



Universidad del
Rosario

**De tierras, máquinas y tazas: un recorrido por el café especial
colombiano**

Sophia Salamanca Gómez

**Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Bogotá - Colombia
2022**

**De tierras, máquinas y tazas: un recorrido por el café especial
colombiano**

Sophia Salamanca Gómez

**Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de:
Profesional en Periodismo y Opinión Pública**

**Director
Eduar Barbosa Caro**

**Escuela de Ciencias Humanas
Periodismo y Opinión Pública
Universidad del Rosario
Bogotá - Colombia
2022**

De tierras, máquinas y tazas: un recorrido por el café especial colombiano

Por Sophia Salamanca Gómez

El café ya no es solo un ritual matutino y acompañante de conversaciones. Gracias a los actores de su cadena de producción cada vez más personas se adentran al complejo mundo de una de las semillas más reconocidas en el mundo: el café. La curiosidad va aumentando y la consciencia sobre el trabajo de caficultores, tostadores y comercializadores esta haciendo que **café de mayor calidad** estén tomando más relevancia en el mercado interno.



*Caficultor recogiendo cerezas maduras para la producción de café de especialidad.
Tomado de: banco de imágenes*

En la siguientes páginas podrá sumergirse en experiencias de colombianos que están haciendo crecer el mundo del café de especialidad. Podrá encontrar cómo cada uno está atrayendo más seguidores desde la producción, la comercialización y el consumo. Conozca a continuación la importancia de tostadores, catadores, comercializadores y educadores que brillan por su participación en la cadena de producción.+

Los cafés especiales son aquellos que cuentan con la diferenciación y alta trazabilidad (más cuidado en cada proceso). Diferente a los cafés de consumo masivo estos han tenido un tratamiento que les permite sobresalir ante los sentidos de millones de consumidores. Esto significa, además, que la industria del café está cambiando el panorama a través de los orígenes en finca, la selección de los mejores granos y la cooperación entre los actores involucrados en su elaboración.

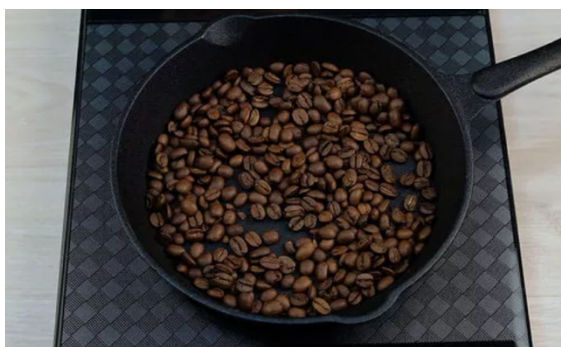
Déjese capturar con las secciones de este reportaje. *De quemar a tostar* está contada por maestros tostadores y un innovador que podría cambiar el rumbo de lo costosa que puede ser la tostaduría; *Un paladar internacional* presenta a un catador certificado destacado fuera del país; *Re conociendo el café colombiano* cuenta el punto de vista de un líder de experiencias pionero en el mundo del café de especialidad; *Cautivando tierras árabes a través del comercio del café* muestra cómo una colombiana llegó a comercializar e imponer tendencia con el café colombiano y para finalizar *Dos escuelas de café impulsando especialidad* dos educadores con sus propias escuelas de café.

De quemar a tostar

La emoción de los primeros consumidores al descubrir la intensa fragancia de los granos de café al caer en el fuego y el sabor que estos adquirirían hoy en día no ha dejado de sorprender. La perspicacia del ser humano ha hecho que pasemos de modelos complejos y poco precisos en pailas de barro a sofisticadas tostadoras que permiten estandarizar procesos y obtener altos potenciales de calidad. Entérese de la mano de cuatro maestros tostadores como los cambios técnicos y tecnológicos han promovido la cultura del café en diferentes espacios.

“No hay tostadores profesionales” dice Mauricio García quien es un amante, consumidor, preparador y tostador de café con 14 años de experiencia en el medio. Defiende a capa y espada que existen quienes siempre han tostado el café de forma artesanal y tener así mismo personas que disfruten de estos sabores.

Este es el caso de Lidia Ordóñez, quien nunca conoció otra forma de hacerlo. Hoy, a sus 81 años, recuerda la paila en la que tostaba el café que cultivaba en su propia finca: “En esos tiempos no existía el gas, entonces tocaba hacerlo con leña, pero no mucha para que el fuego no fuera tan fuerte y con una cuchara se revolvía todo el tiempo hasta que olía y se veía el café oscuro”.



Café tostado en paila. Imagen de archivo.

Los estándares de calidad nunca fueron importantes ni para ella, su esposo o su hijo, solo sabían que el café nunca debía faltar en su mesa. Ellos mismos lo molían en su molino manual, no se preocupaban por quitarle la cascarilla, ni escoger mucho, sin embargo, disfrutaban de su aroma y sabor como si no hubiese mejor.



*Mauricio García testeando cafés
Foto de archivo personal de Mauricio García*

Mauricio García insiste en que “el rol del tostador ha llegado a parecerse al de un chef que escoge sus ingredientes, su materia prima y se encarga de interpretarlos para desarrollar sus sabores en taza.”

El interés por lograr cada vez desarrollos más limpios y consistentes ha atraído a los amantes del café a experimentar diferentes métodos e incentivar la búsqueda de conocimiento. Los procesos de transformación económica, social y tecnológica inevitables han afectado también la producción del café.

Desde su experiencia Mauricio cuenta que estos han llegado a tal sofisticación que cada vez más personas se interesan en laboratorios especializados. Estos cuentan con herramientas necesarias para investigar,

experimentar y evaluar el desarrollo del café e impulsar sus mejores características sensoriales.



*Ejemplo de laboratorio de café, Yapeyú Café en Nariño
Tomada de: <https://www.asomanar.com.co/>*

El proceso de tuestión del café especial comienza en el momento en el que las semillas en verde seleccionadas se exponen al calor. Ya no es necesario dejarse llevar por el azar, como un adivino en una bola de cristal, para saber cuando un café está listo. Ahora se pueden replicar los sabores y se han inventado un sinfín de herramientas que pueden predecir con mayor exactitud el resultado de un tueste.

Por ejemplo, mediante curvas de tuestión relacionan el tiempo y la temperatura para lograr el balance perfecto entre acidez, amargor y dulzor. Aún así se siguen usando los sentidos del olfato y la vista para determinar los niveles de tueste, si son muy claros dando como resultado sabores crudos, con tonalidades marrones más ácidos o con colores oscuros más amargos. Pareciera que los procesos en leña quedaron atrás. Ahora es más sencillo, si se tiene el conocimiento y los implementos, probar y tostar muy bien un mismo café entendiendo qué se le puede extraer.

Mauricio lleva seis años como independiente, hoy cuenta con su propio laboratorio con tostadora, marca de café y tienda física llamados Café Animal. En su propio espacio ha hecho uso de la tecnología y las diversas alternativas para medir y perfeccionar las técnicas de tuestión. Señala que ahora diversos programas permiten visualizar en tiempo real las temperaturas y llevar un control consistente para poder repetir los procesos. “En Animal cuando logramos definir el mejor tueste guardamos ese protocolo e intentamos reproducirlo al pie de la letra”.

Otro amante empedernido por el café es Ricardo Villegas, quien vive del mundo del café desde 2002, es mejor conocido en el gremio como *el profe del café* por su dedicación a la educación en los últimos diez años. Define el rol del tostador como el encargado de “potencializar las características sensoriales, aromáticas, de dulzor, cuerpo y de acidez para que el trabajo del caficultor llegue en las mejores condiciones posibles, ya sea al barista (preparador de café) o al consumidor final”

Es instructor y certificador de baristas, tostadores y catadores ante la Asociación de Cafés Especiales (SCA, por sus iniciales en inglés). Esta organización reconocida por sus



*Ricardo Villegas el profe del café
Foto de archivo personal de Ricardo Villegas*

certificaciones se basa en la apertura, la inclusión y el poder del conocimiento compartido para fomentar una comunidad cafetera sostenible, equitativa y próspera a nivel global.

El programa de habilidades en café que enseña Villegas está diseñado para preparar a los estudiantes y que contribuyan al progreso y la evolución de la industria del café de especialidad. Acerca de la tostión enseñan sobre el proceso de tostado, la identificación de defectos, los cambios físicos que sufren los granos durante el proceso de tostado, así como la gestión del espacio de trabajo y la producción ajustada.

