

Únete a la Revista fórumcafé

Forum Café, cada año más digital

Ahora con publicidad dinámica e interactiva en nuestra web, conectando con un público digital apasionado por el café. ¡Lleva tu mensaje más lejos!

fórumcafé

2024 N98 | forumdelcafe.com



06 | **ENTREVISTA**
RAÚL PONT,
NUEVO PRESIDENTE FÓRUM CAFÉ

10 | **CAFÉ DE RUANDA**

20 | **VIETNAM Y LA CRISIS DEL CAFÉ ROBUSTA**

28 | **CULTURING, ¿ACIERTO O ERROR?**



/ ACTUALIDAD Y TENDENCIAS

INTELIGENCIA ARTIFICIAL, AQUÍ Y AHORA

CUANDO LA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA PASA DE COSTE NECESARIO A UN ELEMENTO TRANSFORMADOR DE LA OPERATIVA Y LA CULTURA

La inteligencia artificial generativa ha transformado profundamente el sector tecnológico, y el tejido empresarial español no ha querido quedarse atrás. Sin embargo, la preparación de las empresas para adoptar y adaptarse a esta tecnología varía significativamente entre sectores. En el caso de las empresas de café en España, el uso de la IA se encuentra aún en una fase incipiente, aunque con ejemplos prometedores de digitalización y buen manejo de datos que pueden facilitar la adopción de soluciones basadas en IA a gran escala. La accesibilidad creciente a estas herramientas ofrece nuevas oportunidades, incluso, para empresas con menores recursos.

José M^a Caffarena es ingeniero industrial con una destacada trayectoria profesional relacionada con las últimas tecnologías avanzadas desarrolladas por Microsoft y anteriormente por SAP. Actualmente, trabaja como Arquitecto de Soluciones en Microsoft, siendo responsable de impulsar la adopción de la IA generativa en el puesto de trabajo de las principales empresas y organismos de España. Caffarena, además, se ha convertido en una de las voces divulgadoras destacadas sobre inteligencia artificial y automatización de procesos en nuestro país, participando activamente en universidades y conferencias del sector tecnológico.

Sus conocimientos y su compromiso con la innovación lo convierten en una figura clave para comprender la digitalización y cultura del cambio en las empresas españolas y ahondar sobre cómo la Inteligencia Artificial está influyendo en la operativa de empresas de todos los tamaños y sectores, también, del café.

¿Cuál es el nivel de preparación actual de las empresas españolas para adoptar y adaptarse a la Inteligencia Artificial?

La inteligencia artificial generativa ha revolucionado el sector tecnológico desde 2022, y el tejido empresarial español no se ha querido quedar atrás. Y es que la expectativa sobre el gran potencial disruptivo de esta tecnología no ha dejado a prácticamente ningún sector indiferente...

Frente a otras grandes tendencias tecnológicas de nuestros tiempos, como el blockchain o el 5G, la IA generativa se ha viralizado a un ritmo sin precedentes. Poniéndolo en perspectiva, ChatGPT alcanzó los 100 millones de usuarios en cuestión de 3 meses. Internet tardó 7 años en conseguirlo... Pero no debemos olvidar que otros



modelos de IA, como el aprendizaje automático o el reconocimiento de imágenes, llevan años formando parte de nuestro día a día.

Aunque muchas organizaciones quieran capitalizar sobre los beneficios que nos obsequia la IA, no todas llegan a este momento igual de preparadas. Para poder conducir un superdeportivo, primero debemos saber circular y tener un carnet en vigor. Lo mismo pasa a la hora de adoptar la IA, antes debemos haber digitalizado la organización, tener bien inventariados nuestros datos y estar abiertos a transformar nuestros hábitos de trabajo.

En el caso concreto de la industria del café ¿Cuál es la situación? ¿Cómo se están adaptando a la IA las empresas españolas del sector?

La adopción de la inteligencia artificial en la industria del café está en pleno auge a nivel mundial. Cabe destacar que su uso hasta la fecha ha primado en grandes empresas del sector.

El monitoreo de cultivos mediante la sensorización, los modelos predictivos para anticipar el rendimiento de las cosechas o la

clasificación del grano son algunos ejemplos de cómo la IA está optimizando la producción de café a escala industrial, donde Nestlé se posiciona como líder.

Aunque todavía nos encontramos en etapas tempranas en la adopción de la IA en el sector del café nacional, existen ejemplos de empresas muy bien posicionadas, con inversiones claras en digitalizar la cadena de suministro y ejercer un buen gobierno

Para adoptar la IA hay que estar abiertos a transformar nuestros hábitos de trabajo

del dato. Sin duda, tendrán mucho terreno ganado a la hora de desplegar soluciones basadas en IA a escala.

También es cierto que la IA generativa ha roto muchas barreras de entrada a la adopción de estas tecnologías. Al comunicarnos con ella mediante el lenguaje natural, disminuye la necesidad de emprender proyectos de una alta complejidad técnica, haciéndola más accesible a empresas con presupuestos más acotados en innovación o que directamente no cuenten con perfiles tecnológicos.

¿Cuál es la dificultad más importante que están encontrando las empresas españolas para implementar con éxito soluciones de Inteligencia Artificial?

Sin duda saber dar respuesta a la pregunta "¿qué implica estar preparado para adoptar la IA?", a lo que hay que contestar que son varios los factores que entran en juego.

