo encargado por la empresa José Díaz que es una adaptación de la copa original, y que con una base más amplia y sin fuste, para darle mayor estabilidad en las bandejas de los camareros, y una serie de marcas concretas (lanzas, puntos y facetas) que sirven de guía para servir los ingredientes de la preparación, se ha convertido en la copa de servicio característica de esta preparación de café, de la que se fabrican más de 100.000 unidades al año.

En la preparación del Café Asiático la receta está en la copa. La leche condensada debe cubrir las facetas que hay en la parte inferior. El brandy que va a continuación, debe llegar hasta la línea de puntos y el Licor 43 que le sigue, hasta la parte superior de las lanzas. Por último se añade el café, generalmente espresso, hasta la parte superior de la copa que se corona con la canela y corteza de limón.

Al cierre de la edición de esta revista, el Gobierno de la Región de Murcia ultima los detalles de la nueva ley de BITs que regulará los elementos que sean representativos del patrimonio de estas tierras, y de los que el Café Asiático, ha quedado claro, es un firme candidato. Estaremos atentos a cuando llegue el momento para celebrar este nuevo logro del café en España. Evidentemente, lo haremos brindando con una copa de Café Asiático cartagenero en la mano. ■

SABÍAS QUE

EL CAFÉ DE LA MAÑANA, ¿POR HÁBITO O POR GUSTO?

La línea que separa un comportamiento consciente de un desencadenamiento automático de la conducta es más fina de lo que pensamos y eso, según una nueva investigación, nos empuja a convertir rutinas en hábitos sin ser conscientes de la interacción que estos hábitos tienen en la adopción de nuevos comportamientos e incluso aceptación de nuevos productos.



¿Bebemos café por hábito o por gusto? Esta es la cuestión que ha investigado un reciente estudio de la Universidad de California del Sur (USC), en el que se concluye que la activación automática de un comportamiento, como la rutina matutina de consumo de café de una persona, es un hábito frente a la intención consciente de disfrutar, en este caso, de una buena taza de café.

Este desencadenamiento automático de la conducta, frente a las intenciones conscientes, es lo que convierte a una conducta en un hábito, explica uno de los coautores del estudio y estudiante de doctorado en psicología, Asaf Maza.

Y es que, según se ha demostrado, a medida que los hábitos se forman a través del aprendizaje instrumental, las redes corticales relacionadas con el control de la acción cambian de la red asociativa impulsada por objetivos a la red de ganglios corticobasales sensoriomotores, basada en hábitos.

Sin embargo, según los investigadores, en general subestimamos el papel del hábito en todos nuestros comportamientos y esto es, a menudo, lo que hace tan difícil que un determinado producto acabe teniendo éxito.

"Gran parte de lo que hacemos todos los días es habitual, pero somos reacios a reconocer nuestros hábitos y, en cambio, atribuimos nuestros comportamientos a nuestro estado de ánimo y nuestras intenciones", añade la otra coautora, Wendy Wood, profesora de psicología y negocios de la USC.

¿SABEMOS RECONOCER NUESTROS HÁBITOS CON EL CAFÉ?

Para demostrar esta cuestión, Mazar y Wood preguntaron a los participantes de su estudio qué es lo que les impulsaba a consumir café cada mañana. El número de respuestas que identificaba este consumo con "la fatiga y la necesidad de espabilarse" fue el doble de las que atribuyeron al primer café del día a un hábito.

A continuación, los investigadores monitorizaron a los participantes del estudio en el transcurso de una semana, registrando su consumo de café y su cansancio cada dos horas y comprobaron que en contraste con las explicaciones de estos consumidores, el hábito era una influencia muy fuerte en su decisión de beber café, en algunos casos igual o incluso superior a su sensación de cansancio.

"Descubrimos que los participantes sobreestimaron fuertemente el efecto del cansancio en su consumo de café y subestimaron el efecto del hábito. Incluso cuando a los participantes se les ofrecieron incentivos financieros para explicar con precisión por qué bebían café, mencionaron con más frecuencia la fatiga que el hábito" explica Mazar.

INFLUENCIA DE LOS HÁBITOS EN LA INTRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

Subestimar este papel del hábito, influye en la adopción de nuevos productos o servicios, añade Wood, quien ya participó en una investigación previa que determinó que es habitual que los consumidores se resistan a los productos que requieren algún cambio de hábito, y se aferran a los productos que se adaptan fácilmente a las rutinas existentes.

La activación automática de un comportamiento, frente a intenciones conscientes, convierte una conducta en un hábito

"Las personas repiten automáticamente comportamientos que fueron recompensados en el pasado en un contexto determinado. Tal repetición se atribuye comúnmente al hábito o asociaciones en la memoria entre un contexto y una respuesta. Una vez que se forman los hábitos, los contextos activan directamente la respuesta en mente", explica esta profesora de psicología y negocios de la USC, quien, continua, "los especialistas en marketing no siempre salen a la calle y ven lo que la gente está haciendo y cómo usarían un nuevo producto. Y esto es algo que nunca deberían dejar de hacer, pues resulta una parte crítica del lanzamiento de nuevos productos. Incluso si a los consumidores les gusta un producto nuevo y quieren utilizarlo, no lo harán si entra en conflicto con sus hábitos".

Y es con el objetivo de modificar esta activación rápida de respuestas específicas y resistencia al cambio de la memoria de hábitos, que los investigadores recomiendan buscar mecanismos relacionados con hábitos existentes para presentar nuevos productos. "La idea no es luchar contra el comportamiento pasado de los consumidores, sino aprovecharlo como un aliado para promover la adopción exitosa de nuevos productos", explican. Por ejemplo, si un packaging ha funcionado bien con cierto producto y queremos introducir otro nuevo similar, hacerlo con un packaging que gusta y es ampliamente aceptado por el consumidor, contribuirá a su aceptación. También lo hará, explican, relacionar el lanzamiento de un nuevo producto con otro ya asentado en el mercado, por ejemplo, una nueva mezcla de café presentada en el lineal junto a un paquete de filtros de papel para la cafetera. Las acciones de marketing inmersivo, que logran transportar por completo al consumidor hacia una experiencia, son otras de las estrategias que proponen. ■

Conecta con la cultura cafetera



Web *Fórum Café*

Te informamos de las noticias más destacadas del panorama cafetero nacional con la actualización constante de las noticias de nuestros socios y la información más actual sobre los Campeonatos Barista, las Formaciones Fórum Café y los eventos más relevantes.



Revista *Fórum Café*

Primera edición de una revista temática sobre café en España en la que compartimos la actualidad más destacada de toda la cadena de valor cafetera a nivel internacional, los artículos y entrevistas a los personajes de nuestras historias y los informes más actuales del sector cafetero.



Revista online

Accede a todos los contenidos de nuestra publicación en papel en su versión online, con acceso directo a las lecturas completas, infografías e información sobre los colaboradores de Fórum Café.



Coffeeshots *by Fórum Café*

Pon en práctica tus habilidades con estos tutoriales cafeteros con los que aprenderás a utilizar paso a paso las distintas técnicas baristas de manos de profesionales del sector.



Campeonatos Barista

Fórum Café es pionera en la organización de los Campeonatos Barista en España y organiza anualmente los campeonatos en las categorías Barista, Aeropress, Cata y Latte Art en los que se ensalza la figura del barista y se fomenta la difusión de la cultura cafetera.



Formación *Fórum Café*

El aprendizaje y la formación constante nos ayuda a crecer y ser mejores profesionales en nuestro ámbito. Por este motivo, en Fórum Café trabajamos para formar a futuros profesionales del sector con cursos adaptados a los distintos puntos de la cadena de valor del café, desde la semilla hasta la taza.



Redes sociales

Conecta con nuestra organización e infórmate de las últimas noticias a través de nuestras redes sociales, un espacio en el que interactuar con otros amantes del café y en el que hacer seguimiento de la actualidad al instante.



NUEVOS CAFÉS

YEMENIA, EL MÁS NUEVO DE LOS CAFÉS ANCESTRALES

Escasamente tres años después de su descubrimiento, cada vez son más las voces que hablan y alaban el café Yemenia, la nueva variedad genética de café arábica descubierta en el Yemen, que además de presentar una calidad en taza diferenciada, abre las puertas a investigar como producir café en condiciones más extremas derivadas del cambio climático.



En las colinas de Haranz el café crece en un entorno árido y en terrazas al estilo tradicional yemení

Yemen posee la mayor parte de la diversidad genética de café Arábica conocida fuera de Etiopía y diversas investigaciones a lo largo de la historia demuestran que el 98% de los *Coffea arabica* son rastreables hasta el Yemen. Allí, el entorno y condiciones en las que crece este producto ha definido una personalidad propia para los cafés yemeníes, algunos de los cuales, presentes en las mejores cartas de Cafés de Especialidad de diversos establecimientos de todo el mundo.

A pesar de esta circunstancia, no ha sido hasta hace muy poco que un estudio ha investigado la diversidad genética de *C. arabica* en Yemen, habiendo sido el principal resultado de esta investigación, el anuncio del descubrimiento de una nueva variedad genética de cafés, exclusiva de este país, el café Yemenia. Su calidad en taza se han formado a través del proceso de domesticación del café en este Yemen, mientras que su potencial, aseguran sus descubridores, podría ayudar a allanar el camino para más proyectos integrales de mejora genética e identificación de los principales genes de resiliencia y/o adaptación de las plantas de café.

“La especie Arábica, que se encontraba de forma silvestre en los bosques de Etiopía, viajó a Yemen hace al menos 600 años, donde, probablemente por primera vez en la historia, se empezó a producir café como un cultivo regular. Al pasar de los frondosos bosques de Etiopía a las áridas montañas de Yemen, la genética de los árboles yemeníes fue cambiando con el tiempo para adaptarse al nuevo entorno a través de la domesticación, la selección natural y un proceso conocido como deriva genética, que propició que se volvieran claramente diferentes a sus antepasados etiopes. Estos árboles únicos se convertirían en los árboles 'madres' de casi todas las variedades cultivadas que se conocen en la actualidad”, explican desde Qima Coffee, empresa especializada en el café del Yemen que junto al genetista Christophe Montagnon han liderado la investigación que acabó dando con el café Yemenia, calificado por algunos como el mayor hallazgo en el segmento de los arábicas desde el descubrimiento del Typica/Bourbon y los SL.