La simplificación máxima del trabajo del tostador es “transmitirle calor al café de la manera, en la dosis y en el momento correcto” afirma Villegas, y este principio se aplica a todas las tostadoras, desde las de 100 gramos hasta las que procesan dos toneladas de café. Por tales razones la tostaduría se ha convertido en un ejercicio de ensayo y error, con criterio y educación.



*Inauguración de la primera planta de tostión de Café Águila Roja
Tomado de: <https://www.qhubocali.com/>*

Las primeras tostadoras en Colombia estaban dedicadas a agilizar los procesos y remplazar el trabajo manual. Dos de las primeras grandes marcas en inaugurar sus plantas de producción de café tostado fueron Café Águila Roja en 1974 y Café Sello Rojo en 1975; su apertura no estuvo muy lejos de la de Starbucks en Estados Unidos, cuya fundación se dio en 1971.

Colombia históricamente tardó en facilitar el consumo de cafés de alta calidad al interior del país. Leyes como la 44 de 1967 de impuestos ad valorem al café y 66 de 1942 del impuesto de ripio y pasilla dificultaban la comercialización de granos que no fueran de baja calidad. Con las leyes 9 de 1991, 788 de 2002 y 798 de 2003, y el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros las barreras legales desaparecieron. Esto hizo que las compañías colombianas pudieran comprar granos de la más alta calidad, tostarlos y venderlos en el mercado interno.

Uno de los primeros registros de tostadoras para cafés de especialidad, y tal vez el más conocido, es el caso de Luis Fernando Vélez y Amor Perfecto. De ser una tienda de regalos pasó a ser una de las primeras marcas en adquirir una tostadora en 1997. Desde entonces se les ha dado más énfasis a los tostadores y a todos aquellos que dedican su vida al café concentrando sus esfuerzos en el estudio y la capacitación para lograr excelentes sabores con las mejores prácticas.

Volviendo a García, dice que, aunque es una realidad que el gremio que produce o consume cafés diferenciados no es muy grande, se nota el aumento en la cantidad de tiendas y tostadores haciendo una gran labor.

Para *el profe del café* existen dos razones por las que no duda que hay un cambio de pensamiento en la comunidad de amantes del café: 1) convierte a las personas más integrales en sus conocimientos de café y 2) ser tostador es más atractivo que dedicarse a preparar bebidas a base de café, pues hay más posibilidades de emprender.

Este interés, asimismo, se ve reflejado en sus estudiantes, ya que en su mayoría capacita a jóvenes entre los 20 y los 30 años. Villegas y García coinciden en que estos cambios han generado que la oferta de cafés diferenciados crezca mucho más rápido que la demanda. Esto ha logrado que más personas se interesen en conocer el mundo del café.

Más allá de las cuestiones comerciales, para los tostadores es importante mostrar sus conocimientos y, como parte de la cadena de producción, tienen también el deber de fomentar la cultura. Es un trabajo arduo acercar a las personas a conocer los procesos por los que pasa un café antes de ser consumido, pero algo que ha avivado la curiosidad son las competencias de tostaduría.

La antioqueña Luisa Quintero fue la ganadora en la Expo Cafés de Colombia 2018 y cuenta que “en el país durante una feria nunca se había visto tostar y menos en vivo, la gente se acercaba a preguntar ¿qué es eso? muchos pensaban que se metía el café en verde y que salía tinto”.

Así como Luisa, el gremio de tostadores reconoció este como uno de los primeros escenarios que logró impactar a cientos de personas sobre el café especial, ya que fue abierto y a nivel nacional. Sobre el objetivo de los tostadores en la cadena de producción en el culturizar a la gente afirma que: “El papel más importante del tostador es poder darle valor al esfuerzo que hace el caficultor y potencializar todos esos sabores que vienen de las fincas de un buen café”.



*Luisa Quintero tostando café
Foto de archivo personal de Luisa Quintero*

Fue un reto sin duda el presentar la mejor calidad de café tostado y sobrepasar los estándares de los jueces acreditadores de campeonatos el Evento Mundial del Café (WCE, por sus siglas en inglés) y la SCA. Para lograrlo son indispensables los conocimientos sobre la semilla, las máquinas y la planificación del proceso.

Detrás de los fundamentos para tostar hay toda una ciencia que se encarga de perfeccionar los procesos. En la disputa por el primer puesto Luisa resalta que lo más importante para ella a la hora de tostar es conocer las herramientas de trabajo al 100% y el café que se va a tostar, ya que “todo lo que hay detrás en la producción del café hace la diferencia en la tostión”. Es por esta razón que, bien sea para ganar una competencia o conseguir el mejor perfil, es importante ensayar con diferentes cafés y experimentar con base en los conocimientos que se van adquiriendo.

Desde el 2019, ser ganador a nivel nacional le da derecho al competidor a participar en el Campeonato Mundial de Torrefacción del Café (WCRC, por sus iniciales en inglés) de ese año, avalado por el WCE y la SCA, o aplazar la candidatura para el año siguiente en caso de no calificar para el presente. No solo este, sino también otros campeonatos relacionados con el café han hecho que crezca el interés y ha abierto la puerta a nuevos consumidores.

Mauricio, Ricardo y Luisa han promovido la cultura del café en sus espacios desde que la conocieron. Algo que los une es que en sus inicios tuvieron la oportunidad de conocer el mundo de la especialidad de primera mano con tostadoras en las que pudieron practicar hasta adquirir sus conocimientos. Este no es el escenario de todos los que se interesan en este mundo cafetero.

Para tostar una muestra, mínima de 50 gramos, y generar un criterio sobre un café es necesario contar con una tostadora propia o pagar por el servicio de maquila (alquilar una máquina). Para Ronaldo Hurtado, un joven de Moniquirá, Boyacá, era difícil acceder a estas dos opciones. Sin embargo, demostró con ingenio que no siempre es necesario comprar los implementos más costosos para ser tostador creando *un laboratorio que cabe en una maleta*.

Un laboratorio que cabe en una maleta



*Ronaldo Hurtado tostando una muestra de café
Foto de archivo personal de Ronaldo Hurtado*

En el gremio del café los implementos para producir o preparar café son costosos. Estos incluyen grameras, calentadores, métodos y sobre todo las tostadoras. Esta fue la principal motivación de Ronaldo Hurtado para crear su propia tostadora de muestras de café. Ya había escuchado demasiados no y en sus planes no estaba resignarse. Con su ingenio, muchas horas de estudio, Internet y amigos creó una máquina capaz de tostar hasta 50 gramos con una crispetera.

A pesar de haber crecido en una finca cafetera, solo hasta hace tres años se interesó por el café. Fue el encargado en el laboratorio del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en Antioquia de recibir muestras y tostarlas, pasó de creer que los cafés dependían de cómo se preparaban a interesarse en su origen en finca. Después de mucho estudio y experiencia que recogió en el camino aprendió los protocolos para probar cafés y entendió cómo la finca, el

varietal (o variedades de plantas de café), la fermentación y el tiempo de secado influyen en los sabores del café.

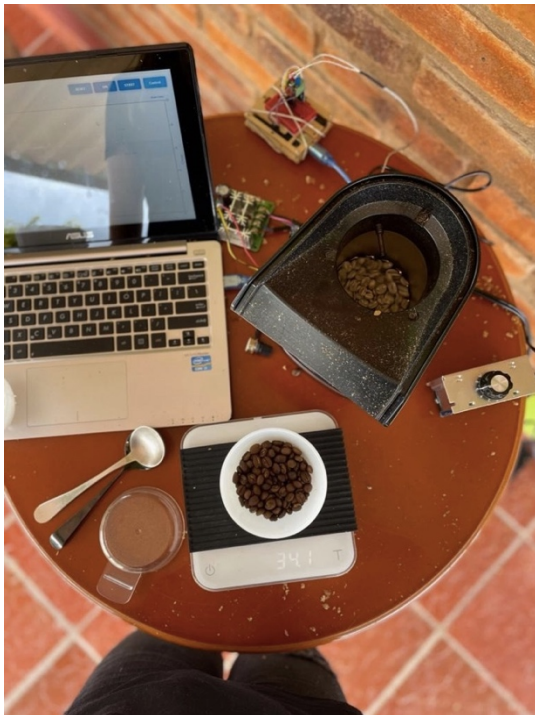
Su curiosidad y habilidades le ayudaron a la hora de tostar muestras e identificar pronto las diferencias que tenían en el paladar, pues, aunque se vieran iguales podían saber distinto. A partir de esta experiencia comenzó a realizar sus propias pruebas en la tostadora del laboratorio, que le permitieron entender la máquina y el tratamiento diferencial que se le debe dar a cada café.