A nivel técnico, el correcto gobierno de la información suele ser el factor más recurrente, al que hay que dar respuesta. ¿Qué





La revista líder del sector

En sus 24 años, la revista **Fórum Café** ha evolucionado en contenidos, diseño y alcance, manteniendo inalterable en todo este tiempo su enfoque divulgador, lo que la ha convertido en una publicación de consulta para los amantes del café y en una herramienta de interés para los profesionales del sector, gracias a la incorporación de contenidos más técnicos y especializados, centrados en el mercado de este producto, las tendencias, la actualidad del café, los avances tecnológicos, las novedades científicas y las innovaciones más relevantes del sector del café.

La edición trimestral de la revista Fórum Café en papel se acompaña, también, de la versión online de la publicación. Los contenidos en esta versión online se complementan con información relacionada y recursos en línea que permiten enriquecer, aún más si cabe, los contenidos publicados.



Como novedad, la revista da un paso más hacia la digitalización ofreciendo a los anunciantes un espacio de publicidad digital en la página web Fórum Café. Esto permite amplificar el alcance de la publicidad y aumentar el impacto, llegando a un público cada vez más digital y generando una mayor repercusión para las marcas.

¿Por qué anunciarse?

El primer número de la revista **Fórum Café** se publicó en junio del año 2000 y desde entonces no ha faltado nunca a su cita trimestral con los profesionales y amantes del café, siendo hoy la revista referente del mundo del café en habla hispana.

El público que consulta la revista es variado, pero con una misma pasión: el café. La revista Fórum Café la leen aficionados a esta bebida, baristas y otros profesionales de la industria del café y afines que encuentran en este medionformación de valor sobre los temas que les interesan y ocupan.

La revista es una forma muy rápida de llegar a un público interesado en el café. Se reparte, sin coste, en todo el territorio nacional y llega a cafeterías, empresas del sector cafetero, asociaciones, escuelas de hostelería y líderes de opinión.





Origen

El principal aspecto que hace único un café es su origen. Descubrimos la historia, producción y taza de cafés de todo el mundo.



Mercado

Su evolución, novedades y oportunidades en una sección monográfica con información de valor sobre el funcionamiento de este mercado en todo el mundo.



Sabías qué

La sección más dinámica de la revista, con información que te sorprenderá.



Café y Salud

El principal aspecto que hace único un café es su origen. Descubrimos la historia, producción y taza de cafés de todo el mundo.



Informe

La mejor forma de avanzar en el conocimiento de un producto es conocerlo al detalle. Informes y estudios avalados por organismos y profesionales del mundo del café.



Calidad

Descubrimos la calidad del café de la semilla a la taza y los aspectos que hace único a un café con estudios, reportajes y entrevistas a investigadores, científicos y técnicos del mundo del café.



Países por orden de impresiones



- España
- México
- Perú
- Estados Unidos
- Guatemala
- Argentina
- Panamá
- Venezuela





Perfil

- Caficultores
- Cooperativas
- Tostadores
- Industria cafetera
- Profesionales en hostelería
- Restauradores
- Distribuidores
- Baristas
- Escuelas de Turismo
- Universidades
- Asociaciones y Gremios
- Coffeelovers





Revista Digital

En 2025, los artículos de la revista Fórum Café se transformarán en un formato blog, más breve y atractivo para captar la atención de los consumidores digitales. La revista completa seguirá siendo un privilegio exclusivo para socios y amigos, pero lo más emocionante es que la publicidad de la versión impresa se potenciará en la web con formatos dinámicos e interactivos, diseñados para maximizar el impacto y alcance de las marcas.

50k
usuarios
activos

Entre
25-45
años

Temas de mayor interés 2024:

- ☞ Café de Origen
- ☞ Mercado del Café
- ☞ Tecnología e Innovación
- ☞ Variedades de Café

La publicidad contratada también implica que los anuncios aparecerán en la página web en formatos mucho más dinámicos.

Fórum Café, junto con los colaboradores de cada número de la revista, difunde los materiales publicados en la revista en redes sociales y distribuye los contenidos a través de su newsletter para una mayor difusión en la comunidad cafetera.



Formatos de Publicidad Digital

La publicidad de la revista impresa da un salto a la web de Fórum Café con formatos interactivos pensados para las nuevas generaciones. Estará presente en el blog, la sección de actualidad, noticias online y banners, con enlaces directos a la web o al destino indicado por el anunciante.

Este cambio amplificará el alcance y visibilidad de los anunciantes, conectándolos con un público cada vez más digital.

Cada
año
más
digital

Calendario de Publicaciones

Marzo

Publicación:
Marzo 2025

Deadline:
01/02/2025

Nº100

Junio

Publicación:
Junio 2025

Distribución Especial:
Asamblea

Deadline:
01/05/2025

Nº101

Sep

Publicación:
Septiembre 2025

Deadline:
01/07/2025

Nº102

Dic

Publicación:
Diciembre 2025

Deadline:
01/11/2025

Nº103





Tarifas

PÁGINA COMPLETA	
Interior portada	2.069 €
Página 5	1.930 €
Interior contraportada	1.963 €
Contraportada	2.629 €
Página interior	1.764 €
MEDIA PÁGINA	998 €
1/3 HORIZONTAL	727 €
1/3 VERTICAL	727 €
1/4 VERTICAL	522 €
ENCARTE	4.000 €

Contratación de descuentos especiales

Socios FORUM: 10% de descuento sobre la tarifa general.

Contratación anual anticipada (4 números el mismo año):
5% de descuento adicional a partir del segundo anuncio y un 10% de dto. en el último anuncio.

Los precios de esta tarifa no incluyen: IVA, originales o adaptaciones de los mismos si son necesarias.

