

## Consumo de café en México y el papel de las cafeterías

**Autor: Arturo Hernández Fujigaki - 03-12-2010**

[https://vinculando.org/empresas/consumo\\_de\\_cafe\\_en\\_mexico\\_importancia\\_de\\_las\\_cafeterias.html](https://vinculando.org/empresas/consumo_de_cafe_en_mexico_importancia_de_las_cafeterias.html)

Las últimas décadas han venido marcadas en el sector cafetalero por cambios acelerados en las formas de consumir café alrededor del mundo. Un aromático tradicionalmente cultivado y comercializado por siglos, logra conquistar al sector gourmet o de especialidad no sólo en café verde sino en taza.

Este movimiento a consumos de cafés de alta calidad es demandado por los países consumidores y productores alrededor del mundo. El consumo de café en los países productores ha venido creciendo en los últimos años, encontrando un aumento del 3.9% entre 2004 y 2008. Brasil se ha convertido en el segundo país que más consume café con más de 17.5 millones de sacos, según datos de la OIC.

En los Estados Unidos, el fenómeno mejor conocido es Starbucks®, quien decide entrar al negocio de café en taza en 1984 en la ciudad de Seattle Washington, marcando un parteaguas en la forma de consumir café en los Estados Unidos. Acostumbrados a beber café percolado con deficiencias en preparado se dio paso a una preparación más artesanal del aromático con mejores granos, extracción inmediata, técnicas de preparado depuradas y una interacción más personalizada con el cliente. Las estadísticas muestran que el consumo de café espresso en los Estados Unidos ha aumentado del 2002 al 2009 de un 14.48% al 29.39% sobre todo el café consumido en la calle. El consumidor americano está cambiando del café percolado a bebidas de café de especialidad como lattés ó cafés frappeados.

Para el año de 1995, Starbucks® abría una nueva tienda cada día en los Estados Unidos. En 1996 apertura su primera tienda en Tokio, Japón; con lo que inicia su expansión a nivel internacional. En el año de 2002 Starbucks® llega a México y se espera que cierre el 2010 con 300 puntos de venta en todo el país, según su Director General, Gerardo Rojas.

Las Barras de Café Gourmet ó de Especialidad aparecen en México en el año de 1994. Jóvenes emprendedores no dedicados al café vieron el potencial de éste negocio ya floreciente en Los Estados Unidos. Pioneros en éste mercado como Coffee Factory tuvieron que picar piedra para posicionar su negocio, poco después se unieron otras franquicias mexicanas como: Café Etrusca, Coffee House, Coffee Station, Italian Coffee y la estadounidense Gloria Jeans.

El consumidor mexicano estaba acostumbrado a beber café en restaurantes de comida rápida y cafeterías tradicionales que tenían poco cuidado en las calidades que servían, los métodos de preparación, la definición y conocimiento de bebidas. Las calidades excelsas del café mexicano eran reservadas para el mercado de exportación quedándose en el país clases de mediana calidad,

secundarias ó dañadas. Aunado a ello, el consumidor mexicano está aún muy acostumbrado a tomar café soluble.

Los principales problemas que enfrentaron las primeras barras de café en el país fueron: el poco hábito de consumo de los connacionales, el arraigo a el consumo de café soluble y bebidas carbonatadas, las malas calidades de café disponibles en el mercado, el relleno de taza, los malos manejos del aromático en su preparación, la diferencia en precios tan marcada en su concepto.

Durante varios años las Barras de Café lucharon por mantener una mejor calidad de grano, profesionalizaron las formas de preparado, capacitaron a su gente en el conocimiento del producto que ofrecían, desaparecieron el relleno de taza sin cobro y redefinieron las bebidas. El café pasó a ser un producto genérico a gourmet sustentado por la credibilidad de sus consumidores, educó su paladar con mejores clases, y elevó el nivel de exigencia y expectativas al recibir una taza.

A la llegada de Starbucks® a México, el concepto de Barra de Café Gourmet ya estaba bien establecido y exitoso en las principales ciudades del país como: el Distrito Federal, Guadalajara, Tijuana y Puebla. Para 1994 el consumo per cápita de café entre los mexicanos se calculaba en 0.5 kilos. Hoy en día, según datos de la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (Amecafe), se habla de un consumo per cápita de 1.2 kilogramos. Éste aumento de consumo, se puede decir, se deben en forma importante a las barras de café, ya que ninguna otra parte del sector ó el gobierno han efectuado ninguna campaña ó esfuerzo en éste sentido. El éxito de Starbucks® ha traído otras cadenas de café internacionales como Illy®, Segafredo®, The Bean and Tea Leaf®, etc.

El éxito de las Barras de Café en el país monopolizado por pequeñas franquicias nacionales, no pasó desapercibido para los grandes capitales y conglomerados que quisieron su rebanada del pastel. Cadenas de pastelerías, restaurantes, heladerías, librerías, cinemas, etc., desarrollaron su propio concepto y se asociaron o compraron la franquicia madre.

Compañías como Coca Cola y Unilever entraron al sector de cafeterías en sus tiendas de conveniencia ó helados. Con una clientela cautiva lograron con éxito desarrollar su concepto de stand de café complementando su oferta. De la misma forma muchas asociaciones de productores han empezado a desarrollar sus conceptos con la finalidad de llegar al consumidor final y evitarse el intermediarismo.

Hoy en día el sector gourmet del café mexicano presenta diferentes ofertas y especializaciones donde se encuentran: productores, tostadores, pequeñas empresas familiares, franquicias nacionales, extranjeras, grandes conglomerados (heladerías, pastelerías, tiendas de conveniencia, cinemas, etc).