Suele corregir a quienes piensan que ciertos cafés se tuestan de maneras determinadas, cuando las dos variables para tener en cuenta son la humedad y la densidad, parámetros físicos y medibles, con los que se puede experimentar. Según Ronaldo, para pasar a esta

etapa hay que aprender a “dejar las cosas quietas”, ya que hasta realizar el primer tueste estándar se puede revisar qué cambiar recurriendo a la experiencia.

Después de tostar un café es casi una obligación catarlo, porque no hacerlo, según Ronaldo, “primero es irresponsable porque no revisas lo que estás produciendo, y segundo no evalúas tu trabajo para ver en qué puedes mejorar”. Para Hurtado, este constante entrenamiento se ha convertido en un proceso divertido y motivante que lo impulsa a mejorar cada día.

Al cambiar de trabajo, pero con la necesidad de seguir practicando, comenzó a buscar un espacio en donde pudiera continuar tostado. Comprar su propia tostadora de tambor no estaba en sus planes debido a su alto costo (alrededor de 12 millones de pesos), por lo que buscó alternativas dentro del mismo gremio, pero resultaban estar muy lejos, tenían ocupada la máquina o no podía prestarla. Además, tostar solo una muestra le costaba alrededor de \$15.000, que se convierte en un valor demasiado elevado cuando el precio de tostar 50 gramos o 100 gramos equivale al de tostar 10 kilos en una tostadora de tambor que no es de muestras.



*El laboratorio de Ronaldo que cabe en una maleta
Foto de archivo personal de Ronaldo Hurtado*

Dice el dicho que la necesidad es la madre de la invención, y así le sucedió a Ronaldo, quien comenzó a determinar la eficiencia de los diferentes sistemas de tostado. En este proceso comparó a las tostadoras de tambor, que son las usadas por excelencia en el gremio colombiano, y las tostadoras de lecho fluido. La diferencia está en que en una tostadora de tambor se calienta el tambor metálico que luego transfiere el calor a los granos. Sin embargo, con una tostadora de lecho fluido, el aire se calienta primero y luego se sopla a través del lecho de la tostadora, eliminando la necesidad de calentar un tambor.

Ante la duda de no haber realizado antes un tueste en lecho fluido comenzó a ver sus beneficios. Por ejemplo, el aumento de la eficiencia de transferencia de energía al no tener que calentar una gran superficie, que además suele ser muy pesada. La forma más

fácil de explicar el funcionamiento de esta máquina dice Ronaldo es asemejándola a un secador de pelo gigante. Es un aparato muy compacto que calienta muy bien el aire con el que se dirige y regula la temperatura. Ahora bien, afirma que sería imposible pensar en plancharse el pelo con una olla caliente, como supone una tostadora de tambor, calentando todo el artefacto para redirigir el calor al cabello.

Habiendo elegido el sistema, comenzó a revisar tostadoras de lecho fluido que se asemejaban a la máquina compacta que él quería tener. Las más parecidas en el mercado eran las tostadoras de la marca Ikawa que costaban entre 12 y 13 millones de pesos. Teniendo como modelo esta máquina, compuesta de una resistencia y un ventilador, comenzó su búsqueda a través de Internet. Dejándose llevar por su instinto curioso

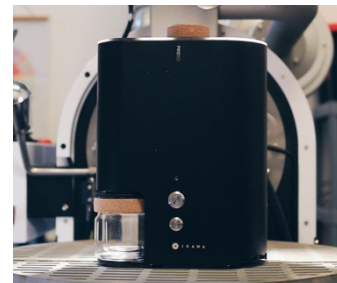
encontró información de cómo modificar una crispetera de maíz para convertirla en una tostadora.

Aunque no fue su idea y este proceso se ha replicado muchas veces, él decidió llevarlo a cabo. Compró la crispetera y realizó las modificaciones, pero en su afán de ir más allá buscó perfeccionar detalles. Lo primero fue desconectar el motor y la resistencia dejándolas separadas, por ahora controladas de forma manual, para evitar que la alta potencia de la máquina diera un tueste disparado. La primera vez que lo intentó quemó el café en solo tres minutos. Luego de los ajustes, ahora puede lograr un tueste en un lapso de entre siete y diez minutos.

Su meta después de llegar a este prototipo fue convertirla en una máquina automática y más fácil de controlar. Ya había logrado que fuera estable y se podían repetir curvas de forma manual, pero él quería más. Para mejorar las tostadoras del mercado muchas han adaptado el programa Artisan que les permite a los tostadores revisar a detalle las curvas de tueste en las que se relacionan el tiempo y temperatura durante cada tueste. La teoría era sencilla: un termómetro que interpretara los grados en voltaje y creara las gráficas relacionando tiempo y temperatura. En vez de comprarlo por más de un millón de pesos, con ayuda de una amiga decidieron también hacer su propio programa.

Esto fue posible gracias a una placa de Arduino que se conecta al computador por USB o bluetooth y que mediante software y hardware libres permite que los desarrolladores construyan dispositivos digitales e interactivos que detectan y controlan objetos del mundo real. Ronaldo dice que "Arduino es el lego de los nerds de electrónica", y a través de esta placa lograron el mismo resultado que el programa Artisan, y a un menor precio.

Ha podido comparar el funcionamiento de su tostadora frente al de una Ikawa y la diferencia del millón de pesos que ha costado su prototipo a los doce millones que cuesta una Ikawa no se ha notado en los tuestes. Incluso algunos cafés, en las pruebas, sabían mejor en la crispetera. Una de las más grandes ventajas, aparte de cumplir su sueño de poder cargar un laboratorio en su maleta, es poder realizar hasta cuatro pruebas con los 100 gramos a 200 gramos que se suelen enviar en las muestras de café verde.



*Tostadora Ikawa. Tomada de:
<https://www.ikawacoffee.com/>*

Ronaldo difiere del dicho “el que no aprende hoy día es porque no quiere”, ya que esto no puede estar más alejado de la realidad en los contextos rurales de Colombia. Para él es indispensable incluir este implemento tecnológico en las fincas y superar barreras de la conectividad con acceso a Internet e información. Así mismo, dar herramientas para aprender inglés y capacitaciones para entender los sistemas financieros.

Su camino y aprendizaje le han mostrado que, a pesar de haber venido de una finca, con sacrificio y esfuerzo ha logrado innovar y desarrollar un proyecto que puede fortalecer al gremio en todos los sentidos. Al entender lo complicado que es acceder a una tostadora, su objetivo a largo plazo es poder comercializar y poner al alcance estas tostadoras de muestras para los campesinos y cooperativas.

Un paladar internacional

Antes de poder preparar el café tostado es vital que pase por el último filtro de calidad: la catación. Esta fase está directamente relacionada con toda la cadena de producción, ya que permite entender a qué puede saber el café. Así, se obtiene a través de los sentidos toda la información sobre el proceso por el que pasó el grano antes de llegar a la taza. A continuación, conozca las bases del mundo de los sentidos en el café y lea la historia de un colombiano entrenado en Francia que se destaca por sus habilidades sensoriales.

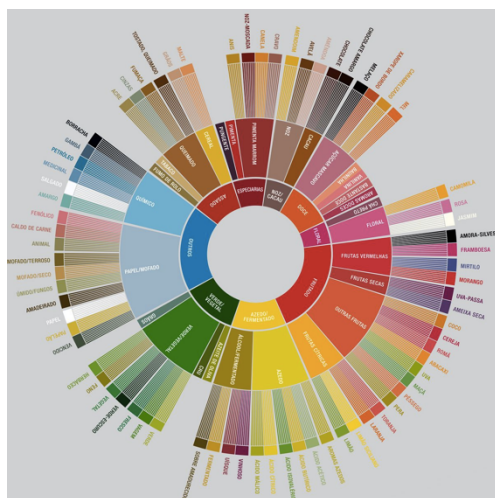
La cata es un método de análisis cuantificable que permite evaluar una muestra para examinar su sabor y calidad. En esta se aprecian sus características individuales y notas de sabor específicas. Es un saber que se aprende a través de la práctica, es decir, de probar, recordar y asociar cada vez más otras comidas y bebidas a sabores definidos.

El trabajo de los catadores radica en calificar el café con base en atributos como aroma, dulzura, acidez y amargor en un formato en donde el puntaje máximo es de 100. Se catalogan como cafés especiales con notas más exóticas a aquellos que tienen más de 80 puntos, y los comerciales, que no superan ese valor, se componen de sabores planos o poco definidos.