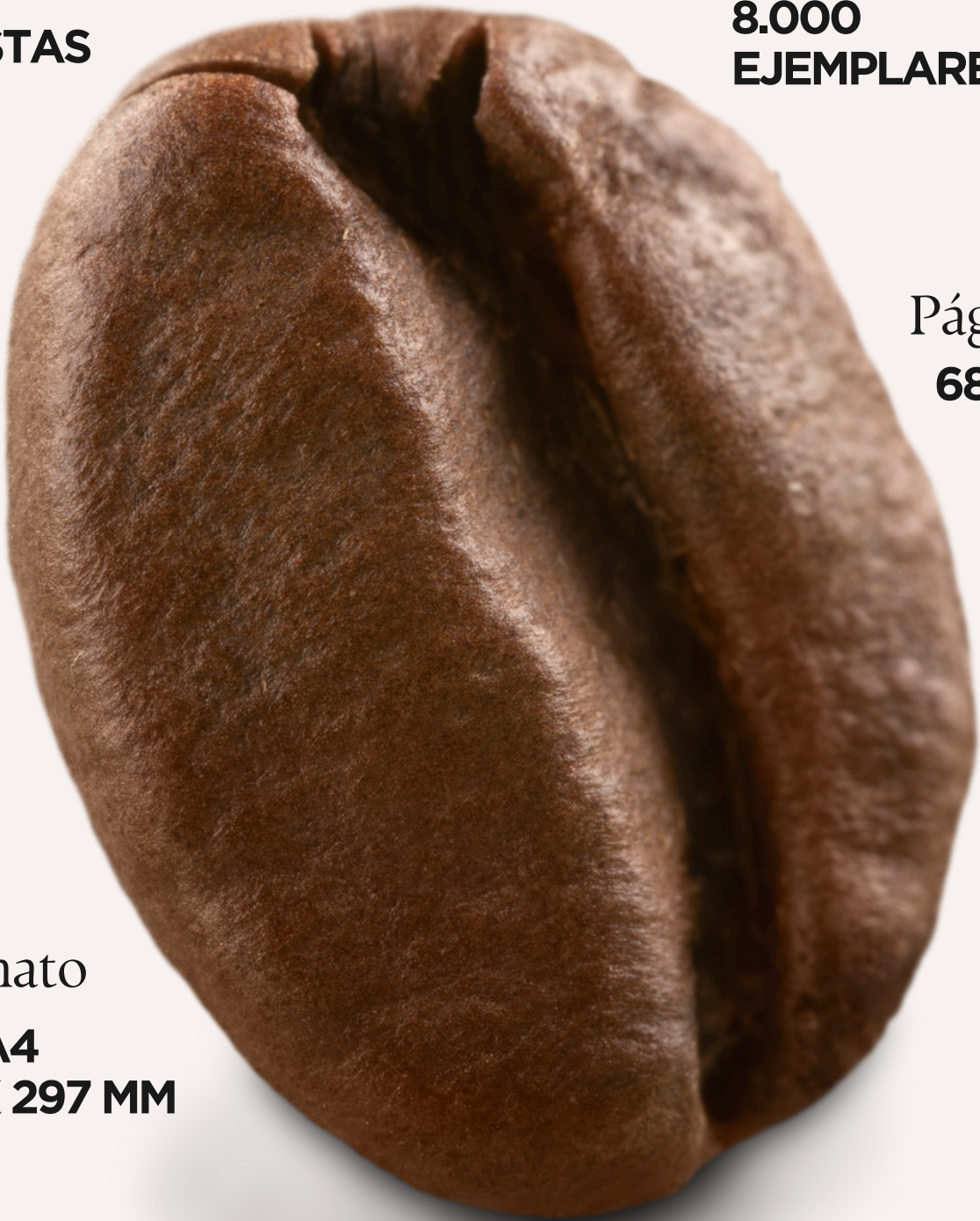
Frecuencia de publicación
**4 REVISTAS
x AÑO**

Tirada
**8.000
EJEMPLARES**

Páginas
68/COLOR

Primer número
**MARZO
2025**

Formato
**DIN A4
210 X 297 MM**



Formatos

Mostramos los cinco formatos con sus medidas de las publicidades de la revista.

Importante: Todas las publicidades que contempla fórumcafé van a sangre (3mm). Es decir, llegan completamnete al borde de la revista en su lados no interiores.

