

Y después del boom de las barras de café gourmet... ¿qué?

Arturo Hernández Fujigaky

El Mundo del Café. La Revista

Número veinticinco

Hace más de una década la primera barra de café de especialidad o gourmet abrió sus puertas en la Ciudad de México, desde entonces a la fecha estos negocios se han ido multiplicando a todo lo largo y ancho del país. Resulta paradójico, mientras la nación desde el año de 1994, ha vivido una crisis de la cual aún no hay indicadores económicos que demuestren su reactivación y por otro lado, el sector productivo del aromático sufre niveles de precios de venta por debajo de los costos de producción; en contraste, otro brazo del sector, las cafeterías gourmet, continúan proliferando. Es cierto, muchas de ellas cierran, pero si comparamos, se abren más día con día. Con la llegada de Starbucks a México y sus ambiciosos planes expansivos, las cartas se han puesto sobre la mesa y cabe preguntarse, ¿seguirá este boom?, ¿Hasta donde mas puede llegar?, ¿se está ya al borde de la saturación en algunas ciudades?, ¿es sólo moda y por ende pasajera?, ¿Dejará de ser rentable como negocio?

Si en una economía nacional, de por sí deprimida, el negocio de barras de café gourmet sigue en aumento; es indiscutible, se debe abonar el terreno para continuar con el crecimiento. La única forma de asegurar un futuro prometedor es incrementar la base de consumidores nacionales, una labor ardua, sobre todo, cuando nuestro país es un alto consumidor de bebidas carbonatadas y solubles. Si con las tasas de crecimiento actuales de 0.6% , una economía estancada, alto desempleo, calidad marginal de empleos generados, un mercado con deterioro en el poder adquisitivo de la población y sobre todo un sentimiento generalizado de desconcierto y falta de rumbo y mejoría; las barras de café de especialidad han crecido y aumentado, es bueno hacer un análisis de sus fortalezas, debilidades y carencias para proyectar su existencia futura, sobre todo si pensamos en un repunte de la economía nacional.

1) El café mexicano, de genérico a gourmet y a producto de nuevo consumo.

Durante muchos años el café mexicano fue confinado a ser un producto genérico, es más, durante largo tiempo el gobierno lo mantuvo dentro de la canasta básica sin importar que su precio siempre se hubiera regido internacionalmente. Es por muchos conocido que, en restaurantes de comida rápida la venta de café en taza se utiliza para sacar costos fijos: por lo cual la calidad en taza es tan baja como el precio por kilo del grano. La industria cafetera mexicana, de por sí tradicional, ha sido muy reacia al cambio, a tomar la iniciativa, a buscar soluciones a una crisis que le explotó en las manos; cuando año con año vivía con la esperanza de un repunte en el precio por una helada en Brasil. El mercado interno siempre fue menospreciado y desatendido por productores y exportadores; las mejores calidades se mandaban al extranjero y en el país se dejaban las clases secundarias y semillas con daño. Se le entregó en charola de plata el mercado interno a las empresas solubilizadoras, éstas llenaron las necesidades de un consumidor cautivo y sin opciones de café mexicano en grano de alta calidad.

Se podrá acusar de muchas cosas a las barras de café gourmet en nuestro país, pero ellas reivindicaron al café de México ante los ojos de los connacionales, Lo llevaron de un simple “commodity del contrato C” a un producto gourmet. Este hecho, a la fecha no ha sido logrado por el gobierno mexicano en los mercados internacionales, ni por muchos países en sus mercados internos. Con la aparición de las barras de café gourmet en México se mejoró la calidad del café en taza con el consiguiente incremento en precio. El consumidor nacional de pronto se vio expuesto a una taza de café diferente a la acostumbrada. Se incrementó la calidad al retener partidas reservadas al mercado externo, con la diferenciación de las regiones productoras y ofrecer niveles de tuestes diferentes a los tradicionalmente encontrados.