*Catación de un café de especialidad
Foto de archivo personal de Ricardo*

¿Y cómo se determinan estos sabores? Más allá de la clasificación de dulce, salado, amargo y ácido, existen distintas formas de clasificar lo que se percibe en boca. La SCA, en 1995 intervino para poner a disposición de profesionales y consumidores de una herramienta para facilitar la catación a nivel global. Por más de dos décadas la rueda de sabores del catador de café ha sido la base y el instrumento más usado en un sin número de laboratorios de cata en todo el mundo.



*Rueda de sabores SCA
Tomado de: <https://sca.coffee/>*

Esta rueda fue actualizada en 2016 y tiene como objetivo ofrecer a los profesionales e investigadores de cafés de especialidad un vocabulario común de descriptores olfativos y gustativos. Con esta es más fácil identificar los sabores que parten desde los cuidados que se le dan a la fruta en finca. Las cerezas (fruto que contiene los granos del café) más apetecidas son recogidas de los cafetos cuando tienen un rojo brillante, tamaño y consistencia madurada.

La diferencia entre un paladar que no está entrenado y uno que si lo está es abismal. Los primeros logran identificar la mayoría de los sabores, mientras que los segundos no pasan de reconocer algunas de las categorías generales de

la rueda de sabores (tostados, especias, almendrados y cacao, dulces, florales, afrutados,

agrios y fermentados, vegetales). Se han creado programas y certificaciones que pueden ayudar a cualquier persona a progresar en sus habilidades de catación, pero estos requieren de tiempo, dinero y esfuerzo.

Un colombiano que se destaca por sus habilidades es Felipe Herrera un cundinamarqués que hoy en día ve los frutos de su dedicación. Felipe lleva 9 años en el mundo del café y se ha llenado de experiencia tanto a nivel nacional como internacional. Su lugar de estudio no han sido las bibliotecas sino las barras de café y los paneles de catación en donde ha aprendido junto a otros expertos a hablar el mismo idioma, coincidir en percepciones y dar con confianza una opinión objetiva y estandarizada de los sabores.



Felipe Herrera cofundador de la marca Jolgorio
Foto de archivo personal de Felipe Herrera

Tiene el privilegio de ser uno de los pocos catadores *Q grader* que tiene el país y ser CQI processing professional. Estas certificaciones las da el Instituto de Calidad del Café (CQI, por sus siglas en inglés). La primera está enfocada en el reconocimiento de la especie de café arábica y la segunda al procesamiento del café desde la finca para mejorar la calidad del producto.

A más de 8600 km, en París, entrenó sus habilidades en catación en mesas con diversos sabores y conociendo sobre las calidades del café. Así mismo, se adaptó al ritmo de los consumidores como barista y embajador del café colombiano en el exterior. A su regreso a Colombia creó la marca de cafés especiales Jolgorio y en la actualidad se encuentra en Francia desempeñándose como líder de calidades.

Felipe afirma que “un café diferenciado puede tener una alta gama de sabores por sus compuestos”. Por ejemplo, el perfil de los cafés especiales tradicionales colombianos suele tener notas cítricas, como la naranja, y acercarse al dulce, como el de la panela. A diferencia de un café etíope en el que se pueden encontrar notas afrutadas como el mango, el durazno y el kiwi.

Durante estos entrenamientos al paladar para convertirse en un catador *Q grader* se suelen probar también cafés con defectos para poder identificarlos posteriormente. Es casi una obligación no pasarlos más allá de la boca, ya que en un futuro pueden desencadenar dolores de garganta y hasta afecciones más graves como amigdalitis.

En Latinoamérica es normal encontrar cafés con notas intensas de dos o tres frutas, pero en su experiencia ha encontrado en cafés de Etiopía, aun siendo lavados, perfiles tan exóticos que se pueden hablar de cuatro a seis frutas. En ocasiones un paladar sin mucha preparación puede llegar a confundir las notas exóticas, como las notas mentoladas, con problemas del café en verde o su preparación.

Por lo anterior los paladares deben estar calibrados. A nivel competitivo, Andrés Elizalde, juez líder de las Competencias Nacionales de Café en Colombia, comenta que “la calibración es un proceso en donde los jueces muestran sus conocimientos sobre la reglamentación internacional, prueban cafés, se califican y se estandarizan los conceptos de los jueces sobre el mismo garantizando parámetros de equidad para evaluar”.

En una mesa de catación se busca confirmar puntajes, sabores y perfiles, se suelen hacer de dos o más personas para determinar puntajes oficiales. En el ámbito comercial es vital que los catadores estén calibrados, ya que con base en los puntajes dados también se determinan los precios del café. Aquellos con perfiles más llamativos suelen ser puntuados mejor, pero estos deben ser reales, porque como lo dice Felipe, “si se cata muy por debajo se va a perder precio, pero si se hace lo contrario se está dañando el mercado”.

Para Felipe, hoy en día son los jóvenes quienes tienden a buscar o a estudiar más los procesos del café y experimentar. El café se ha convertido en una opción de vida, y en la búsqueda de diferenciación y calidad toda la cadena de producción está viendo la importancia de la catación durante el proceso. Este es el caso de muchos caficultores que han encontrado en la catación la forma de perfeccionar sus cafés, y por eso la importancia de transmitir este conocimiento a sus hijos y trabajadores.

Felipe dice que está de moda vivir del mundo del café, como él hay muchos jóvenes que han visto la oportunidad de viajar por mundo y pulir sus habilidades en el café. Este proceso de optimización en toda la cadena hace que sin importar en qué parte del proceso estén, puedan hablar con propiedad del camino que recorre un café desde el café en verde hasta la taza.

Re conociendo el café colombiano

El café es el producto insignia colombiano y su diferenciación es reconocida a nivel mundial por sus sabores y calidad. Colombia cuenta con la reputación de tener los mejores cafés del mundo con procesos suaves lavados. Esta tradición está fuertemente arraigada a los saberes artesanales y quien mejor para explicarlos que un pionero en el mundo de la especialidad. Javier Vásquez desde sus inicios como barista hasta hoy se ha encargado de resguardar y fomentar la tradición del café.



*Javier Vásquez líder de experiencia de Azahar Coffee Company
Foto de archivo personal de Javier Vásquez*

Actualmente es el líder de experiencia de Azahar Coffee Company, uno de los grandes referentes en cuanto a tiendas de cafés diferenciados o coffee shops a nivel nacional. Esta empresa comparte la visión de Javier al dignificar el trabajo de los productores y mantener los procesos tradicionales que representan. Así mismo, creen en que se puede exportar y servir la mayor cantidad posible de café en sus tres tiendas (dos en Bogotá y una en Armenia).

Hace 14 años comenzó en el mundo del café en el área de servicio, pero hoy sus conocimientos le permiten encontrar y elegir los mejores sabores que representen la identidad del café

colombiano. Javier ha estado presente en la transformación de los consumidores y en la creación de espacios exclusivos para acercarse a este producto.

Para Javier, actualmente “hay un afán de querer acelerar los procesos, muchas veces en pro del rendimiento se han cambiado las técnicas de cultivo, en lugar de lo artesanal se ha pasado a métodos industriales o menos cuidados que permiten tener mayor rentabilidad, pero mejor calidad”. Esto ha afectado la forma en la que se desarrolla el mercado alrededor del café.

La FNC y el Fondo Nacional del Café mediante la Garantía de Compra, asegura a los caficultores adscritos que le aseguran que, al momento de vender su café, siempre encontrará un comprador. Esto en términos de productividad es lo que se llama comercialización de fácil beneficio, es decir que tiene un mayor rendimiento por cosecha, pero que en el que se puede arriesgar la calidad por la cantidad.

En un estudio realizado por Paola Gamboa, Silvio Mosquera e Iván Paz para la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad del Cauca, en el municipio de Chachagüí, Nariño, encontraron que había un mayor rendimiento al suprimir la selección manual del grano (uno de los pasos más importantes a la hora de producir café especial). Pasó de obtenerse de 15 a 25 sacos por día, pero esto influyó directamente en los sabores en taza,

ya que al no separar los defectos disminuyó la percepción olfativa y gustativa con sabores menos agradables con presencia de más amargos.

Según Javier, desde hace unos seis años en muchas marcas ha crecido el interés por entender y sensibilizarse más con los procesos. Tanto los involucrados en la cadena como los consumidores quieren saber más sobre la procedencia de su café y de quienes se encargan del proceso de transformación.