Página completa



210 x 297 mm
+3mm sangre

Media Página 1/2



210 x 148.5 mm
+3mm sangre

Horizontal 1/3



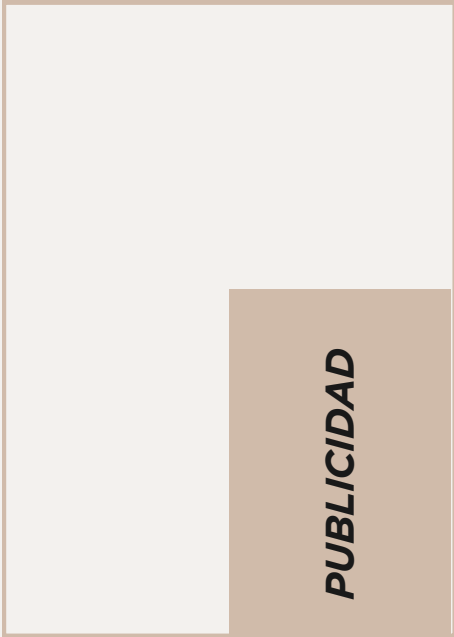
210 x 85 mm
+3mm sangre

Vertical 1/3



90 x 297 mm
+3mm sangre

Vertical 1/4



105 x 148.5 mm
+3mm sangre

Página entera

1210x297mm + 3mm sangre

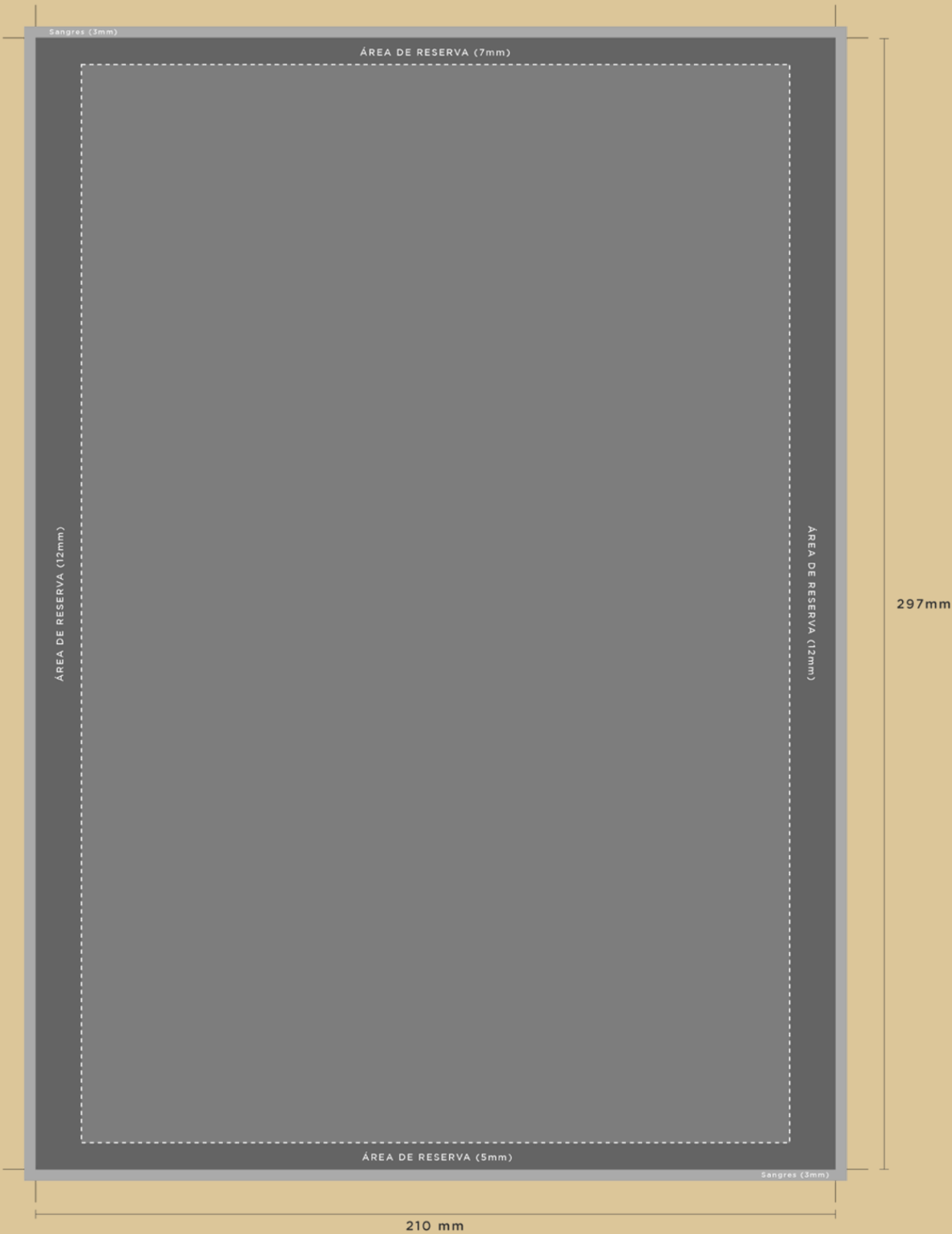
En está diapositiva mostramos la composición de la publicidad en formato A4.

Debemos contemplar un “área de reserva-seguridad”.

En este área no debe entrar ningún elemento gráfico de carácter importante en la creatividad (logotipos, direcciones, textos infomativos, titulares, etc).

La revista, al estar encuadernada con lomo rústica, siempre en su interior, la encuadernación (cerca del lomo) invade parte de la gráfica. Si no respetamos ese área de seguridad podríamos perder la legibilidad de elementos gráficos de carácter importante.

En este caso, dejamos de margen 12mm en los extremos y 7mm en la parte superior e inferior.



