

# De la baya a la taza: secretos para un café ético y delicioso

María Martínez López / @missymmml  
Madrid

**En los últimos años no solo está creciendo la demanda de esta bebida, sino que un mayor conocimiento ha generado paladares más exigentes**

Cuenta una leyenda etíope que un joven pastor observó que sus cabras se alteraban tras comer unas bayas rojas. El consumo de esos frutos en infusión se fue extendiendo por todo el mundo, hasta que el café —eso era—, llegó a ser una de las principales exportaciones de los países en desarrollo. En alguno, la recolección influye en el calendario escolar, explica a *Alfa y Omega* María Granero,

responsable de Dirección y Desarrollo Comercial en España y Portugal de la certificadora de comercio justo Fairtrade. La demanda está creciendo incluso en China y la India, tradicionalmente bebedores de té. Así se explicó la semana pasada en el evento *online Café Noir*, organizado en Italia por la revista católica *Africa*. El acto pretendía dar a conocer este mercado junto con algunos consejos para que esta bebida satisfaga tanto a los paladares más exigentes como a los consumidores más concienciados.

«Nuestros agricultores en Kenia se quejan de que no pueden permitirse una taza» de su propio producto, señala a este semanario Lara Viganò, de la ONG CELIM. Con su proyecto *Café Correcto*, financiado por el Gobierno italiano, están formando a cuatro cooperativas del país para mejorar su posición en el mercado. También compartió su experiencia el argentino Alfredo Somoza, que ayudó a crear dos cooperativas cafetaleras en Villa Rica (Perú), dentro de la reserva de la biosfera de Oxapampa. El cultivo de café orgánico supuso una nueva oportunidad para comunidades indígenas que «casi fueron exterminadas» por los guerrilleros de Sendero Luminoso.

El café ecológico todavía es un producto de nicho, bastante caro. Pero en

el comercio justo «puede haber diferentes calidades» y precios, de moderados hacia arriba, aclara Granero —que no participó en *Café Noir*—. El sello Fairtrade indica que toda la elaboración sigue estándares éticos. Las empresas implicadas asumen un coste extra por ello: unas porque son marcas especializadas; otras —desde marcas blancas hasta Starbucks— «están concienciadas o ven que con consumidores cada vez más informados hay una oportunidad comercial». Además, cumplir esos requisitos «las ayuda en el análisis de su cadena de valor», lo que les hará más fácil adaptarse a normas europeas como el reciente reglamento contra la deforestación.

Tanto Somoza como Granero matizan que el hecho de que un café sea orgánico o de comercio justo no influye *per se* en sus propiedades. Pero sí es cierto que de parte importante de estos cultivos salen granos de una gama media o alta. Ello, en paralelo con un conocimiento creciente sobre el café y un cierto fenómeno *gourmet* puede llevar a que el bebedor más exigente apueste por marcas éticas. A ellos, el experto catador Luigi Odello les dejó dos pistas: el expreso debe tomarse antes de que pasen dos minutos de su elaboración y es un mito que deba tomarse sin azúcar. «Si es bueno, lo mejora». ●



## 1 - Planta: ¿arábica o robusta?

La variedad arábica se considera de más calidad, con un sabor más ácido y fresco y se demanda cada vez más. La robusta tiene aromas más terrosos, es más barata y con un sabor más estandarizado.

**2 - Procedencia.** La mitad de productores del mundo está en África pero, a pesar de la cercanía a Europa les perjudica que el mercado está muy fragmentado.

Hispanoamérica, donde el café llegó en el siglo XVIII, produce hoy el 60 % del total. Solo de Brasil sale un tercio, sobre todo por sus grandes plantaciones.

## 4 - Pequeños productores.

En Centroamérica y países andinos se están especializando en arábica de alto valor añadido. En Perú el 80 % de la producción es orgánica. Su precio más elevado hace que sea preferible a cultivar coca.

CELIM



**5 - Lavado y secado.** El café natural, de sabor afrutado, se seca con toda la baya. En el lavado, se elimina antes lo exterior. En comercio justo se cuida que el agua usada en el proceso no dañe el entorno.

620

cooperativas de agricultores certificadas por Fairtrade producen 700.000 toneladas de café al año.

Doce

kilos de café consume cada finlandés anualmente. Los nórdicos son grandes consumidores.

**6 - Tostado.** Ya sea tueste natural o torrefacto (con azúcar) la mayoría del café vendido en el primer mundo se tuesta aquí. Proyectos como *Café Correcto* apuestan por procesarlo en Kenia para promover el mercado nacional.



**7 - Mercado.** Su valor fluctúa mucho. Para que los productores no pierdan dinero, Fairtrade fija un precio mínimo al que comprárselo y obliga a pagarles una prima para proyectos socioambientales.

## 8 - Certificación.

Fairtrade certifica a cooperativas y a todos los intermediarios. Además de estándares económicos hay otros sociales (como vetar el trabajo infantil) y ambientales (evitar la deforestación).



**9 - Orgánico.** Aunque en gran parte coinciden, no es igual que el comercio justo. Se cultiva sin productos químicos. Los pequeños productores, «al ser pobres, ya cultivaban orgánico sin saberlo», señala Somoza. Ahora se les enseña a mejorar las técnicas.

**3 - Cambio climático.** Es un cultivo vulnerable al tardar años en dar fruto. Según algunos informes el área de cultivo podría reducirse a la mitad en 2050. En algunas grandes plantaciones americanas se está dando un cierto cambio a la variedad robusta, más resistente.

**10 - ¿Grano o molido?** La expansión del café de gama media y alta ha impulsado la venta en grano, pues al molerlo en el momento tiene más aroma.