*Una mezcla de cerezas maduras y verdes.
Créditos: Fazenda Santa Jucy*

Tasmin Grant, editor asociado en el medio Perfect Daily Grind dedicado a contenido sobre café de especialidad, explica como las tendencias han cambiado y la importancia del contenido de valor ha crecido exponencialmente. “Una de las principales razones está enfocada en la salud y el bienestar personal, ya que están expuestos a más información que cualquier generación anterior, prefieren tomar alternativas que no tengan consecuencias negativas para el medio ambiente o que vulneren los derechos humanos” señaló.

Otra razón es la diferencia de calidades que ofrece el mercado, ya que el café de especialidad o diferenciado debe pasar por un constante monitoreo en el que se evalúa de manera frecuente cómo mejorar los procesos. Así mismo, están dispuestos a pagar un mayor valor y también como lo dice el estudio del proveedor norteamericano S&D Coffee and Tea refuerza la idea que los adultos jóvenes o millenials se preocupan por el origen del café, cómo fue tostado y cuál es su marca.

Esto está causando un impacto natural en los consumidores al conocer más información del producto y así conectar con él. "Hoy día se le ha dado fuerza al valor del ser humano. No es solamente contar algo topográfico, sino también social, de cómo puede incidir si la recolección la hace una familia, un tercero, o si es el resultado de un grupo familiar que depende de esta única fuente de ingresos" comenta Javier Vásquez. Sin embargo, existe una tendencia en buscar solo los sabores más exóticos sin saber el valor social que hay detrás.

Poco a poco, mediante la tecnificación, Colombia se ha estado acercando a procesos de fermentación más especializados. Estos han permitido explorar nuevas facetas del sector caficultor, pero Javier defiende que concentrarse solo en ellos podría hacer que se pierda la identidad ya construida. Si la tendencia mundial está remplazando a los cafés con sabores tradicionales, es el productor quien debe elegir y así tomar la mejor decisión para no perder dinero y mover sus cafés en el mercado.

Javier afirma que es irresponsable de parte del consumidor exigir una taza sin reconocer los sacrificios económicos, el cambio que necesitan en las estructuras en las fincas, su distribución y la forma en la que se administran los procesos, que fuerzan a cambiar su identidad. Para Javier es posible lograr una tecnificación sin apartar a los caficultores de aquellos procesos tradicionales que han desarrollado por generaciones. Se trata de garantizar las mejores prácticas, para así luego permitirse conocer otras tendencias de cultivos y sabores.

Para marcas como Azahar, entre otras, una taza de café filtrado puede costar entre cinco mil y ocho mil pesos, y si es una bebida con leche hasta diez mil. Este no es el precio al que el ciudadano de a pie está acostumbrado. Pasar de una bebida instantánea de café a un café diferenciado implica pagar un mayor valor. Hagamos una pequeña comparación: con lo que una persona invierte en un café diferenciado, alguien más puede comprar un tarro de café instantáneo de 85gr con el que puede preparar entre 20 y 40 tazas, dependiendo de la intensidad con la que lo tome.

Javier dice, que cuando se valora la calidad de un producto este da argumentos para hablar del mismo, pero en Colombia no se le ha dado el valor a lo que significa resaltar el trabajo de un productor y todo lo que implica darle diferenciación. Además, hace énfasis en que “es común ver cómo se le da más importancia a productos que no son insignia, como la cerveza, que no cuentan con el mismo valor agregado”.

Como líder de experiencia, Javier cree que es vital educar al consumidor y que este, en vez de pensar en cuánto paga por una taza de café, pueda reconocer el crédito del producto y la identidad colombiana, así como cuando se habla de vinos. Gina Quintero trabaja desde casa y dice que “no hay día en que no tome café”, hace 3 años comenzó a consumir cafés de especialidad. Para ella sus sabores no tienen comparación y junto a su hijo, también amante del café, han llegado a recorrer fincas para entender y dignificar el trabajo de los productores.

Así como ella hay muchas personas que cada día llegan a las tiendas de especialidad con ganas de aprender y entender cómo cada vez más los sabores exóticos son valorados por la cadena de producción. Es como la curiosidad de Juan Rivera que siendo cocinero de profesión y haciendo parte de importantes restaurantes dio un salto al mundo del café y hoy es líder de calidades de su propia marca de café especial.

Dentro del gremio Javier cuenta con una opinión impopular, ya que cree que cada parte de la cadena debe especializarse únicamente en esa área. Por tal razón repite: “el productor a la tierra, el catador a la cuchara, el tostador a la máquina y el barista a la taza”. Él prefiere profundización y no extensión, son dos cosas totalmente diferentes el tener noción de un tema a creer que se sabe todo.

Esto puede interpretarse como que cada parte de la cadena puede conocer lo que hacen las demás, pero si no cuentan con la preparación no tienen la autoridad para cuestionarlo. Así mismo, es vital perfeccionar las técnicas y conocer más sobre cada proceso a través de la educación, pero sin dejar de lado el conocimiento de quien es experto.

Javier, aunque no le parezca 100% transparente o justa no ignora que la institucionalidad (como la FNC y Juan Valdez) ha permitido que a nivel mundial Colombia tenga reconocimiento y que, internamente, haya expandido la oferta a los consumidores. Las pequeñas empresas de cafés diferenciados han logrado establecerse en el mercado gracias a estas grandes marcas y así aportar al cambio que se está generando en los consumidores de café en el país.

Cautivando tierras árabes a través del comercio del café

La especialización cada vez está tomando más relevancia en la cadena de producción. El café especial tiene un mercado más acotado, más exigente con el producto y por eso con un mayor valor agregado en el comercio internacional. La comercialización del café a nivel global ha dejado divisas importantes para el país. Para marzo del 2021 el Ministerio de Agricultura en el 2020 se exportaron e importaron cerca de 663 mil toneladas de café, que solamente en exportaciones representaron \$2.802 millones de dólares para el país. Estos son gracias a las 540,000 familias caficultoras en fincas que en su mayoría no superan las dos hectáreas.

Una colombiana vio la oportunidad en este mercado de avanzar a nivel profesional y personal, y no dudo en hacerlo ella es Estefanía Hernández.

Después de ser directora de desarrollo de productos y analista de calidad y proyectos en varias empresas, hace aproximadamente un año se mudó a Dubái para desempeñarse como directora del equipo de *Colombian Exotic Coffee*. Es ingeniera química con posgrado en diseño de producto, especialista multisensorial, científica del café y entusiasta de la neurociencia.

La empresa en la que trabaja surgió como una *startup* con el objetivo de comercializar café en verde colombiano en Emiratos Árabes Unidos, todos los países del Golfo y Singapur. Ella es la encargada de gestionar las ventas y se asegura de la calidad de los productos. “Este ha sido sin duda el reto más grande al que me he enfrentado” comenta Estefanía, ya que el mercado es significativamente más competitivo que al que estaba acostumbrada por la gran variedad de ofertas de todo el mundo.



*Estefanía Hernández haciendo un café filtrado
Foto de archivo personal de Estefanía Hernández*

“No puedes hacer ventas llamando, sino que hay que hacer catas, enviar muestras, tostar muestras, hablar con los clientes, explicarles los procesos, hay que ser muy diplomáticos y estrategias a la hora de ofrecer los productos para cumplir con lo que están esperando y sus necesidades”, asegura Estefanía.

Cuenta que en Dubái solo el 10% de su población es local y pueden encontrarse todo tipo de culturas, tanto que dice que su oficina parece la ONU. Aun así, el mercado está marcado por la cultura religiosa, ya que en su mayoría pertenecen al islam ¿Sabía usted que los musulmanes, según el Corán, tienen prohibido consumir bebidas alcohólicas? La historia dice que se convirtió en enemigo capital y luego fue prohibido porque cuando se consumía en exceso se convertía en el principal motivo de riñas, separaciones familiares y lo más importante apatía religiosa.

Es así como el café se convierte en una alternativa y en un fermentado que simula sabores y atrae cada vez más adeptos. Los cafés con procesos más fuertes, exóticos y hasta sobrefermentados comienzan a abrirse paso entre los amantes sin importar sus altos

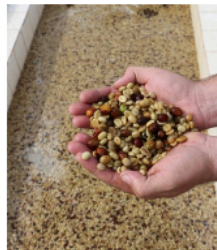
costos. El equipo que dirige Estefanía ha tenido que encontrar la forma de cumplir las necesidades de cada cliente y ha encontrado su solución en difundir el conocimiento y forjar las expectativas de quienes consumen los diferentes cafés.