Media página

210X148,5mm + 3mm sangre

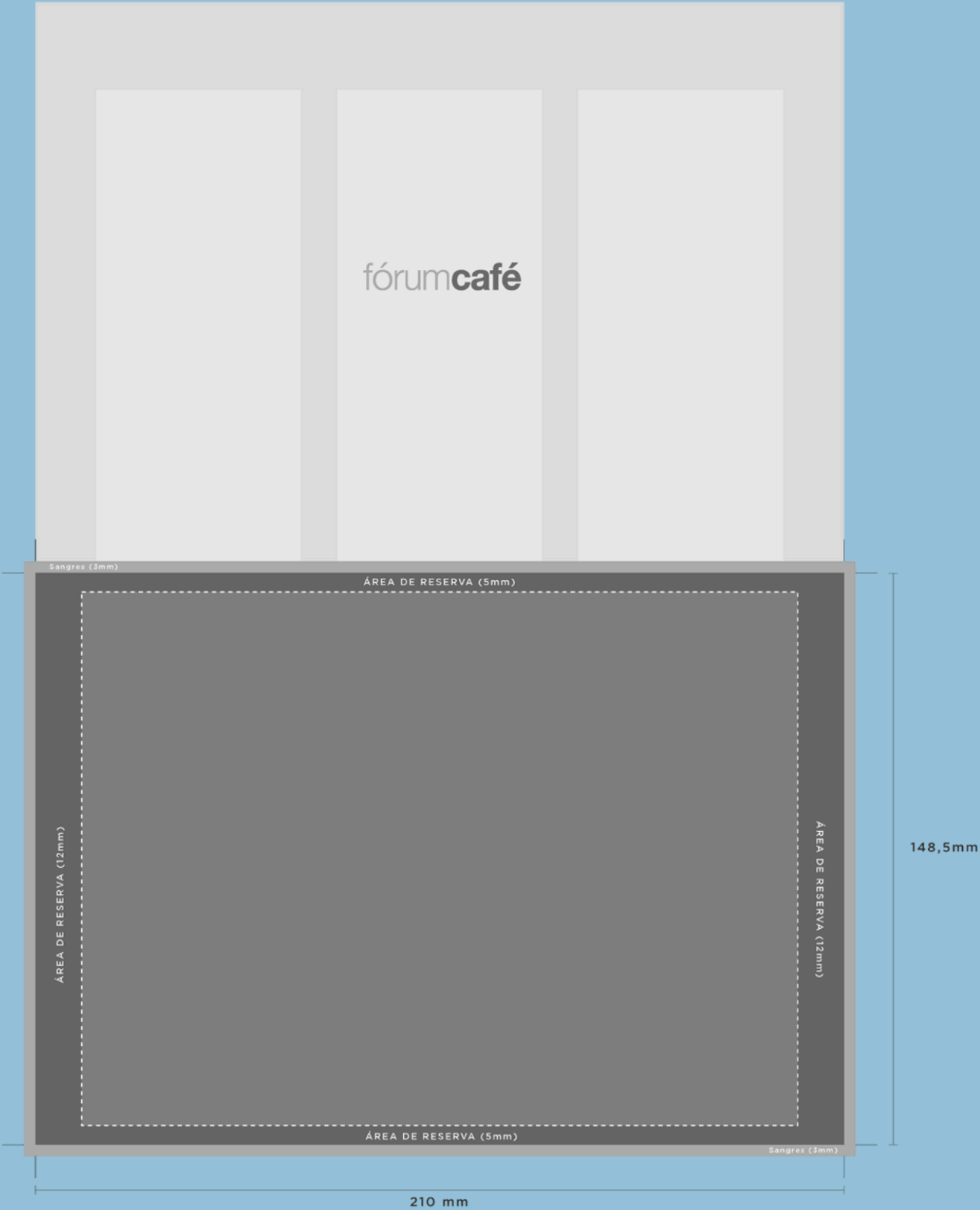
En está diapositiva mostramos la composición de la publicidad a media página.

Debemos contemplar un “área de reserva-seguridad”.

En este área no debe entrar ningún elemento gráfico de carácter importante en la creatividad (logotipos, direcciones, textos infomativos, titulares, etc).

La revista, al estar encuadernada con lomo rústica, siempre en su interior, la encuadernación (cerca del lomo) invade parte de la gráfica. Si no respetamos ese área de seguridad podríamos perder la legibilidad de elementos gráficos de carácter importante.

En este caso, dejamos de margen 12mm en los extremos y 5mm en la parte superior e inferior.