El trabajo, un ambicioso proyecto para mapear todos los cafés del Yemen, se desarrolló durante tres años, tomando muestras y estu-

diando la huella genética de 137 muestras de café Arábica, 72 representantes de cafés etiopes, 20 muestras de cafés cultivados en todo el mundo fuera de Etiopía, y 45 muestras de 45 árboles seleccionados del germoplasma de Yemen que representaban las principales áreas cafetaleras de este país africano, desde donde el café inició su viaje hasta otros territorios que lo adoptaron como cultivo.

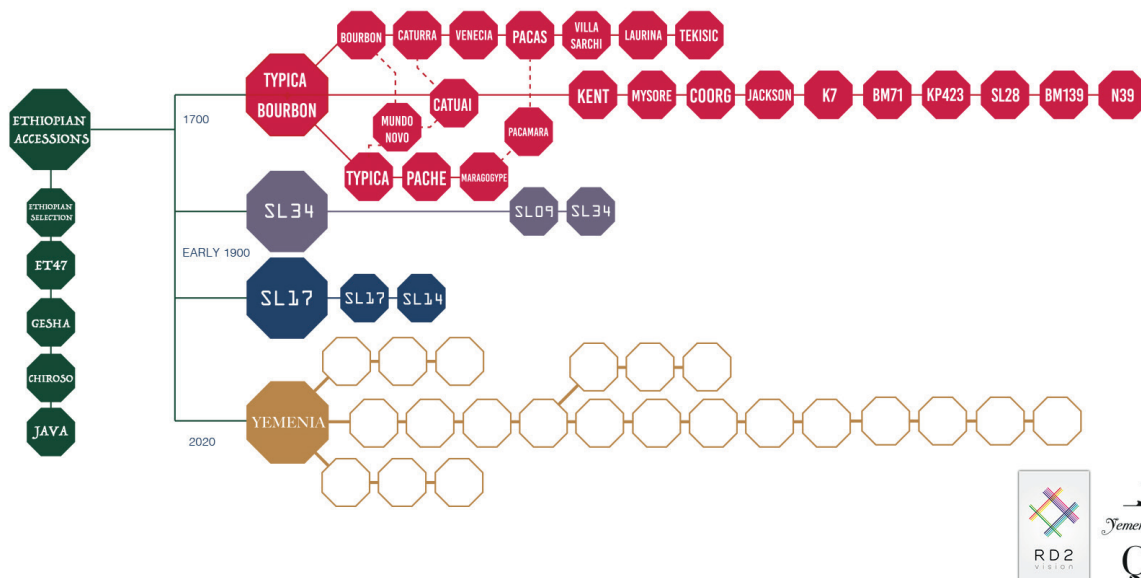
Como era previsible, entre las muestras recogidas en el estudio se reconocieron muchas de las variedades de café Arábica cultivadas hoy día en el mundo, pero lo sorprendente fue encontrar, además, plantas de un grupo genético completamente distinto al del resto de cafés arábicas catalogados hasta el momento, el Yemenia, que los investigadores igualan en categoría a la del resto de grupos del árbol genético del *Coffea arabica*.

“Con el resultado de los estudios genéticos de todas las muestras sobre la mesa, nos dimos cuenta de que teníamos hasta cinco grupos genéticos diferentes, y no cuatro como hasta el momento. El primer grupo, que denominamos conglomerado exclusivo de Etiopía (EO), estaba formado únicamente por las accesiones etiopes. Este grupo era claramente diferente del resto de variedades cultivadas en Yemen y en resto del mundo, lo que confirma la distancia genética entre las accesiones silvestres de Etiopía y las variedades cultivadas de café en el resto de orígenes.

Al segundo grupo lo identificamos como SL-17, un pequeño conjunto de variedades con características similares, cultivadas en diferentes partes del mundo, pero no en Yemen. El tercer y cuarto conglomerado de cafés, por su parte, estaban formados por variedades de todo el mundo y muestras de Yemen. Los llamamos, grupo Yemen Typica-Bourbon y grupo Yemen SL-34.

El resto de estudios genéticos de los cafés sobrantes eran imposibles de catalogar en ninguno de estos cuatro primeros grupos. Eran cafés con una genética especial que exclusivamente crecían en Yemen y que no estaban relacionados con ninguna variedad cultivada conocida y, tampoco, con ninguna accesión etíope definida. Al nuevo grupo lo

Coffea arabica genetic tree



llamamos genéricamente Nuevo-Yemen. Las comprobaciones posteriores corroboraron que esta variedad genética de café no se conocía antes de nuestra investigación, y que no se había observado en ninguna otra parte del mundo, bien porque nunca salió de Yemen o porque su fuente genética se perdió en Etiopía”, explica el genetista Christophe Montagnon.

EL CAFÉ YEMENIA EN TAZA

Para evaluar la calidad de la taza de café Yemenia, Qima Coffee, en colaboración con Alliance for Coffee Excellence (ACE), reunió a un panel de 35 catadores independientes de 24 compañías de café, líderes a nivel mundial, de 14 países diferentes, quienes fueron invitados a probar múltiples muestras.

La puntuación de los cafés examinados superó, en la práctica totalidad de los casos, los 90 puntos, consiguiendo excelentes comentarios que describieron la calidad de los cafés como extraordinaria. Tanto es así que al seleccionar las muestras para la subasta electrónica de cafés de colección del Yemen, 15 de los 20 cafés eran de la variedad genética Yemenia, destacando lotes con 90,93 puntos como el Yahya Al-Lahaba que lleva produciendo café desde la década de los '60 y que presentó un Yemenia de proceso natural cultivado a 2300 m.s.n.m en la región de Sanaa, donde su café crece en terrazas al estilo tradicional de este país desde hace siglos.

“Empecé a cultivar café a una edad temprana cuando mi padre falleció en la guerra civil de los años 60. Mi madre trabajó conmigo

en el manejo de las finanzas y la tierra hasta que aprendí lo suficiente para administrar nuestra plantación. Ella me enseñó todo lo que sé hoy, desde cultivar hasta podar y recoger”, explica el propio Al-Lahaba para quien el café es todo. “Mis bisabuelos plantaron y documentaron los árboles de los que vivimos hoy. ¡Algunos de nuestros cafetos tienen 250 años! Mis otros hermanos están trabajando en la ciudad buscando otros trabajos, pero mi mayor deseo es poder transmitir mis conocimientos y bienes cafeteros a mis hijos para que puedan continuar con el legado de la familia”, dice orgulloso.

YEMENIA ¿UN FUTURO PARA EL CAFÉ ARÁBICA?

Pero más allá de su calidad, el Yemenia es, para Montagnon y el resto de expertos que han participado en su catalogación, un café que puede resultar clave para la supervivencia del cultivo de este producto más allá del cambio climático.

“El Yemenia representa una gran oportunidad para la sostenibilidad del sector cafetero mundial. De hecho, abordar los efectos del cambio climático en el café dependerá, en parte, de nuevas variedades adaptadas a temperaturas extremas. Y Yemen puede ofrecer al mundo del café varios siglos de genes seleccionados por el clima extremo del país”, afirma el genetista francés.

Y es que, Yemen tiene un clima árido, con temperaturas altas y bajas en el rango extremo de las áreas de cultivo de café en todo el mundo y los niveles de lluvia en este país son los más bajos del planeta. “No hay

duda de que este entorno ha favorecido las variedades resistentes, no solo entre los años 1400 (cuando el café se introdujo por primera vez en Yemen) y 1700 (cuando las principales variedades de café del mundo actual salieron de Yemen rumbo a otros países), sino también durante los últimos 300 años de cultivo y propagación”.

Además, los hallazgos, recoge Christophe Montagnon en su trabajo, no únicamente podrían proporcionar a la comunidad cafetalera mundial una exploración y comprensión más profundas de la diversidad genética en el origen de variedades exitosas comprobadas, sino que también podrían ofrecer un reservorio genético completamente nuevo: el grupo de Nuevo-Yemen.

“Nuestros resultados ofrecen al mercado de cafés especiales una nueva diversidad genética inexplorada para la calidad en taza, lo que puede aumentar significativamente la diversidad y la sostenibilidad del sector cafetalero. Y por último, pero no menos importante, aunque Yemen es uno de los países productores de café más antiguos, se sabía muy poco sobre el panorama genético del café del país. Nuestros resultados serán fundamentales para guiar la selección del mejor material de plantación para los caficultores yemeníes”, concluye Montagnon ■

Fuentes:

“Unveiling a unique genetic diversity of cultivated *Coffea arabica* L. in its main domestication center: Yemen” por C. Montagnon, W.Solano y otros; Qima Coffee

TÉ

EL TÉ VERDE JAPONÉS

El té verde japonés destaca por su calidad, sabor agradable y delicado, y su estupenda respuesta tanto en preparaciones frías como calientes. Se obtiene del arbusto llamado *Camelia sinensis*, y es sometido a delicados procesos de selección y manufactura que los posiciona entre los mejores té del mundo.



Comprender las diferencias en los té verdes japoneses parece una tarea complicada, más cuando existen 44 tipos y, quizás, cientos de nombres diferentes. Pero el té verde japonés se puede dividir en 10 categorías principales, y conociéndolas nos podremos hacer una idea muy clara de cuales son las características y virtudes de este té.

Los 44 tipos de té verde japonés proceden de la planta de té *Camelia Sinensis* y todos son té no oxidados, siendo la manera en que se producen, la principal característica que los diferencia.

Esta divergencia de formas de producción puede empezar en la propia producción en el jardín mediante el sombreado de las plantas de té, por ejemplo, o aparecer más adelante, en el proceso de producción en la fábrica de té, donde las hojas pueden ser sometidas a tratamientos con vapor o bien de tostado. Estos procesos, además, pueden variar en sí mismos, dependiendo del ajuste de su duración o temperatura, lo que nos da una idea de las muchas posibilidades de té diferentes que podemos obtener al final del proceso.

El té que procede del mismo jardín se clasifica por grados y su precio se fija según su calidad y tiempo de recogida. Además, normalmente, el productor le da su propio nombre a cada grado a juego con las características de té.