Esta costumbre de solo consumir cafés de sabores impactantes es poco a poco modificada. Estefanía diseñó una estrategia en la que aumentan el consumo de todos los cafés que ofertan haciéndolos coincidir con horarios y momentos para consumirlos. Los consumidores los han aceptado entendiendo que los cafés intensos, o generalmente naturales y fermentados, suelen beberse al comenzar el día, y los suaves o delicados en las tardes al terminar sus jornadas.

Con esta experiencia se ha dado cuenta que, al ver este mundo desde otro punto de vista, en cuanto a reacciones químicas y físicas, las personas se apoyan en sus conocimientos para desarrollar las mejores experiencias con el café y sus clientes. Estefanía explica que existen tres tipos de sabores:



Sabores enzimáticos que vienen de la planta, de la fruta, de la variedad - flores, frutas, especias, compuestos aldehídicos, cetónicos.



Los sabores de la fermentación, desarrollados durante la poscosecha en donde se encuentran las frutas tropicales, frutos rojos, y compuestos aromáticos como los ésteres.



Los sabores caramelizados dependen de la tostión, sabores en el brown/café, los azúcares, las nueces, los dulces, los jams, compuestos más grandes y pesados sulfúricos, índoles.

Estos sabores se pueden identificar durante la catación. En la fragancia, es decir en el café seco recién molido, se pueden identificar los compuestos químicos más pequeños, menos pesados y más volátiles como frutas, especias y flores, que vienen de la fermentación y el proceso enzimático. En el aroma, es decir cuando se agrega agua al café, se extraen los compuestos más pesados y se pueden sentir los aromas de la caramelización.

Para Estefanía lo más importante a la hora de comercializar café de especialidad debe recaer en el apoyo directo al caficultor y la sostenibilidad de los procesos en el futuro. Dice que en el gremio los actores no deben enfocarse en ser “cazadores de cafés”, sino en construir relaciones a largo plazo, invertir en los caficultores para que puedan realizar sus procesos y trabajo de forma óptima. Esto implica encontrar en las buenas prácticas los sabores que harán parte del diario de los clientes o consumidores. No solo se puede invertir en cafés exóticos, se deben expandir los mercados y a través de las competencias y diferentes eventos que se realizan, retroalimentar a los caficultores para que logren su máximo de calidad.

Apoyar las diferentes partes de la cadena de producción hace que todo el gremio crezca. Mientras se entienda el valor de los caficultores y se le apoye a la hora de destacar los mejores sabores y olores en finca, los tostadores, catadores y encargados de la calidad podrán hacer cada vez más un mejor trabajo. En ese sentido, los paradigmas y las concepciones a nivel mundial están y seguirán cambiando.

Los economistas Camilo Velásquez y Mateo Trávez en su artículo *Café especial, una alternativa para el sector cafetero en Colombia* muestra que es una oportunidad para los caficultores pasarse al mercado de diferenciados, ya que tienen mayor precio, acompañamiento de instituciones y mejores ingresos por hectárea, entre otros. Además, se evidenció que el mercado está en expansión y otros países como Costa Rica están teniendo precios records y calidades superiores de café.

Estefanía resalta que el interés por los cafés colombianos en Dubái está creciendo, ya que después de los brasileños y etíopes son los más tomados por los consumidores. Junto a su equipo se encarga de dejar en alto el nombre de Colombia y de promover el consumo de cafés especiales suaves lavados en el oriente.

Dos escuelas de café impulsando especialidad

Con el crecimiento de los cafés diferenciados y la curiosidad de los consumidores por este producto, surgen las dudas y con ellas la necesidad de aprender. Quienes llevan mucho tiempo en el gremio se han convertido en profesores y hoy en día difunden el conocimiento que han adquirido a través de su experiencia. A continuación, lea la historia de dos fanáticos del café que después de mucha preparación decidieron crear sus propias escuelas de café y acercar a cada vez más personas al mundo del café de especialidad.

En este momento el oficio de hacer café traspasa la delgada línea que lo separa de ser una profesión, ya que cada vez hay más especialización y requiere de estudio, y no solo de experiencia. A través de la creación de escuelas se puede notar cómo los objetivos al enseñar café van más allá del saber producirlo o prepararlo. Aunque en el país no se tiene registro de cuantas son en realidad.

En Medellín se destaca el Speciality Coffee College (SCC) que es, como lo dice su fundador Joseph Zapata, un Coffee Campus con cursos para profesionales, aficionados y emprendedores del café. Este amante del café después de pasar por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y la escuela de barismo Arte y Pasión Café vio la oportunidad para promover el consumo de especialidad y mediante un programa de estudios sólido expandir el mundo del café de especialidad.



*Joseph Zapata fundador del Specialty Coffee College
Foto de archivo personal de Joseph Zapata*

Joseph, junto a sus colaboradores, se han encargado de transmitir sus conocimientos desde la simplificación y han conseguido de forma dinámica educar a través de esquemas e infografías. Gracias a sus metodologías han logrado más de 600 casos de contratación de sus alumnos, que incluso han tenido la posibilidad de viajar a diferentes partes del mundo a ejercer su labor.

Además del uso de herramientas académicas, su enseñanza se sostiene sobre tres pilares fundamentales “la educación es nómada, híbrida y eterna, esto significa que la formación no tiene un lugar fijo, se puede realizar en cualquier lugar, puede ser presencial o virtual y además hay tanto conocimiento que se puede estudiar toda la vida, más allá de graduarse” afirma Joseph.

Teniendo en cuenta esto, afirma que “si se quiere aprender de café, se deben aprender de otras cosas”. A la hora de aplicar lo aprendido sobre café es necesario saber mucho más, se debe conocer de ingeniería, mecánica de fluidos, hasta de filosofía, historia y dialéctica. Por esto, cree que el café como producto de la canasta familiar y como bebida insignia deben entenderse como un ejercicio completamente humano que conecta los sabores con nuestra cultura e identidad.

El aumento en el café producido a través de los años puede observarse en los datos que ofrece la FNC en cuanto al volumen de las exportaciones. En el 2010 se comercializaron alrededor de 7.8 millones de sacos de 60 kg, a diferencia del 2021 en el que se registraron

12.5 millones repartidos entre café verde, verde descafeinado, tostado en grano, tostado y molido, y extracto y soluble.

Hace falta mucho trabajo en cuanto a la diferenciación, pero aún más en vincular el producir buenos cafés con el tener el público adecuado para que los consuman. El beneficio de ampliar el conocimiento y difundirlo apoya tanto a los pequeños, como grandes caficultores, ya que, si se incrementa el consumo de buen café, también mejorarían los precios.

Así lo confirma un informe de la Organización Internacional del Café (ICO, por sus siglas en inglés) en el Panorama general del Informe de la OIC sobre desarrollo cafetero 2020. En este exponen que “el sector cafetero ofrece posibilidades de adición de valor en toda la cadena de valor mediante mejora del producto (mejor calidad y comodidad), mejora funcional (más procesamiento), y mejora del proceso (más eficiencia)”.

Este depende de factores como la forma en que cada país se integra en la cadena de valor mundial del café, partiendo de este puede conseguir más valor utilizando de la mejor manera sus recursos, la forma en la que comercializa, el consumo interno y la política industrial que promueva el mercado.

Para Joseph, un café instantáneo se acerca al café que el consumidor quiere, pero un jugo de naranja no es lo mismo que uno industrial o envasado de naranja. “No debería desaparecer porque impulsa un mercado y cumple las necesidades de quienes lo toman” afirma, pero quien se aventura a probar lo que ofrecen los productos de mayor calidad puede que prefiera estos sabores y así mismo decida honrar el trabajo de los productores.

La opción alterna a los cafés de bajo precio son los cafés taza limpia, que a diferencia de los cafés altamente procesados como lo son los instantáneos, es elaborado con granos de calidad estándar, no verdes, ni sobre madurados, ni dañados. Estos cafés son considerados como cafés económicos, pero cuentan con un mayor equilibrio entre dulce, amargo y ácido. Es por esta razón que Joseph cree que el tradicional tinto de mil no debe ser retirado del mercado, sino que debe promoverse una cultura basada en las buenas prácticas, es decir, buenos cafés con mínimos de calidad asequibles al público general.