1/3 horizontal

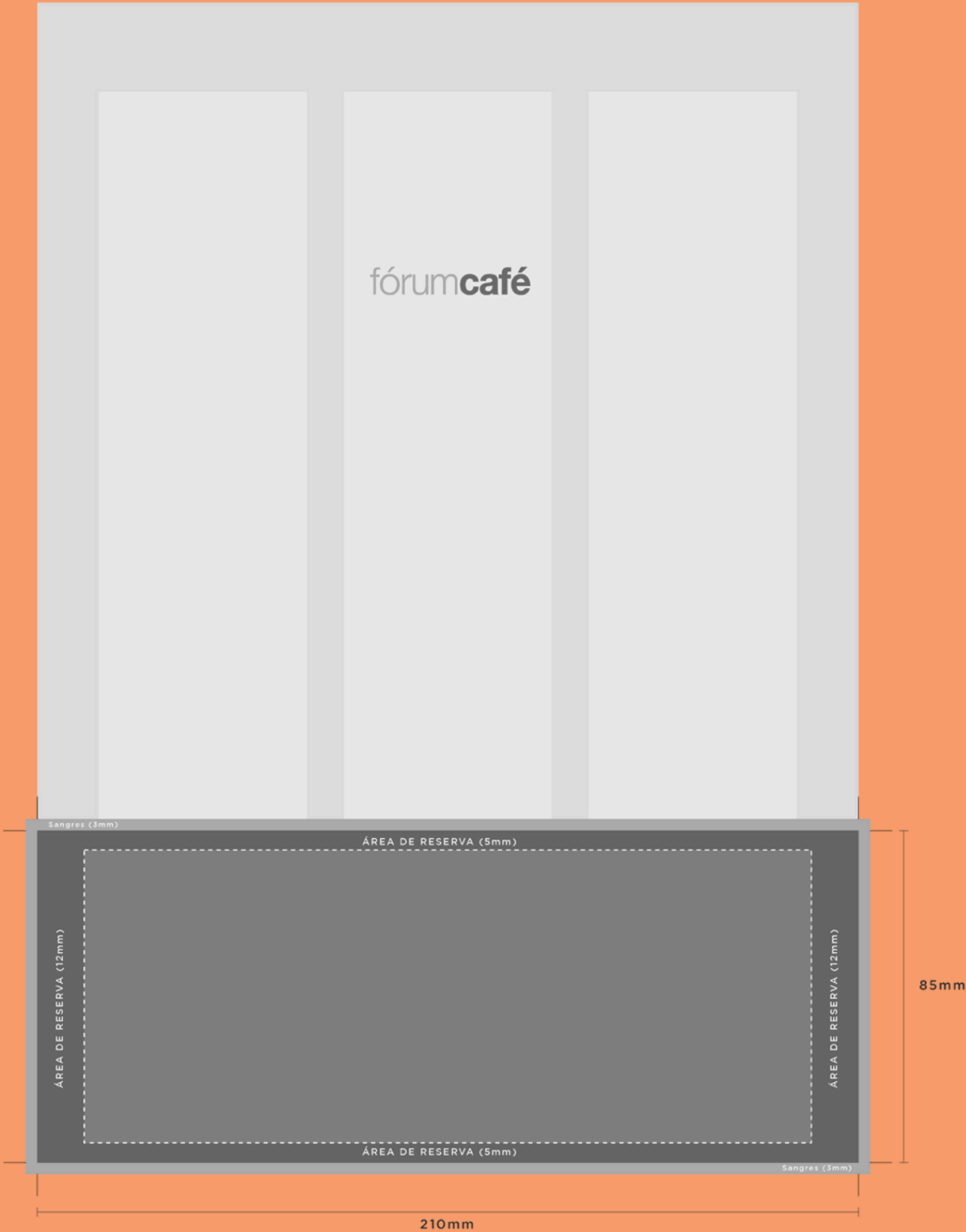
210X85mm + 3mm sangre

En está diapositiva mostramos la composición de la publicidad en un tercio horizontal de la página. Debemos contemplar un “área de reserva-seguridad”.

En este área no debe entrar ningún elemento gráfico de carácter importante en la creatividad (logotipos, direcciones, textos infomativos, titulares, etc).

La revista, al estar encuadernada con lomo rústica, siempre en su interior, la encuadernación (cerca del lomo) invade parte de la gráfica. Si no respetamos ese área de seguridad podríamos perder la legibilidad de elementos gráficos de carácter importante.

En este caso, dejamos de margen 12mm en los extremos y 5mm en la parte superior e inferior.



1/3 vertical

90X297mm + 3mm de sangre

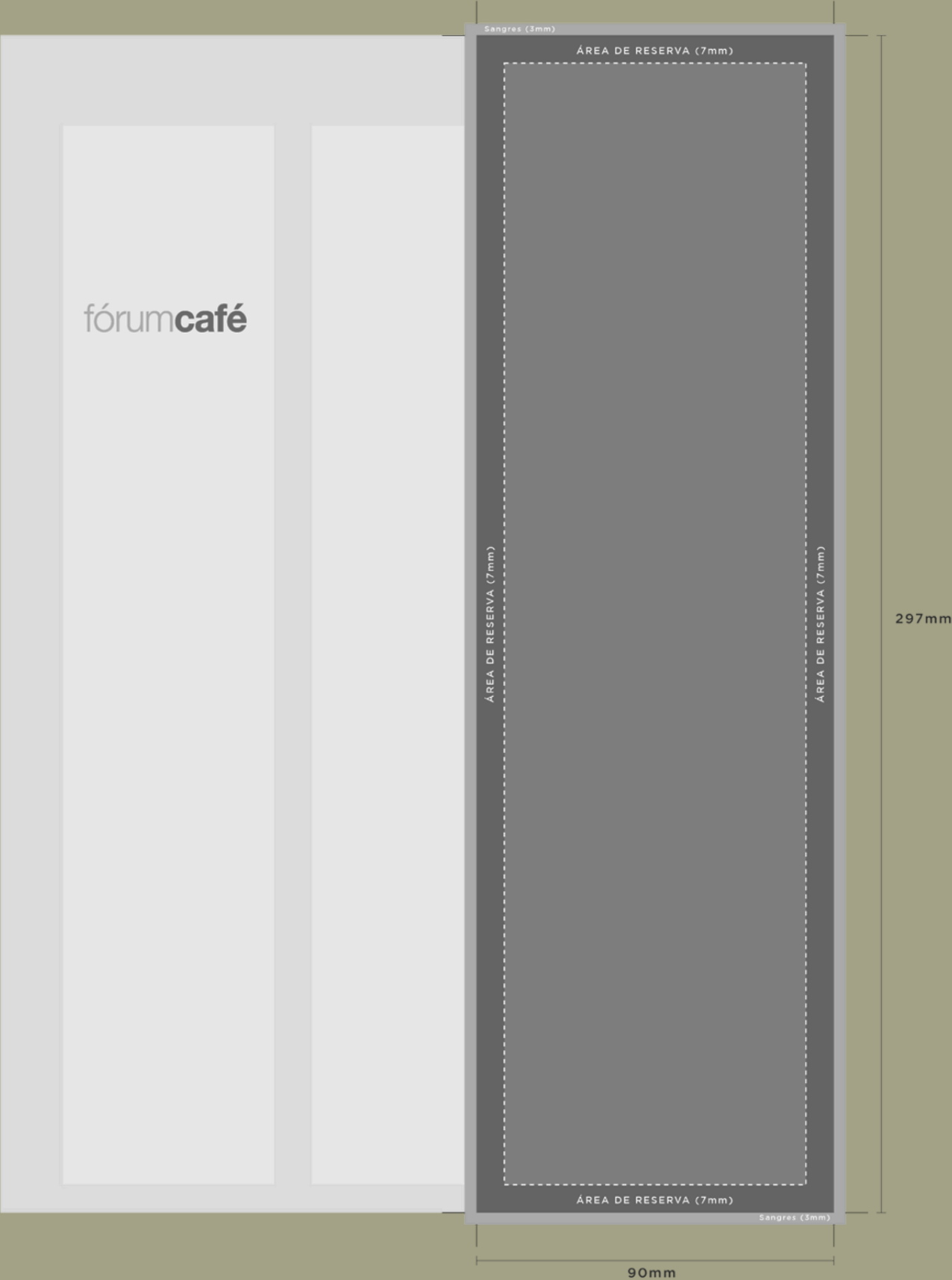
En está diapositiva mostramos la composición de la publicidad en un tercio vertical de la página.