HISTORIA DEL TÉ EN JAPÓN

O-Cha, té en japonés, es una de las antiguas tradiciones culturales en Japón y su historia se remonta a unos mil años atrás. La cultura de Chado, La Vía del Té y su ceremonia, el Cha no yu, forman parte

integral de la historia de Japón y están estrechamente vinculadas a la religión budista Zen.

La primera mención al té como bebida en los registros históricos japoneses data del período Heian (794-1185), cuando en el año 805, Saicho, Kukai y otros monjes budistas, después de una estancia en China volvieron a Japón trayendo consigo una planta de té que parece plantaron en un jardín en Otsu, prefectura de Shiga. Los monjes gustaban de su infusión y lo usaban para permanecer despiertos durante las largas horas de meditación.

Con la introducción del té molido en polvo (matcha) se inició una nueva era en la cultura del té en Japón. El monje Eisai (1141-1215), fundador de la secta Rinzai de budismo Zen en Japón, lo trajo consigo a su vuelta de China en 1191. Eisai era un entusiasta del té y escribió un tratado en dos volúmenes, titulado *Kiccha Yojoki*, en el que se recogían indicaciones de como preservar la salud a través del consumo de té).

En 1738 combinando aspectos de los métodos de manufactura del matcha y del Kamara-iricha, Nagatani Souen de Uji, en la prefectura de Kyoto tuvo éxito en la producción de Sencha, y en 1835 el Gyokuro fue inventado por Yamamoto Kahei VI. Estos métodos de fabricación han sido transmitidos hasta nuestros días.

REGIONES DONDE SE CULTIVA EL TÉ VERDE

Japón produjo 69.800 toneladas de té en el año 2020 en las 39.100 hectáreas dedicadas a este cultivo en catorce prefecturas del país, en orden de mayor a menor hectáreas cultivadas: Shizuoka, Kagoshima,



Mie, Kyoto, Fukuoka, Miyazaki, Kumamoto, Saitama, Nagasaki, Saga, Nara, Gifu, Shiga y Aichi.

CULTIVARES

En Japón básicamente se manufacturan té verdes, aunque también se hacen oolongs y té negro en cantidades muy pequeñas.

Hay cultivares específicos para cada región y cada estilo de té. De hecho, solo en Japón hay más de 200 registrados. El agricultor elige un cultivar para su jardín por diversas razones, algunas relacionadas con el perfil aromático; otras por su maduración temprana o tardía; otras por su resistencia a plagas o enfermedades comunes en una región, etc.

De todos los cultivares el más conocido y producido es el Yabukita, un híbrido de la variedad sinensis (zairai) que fue creado por Hikosaburo Sugiyama (1857-1941) en 1908, en la prefectura de Shizuoka. Casi un 70% de los jardines de té en Japón están compuestos enteramente por plantas Yabukita.

Hoy en día los jóvenes productores de té utilizan otros cultivares para obtener perfiles de sabor y aroma propios de su terroir. Y es así que podemos encontrar cultivares de gran calidad como el Goko, Saemidori, Sayama kaori, Asatsuyu, Asahi, Shizu Inzatsu 131, etc.

CALENDARIO ANUAL DE COSECHAS

El té se puede recolectar manualmente o a máquina, aunque a mano es cada día más poco frecuente, a excepción de cuando se trata de recoger los primeros té, lo más delicados, que sigue siendo una tarea manual.

▪ **Mayo** - A partir de abril, las hojas necesitan 40 días para crecer. La primera cosecha empieza durante el mes de mayo, cuando solo una fina capa (5cm-8cm) de las hojas jóvenes son cosechadas. Son los sencha, el primer té se llama Ichi-ban-cha con las hojas y brotes más tiernos, el de más calidad y delicadeza.

▪ **Junio** - Comparado a los nuevos brotes de la cosecha en primavera, las hojas para esta cosecha son un poco más grandes y bastas. Es el sencha denominado niban-cha.

▪ **Octubre** - Como han habido tres recolecciones anteriores los arbustos de té son más altos y las hojas son más grandes y tienen más fibra. Serán los té bancha, literalmente última cosecha.

Después de la última cosecha que se acaba durante el mes de Noviembre, el productor prepara los jardines de té durante el invierno mientras las plantas hibernan hasta febrero, para la llegada de la próxima primavera.

En esta preparación, la uniformidad de los setos no solo es esencial para la estética, sino también para el crecimiento de los nuevos brotes. Con una máquina especial se corta una capa fina de hojas para dar espacio al crecimiento de los brotes nuevos y se añade fertilizante orgánico a la tierra.

MANUFACTURA DEL TÉ VERDE

Justo después de su recolección las hojas se llevan a la fábrica para detener su proceso natural de oxidación y someterlas al proceso para obtener el té crudo o no refinado: Aracha.

Las hojas son vaporizadas, enrolladas y secadas cuidadosamente en procesos cortos y repetitivos hasta reducir su humedad a un 5%. Existen tres tipos distintos de vaporizados que cambian el sabor y la estructura de la hoja incidiendo en su solubilidad:

▪ **Asamushi:** las hojas se someten a un vaporizado de 30 a 40 segundos, de acuerdo al método tradicional de hacer sencha. El resultado es una infusión con un sabor que recuerda hierba fresca y vegetales crudos.

▪ **Chumushi:** las hojas son sometidas a un vaporizado intermedio de entre 40 y 80 segundos. El Chumushi es un sabor intermedio entre los otros dos, el asamushi y el fukamushi.

▪ **Fukamushi:** que significa "vaporizado intenso" es el proceso más utilizado y en él, las hojas son sometidas a un vaporizado de 2 a 3 veces más largo que el Asamushi o el Chumushi, esto es entre 80 y 200 segundos. Esta vaporización más prolongada hace que disminuya el amargor en la taza, se reduzca su astringencia y también produzca más dulzor y un sabor del té pleno en la taza.

Finalizado el vaporizado, las hojas son sometidas a un proceso secundario, proceso de refinamiento, que es el que ofrecerá el producto final a punto de ser clasificado según los distintos tipos de té. Esta clasificación permite asegurar una uniformidad en el color y tamaño de las hojas.

CLASIFICACIÓN DE LOS TÉS JAPONESES

Los té japoneses poseen un aroma fresco con sabor vegetal, umami y a veces dulzor y se clasifican, según sigue.

TÉS DE SOMBRA

Lo arbustos de té permanecen cubiertos por esteras de paja o mallas de fibra sintética y la duración del sombreado depende del té deseado. Este método incrementa el sabor "umami" y disminuye la astringencia. Las hojas al estar privadas de luz solar crean más clorofila lo que hace que las hace mucho más verdes.



- **Gyokuro** - El gyokuro (joya del rocío) es el mejor de los tés producidos en Japón. Las hojas han de ser recogidas a mano en el mes de mayo después de qué, durante tres semanas los árboles hayan sido cubiertos con esteras para protegerlos de la luz solar de forma que se reduzcan taninos, y se incremente la clorofila a fin de que las hojas puedan ofrecer una infusión muy dulce. Los arbustos permanecen bajo sombra durante 21 días antes de su recolección.

- **Kabusecha** - Este té es un sencha cuyas hojas permanecen cubiertas durante 10-12 días antes de ser recolectadas.

- **Tencha** - Las hojas para este té se recolectan una vez al año como Gyokuro pero se les retira los tallos y las venas. También utilizan el término Honcha para referirse al Tencha.

- **Matcha** - Es el Tencha una vez molido en un polvo fino. Existen varios tipos de matcha: el ceremonial "koicha" y "usucha" de categoría inferior. Y el matcha culinario, para cocinar o realizar bebidas con matcha (sorbetes, pastelería, matcha latte...). Solo es matcha si su origen es te japonés (hay tés en polvo muy baratos procedentes de otros países productores, pero no tienen la misma calidad).

TÉS DE PLENO SOL

- **Sencha** - Es el nuevo té y las hojas cosechadas en la primera cosecha "ichiban-cha" (principios de mayo). Con las hojas y los brotes más tiernos producen el té de más alta calidad y más delicados que la segunda cosecha llamada "niban-cha" que tiene lugar en junio/julio .

- **Bancha** - Este té es cosechado después de la segunda cosecha de Sencha entre verano y el otoño y está hecho de las hojas más grandes del arbusto.

- **Hojicha** - Té verde tostado que utiliza las hojas de la cosecha otoñal. Como para el café, se pueden encontrar desde tuestes claros

a más oscuros que afectarán al sabor final de la infusión. Aromas tostados, sabor dulce recordando frutos secos tostados, caramelos, etc. El tueste elimina una parte importante de la cafeína. Té de desayuno para sustituir al café.

- **Kukicha o Boch** - Té a base de los nervios centrales , las venas y pequeñas trozos de las hojas que han sido separadas durante el proceso de manufactura. Estas partes de la hoja contienen muchos aminoácidos lo que hace que su infusión sea bastante dulce. El kukicha hecho a partir del Gyokuro se denomina Karigane.

Adicionalmente a estos tés, también existen los "productos demono", que son todas las partes de la hoja que se han ido separando del proceso de refinamiento de sencha y que dan como resultado los tés conocidos como Kukicha, Mecha, Konacha, y Kawayanagi.

¿CÓMO SE PREPARA EL TÉ EN JAPÓN?

El té siempre ha ocupado un lugar muy importante en la vida japonesa. Ha sido usado para mostrar respeto y honrar a los invitados, como una bebida medicinal y en la ceremonia del té.

Para la correcta preparación del té japonés se debe utilizar agua mineral que calentaremos a 70°C. Por cada 180 ml de agua, utilizaremos de 3 a 5 grs de hojas de té que dejaremos infusionar 1 minuto. Una temperatura del agua más baja sacará a relucir más los aminoácidos (gusto umami) y hará que el té sea menos astringente o amargo y se perciba más el dulzor. Para sucesivas infusiones el agua debe ser más caliente.