Así mismo, también afirma que sin los productos básicos no se tendrían calidades y tampoco se valorarían los productos. Es por esta razón que Joseph dice que “los consumidores están en vías de sofisticación, tal y como sucedió con el vino, se están acostumbrando a los sabores florales, frutales, delicados y seductores más difíciles de lograr desde finca y por esta razón más costosos”. Esto no puede nublar a los compradores y enfocarse únicamente en las producciones más pequeñas, dedicadas y cuidadosas que llegan a subastas. Colombia tiene muchas variedades y sabores, y es importante darle el lugar a cada café, no dejándose llevar únicamente por la diferenciación que ofrecen.

El gremio, y en general la industria, deben impulsar la tecnificación y la mejora del producto junto al análisis sensorial esencial para producir, tostar y preparar café. Esto solo se puede lograr brindando el mejor entrenamiento posible. Joseph afirma que “no puede quedarse en el conocimiento teórico, sino que este debe ser llevado a la práctica”.



Mario Andrés Prieto tostando en su escuela de barismo. Foto de archivo personal de Mario Prieto

En esto coincide con Mario Andrés Prieto, fundador de la escuela de baristas Pasión del Barista, que en el caso de los baristas debe como mínimo saber preparar café, pero también llenarse de otras habilidades blandas como ser aseado, tener carisma y ofrecer un excelente servicio al cliente. Tener una certificación implica aprender ciertos conocimientos, pero una educación integral puede favorecer a los estudiantes al pasar de lo académico a lo laboral y permitir interactuar de manera más profesional en los entornos profesionales.

En su academia, Mario orienta dos talleres de formación y entrenamiento prácticos en el que los estudiantes desarrollan las habilidades olfativas, gustativas y visuales a partir de experiencias de subproductos para conocer e identificar cafés exóticos y diferenciados. Además, el perfil de un barista

completo es la combinación de diferentes habilidades, el saber catar, tostar y preparar, para poder ofrecer una taza de café con la más alta calidad en sabor y aroma. El café es, según Mario, uno de los productos más versátiles en el mundo de la gastronomía y por lo tanto los baristas o preparadores de bebidas a base de café deben tener todo el conocimiento para expresarlo en una taza.

No es un secreto que el mercado de los cafés diferenciados se está expandiendo, las cifras que arroja la Asociación Nacional de Cafés (NCA por sus siglas en inglés) en Estados Unidos indican que en el 2020 el consumo aumentó un 40% entre los consumidores de café de entre 18 y 24 años, y casi un 25% entre los 25 y 39 años. Además, según los datos de National Coffee, en el caso de los millenials su poder adquisitivo está creciendo y hoy en día se han convertido en compradores más conscientes. La preferencia por apoyar compañías que reflejan sus propios valores a nivel organizacional, y productos y servicios que agregan valor a sus vidas ha aumentado sin precedentes.

Mario reconoce que el concepto de barista o preparador de café se está explorando cada vez más en el sector productivo. Este está impulsando más el consumo de cafés especiales a nivel mundial y cada día se valora más una taza, escogiendo al café por encima de otros productos a nivel mundial. Este cambio se está dando así mismo, gracias a los países productores que se están enfocando no solo en la producción de café, sino en la identificación de materias primas de mejor calidad desde su genética.

En la caficultura y en toda la cadena de producción se están necesitando más estudios y quien difunda ese conocimiento. Hace 50 años las fincas cafeteras tenían grandes extensiones de tierra dedicadas al café y pocas variedades que brindaba la Federación. Gracias a avances desde el Centro Nacional de Investigación del Café (Cenicafé) hoy en día los caficultores y productores tienen más información a su alcance. Además, la gama de variedades, olores y sabores se ha extendido en Colombia haciendo que el gremio tenga más información con la cual trabajar.

Gabriel Cadena Gómez, director de Cenicafé (1988-2009) cuenta en el prólogo del libro *Sistemas de Producción de Café en Colombia* que las variedades de café estudiadas y mejoradas genéticamente han sido la base del desarrollo de las zonas cafeteras. Los granos se han mejorado y con transformaciones fundamentales como la introducción de la variedad caturra en los años 70s ha podido ser cultivada con condiciones óptimas y logrando mejores resultados.

Así mismo, explica Cadena que la adopción de los resultados de investigaciones realizadas en Cenicafé como las variedades resistentes a la roya (que suele devastar plantaciones de café completas y es considerada una de las enfermedades de plantas más catastróficas de toda la historia) han sido fácilmente adoptadas por los caficultores. Esto ha permitido que los cafetos a nivel estructural tengan una mayor calidad y por lo tanto mejores resultados en cuanto a sabores.

Los consumidores en la actualidad tienen una amplia gama de cafés, sabores y aromas por los que se pueden dejar llevar sensorialmente, Mario y Joseph coinciden en que el café debe ser un bien básico. Todos deberían poder acceder al consumo de un café con sabores equilibrados, como de alta cocina. Es por esto por lo que para Mario el café ya no tiene por qué ser amargo, cerrado, intenso y cargado. El café puede servirse de diferentes maneras para convencer a los nuevos consumidores, por ejemplo, combinándolo con otros ingredientes.

Una de las personas que se está dando la oportunidad en mundo de los cafés de especialidad es Iván Vélez. Hace parte de los consumidores que se han convertido en auténticos amantes del café y en su caso, como el de muchos, no encontró su pasión por estos granos sino hasta muy tarde. Nunca tomaba café a menos que fuera el de su abuelita, pero un día, cuando ya estaba en sus 30, le dio la oportunidad al gremio y entendió algo totalmente diferente a lo que pensaba. Siendo ingeniero de sistemas de profesión, cuenta que en cuanto empezaron a aparecer las dudas sobre los granos, métodos, temperaturas, moliendas y demás, ya nunca quiso salir de ahí.

Para Iván era claro quería buscar respuestas y fue así como se convirtió en un embajador de los buenos cafés de Colombia. Ha obtenido gran parte de su conocimiento gracias a la experimentación, y por eso no le da tanta importancia a las certificaciones que ofrecen las escuelas. Lo principal para él ha sido entender los fundamentos que le permitan hacer correlaciones y no solo centrarse en aprender una forma correcta de hacer café cuando hay muchas.

“La taza es la que habla cuando se trata de café”, cuenta Iván. Para él no importa si el barista tiene 10 o hasta 15 años de experiencia, él cuestiona primero la taza y su sabor, ¡debe saber bien! Es fiel creyente de que siempre se puede aprender más y más, pero sobre todo que una taza debe contar la historia de los dos años de trabajo del campo a la taza y la de las manos por las que pasó. Se trata de conectarse con la bebida antes de pensar en una certificación.

Es así como el recorrido por las diferentes etapas por las que pasa un café se ve representado cada vez más por personas comprometidas con el desarrollo de los cafés especiales a nivel nacional e internacional. Los tostadores especializándose y adaptándose a los cambios técnicos y tecnológicos, llegando hasta innovar como Ronaldo Hurtado y su tostadora, pasando por Felipe Herrera y su agudo paladar que destaca en cada mesa de catación. También entender la identidad del café colombiano de la mano del líder de

experiencias Javier Vásquez y trasladarnos al otro lado del mundo para ver como Estefanía Hernández impone tendencias con su conocimiento en cafés y comercialización en Dubái. Y, por último, como la educación se está abriendo a todo aquel que quiera tomar café de especialidad con Joseph Zapata y Mario Prieto.

El trabajo de culturizar y expandir el mundo de la especialidad ha sido arduo, pero la recompensa para cada una de las personas que hacen parte de la cadena de producción siempre será ver a cada vez más personas disfrutando el mejor café de Colombia reconociendo la importancia de la especialidad.

Anexo

Objetivos:

Reconstruir periodísticamente el entorno productivo, comercial y de consumo del café de especialidad colombiano

- Evidenciar las transformaciones de pensamiento en los actores involucrados en la producción y comercialización del café de especialidad.
- Resaltar los cambios técnicos y tecnológicos en los procesos productivos del café de especialidad.
- Describir las percepciones actuales en cuanto a las características sensoriales del café de especialidad y su consumo en el mercado colombiano.

Justificación:

Este trabajo investigativo parte de la necesidad de realizar un producto periodístico que compile las voces de actores de la cadena de producción sobre cómo se ha transformado la percepción del el café. Esto teniendo en cuenta la introducción de nuevas técnicas y tecnologías. Además, busca comprender como ha tomado importancia la percepción sensorial y el consumo con la apertura de los mercados a los cafés de especialidad.