Debemos contemplar un “área de reserva-seguridad”.

En este área no debe entrar ningún elemento gráfico de carácter importante en la creatividad (logotipos, direcciones, textos infomativos, titulares, etc).

La revista, al estar encuadernada con lomo rústica, siempre en su interior, la encuadernación (cerca del lomo) invade parte de la gráfica. Si no respetamos ese área de seguridad podríamos perder la legibilidad de elementos gráficos de carácter importante.

En este caso, dejamos de margen 12mm en los extremos y 7mm en la parte superior e inferior.



1/4 horizontal

105X148,5mm

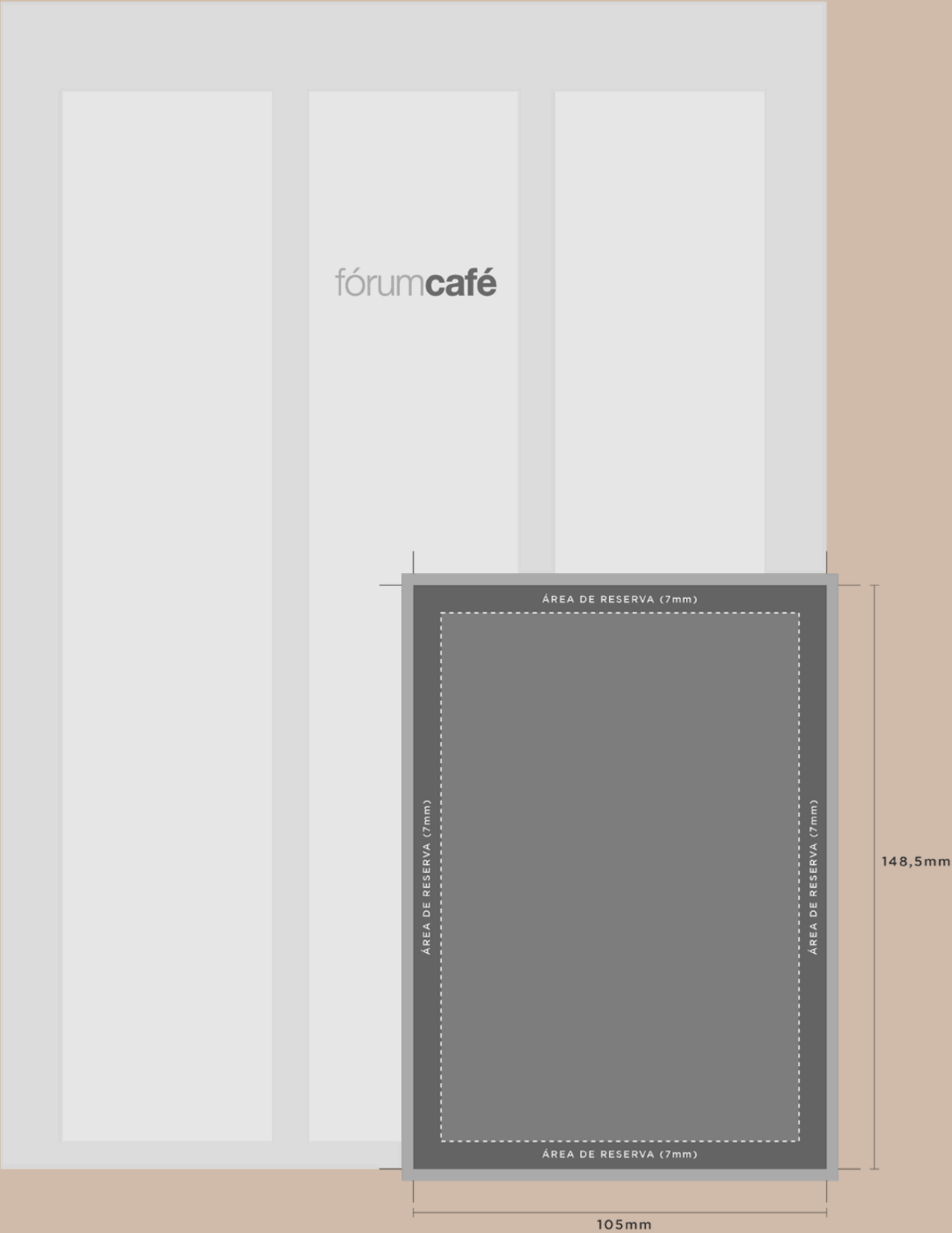
En está diapositiva mostramos la composición de la publicidad en un cuarto vertical.

Debemos contemplar un “área de reserva-seguridad”.

En este área no debe entrar ningún elemento gráfico de carácter importante en la creatividad (logotipos, direcciones, textos infomativos, titulares, etc).