Como veis el té japonés es complejo, extraordinario y diferente a todos los demás. Saber comprenderlo y disfrutarlo os acercara a una cultura, estética y paleta de sabores que os deleitará ■

Alexandra Witty Rovira

Directora de Sans & Sans , Casa de Té

Tea Sommelier por la International Tea Master Association (ITMA)

CAFÉ, RESACA Y MIGRAÑA

Cuando nos duele la cabeza, lo que más deseamos es un alivio rápido y, ya se trate de cefalea tensional o migraña, la cafeína puede ayudarnos. Además de su propio efecto vasoconstrictor que estrecha los vasos sanguíneos de la cabeza, mitigando el dolor de esta, la cafeína asociada en la fórmula de algunos analgésicos mejora significativamente sus propiedades.

Después de una noche animada en el que el alcohol ha sido protagonista, este suele dejar huella y nuestro cuerpo no ahorra esfuerzos en hacérselo saber: dolor de cabeza, náuseas, boca seca, fatiga,...

Tanto si hemos bebido vino, cerveza, licores, nuestro sistema interno nos avisa de si lo hemos hecho en exceso, siendo la causa de la mayoría de síntomas que se dejan sentir, la deshidratación. Y es que el alcohol es un diurético, que ingerido en exceso hace que nuestras visitas al baño sean más frecuentes. Y cuando más líquido perdemos, más notorias son las consecuencias.

Además, por si esto fuera poco, el consumo de alcohol también ralentiza la liberación de una hormona antidiurética, (la vasopresina) que sirve para la contracción de los vasos sanguíneos y funciona para mantener equilibrados los niveles de agua y sal del cuerpo.

El café es un diurético también, por lo que al contrario de lo que mucha gente cree, su consumo en plena resaca no estaría del todo indicado, aunque en episodios de cefaleas primarias - es decir, dolores de cabeza ajenos no a una lesión -, sí que ha demostrado su eficacia.

ANALGÉSICOS CON CAFEÍNA

De hecho, un buen número de analgésicos, entre ellos algunos de los más populares que son utilizados para aliviar el dolor de cabeza, incorporan cafeína en su composición.

La cafeína es uno de los mejores psicoactivos que existen. Esta sustancia natural del café, actúa inhibiendo varios receptores de adenosina, un tipo de neurotransmisor relacionado con la cefalea. De esta forma, la cafeína induce un estado de hiperexcitabilidad cortical debido a su efecto inhibitorio sobre los receptores de adenosina, prolongando el estado de alerta y mejorando la capacidad cognitiva.

La cafeína reduce la inflamación de los nervios que originan el dolor cuando sufrimos migraña

En este contexto, resulta paradójico pensar que la cafeína tenga un efecto analgésico y que además sea de utilidad en el manejo agudo de la cefalea. Sin embargo, el efecto analgésico de la cafeína está fundamentado en su potente efecto vasoconstrictor, que estimula la disminución del flujo sanguíneo, es decir, reduce la inflamación de los nervios que originan el dolor en alguno de los dos lados de la cabeza cuando sufrimos migraña.

Además del este potente efecto vasoconstrictor inducido por la cafeína, existe un punto adicional que apoya su efecto analgésico, y es que la cafeína tiene la capacidad de inhibir la síntesis de leucotrienos y otras prostaglandinas, que están claramente relacionadas con la fisiopatología de los ataques agudos de dolor de cabeza, incluidas las migrañas.

Por otro lado, la cafeína aumenta la recepción de los canales de calcio en nuestro cerebro, a la vez que eleva el nivel de benzoato de sodio, dos elementos básicos que, además de estimular la con-

centración y la memoria, a la vez que relaja los canales que activan la sensación de dolor.

CAFEÍNA, ¿EMPEORA LA MIGRAÑA O INDUCE A CEFALÉAS POR USO EXCESIVO DE ANALGÉSICOS?

Es una pregunta difícil de responder a la luz de la literatura actual. Desde el punto de vista fisiopatológico, la exposición crónica excesiva de cafeína (>450mg/día) induce una serie de cambios metabólicos que podrían empeorar una cefalea primaria, pero también podrían inducir una cefalea por uso excesivo de analgésicos.

Los efectos crónicos de la cafeína se fundamentan en una regulación de los receptores de adenosina, así como una hipersensibilidad de los mismos. Esto explica la alta dependencia física que genera un consumo crónico excesivo de cafeína, y es la base para entender el síndrome de abstinencia, ya que cuando se suspende abruptamente la cafeína, se genera una «tormenta de adenosina» la cual se asocia a vasodilatación y a un aumento significativo en el flujo sanguíneo cerebral. Estos cambios fisiológicos son, según diversos estudios, los responsables de la cefalea por supresión de cafeína. Sin embargo, en contra de esta idea, existen otras investigaciones que demuestran que la cefalea por supresión abrupta de cafeína es bastante rara e infrecuente, y han demostrado en estudios con población noruega, uno de los países con más alto consumo de café per cápita, una prevalencia de este tipo de cefalea de tan solo el 0,4%.

En relación también con la migraña, se sabe que la cafeína aumenta la motilidad y vaciamiento gástrico y este efecto tiene implicaciones clínicas importantes y positivas para las personas que sufren de estas cefaleas primarias, las cuales pueden experimentar reducciones en la motilidad gástrica tanto durante como entre los ataques.

Esta reducción de la motilidad gástrica enlentece la absorción de medicamentos agudos y reduce su eficacia. Además, las terapias específicas para la migraña, incluidas las formulaciones orales e inyectables de sumatriptán, disminuyen significativamente el vaciamiento gástrico, lo que puede agravar la gastroparesia relacionada con la enfermedad y, tal vez, disminuir o retrasar la absorción oral de triptanes, lo que resulta en menor eficacia en ataques más avanzados de migraña.

En el caso de la cefalea hípica que afecta básicamente a personas mayores que se despiertan en medio de la noche con dolor severo de cabeza, la cafeína también se ha demostrado como un buen remedio. Tanto es así, que se recomienda a las personas que la padecen, tomar una taza de café antes de acostarse, o tan pronto como el dolor de cabeza los despierta.

Para concluir, decir, además, que diferentes estudios han demostrado, también, que usada apropiadamente, la cafeína mejora significativamente la efectividad de los analgésicos y los medicamentos antiinflamatorios no esteroideos en el tratamiento de pacientes con migraña crónica ■

Fuentes: "Caffeine and headache: specific remarks" de C.A. Espinosa Jovel, F.E. Sobrino; "Caffeine in the management of patients with headache" de Richard B. Lipton y otros; Dr. Juan A Cruz Velarde

CAFÉ Y SALUD

EL CAFÉ Y LA NUTRICIÓN INTUITIVA

La nutrición por sí sola ya no es suficiente para abordar los desafíos que enfrentamos con la salud, la comida, el peso, la imagen corporal, y todas nuestras preocupaciones metabólicas y para Cecilia Zuñiga, Coach de Salud Holística, es momento de integrar una visión que incluya la psicología del que come: las dimensiones del cuerpo, de la mente y el espíritu, de lo que significa realmente nutrir verdaderamente al cuerpo y al ser. A partir de ahí, asegura, la verdadera curación es posible, y nuestra relación con el café, puede, ayudar a ello.



Cecilia Zuñiga es Ingeniera Química, Gastrónoma y Coach de Salud, se ha certificado como facilitadora de la metodología Bioneuroemoción® y es practicante de otras disciplinas como la Nutrición Energética, lo que le permite tener una visión integral del inconsciente, las emociones y la espiritualidad como parte de la salud completa. Actualmente ayuda a mujeres a alcanzar grandes objetivos de vida sanando su cuerpo y su relación con la comida

Hay muchas razones por las que la gente no puede prescindir de su taza de café durante el día. Para los amantes del café gourmet, "el café de especialidad", es el momento de disfrutar de su bebida favorita de aromas y sabores superiores. A nivel general, sin embargo, la más popular y conocida de las razones es por el efecto estimulante que ejerce el café sobre el cuerpo, por lo que cuando las personas se sienten agotadas y cansadas, toman una rápida taza de café para levantarse.

Para el cuerpo no es lo mismo beber un café de poca calidad, rápido y sin sentido a degustar un café de calidad, conscientes de lo que bebemos y de qué y quién hay detrás

Existe, también, la parte social, largas charlas entre amigos alrededor de una taza de café para disfrutar de su sabor o simplemente como una excusa para reunirse. También encontramos el momento del "coffee break" en las empresas donde incluso se han hecho estudios que muestran que tener una buena máquina de café en el entorno

laboral ayuda a motivar a los empleados, ya que fomenta la comunicación y la relación entre ellos de una manera positiva.

AMOR Y ODIO POR EL CAFÉ

Sea cual sea la razón por la que se beba, no es habitual escuchar que uno bebe café "por salud"... Sabemos que, además de ser una de las bebidas más populares y consumidas, también es de las más controvertidas en el mundo de la salud.

Dependiendo a quien le preguntes, va a ser la respuesta que vas a recibir, unos dirán que el café es una bebida súper saludable, y otros dirán que es la peor bebida que puede existir. De hecho, hay estudios científicos que pueden avalar las 2 versiones.

En el mundo de la salud, esta bebida ha tenido durante décadas muy mala fama, por ser considerada un gran estimulante asociado a la subida de la presión arterial, y por tanto prohibida en personas con hipertensión o pacientes cardíacos. Solo recientemente, el café se ha empezado a asociar con beneficios para la salud por sus propiedades antioxidantes y anticancerígenas. Además, diversos estudios científicos lo vinculan a la protección del cerebro contra el envejecimiento, reduciendo el riesgo de Alzheimer y Parkinson.

Sin embargo, ninguna de estas dos visiones logra crear una tendencia clara: ¿el café es bueno/beneficioso o no para la salud?

Empezar a discutir si el café es bueno o malo, es en sí la principal causa de confusión, ya que el partir desde esta división, nos hace pensar que tiene que ser una u otra opción. Y aquí está la clave: "entender que en términos de alimentación y nutrición nada es blanco o negro".