Al hablar de un café gourmet, intrínsecamente se resaltan la calidad y las cualidades propias de la semilla, como los atributos adquiridos durante su proceso. Controles de calidad estrictos durante su cultivo, recolección, beneficio húmedo, beneficio seco, torrefacción, y preparación en taza, le garantizan al consumidor final el disfrute de un café en perfecto balance de cuerpo, aroma y acidez. La altura a la cual se cultiva la semilla juega un papel muy importante en la calidad del grano, sin embargo si no se procede adecuadamente sus cualidades no llegan a potencializar y hasta pueden llegar

a perderse o sufrir daño. La extensa gama geográfica del país nos permite encontrar semillas con diferentes características sensoriales, dada la diversidad de climas, suelos y entornos ecológicos.

Otro gran logro obtenido por las barras de café gourmet en México con respecto al aromático servido en taza, es reposicionarlo de un producto gourmet a uno del nuevo consumo. Estos productos rompen con la Ley de la Oferta y la Demanda (a mayor precio, menor consumo) el café gourmet en taza ha logrado posicionarse como un lujo asequible a toda la población, quien está dispuesta a pagar un sobreprecio por un producto que llena sus expectativas de calidad, satisfacción física, emotiva o aspiracional. El café en taza en México se ha colocado en un lugar de privilegio; pocos productos pueden lograrlo.

A productores y tostadores corresponde ahora mantener altos estándares de control de calidad para abastecer con semillas de excelencia al sector de barras de café de especialidad, hoteles y restaurantes. Sí logran materia prima con calidad constante podrán así mismo, diferenciar el café tostado y molido como un producto gourmet. Excelencia en el grano, calidad de empaque, información constante al consumidor, frescura del producto, etcétera, son algunos de los parámetros a cubrir para mejorar la imagen del grano de café de México a los ojos de nuestros compatriotas.

2.) La magia del tercer sitio y la importancia de la individualización de la taza.

Starbucks supo capitalizar las ideas del sociólogo Ray Oldenburg en sus puntos de venta con la magia del tercer sitio; él habla de los lugares de socialización del ser humano. El primero es el hogar; el segundo el trabajo; el tercero la cafetería. En los dos primeros las sensaciones obtenidas pueden ser tanto alegres como tirantes, cuando se presentan problemas, tensión, estrés, etcétera. La cafetería es un lugar neutro, donde todos somos iguales; para dejar a un lado los problemas del hogar y el trabajo, las barras de café de especialidad crean un ambiente informal, relajado, acogedor y amigable, donde cualquier persona puede disfrutar de su tiempo libre y mimarse con una bebida de alta calidad, de su elección, mientras se relaja y olvida por un momento sus preocupaciones. En el tercer sitio las sensaciones son del todo placenteras, se compara con el sitio de la casa donde logramos relajarnos, donde tenemos

sentimientos de paz y tranquilidad con nosotros mismos. La cafetería es el tercer sitio donde además de venderle al cliente una excelente bebida se le ofrece una “taza perfecta” de salud mental.

Una barra de café de especialidad en la Ciudad de México, hasta la fecha y por lo complicado de las distancias y el tráfico, es un negocio de colonia o barrio, su influencia comercial llega a lo sumo a cinco o seis manzanas a la redonda; por lo tanto, si el dueño atiende el negocio personalmente, llega a conocer a sus clientes, sabe sus gustos y preferencias, sus baristas crean un ambiente relajado y de buena vibra, se ofrece un café de excelencia, se prepara cada bebida con profesionalismo, se imprime un trato personalizado y amigable, se otorga servicio con esmero a la clientela y se brinda un lugar agradable; un tercer sitio completo y creado: no se debe temer a ninguna competencia por grande que sea. Algunas barras de café tanto por su ubicación, como por la fama de su marca se dan el lujo de jugar con el aspecto aspiracional; es decir, el soy porque estoy aquí o el soy porque tomo o uso esta marca. La individualización de la taza en una cafetería de especialidad hace justicia a la importancia de la clientela y la aleja de la masificación del mundo de hoy. Se reconocen las diferencias en gustos, preferencias, antojos, etcétera y se le prepara una taza de acuerdo a sus indicaciones. El comensal puede experimentar, se valora su poder de decisión y la importancia de ser único; la barra de café reivindica a cada ser humano como diferente y especial.