El café ha sido parte esencial de la historia en el mundo entero. En la actualidad se ha convertido en un ritual matutino, en el acompañante principal de conversaciones animadas en todas las clases sociales desde aristócratas hasta comerciantes y campesinos. Este producto está cerca de asemejarse a una droga por sus efectos al estimular el sistema nervioso central, bloquea los receptores del sueño, eleva los niveles de dopamina y promueve la segregación de adrenalina. Así mismo, ha hecho parte de la tradición política y económica desde su descubrimiento en Kaffa, Etiopía.

Según la Organización Internacional del Café (ICO, por sus siglas en inglés) en el panorama general sobre desarrollo cafetero (2020) el mercado se está expandiendo en todo el mundo. La demanda ha aumentado y en los últimos 30 años la producción y exportación ha crecido. Sigue siendo un producto básico de exportación, ya que solo el 30% de la producción se consume en el mercado interno de los países. El valor de las exportaciones de café verde, tostado y soluble fue de más del cuádruple, ya que pasó de USD 8.4 miles de millones en 1991 a USD 35,6 miles de millones en 2018.

Procolombia (2015) la entidad encargada de promover la Inversión Extranjera en Colombia entre otros cuenta que el consumo de café en el mundo creció el 1,9% en promedio cada año desde 2010. Así mismo expone que factores como la introducción al consumo de nuevas generaciones, la influencia de redes sociales, el mayor poder adquisitivo en los jóvenes y el aumento de la conciencia ambiental han influido en la decisión de compra de “productos exclusivos que tengan su propia historia”.

Es así como los cafés especiales se están abriendo paso con el valor agregado de ofrecer una mayor trazabilidad e información sobre el producto. El mercado de café a nivel mundial se ha visto marcado por la evolución de los consumidores y se ha incentivado de esta manera el crecimiento del consumo de café en mercados emergentes y países productores (Carvajal, 2017).

Colombia se ha destacado a nivel mundial por tener el mejor café suave lavado del mundo. Además, con la influencia de la Federación Nacional de cafeteros ha logrado representar y diferenciar al café colombiano a nivel mundial, por ejemplo, con la introducción del personaje de Juan Valdez. Es un hecho a resaltar que el precio del café colombiano uno de los más elevados del mercado que cuenta con reconocimiento a su denominación de origen (Carvajal, 2017). Además, el sistema de control de calidad y trazabilidad del producto ha generado reconocimiento internacional. Este ha aportado al mantenimiento de una prima por encima de los demás cafés suaves arábigos del mundo.

Para Rizzuto y Rosales (2014) en cuanto al consumo interno en los países productores es necesario enfatizar en la importancia del café como “materia prima en la agroindustria, al igual que la apertura de cafeterías y tiendas especializadas”. Teniendo estas bases claras, se destaca la necesidad de entender por qué este producto, ya conocido, se está observado y percibiendo desde diferentes puntos de vista gracias al crecimiento del consumo de los cafés de especialidad.

El trabajo periodístico presentado será un reportaje. Al ser un género interpretativo por excelencia permite informar, exponer y así mismo desarrollar de forma completa y extensa los objetivos planteados en el inicio. Es esencial darle voz a los actores del gremio que se está abriendo paso desde hace tan solo una década en Colombia. La reconstrucción periodística resulta ser original al entender la perspectiva de los cafés especiales en el país desde tres ópticas diferentes, la de tostadores, catadores e instructores de café.

Para finalizar, la presentación de este será una revisión que permita diferenciar los temas mencionados y así mismo profundizar. El texto muestra detalles que han estado fuera del foco de atención, o antes ignoradas, tanto de personas conocedoras dentro del gremio, como de las que hasta ahora comienzan su consumo.

Métodos de la investigación:

La metodología que se aplicó fue cualitativa, que tiene como objetivo principal hacer comprensible los hechos. Según Bonilla y Rodríguez (en Bejarano, 2016) este método se dispone a profundizar casos específicos y no a generalizar, buscan describir un fenómeno social a partir de los rasgos determinantes según sean percibidos. Además, utiliza como herramientas a las palabras, textos, discursos, dibujo, gráfico e imágenes que concuerdan con la forma en la que se presentará el documento final.

La técnica que se realizó para adecuar la metodología es la investigación a través de entrevistas. Esta cobró especial relevancia al basarse en los puntos de vista de los entrevistados, así como en una construcción de la realidad a través de los mismos, empleando el texto de las transcripciones como material empírico (R. Hernández, 2014).

Las entrevistas fueron semiestructuradas, esto implica que no se siguió una lista formal de preguntas. Durante los encuentros se añadieron algunas otras, que permitieron una discusión con el entrevistado y dieron paso a nuevos puntos de vista. Esto con el fin de replazar un cuestionario sencillo de preguntas y respuestas.

Inicialmente se hizo una tabla con los posibles entrevistados y sus perfiles que sumaban 35 personas, de estas se seleccionaron a aquellas que más se destacaban. Posterior a esto se confirmó con quienes se podía contar y así mismo se coordinaron los encuentros presenciales, vía zoom y telefónicos.

Se realizaron finalmente 9 entrevistas extensas a actores de la cadena de producción. Además de estas, se añadieron otras más cortas, que permitieron conocer el panorama del café de especialidad en cuanto a transformación de pensamiento, nuevas técnicas y tecnologías, y percepción sensorial y consumo. A continuación, el listado de las personas que fueron entrevistadas:

Ricardo Villegas: Profesor del Instituto Gato Dumas en Bogotá, y certificador de baristas, tostadores y catadores ante la Specialty Coffee Association. Dueño de la marca Café Cumbal y la empresa tostadora Techno Café. Bogotá.

Mauricio García: Amante, consumidor, preparador y tostador de café con 13 años de experiencia en el medio. Cofundador Café Animal. Bogotá.

Luisa Quintero: Campeona del Nacional de Tostadores 2018, líder de calidades, catadora. Antioquia.

Ronaldo Hurtado: Cuarto puesto en el Nacional de Filtrados 2018, tostador, analizador de café en verde. Bogotá.

Estefanía Hernández: Ingeniera química con posgrado en diseño de producto, especialista multisensorial, científica del café y entusiasta de la neurociencia. Directora del equipo de *Colombian Exotic Coffee*. Dubai.

Felipe Herrera: Barista colombiano *Q grader* en Francia. Dueño de Jolgorio. París.

Mario Andrés Prieto: Cofundador de la Escuela Pasión del Barista, catador certificado *Q Grader* y tostador certificado SCA. Bogotá.

Javier Vásquez: Líder de experiencia de Azahar Coffee, barista de competencia, experiencia de más de una década en los cafés especiales, mentor de calidades y barismo. Bogotá.

Joseph Zapata: Director Académico del Specialty Coffee College, crea el programa académico de la escuela y el proceso de aprendizaje. Medellín.

Los cuestionarios constaban de máximo 5 preguntas con el fin de que al añadir más durante la entrevista no resultaran en una demasiada extensa. Duraron entre 15 minutos a una hora y media. Para la realización de las preguntas a cada entrevistado se dividieron en un comienzo en cinco categorías que correspondían a historia, procesos en finca, tostión, catación e identidad. Este fue un temario que se estructuró para ser guía durante toda la investigación. Mientras su realización, y gracias a la información exhaustiva recopilada, se decidió enfocar el reportaje únicamente en los procesos de tostión, catación, identidad y aprendizaje.

Para el análisis de cada entrevista se transcribieron con las frases más importantes y a resaltar de cada persona que participó. Luego para hacer que entre ellas hubiese un hilo conductor a cada párrafo se le asignó una variable correspondiente y se unificaron hasta formar lo que sería la base del texto.

Este reportaje además cuenta con un sin número de fuentes documentales que en compañía de los testimonios recopilados dan un panorama claro sobre la actualidad dentro y fuera del gremio cafetero.

Bibliografía

- Bejarano, M. A. G. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9.
- Carvajal, A. (2017). *Análisis de la cadena de valor de café para la creación de un sistema integrado de gestión para el procesamiento y comercialización de café verde*.
- Hernández, R. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: Su análisis mediante la teoría fundamentada. *Cuestiones Pedagógicas: Revista de Ciencias de La Educación*, 23, 187–210.
- OIC (Organización Internacional del Café (2021). Panorama general del informe de la OIC sobre desarrollo cafetero 2020. 15 febrero 2021.
- Procolombia. (2021). Siete tendencias del consumo de café en el mundo y hacia dónde exportarlo. Consultado en: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/siete-tendencias-del-consumo-de-cafe-en-el-mundo-y-hacia-donde-exportarlo>
- Rizzuto, M. L. Q., & Rosales, M. (2014). El mercado mundial del café: tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad. *Visión gerencial*, (2), 291-307.