Frases tan famosas como "somos lo que comemos" son tan populares y aceptadas en el mundo de la salud y nutrición que sin querer quitarle veracidad e importancia, nos hacen olvidar que la parte más importante de "eso que comemos" **-somos nosotros mismos-** si nuestros cuerpos son capaces de metabolizar cada cosa que comemos y bebemos, es decir, si nuestro cuerpo es capaz de absorber todos los nutrientes de ese alimento y convertirlos en energía. Entonces quizás sería mejor decir:

"SOMOS LO QUE METABOLIZAMOS"

Por lo tanto, con respecto al café se puede aplicar la misma ecuación, una buena o mala experiencia con esta bebida dependerá de la capacidad de quien lo bebe para metabolizarlo. Y esto es lo que determina que **cada ser humano tenga una individualidad bioquímica única, de esta forma lo que es saludable para una persona puede no serlo para otra.**

¿Y qué es lo que influencia nuestra capacidad de metabolización? Y, ¿de qué dependen nuestros niveles de energía?

Desde el punto de vista nutricional científico, se sabe que este proceso de metabolización está influenciado al 100% por nuestro SNCA

(sistema nervioso central autónomo) el cual es responsable de controlar todas las funciones de cada órgano de nuestro cuerpo. A su vez, el SNCA se divide en dos: Simpático y Parasimpático.

En términos prácticos, el simpático se encarga de la **activación de respuestas de alarma y de estrés. Por su parte el Parasimpático, el opuesto, procede a activar todas las funciones de reparación del cuerpo.** En otro tipo de medicinas ancestrales, como la china, hacen referencia a este tipo de equilibrio generador de energía como el equilibrio entre la parte Yin y Yang del cuerpo.

Cada persona tiene una tendencia general determinada por su genética y hábitos de vida a mantener un lado más activo que el otro. Y es importante aclarar que ningún lado es mejor que el otro, cada parte cumple con su función vital para el equilibrio de nuestra salud.

Cada persona metaboliza una misma comida de manera muy diferente

Lo realmente importante a destacar con esto es que, para optimizar nuestra capacidad de metabolización, es importante entender y descubrir la tendencia que tiene nuestro sistema nervioso (el cual rige nuestro metabolismo) y qué podemos hacer a nivel personal para equilibrarlo a través de nuestro estilo de vida, alimentación y emociones.

Aunque ya se ha hablado mucho sobre el efecto estresante que pueden ejercer algunos alimentos sobre este equilibrio, hasta hace poco no se hablaba sobre el efecto de las emociones en este proceso.

ALIMENTACIÓN INTUITIVA

Entonces, ¿si la metabolización de los alimentos depende del estado y equilibrio de nuestro sistema nervioso, no sería fácil deducir que nuestras emociones al momento de comer influyen en cómo nuestro cuerpo metaboliza los alimentos?

Abrir este tema nos lleva a comprender lo que ya se viene enseñando desde medicinas ancestrales como la Ayurveda o la Medicina Tradicional China, que no solo consideran el qué comer, si no cómo comer: es decir, nuestra relación con la comida, la suma total de nuestros pensamientos y sentimientos más íntimos que tenemos sobre lo que comemos.

De ahí que sistemas de alimentación como la Alimentación Consciente e Intuitiva retomen parte de este conocimiento ancestral, planteando otro enfoque hacia el mundo de la salud y la nutrición.

La Alimentación Intuitiva es una metodología que nos enseña a confiar en la sabiduría interna de nuestro cuerpo para elegir alimentos que nos hacen sentir bien y nos dan energía, sin juzgar (no hay etiquetas de "esto es bueno y esto malo") y sin la influencia de la cultura de la dieta. Las pautas nutricionales solo son una referencia.

Se aprende a identificar la interacción entre nuestra energía y la energía propia de cada alimento, a comer despacio y utilizando todos nuestros sentidos, lo que nos otorga una autoridad sobre nuestro propio cuerpo para entender el efecto energético y emocional que ejerce cualquier alimento sobre nosotros.

En mi experiencia personal y después de acompañar a diferentes personas en su camino hacia la **creación de energía y salud a través de los alimentos y del entendimiento de sus emociones**, he podido observar como los juicios sobre los alimentos ejercen un

valor emocional disfuncional que nos influencia totalmente mientras comemos, y eso nos lleva a pensamientos como: "Estoy tan mal porque comí X". "Si como tal engordare" o "Me enfermaré", etc.

Es sorprendente ver cómo cada persona metaboliza una misma comida de manera muy diferente en respuesta a sus emociones y pensamientos únicos. En otras palabras, lo que pensamos y sentimos acerca de un alimento puede ser un determinante tan importante de su valor nutricional y su efecto sobre el cuerpo como los propios nutrientes.

RITUAL DE CONEXIÓN EMOCIONES - CAFÉ

El caso de una mujer amante del café a la que acompañé en un proceso de sanación sobre una condición crónica del sistema digestivo de más de 8 años es testimonio de esto. Ella había probado todas las dietas anti-inflamatorias posibles, donde obviamente el café ya no podía beberlo, y aún así con todos esos cambios en su dieta no conseguía mejorar su estado de salud.

Cuando empezó a trabajar con este enfoque de nutrición, se centró en entender sus emociones, sus juicios sobre los alimentos y mejorar su relación consigo misma.

La taza de café que le propuse empezar a beber (aunque para los doctores estaba totalmente prohibida) se convirtió en su ritual de conexión. Cambió el significado que le daba a este y ahora cada vez que lo bebe, lo hace desde un contexto de ritual, un momento de tranquilidad para ella, donde se permite oler, percibir cada nota del café y disfrutarlo con todos los sentidos.

Ahora disfruta de un estado emocional, físico y energético que le permite sentirse saludable y emprender nuevos proyectos en su vida.

Por eso no es lo mismo para el cuerpo beber un café de poca calidad, rápido y sin sentido a que nos tomemos el tiempo para preparar y/o degustar un café de calidad, siendo conscientes de las diferentes variedades, sabores y aromas. Considerar la historia de ese café, empezando por la energía del productor que ha cultivado y recolectado esa semilla y pasando por los demás actores como el tostador y el barista, que también ponen su intención y energía para lograr el producto final.

Todo esto forma parte de esa historia y conexión tan importante que podemos crear con un café y con cualquier alimento, donde la energía de todas las partes (el alimento en sí, pero también quien lo cultiva, quien lo prepara y quien lo come) cuenta.

Ahora que sabes que las emociones y la historia que te cuentas sobre el café y sobre cualquier alimento son tan importantes como lo que comes y bebes te pregunto:

¿Qué otra historia, mensaje, emoción y energía te gustaría crear a partir de ahora en tu momento café?

La respuesta a esta pregunta solo la tienes tú

Sea cual sea la razón por la que bebemos café, sabemos que esta bebida tan popular es también de las más polémicas cuando hablamos de salud. Beber café "por salud" no es la razón más común o natural de escuchar. La Alimentación Consciente e Intuitiva nos invita a mirar este dilema desde otra perspectiva, poniendo el foco en la relación del individuo con el alimento, el manejo y creación de energía a través de la consciencia y el manejo de sus emociones ■

Cecilia Zuñiga

Coach de Salud Holística

Fuentes

Intuitive Eating Pros, RHH, SNB

MÁS QUE CAFÉ

UNA NUEVA ERA PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

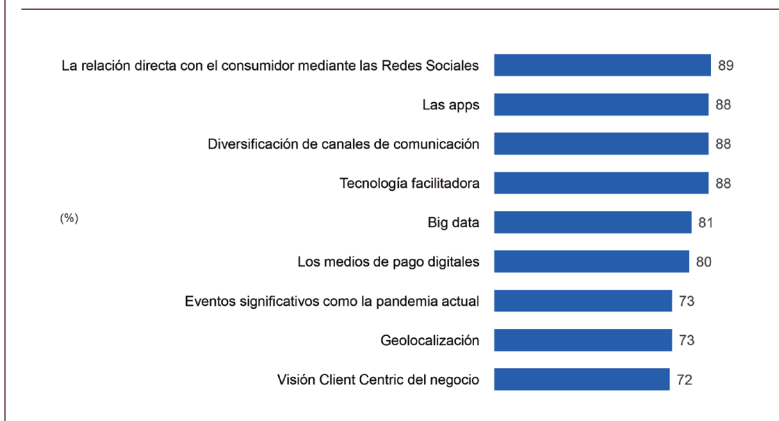
La fidelización está a la vanguardia del posicionamiento de las empresas en el mercado. Las nuevas posibilidades que ofrece una relación más directa con el cliente está modificando las estrategias de marketing de muchas empresas, incorporando nuevas variables, conceptos y herramientas que más que nunca ponen el foco en el componente emocional del acto de compra para atraer y fidelizar clientes.

La forma de entender la fidelización de los clientes ha cambiado en los últimos años y hoy día es una parte fundamental y transversal de cualquier estrategia de marketing que se precie de ello. Forma parte de la estrategia de marca, ha dejado de basarse en la retención para apostar por la satisfacción del cliente y lo intangible, y todo aquello que hay detrás de un producto, como por ejemplo el café, gana cada día mayor dimensión.

Actualmente, la oportunidad para destacar se traslada del producto al servicio al cliente

Tanto es así, que el actual concepto de fidelización se basa en generar "Lovers de la marca", aseguran desde Inloyalty, expertos en soluciones de fidelización y Corporate Education de ESIC, autores del reciente estudio, Usos, evolución y tendencias en estrategias de fidelización, elaborado con la colaboración de Kantar. "A día de hoy se ha generado un claro cambio de mirada propiciado por la posibilidad de una relación directa con el consumidor facilitada por la tecnología, las apps y la consecuente diversificación de los canales de comunica-

ELEMENTOS FAVORECEDORES EN LA EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN



Fuente: Estudio "Usos, evolución y tendencias en estrategias de fidelización"

ción, todo ello aportando un enfoque Client Centric en el que la experiencia del consumidor, pasa a primer plano".

DEL TÚ LO QUIERES AL QUÉ NECESITAS

En este nuevo marco, los autores del estudio tiene claro que los retos de la fidelización han cambiado y hemos pasado del "esto es lo que vas a querer" al "qué necesitas y producirémos con base a ello".

"La idea es que sea el deseo lo que active la fidelización de los clientes, es decir, hoy fidelizar va más allá de uso de incentivos, se debe entender como la generación de

una conexión emocional que mantenga la relación con la marca a lo largo del tiempo", explican.