La revista, al estar encuadernada con lomo rústica, siempre en su interior, la encuadernación (cerca del lomo) invade parte de la gráfica. Si no respetamos ese área de seguridad podríamos perder la legibilidad de elementos gráficos de carácter importante.

En este caso, dejamos de margen 12mm en los extremos y 7mm en la parte superior e inferior.



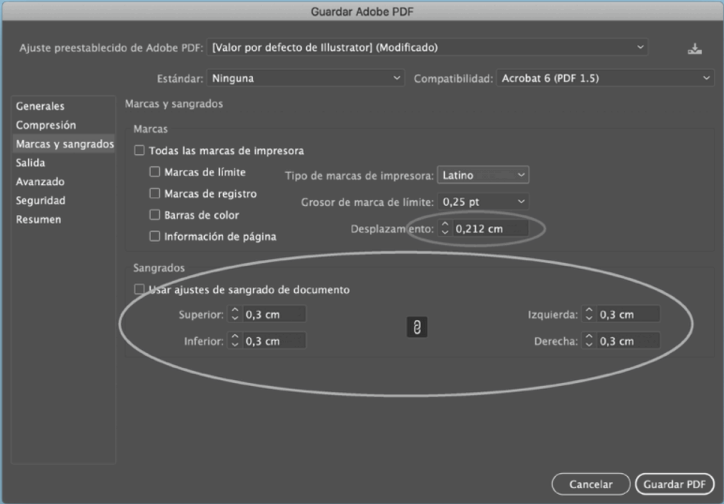
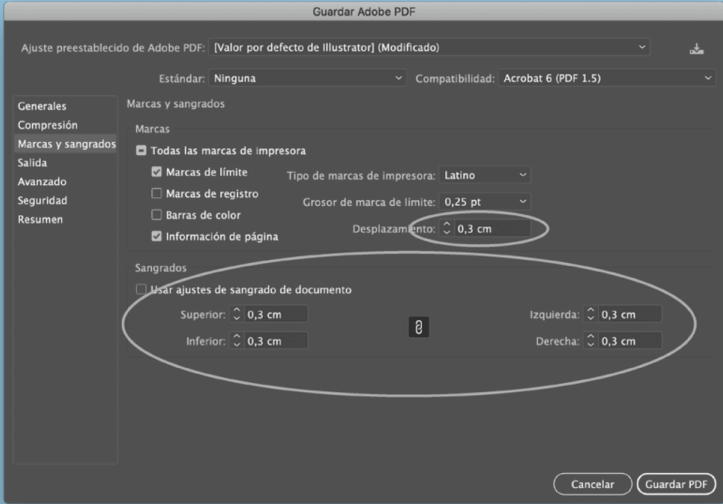
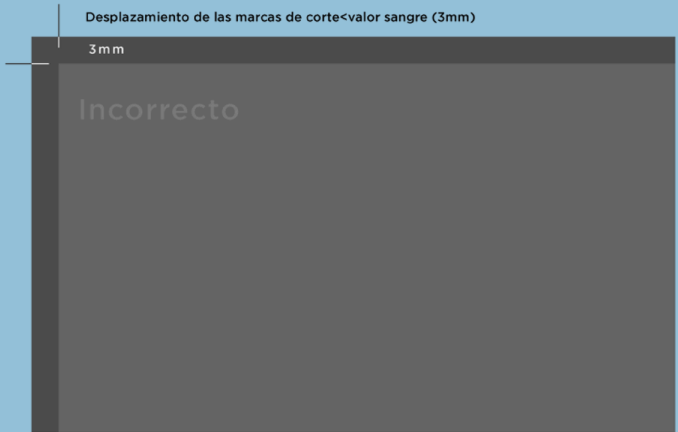
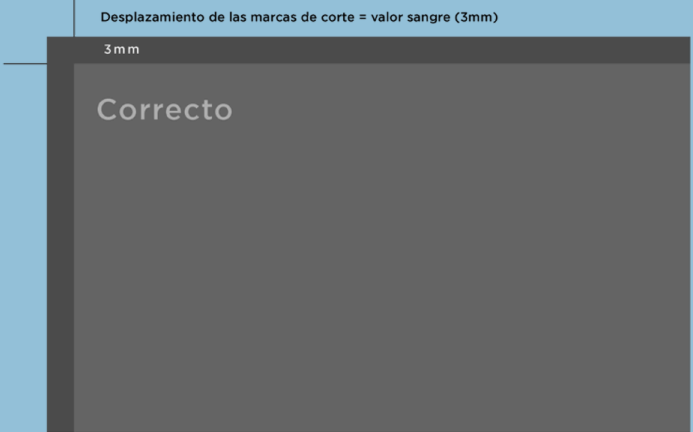
Especificaciones técnicas

SANGRES

3mm

El desplazamiento de las marcas de corte respecto al corte final, debe tener la misma medida que la sangre del documento, es decir, 3mm por cada lado.

Si dicho desplazamiento es inferior al valor de la sangre, estas marcas invadirían en parte la sangre poniendo en riesgo que aparezcan en la gráfica si ha habido un pequeño desajuste en el corte final.



PDF

El arte final debe entregarse preferiblemente en formato PDF bajo la normativa ISO PDF/X-1a. Todo el contenido gráfico en CMYK y con una resolución de imagen mínima de 300ppp.

También podría entregarse en formato JPG calidad máxima en CMYK. Aunque es menos recomendable ya que los elementos vectoriales de la creatividad (textos por ejemplo) pasan a ser imagen con compresión y pierden algo de calidad-nitidez.