3.) Profesionalización del sector.

La mayoría de la gente involucrada en las barras de café gourmet no cuenta con experiencia en el sector y decidió hacerlo por el gusto al producto o la necesidad de iniciar un negocio. El periodo de aprendizaje ha terminado y si se desea crecer como una industria sólida su operación deberá profesionalizarse, la competencia cada día será más fuerte y preparada, algunos de ellos con amplios recursos financieros para el largo plazo. El conocimiento del producto, equipo, maquinaria, mercadotecnia, psicología del cliente, administración, contabilidad, etcétera, son factores con un peso determinado en cualquier negocio de servicios.

El café es un producto enigmático y complejo, se le debe tener amor y pasión para entenderlo, su largo viaje a través de la historia y el mundo lo llena de un misticismo especial: cuna de pensamientos políticos, movimientos sociales, cambios económicos, enamoramientos, desencuentros, creación de inventos y cierre de tratos comerciales. El conocimiento del aromático es indispensable cuando se abre un negocio especializado; saber de orígenes, procesos, niveles de tostado y molido, análisis de taza, formas de preparación, definición de bebidas, diferenciación de calidades, etcétera, son algunos datos necesarios para satisfacer la curiosidad del consumidor. La barra de café gourmet es el lugar idóneo para instruir al consumidor en las bondades y secretos del aromático y por lo mismo el dueño y sus baristas deben de tener una buena preparación para dar información correcta, orientar y aumentar el entendimiento de su cliente con respecto al consumo del café en grano.

En la situación económica actual, la globalización juega un papel muy importante, los cambios se dan con mayor rapidez y la información fluye en forma inmediata; esto obliga al pequeño empresario a ser un especialista en su negocio y tener una actitud de apertura a cualquier innovación, cambio o tendencia existente. El hombre o mujer de negocios de esta época han crecido en una crisis continua y saben que para subsistir deben prepararse, profesionalizar sus servicios y tener estándares de calidad superiores a los de generaciones anteriores. A los empresarios actuales se les exige más; deben conocer su negocio, analizar a la competencia, hacer estudios de mercado, saber administración, computación, contabilidad, bases de psicología, diseño de imagen, etcétera; deben ser especialistas en todo para subsistir en un mercado tan competitivo, global, cambiante y saturado de información.

Ante la fuerte competencia, tanto nacional como internacional, el dueño de una barra de café debe ser innovador, inventivo, profesionalizar la atención al cliente, crear una imagen corporativa de su negocio, sin importar su tamaño; estandarizar la calidad de bebidas y servicios. Con un consumidor joven, cambiante y expuesto a los medios masivos, la única respuesta es ser agresivos y no pasivos o estáticos; debemos recordar donde está el grueso de la clientela, atendemos a las generaciones Y y Net, donde la globalización y el Internet son parte de su credo.

El propietario de una barra de café de especialidad debe estar conciente de la importancia de su papel como promotor del consumo del aromático, la base de clientes jóvenes atrapados ahora, serán el sustento en el futuro de sus negocios. La educación del consumidor es una tarea a desarrollar todos los días, en cada taza servida lo debemos lograr, clientes enamorados del producto y su local hasta transformarse en un hábito o necesidad de su diario vivir. Con su mercado de consumidores más conocedores, habituados al consumo del café en grano, recién molido y preparado, se alejarán los tabúes arrastrados con la bebida durante años y se fincará un mercado nacional más exigente, más conocedor y más bebedor de café. Al aumentar el consumo interno se garantiza el crecimiento y supervivencia de las barras de café gourmet.