Este cambio de rumbo más enfocado a la experiencia como clave de la fidelización viene dado, según los expertos autores del estudio, "por un contexto de gran oferta en el que la diferenciación entre determinados productos es escasa, lo que propicia, por tanto que, ahora, la oportunidad para destacar se traslade al servicio al cliente".

El consumidor ha dejado de ser únicamente un receptor para convertirse también en emisor de valoraciones, quejas, peticiones,... a través, por ejemplo, de las redes sociales, y esto está propiciando un nuevo equilibrio marca-consumidor que las empresas deben llevar a su terreno. Y, según se recoge en el estudio, gran parte de la estrategia pivotaría alrededor de un buen uso y análisis de datos sobre los clientes para atender sus necesidades y responder con productos y servicios acorde a ello.

Esto quiere decir que, paradójicamente, **la relación entre marca y consumidor se está haciendo mucho más próxima y deshumanizada en plena era digital**. En este acercamiento, eso sí, advierten desde Inloyalty y Corporate Education de ESIC, es muy importante saber elegir que clientes conviene fidelizar y a cuáles sale más rentable dejar ir.

ACCIONES DE MARKETING MÁS UTILIZADAS Y SU POTENCIAL DECLARADOR



Fuente: Estudio "Usos, evolución y tendencias en estrategias de fidelización"

PASIÓN DE MARCA

Los expertos en fidelización señalan cuatro grandes tendencias que funcionan como palancas para activar actualmente la pasión por la marca o producto: la cercanía, la comodidad, la sorpresa y la ética.

- **Cercanía:** Se busca crear afinidad con el consumidor, interactuando con él, escuchándolo, personalizando productos y entrando a formar parte de su día a día. En esta estrategia, el estudio de Inloyalty y ESIC, identifica cambios relevantes, y junto a las tradicionales segmentaciones basadas en variables sociodemográficas, queda claro por la respuesta de los encuestados, todos directivos expertos en fidelización, que las variables basadas en emociones o el comportamiento van ganando terreno en las estrategias para acercarse al cliente y aprender a interpretar sus deseos.

- **Comodidad:** Se trabaja para que el consumidor se sienta seguro y disfrute de la experiencia de marca en todos los Touch points posibles (atención al cliente, envíos a domicilio, suscripciones, ...).

- **Sorpresa:** Fidelizar también es crear "momentos wow" con gestos e iniciativas que el consumidor no espera (early accés a novedades, sinergias con otras marcas, sobrecompensación ante quejas, acciones con base a modelos predictivos,...). Esto ayuda a mantener a las personas activas y receptivas.

- **Ética:** Las marcas con comportamientos socialmente responsables generan más fidelidad. Hacen sentir al consumidor que está ayudando o colaborando con marcas que defienden y apoyan causas sociales

Un 98% de los consumidores demandan de las marcas acciones basadas en incentivos monetarios, el 74% prefiere otros incentivos como acumulación de puntos o tarjetas regalo y a un 48% les gustaría otras acciones de marketing no basadas en incentivos

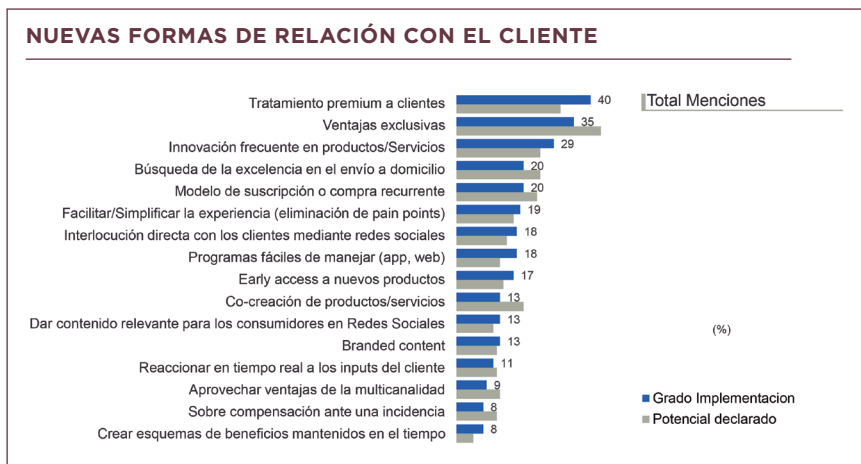
y/o medioambientales y que, por tanto, ellos también son parte de esas acciones (donaciones, colaboraciones, medidas para proteger el medio ambiente, cuidado y atención a los proveedores,...).

Además de estas palancas para que las tácticas de fidelización funcionen, los autores del estudio, recuerdan que existen, además, dos requisitos fundamentales que se deben respetar. Por un lado, coherencia 360° en la transmisión de los mismos valores, atribu-

tos y rasgos en todos los canales y en todos los momentos; y por otro, asegurarse salir al mercado con un producto de calidad, pues de no serlo es muy difícil generar fidelidad. ■

Fuentes

Estudio "Usos, evolución y tendencias en estrategias de fidelización"



Fuente: Estudio "Usos, evolución y tendencias en estrategias de fidelización"

UN INTERNET SIN COOKIES

Las marcas, durante años, han estado utilizando las cookies para rastrear a los visitantes de su sitio web, mejorar la experiencia del usuario y recopilar datos para orientar de manera eficiente los anuncios correctos a las audiencias correctas.

Ahora, sin embargo, con Google anunciando la desaparición de las cookies de terceros el próximo año, las que permiten a las empresas acceder a gran cantidad de información sobre los usuarios, muchas estrategias deberán cambiar.

Datos como el sexo, edad, ruta de navegación dentro de la página, webs visitadas, productos buscados, ... dejarán de ser datos accesibles y pasarán al ámbito de la privacidad del usuario.

Según señala Google, hasta el momento se han presentado cerca de medio centenar de propuestas distintas para afrontar el mundo postcookies. Cada una de ellas pasa por un proceso de revisión que incluye discusiones públicas en foros especializados y ensayos en Chrome. A partir de mediados de 2023, Chrome iniciará la eliminación gradual de las cookies de terceros, que habrán desaparecido por completo a finales de ese año. Mientras esto sucede, Google, espera que las empresas busquen alternativas para recopilar los datos de la gente.

Las empresas deben encontrar una nueva forma de conectarse con el consumidor final. Y ahí es donde la fidelización se erige, quizás, como la herramienta más importante para los especialistas en marketing en esta nueva era de privacidad.

La fidelización es hoy la clave para impulsar la conexión con el cliente y si les podemos ofrecer propuestas de valor, ya sea un programa de gratificaciones, descuentos, experiencias únicas, personalización de productos, de servicios,... los clientes estarán dispuestos a intercambiar datos personales y de preferencias para sentirse parte de la comunidad de una marca.

"Estamos en un momento de regreso al futuro del marketing. Con todos estos nuevos cambios en la privacidad, es el momento para que los especialistas en marketing vuelvan su mirada a los conceptos más básicos. Creen una propuesta de valor, encuentren una razón para que las personas se involucren y luego adquieran el producto. Hasta hoy, la fidelización solía ser una estrategia tardía, y ahora debe pasar a la cabeza de la lista", explica Billy Loizou, vicepresidente de Cheetah Digital.

MÁS QUE CAFÉ

EL CAFÉ, UN INSTRUMENTO TRANSFORMADOR DE VIDAS

El papel de la mujer en el mundo del café nunca ha sido fácil y más aún cuando su actividad la deben desarrollar en un entorno de guerra, pobreza, incluso de exclusión social, enfrentándose a dificultades de todo tipo. En Colombia, el programa “Cafés, Mujeres, Desarrollo y Paz” ha logrado que cerca de medio millar de caficultoras puedan estar viviendo a día de hoy de su trabajo con el café, empoderándolas y haciéndolas protagonistas de su desarrollo productivo y social.



María Helena Morales Tenebuel con 40 años, viuda y cinco hijos, tomó las riendas de su finca. Hoy ha convertido el café en su medio de vida.

En 2018 se inició el proyecto “Café, Mujeres, Desarrollo y Paz” gracias a la Alianza Público Privada para el Desarrollo (APPD) gestada por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo AECID, la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca AMUCC, SUPRACAFE, la Fundación CODESPA y TECNICAFAE, Parque Tecnológico de Innovación del Café TECNICAFAE (ubicado en Cajibío – Cauca). Esta alianza tiene como objetivo principal el “Desarrollo de mercados de café inclusivos y de alto valor en Colombia en beneficio de 400 mujeres caficultoras vulnerables (y sus familias), con especial atención a los procesos de empoderamiento de género y la articulación con actores públicos y privados del territorio”. Durante el desarrollo del proyecto, próximo a finalizar, además del empoderamiento técnico y la mejora de sus ingresos, se han realizado diferentes actividades de fortalecimiento y desarrollo psico-social del grupo.

CAFICULTORAS, LUCHADORAS, VALIENTES Y RESILIENTES

“Recuerdo perfectamente el día, hace ahora 23 años, en el que el gerente de la cooperativa de caficultores del Cauca me presentó a un grupo de mujeres que tenían una solicitud, “necesitamos que nos

ayuden a convertirnos en productoras de café; nuestros maridos están muertos o en la guerra y queremos producir café para mantener a nuestras familias”, explica Ricardo Oteros, presidente ejecutivo de Supracafé, quien, además, añade, “obviamente no nos lo pensamos y decidimos apoyarlas desde nuestra empresa en la medida de nuestras posibilidades, apoyo que hemos mantenido durante todos estos años. Aquel fue el primer paso de un grupo de mujeres luchadoras, valientes y resilientes que terminarían constituyendo la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca (AMUCC)”.

“Hoy, cuando me levanto sola, y veo nuestro cafetal solo puedo dar la gracias a todos los que han hecho posible esto porque nuestro café es otro”

Desde aquel día, el grupo ha venido trabajando y luchando ininterrumpidamente, primero por establecer sus pequeños cultivos, luego por mejorar la calidad de su café, y posteriormente por certificar su producción

con el sello de comercio justo y ecológico. Y todo esto lo han tenido que hacer en un entorno de guerra, de pobreza, enfrentándose a todo tipo de dificultades y sorteando todo tipo de obstáculos, entre ellos, la dificultad que supone ser mujer en una cultura dominada por los hombres.

“Con el apoyo de diferentes empresas e instituciones, entre las que podemos destacar a la fundación española Café Mundi, que viene apoyando de manera permanente a la Asociación desde 2006, el grupo da caficultoras se ha ido fortaleciendo y las mujeres se han ido empoderando y aprendiendo a administrar su producción. Han mejorando las condiciones de vida de sus socias y han contribuido al desarrollo de la región, el Cauca, donde hay más de 90.000 pequeños caficultores, de los que más de 30.000 son mujeres”, añade Oteros.

HISTORIAS DE VIDA

Hoy, después de tres años de la primera intervención social, encontramos historias de vida que se han transformado a través del Café, un ejemplo de ello es **María Helena Morales Tenebuel**, una mujer indígena de la etnia Misak, del Municipio de Piendamó, madre de 5 hijos, y quien a sus 40 años aceptó ser parte de un proyecto enfocado a mujeres cuando perdió a su esposo.

“Recuerdo esa mañana del jueves como si fuera ayer. Llegó el Técnico Edilson Collazos de TECNICAFAE y empezó a contarme todo sobre el proyecto. Estando aquí vio mi finquita, en ese momento mi esposo y yo teníamos un cafecito sembrado, pero yo no podía tomar ninguna decisión porque mi esposo estaba trabajando, a mí me gusto lo que escuché, ese mismo día hable con mi esposo telefónicamente y le conté todo lo que me habían dicho, y recuerdo que él me dijo que se veía muy bueno, pero que ya hablaríamos cuando llegará. Lastimosamente no pude volverlo a escuchar, mi esposo esa misma noche tuvo un accidente y a los dos días murió, me quede con mis hijos, solitos y con la responsabilidad de un cafetal.

Días después volvió el Técnico, y yo aún en medio del dolor por la pérdida de mi



ser querido y recordando lo que me había dicho acepté ser parte de **“Café, Mujeres, Desarrollo y Paz”**, ahí conocí otras mujeres, así como yo, y empecé a dejarme guiar, me comprometí asistir a las capacitaciones y aunque no era fácil desplazarme, lo hacía, me cargaba mis muchachitos y allá mientras yo aprendía ellos estaban acompañándome y cada día cuando llegaba a mi casa, les decía a mis hijos mayores, tenemos que fertilizar, tenemos que llevar registros, tenemos que tecnificar nuestros procesos porque la finca es lo que los va a sacar adelante.

Hoy, cuando me levanto sola, y veo nuestro cafetal solo puedo dar la gracias a todos los que han hecho posible todo esto porque nuestro café es otro.

Ahora contamos con un lugar donde beneficiar el grano, tenemos despulpadora y un secadero, esto lo soñé, pero creía que tardaría mucho en que se hiciera realidad, todavía nos falta, pero día a día vamos mejorando, aprendiendo, ahora mis hijos y yo, todos trabajamos con las manos y el corazón para tener un muy buen café”, explica orgullosa María Helena Morales.

Historias como la suya y como la de otras muchas caficultoras de la Asociación, son la muestra clara de cómo el café ha logrado impactar la vida de más de 487 mujeres, abriéndoles nuevas oportunidades en la creación de emprendimientos rurales, empoderándolas para que lideren, apoyen y transfieran conocimientos a otras mujeres y puedan construir una cadena de valor productiva, con un enfoque de género participativo, incluyente y sostenible ■

Fuentes: AECID, Supracafé

LAS CLAVES DEL PROYECTO “CAFÉ, MUJERES, DESARROLLO Y PAZ”

Mujeres caficultoras del Cauca protagonistas de su desarrollo productivo y social

El proyecto “Café, Mujeres, Desarrollo y Paz” tiene como objetivo el fortalecimiento productivo y social de sus beneficiarias y basa su funcionamiento en tres puntos claves:

- La asistencia técnica integral en finca, para mejorar la productividad y calidad del café de cada una de las beneficiarias.
- El fortalecimiento socio-empresarial de la asociación AMUCC con el fin de brindar oportunidades a las mujeres para que puedan, a través del trabajo, salir de la pobreza y ser protagonistas de su propio desarrollo.
- La promoción comercial en mercados de alto valor que proporciona precios diferenciados a las caficultoras como reconocimiento a la calidad de su café.

Y en el centro de todo ello, están las mujeres caficultoras caucanas que a través de programas como éste son reconocidas como actores fundamentales no solo en el entorno familiar, sino también en los aspectos social y productivo, brindándoles empoderamiento y autonomía, a través de la producción de cafés especiales. Además, este proyecto ha contribuido a los procesos de reconciliación y paz en el departamento del Cauca, fuertemente castigado durante años por las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y el grupo paramilitar Autodefensas Unidas de Colombia, AUC.

De hecho, en paralelo al proyecto “Café, Mujeres, Desarrollo y Paz”, Tecnicafé viene desarrollando desde 2017, otro programa encaminado a la integración social de exguerrilleros de ambos grupos, hombres y mujeres, a los que se les forma en café. A ellos se les han confiado hectáreas de terreno y más de 3 millones de árboles de café y se les brinda apoyo para tirar adelante proyectos de emprendimiento como “Paz Café”, una empresa dedicada a la producción de alimentos elaborados con cáscara de café, merecedora en 2019 del Premio al Proyecto más Innovador de Colombia.

Al frente de “Paz Café”, Luis Alberto Serna, un joven de menos de 30 años que fue, durante una década, guerrillero de las FARC. “Cuando tenía 12 años, resentido por el asesinato de mi padre, decidí entrar a formar parte de esta estructura al margen de la ley. Mi principal cometido era colaborar en todo tipo de atentados contra el estado, intervenir en peligrosas maniobras con objetivos diversos y participar en la estrategia militar de la organización. Durante cuatro años participé en las filas de las FARC, hasta que me di cuenta de que estaba atrapado en un laberinto y decidí buscar mi salida. Vi morir a casi todos mis compañeros, y entendí que ese no debía ser el objetivo de mi vida. Cuando se me presentó la oportunidad de participar en el Programa de Reintegración, acepté la propuesta con esperanza. Siempre he vivido en una zona productora de café y mi familia ha sido campesina y ha trabajado este producto. He dejado de ser parte de un problema y he comenzado a construir parte de una solución a través del café”, explica.

Diva Edmyle Sánchez no militaba en las FARC, sino en las AUC, que luchaban contra las guerrillas y como Luis Alberto Serna ha encontrado, también en el café, un futuro. “Crecí en una finca cafetera y mi abuelo fue caficultor hasta que las FARC lo mataron. Durante tres años formé parte de las Autodefensas Unidas de Colombia, AUC, que luchaba contra las guerrillas de mi país. Estaba encargada de prestar primeros auxilios y cuidar a los heridos. Yo tenía conocimientos básicos de café, pero gracias a la formación que he recibido ahora, la calidad de mi producción se ha incrementado de forma notable. He recibido apoyo técnico por parte de Tecnicafé y el Sena y todo lo que he aprendido de los diferentes aspectos del café y el manejo de sus derivados ha resultado de mucha utilidad para mi día a día y, también, para mi familia y vecinos con los que he compartido lo cursado”, nos explicó Diva Edmyle Sánchez en una entrevista publicada en esta misma revista en 2020, después de que ella y sus compañeros de programa hubieran recibido la certificación que los acredita como operarios de labores de campo en cultivos y emprendedores en procesamiento de productos derivados del café.

HISTORIAS CAFETERAS

CAFÉS MONTAÑA, SA

Con noventa y nueve años cumplidos y a punto de celebrar su centenario, Cafés Montaña, S.A es una de las empresas de café que ha escrito parte de la historia del café en Cataluña, resultando, además, un ejemplo claro de cómo ha sido la evolución de la torrefacción de café a lo largo del último siglo, desde la torrefacción a mano a la torrefacción más innovadora basada en el tueste tradicional pero adaptado a procesos actuales.



Anuncio de Cafés Montaña. Año 1923

La historia de Cafés Montaña, empieza en el año 1923. El abuelo de los actuales propietarios, el “avi” Montaña fue el primero en tostar café para vender. Por aquel entonces, tenía comercios de alimentación en el barrio de Sant Andreu de Barcelona, que hasta 1897 había sido un pueblo independiente, en las afueras de la ciudad y que quedó anexionado a Barcelona en la época de la gran transformación de la capital ca-

talana, cuando se derribaron las murallas, se construyó el Eixample y Sant Andreu, como otros tantos pueblos colindantes se convirtieron en los nuevos barrios de Barcelona.

El avi Montaña se encargaba personalmente de la compra del café y, también, de tostarlo para su posterior venta a algunos clientes del sector de hostelería que pronto fidelizó por la calidad de su producto.

Su buena mano y buen hacer contribuyeron a un crecimiento rápido de su cartera de clientes y demanda de cafés, tanto que decidió montar un pequeño tostador para poder aumentar la cantidad de kilos de café tostado y dar servicio a los que pedían su café, muy apreciado en los establecimientos de Sant Andreu y alrededores.

PRIMERA PLANTA TOSTADORA

El estallido de la Guerra Civil, decidió al avi Montaña a salir de Barcelona y se trasladó a vivir a Mollet de Vallés, a unos 22 km a las afueras de la ciudad, donde, pronto, abrió un nuevo comercio en el que siguió tostando café para hostelería.

Su habilidad y destreza como maestro tostador siguió creciendo y cada vez eran más los

Con un bidón vacío de 200 litros y un cono, el “avi” Montaña creó su primera envasadora de café

que acudían a él para proveerse de café. La demanda crecía y habilidoso como pocos, el avi Montaña se fabricó su propia envasadora para facilitar y agilizar el despacho de café. Su peculiar invento consistía en un bidón vacío de 200 litros de capacidad al que acopló un cono para la salida del café. Este artilugio todavía se conserva en las antiguas instalaciones de Cafés Montaña, en recuerdo de quien fuera su fundador y su ingenio para convertir un pequeño tostador en la trastienda de un comercio en una empresa de éxito. Hoy, la empresa cuenta con envasadoras para bolsa de Kilo con vacío y válvula desgasificadora y envasadora con válvula desgasificadora y bobina reciclable para bolsa de kilo y de cuarto. Acorde con las demandas del mercado, la fabrica también ha incorporado envasadoras para latas con diferentes cierres y tamaños que utilizan para empacar el café que siguen tostando para el sector hostelero y, además, sigue activa y en pleno funcionamiento, una de las innovaciones importantes incorporadas hace más de 20 años, una envasadora para bolsas desde 200grs hasta 1 kilo que funciona de manera manual como se hacía en la antigua fabrica.