4.) Capacitación técnica.

El rápido crecimiento de los cafés de especialidad tomó a todos desprevenidos. El sector creció picando piedra y creó instrumentos propios para operar profesionalmente. Ha trabajado mediante la prueba y el error, cada cual abriendo brecha, aprendiendo en el camino, haciendo su propia historia, la mayor parte del tiempo solitaria y desgastante. Sin un lugar donde encontrar información, orientación, apoyo o financiamiento. Se carece de una formación profesional de baristas; la mayoría son jovencitos, ajenos a contacto alguno con el aromático y, de la noche a la mañana están preparando cafés sin saber que hacen en realidad. Sin entender de grado de molido, nivel de tueste, tiempo de extracción, espresso sencillo o doble, etcétera. Es indispensable crear una carrera técnica de baristas, con un programa adecuado de entrenamiento y teoría, generar un semillero de personal capacitado, soldados involucrados en incrementar el consumo de cafés de alta calidad en el país. En el programa de estudios también se deberían incorporar temas como. Control de inventarios, administración, aspectos sanitarios, trato al cliente y todo lo relacionado con una empresa de servicios.

Actualmente las barras de especialidad cuentan con equipos nuevos, ¿Qué pasará cuando se descompongan?, ¿se cuenta con la cantidad de técnicos capacitados (en todo el país) para dar ese servicio? Hoy en día se vive una escasez de técnicos capacitados para reparar la maquinaria de una barra de café. ¿Qué pasará cuando los equipos se hagan viejos? Es indispensable crear un programa de formación técnica para en un

futuro contar con operadores preparados para reparar y dar servicio a equipos de diferentes marcas y cubran las necesidades del sector.

Al mismo tiempo urge profesionalizar y preparar al sector de tostadores, gente con conocimiento de los distintos niveles de tueste, atributos, dedicado a dar al aromático, de acuerdo a su región y calidad, el tueste adecuado, que entienda las variables importantes en el proceso y mantenga controles de calidad estrictos. Aquellos torrefactores profesionales, preocupados por el análisis de la calidad del grano de sus compras y ventas; son pocos. La información de cómo tostar el grano se pasa en forma práctica de una persona a otra, sin una educación formal de los aspectos influyentes en la calidad final del producto obtenido.

De igual manera, se necesita la preparación de más catadores de café, reivindicar la importancia de su profesión como controladores de la calidad del aromático. Su capacidad sensorial es indispensable para la determinación profesional de localización del café. La mayoría de los catadores solo encuentran trabajo en las zonas productoras del país o en las grandes compañías comercializadoras del grano en verde. La importancia de la catación no ha sido valorada por el tostador tradicional ni por la barra de café gourmet; a este paso, la gente dedicada a esta rama parece ser una especie en extinción, cuando es el fundamento para crear una industria profesional con altos controles de calidad. Debe apoyarse la formación de catadores profesionales y hacerlos asequibles a este nuevo sector en todas las ciudades importantes del país.

5.) Sello de calidad.

El Consejo Mexicano del Café, en un esfuerzo por incrementar el consumo de café de calidad a escala nacional, muy pronto sacará su Sello de Calidad para el café en grano tostado y molido. Este sello de calidad creará un estándar para evitar la comercialización de clases secundarias en lugar de las de alta calidad; protegerá a los productores nacionales enfocados al grano de calidad y al consumidor final de obtener por su dinero el café realmente mencionado en la etiqueta del empaque. Si alguien paga por café altura, que no reciba calidad desmanche o mezclas de calidades sin relación con el producto ofertado.

El sello de calidad resulta indispensable para normativizar y profesionalizar la industria nacional, sobre todo cuando hoy en día, cuando la importación de café de otros lugares se ha abierto. El sello de calidad bien llevado, logrará conquistar la confianza del consumidor nacional es su respaldo y se dé cuenta de la gran calidad del café de México, dentro de los mejores del mundo. Su buena difusión será indispensable para el éxito de la campaña, y no hay mejor lugar para su respaldo que las barras de café de especialidad, donde el producto se degusta taza por taza.

Con lo anterior y si tomamos en cuenta la importancia de la preparación para disfrutar del aromático resulta lógico pensar en una extensión del sello de calidad al trabajo del barista en la taza. El sello de calidad deberá ser otorgado a todas esas cafeterías de especialidad conscientes de la importancia de la preparación de diversos tipos de café bajo normas internacionalmente aprobadas, aquellas cuidadosas de factores como espumar leche, de conocer su café en grano, con altos estándares de calidad y servicio, entre otros.

6.) Difusión del Café.

Todos los encuentros y publicaciones cuya finalidad sea mantener informado al consumidor sobre las bondades del aromático son indispensables para aumentar el consumo interno. Revistas especializadas útiles al nuevo sector, son un gran apoyo para obtener información fresca y vincularse con gente capaz de brindarles asesoría en todos los aspectos de su negocio. Las revistas o publicaciones dirigidas al consumidor final deben ser amenas y fácilmente digeribles; así el público podrá poco a poco, educarse e integrarse al disfrute de las bebidas.

Reuniones como Expo-Café resultan indispensables, cada año como un punto de encuentro del sector, intercambio de ideas, relaciones comerciales, acercamiento a la cultura cafetera, capacitación, participación en conferencias, talleres, etcétera. Un esfuerzo por la convergencia y unión del sector productivo, industrial y de servicio, por lo demás dividido, golpeado y multifacético. Y , aunque la distribución del beneficio del boom del café dista mucho de ser equitativo los cambios mismos para remediar esta situación deben darse dentro del sector para ser saludables.

La Competencia Mexicana de baristas viene a enfatizar la importancia de profesionalizar al operador de una máquina de espresso. Trata de acercar al barista con las técnicas internacionales tanto en el aspecto operativo como de evaluación sensorial; con el único fin de ofrecer al consumidor final tazas de café con calidad excelsa. La dinámica misma de la competencia ayuda a educar al consumidor final al repetirle con constancia las cualidades de un café bien preparado. El llevar las eliminatorias de la Competencia Mexicana de Baristas a concursos regionales en plazas comerciales o lugares de alto tráfico ayudará a involucrar al consumidor final en la búsqueda de la excelencia en una taza del aromático; el público además de divertirse, aprende; no hay mejor forma de entender un producto tan complejo y tradicional.

Las demostraciones de catación de café en lugares públicos, favorecerán un acercamiento del consumidor a la evaluación sensorial del aromático, ayudará a desarrollar su memoria sensitiva en cuanto a olores y sabores relacionados con el café. Educará al consumidor en la apreciación del aroma, cuerpo y acidez perseguido en una taza de calidad y a discernir entre cafés con daño o de clases inferiores.

Aún es ardua la cuesta para seguir con el crecimiento del sector de las barras de café de especialidad, sin embargo, desde su inicio fue difícil. Han crecido en medio de una crisis económica permanente, con la población cuyo poder adquisitivo disminuye anualmente, con incertidumbre en el futuro, con herramientas propias y abriendo caminos nuevos, sin apoyos económicos y formativos. ¿Hasta donde podrán crecer más?, no cabe duda, este sector seguirá solo por mucho tiempo y deberá madurar desde dentro para encontrar un crecimiento seguro y estable. Hasta ahora ha sabido desarrollar un concepto envidiado por muchos países productores, el salto a solidificar esta industria, solo se dará con la profesionalización de sus integrantes y sobre una cama amplia de consumidores nacionales, dispuestos a pagar un sobreprecio por la calidad del producto, el servicio y los valores agregados, tanto tangibles como intangibles; los que una enigmática taza de café despierta con cada sorbo en cada individuo.