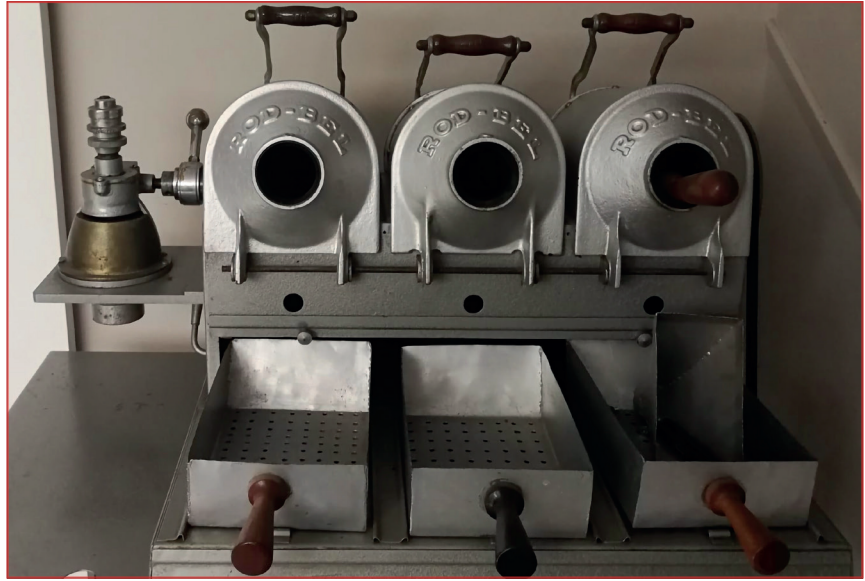
EXPERIENCIA, TRADICIÓN Y VANGUARDIA

Años después de establecerse en Mollet del Vallés, en la década de 1960, el avi Montaña cedió las riendas del negocio a sus hijos Jaume y Jordi que le dieron un gran empujón a nivel comercial. Fue en aquella época cuando incorporaron al tostador nueva maquinaria y servicio técnico. El objetivo era poder conservar los métodos tradicionales





Antigua tostadora,
hoy parte de la colección de Cafés Montañá



Una de las máquinas de tostar más antiguas de la colección de Cafés Montañá.
También permitía moler el café

de selección, control de calidad y tueste de sus cafés, pero con procesos más modernos, una filosofía que se ha mantenido a lo largo de los años, en los que Cafés Montañá no ha dejado de optimizar sus instalaciones de acuerdo con las innovaciones de cada momento, lo que les ha permitido y sigue permitiendo, mantener la esencia del tueste tradicional en su trabajo.

A punto de inaugurar nuevo siglo, en 1998, la tercera generación de la familia Montañá, Pere y Manel, asumió la dirección de la compañía, fijándose como objetivo mantener la misma política empresarial desarrollada por sus antecesores y dispensar la misma atención a la calidad de su café como se había

venido haciendo en los 75 años, ya, de la empresa.

Solo dos años después de este relevo, en el 2000, la compañía se trasladaba a su actual sede en Sant Fost de Campcentelles, también en la provincia de Barcelona, para poder ampliar su planta de tueste, en la que hoy encontramos maquinaria de tostar y envasar de última generación, con capacidad productiva de dos millones de kilos de tostado anuales.

Además, las nuevas instalaciones incorporan un nuevo y moderno laboratorio en el que se establece el control de calidad de todas las fases del producto y proceso, con la maquinaria necesaria para el seguimiento de su

café desde que llega al centro de producción en verde hasta que, ya envasado, queda a punto para su distribución.

SERVICIO ESPECIALIZADO

Actualmente, Cafés Montañá, es una empresa orientada al 100% a la marca blanca para hostelería aunque también sigue vendiendo a consumidores fieles a su producto que se desplazan hasta la fábrica para comprar su café.

La especialización y formación del equipo humano de esta firma en el sector hostelero ha permitido a Cafés Montañá seguir destacando hoy entre la oferta del mercado, asegurando a través de su servicio de preparación de blends personalizados, el valor diferencial que sus clientes quieren para sus negocios.

A un año de la celebración del primer centenario de la empresa, Cafés Montañá continúa innovando en sus procesos, sin perder nunca de vista, la forma de hacer y tratar el café que tenía el avi Montañá y que ha valido a la empresa la referencia durante todos estos años ■



Documento de Inscripción de la empresa en el Registro Nacional. 1965

El tueste tradicional adaptado a los procesos actuales y de cada momento se ha convertido en uno de los sellos de la empresa

HISTORIAS CAFETERAS

LA CAFETERA DE VACÍO

La cafetera de vacío, sifón francés o sifón japonés encarna, quizás, uno de los sistemas de elaboración de café más llamativos que hay por la sofisticación de su proceso que transcurre, enteramente, a la vista del consumidor.

La cafetera, compuesta por dos recipientes de vidrio y un tubo estrecho o tallo con una junta de sellado que acopla el recipiente superior sobre el inferior, basa su funcionamiento en principios básicos de la física, como la presión y el vacío, y produce un café limpio, claro y balanceado de sabor, que hace de esta preparación la favorita para muchos.

Cuando el agua del globo inferior se calienta, sube por el tallo hacia el globo superior donde se mezcla con el café molido allí depositado y realizándose la extracción. Transcurrido unos minutos, cuando la cafetera se retira de la fuente de calor, el aire del recipiente inferior se comienza a enfriar, ocasionando otro nuevo vacío y propiciando el paso del café hacia abajo, mientras los posos quedan retenidos en el filtro del balón superior (hay quien recomienda, no dejar el café molido esperando en la parte superior, e introducirlo en la cámara, justo cuando más de la mitad del agua ya haya ascendido).

UNA CAFETERA PARA LA CORTE FRANCESA

La idea de tan peculiar sistema de elaboración data de 1830 y fue presentada por primera vez en Alemania, por Loeff de Berlín, aunque su verdadera popularidad no llegaría hasta una década después gracias a la decisión de una mujer, la francesa Marie Fanny Amelne Massot de Lyon, que encontró en este sistema la forma ideal para elaborar un buen café.

Parece que Marie Fanny Amelne Massot perfeccionó la propuesta alemana y bajo el nombre de Mme. Vassieux solicitó la patente para la nueva cafetera. Esta le fue otorgada en 1840 y la cafetera de Vassieux se convirtió pronto en una pieza codiciada por determinadas esferas de la sociedad francesa, lanzándose durante aquellos años al mercado, diseños de lo más llamativo, con coronas de metal y hasta grifos incorporados en el recipiente inferior para servir el café.

La Vassieux era una cafetera para exhibirse y no para quedarse en la cocina y explican que Amelne haciendo uso de sus muchos contactos e influencias que le permitía su posición en la corte francesa, logró en poco tiempo desarrollar su invento a gran



escala, en cantidades bastante grandes, tanto que algunos de esos primeros ejemplares de cafeteras de sifón, todavía se conservan.

LAS CAFETERAS DE NAPIER

Conocedor o no del invento de la noble francesa, casi al mismo tiempo que ella, en Escocia, otro emprendedor, el Sr. Napier, creaba otra cafetera de vacío. A diferencia de Mme. Vassieux, sin embargo, Napier nunca patentó su cafetera, pero fue bastante popular durante algunos años y recibió un premio de la Institución de Ingenieros Mecánicos en 1856 por, en la primera reunión de la institución en Glasgow, "exhibir la cafetera Napier y por entretener gratuitamente a sus invitados con café".

La cafetera del escocés, explican en Coffee Brew Guides, difería significativamente de la cafetera de doble globo, aunque si funcionaba según el mismo principio de presión y vacío. Además, como la cafetera francesa, la de Napier, también estaba destinada a la exhibición, como queda claro en el anuncio del periódico que la publicaba y que informaba a los consumidores sobre sus posibilidades decorativas, "también se puede equipar elegantemente con marcos y globos plateados si se desea", rezaba el cartel.

LAS HERMANAS DE SALEM

Unos años más tarde, ya en 1910 y en Estados Unidos, dos hermanas de Salem, la Sra. Ann Bridges y la Sra. Sutton presenta-

ron una patente para un dispositivo al que llamaron "Silex", una cafetera al vacío hecha de vidrio Pyrex fabricada por Corning Glass Works de New York.

Por los datos que se conocen, es muy probable que no fueran ellas las que desarrollaron el invento, pero si las adquirieron la patente, organizaron su producción y se dedicaron a comercializarla en pequeños hoteles, cafeterías y otros establecimientos comerciales del país.

El diseño de la Silex era mucho menos elaborado que las versiones europeas, y su diseño se ha mantenido casi sin cambios hasta hoy, desde que se introdujo en el mercado a principios del siglo XX.

Durante las siguientes décadas, se presentaron varias patentes similares a la Silex, muchas de ellas por parte de la Silex Company de Hartford, Connecticut y muchas de ellas, también, con nombres de mujeres como inventoras registradas. Entre los cambios más importantes que introdujeron fue adecuar su diseño para su uso en la cocina del hogar: un fondo más ancho y plano en la olla para que el aparato pudiera descansar sobre un quemador, y un globo superior más angosto para un mejor equilibrio.

Hoy, el mercado de las cafeteras de sifón sigue más vivo que nunca, dominado, ahora, básicamente, por dos empresas japonesas que han conseguido llevar a este equipo hasta las barras baristas de los cinco continentes ■

Fuente: Garet Oden de Coffee Brew Guides

LIBBAR

by



Nuevos vaporizadores con doble accionamiento a leva con flujo continuo o guiado



Ciclo de lavado de grupos automático



Nuevas botoneras verticales retro-iluminadas



Ideal para vasos Take Away



EXPERIENCE COFFEE CUP

Entra en experiencecoffeecup.com y descúbrela



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