Las Barras de Café en el país representan un sector dinámico y en crecimiento, que ha sufrido

muchos cambios desde sus inicios y que sigue madurando. Exigiendo desde el último eslabón de la cadena mejoras en tostado, en procesos, en manejo de granos y en prácticas de cultivo. Se puede decir que estos negocios han contribuido con su grano de arena a:

1. **Cambiar la calidad del café consumido en el país.**- el consumidor nacional encuentra hoy en día una oferta de mejor calidad en café en grano. Las Barras de Café reinventaron la forma de degustar el aromático nacional. Al pertenecer a un sector gourmet, sus clientes son cada día más conocedores y exigentes, lo que conlleva a una especialización para mantener su confianza y preferencia. Aún las tiendas de conveniencia ofertan al consumidor final cafés de mejor calidad y preparado.
2. **Han Implementado Mayores Cuidados en el Preparado de la Bebida.**- mejorando los métodos de preparado, las dosificaciones, los tiempos de extracción, la calidad de agua, temperaturas, tiempos y equipos. Mejores cuidados en el manejo del aromático en empaque, tueste, molido y almacenado.
3. **Dan atención personalizada e individualizan la taza.**- el cliente tiene la oportunidad de escoger entre muchas opciones y así mismo diseñar o definir en gran medida su bebida. El barista prepara en forma individual la taza de cada cliente imprimiéndole una parte artesanal y única.
4. **Crean un mercado alternativo al productor.**- quien sólo miraba al intermediario ó el mercado externo como la vía de obtención de mejores precios para su producto.
5. **Son un recinto de Intercambio Social.**- el uso de las computadoras, i-pods, celulares, Internet, cable, etc., hace al ser humano estar más comunicado y conocedor de lo que ocurre en el mundo pero al mismo tiempo lo aísla de su entorno inmediato. Las cafeterías son de los pocos lugares donde la gente joven puede socializar sanamente (en las Barras de Café Gourmet en México no se sirven bebidas alcohólicas).
6. **Han captado nuevos consumidores de café.**- Las barras han capturado el sector joven de México a ésta bebida ancestral, creando nuevos hábitos de consumo con el esfuerzo cotidiano de los baristas por influenciar la decisión de sus comensales.
7. **Han sido el pilar para aumentar el consumo de café en grano en el país.**
8. **Son un sector dinámico al Ofrecer una amplia gama de bebidas y novedades.**- al ser un negocio dirigido a la gente joven, las barras de café gourmet ofrecen una gama extensa de bebidas que van desde los espressos hasta las bebidas sin café como smoothies ó tés.
9. **Educación al Consumidor sobre el Aromático.**- El consumidor actual está más expuesto a las cafeterías gourmet, en su misma colonia o barrio puede haber entre 4 ó 5 de donde escoger, en colonias tradicionalmente cafeteras arriba de 20. Se ha vuelto común la palabra cappuccino, latté, café de altura, orgánico, etc.
10. **Crearon la profesión del Barista.**- Las barras de café han creado y capacitado a su propio personal en el manejo de la máquina de espresso y preparación de bebidas. El Barista resulta ser la persona más importante en éstos negocios, que tiene un vínculo directo con el consumidor final y muchas veces la razón por la que el cliente regresa.
11. **Inyectan al sector de Gente más Profesional y comprometida con el grano.**- Los baristas han venido a integrarse a la industria para brindarle más dinamismo y

profesionalización, se han vinculado con otras etapas del proceso, y han adquirido un conocimiento más profundo del grano. En muchos de ellos el compromiso social con los productores ha empezado a madurar.

## **En resumen:**

Las tendencias de consumo de café en México se han visto afectadas ampliamente por la aparición de Barras de Café Gourmet, han creado un consumidor más conocedor y exigente, han aumentado el consumo de café en grano tostado y molido, y han acercado el aromático a las nuevas generaciones tomadas en su totalidad por las bebidas carbonatadas y café soluble.

Las Barras de café en México han pasado por un crecimiento continuo y se han adecuando a las necesidades de su mercado. Se han diferenciado de sus competidores más tradicionales (restaurantes y cafeterías generales) y de los más nuevos (tiendas de conveniencia y estancillos).

Se han especializado en el sector de bebidas y lo que parecía ser un negocio de moda se ha llegado a consolidar como una alternativa de negocios y un flujo de dinero a los diversos sectores de la cadena cafetalera. Forzando ésta a mejorar las calidades y procesos del aromático para aspirar llegar a ese mercado.

Las Barras de Café en México han abierto una opción de encuentro para la gente joven, han creado consumidores enganchados en el aromático que irán creciendo con ellas y evolucionando en su forma de apreciar éste grano.

## **Retos de las barras de café para los próximos años:**

- Cada vez será más difícil y caro encontrar cafés de calidades especiales en el mercado. La demanda de cafés especiales a nivel mundial ha venido aumentando, en especial por el incremento en consumo en los países productores.
- Toda la cadena productiva del sector cafetalero necesita estar involucrada en garantizar un resultado final de excelencia. Los controles de calidad en cada proceso del aromático deberán ser garantizados por quien los ejecute en una forma responsable y profesional.
- La calidad en la taza es una tendencia que se observa no ya solamente en el sector de especialidad, sino también en mercados menos elitistas. Por lo que las Barras de Café tienen un compromiso mayor para tener personal capacitado en las técnicas de preparado y conocedor de su grano
- Aparte de los competidores tradicionales, nuevos integrantes aparecen en el mercado de especialidad: marcas extranjeras, compañías que amplían ó modifican su concepto, grandes corporativos, tiendas de conveniencia, pequeños estancillos ó misceláneas. Las Barras de Café tienen que luchar por mantener su identidad y marcar su diferencia en base al conocimiento más profundo del café que manejan.
- Recordar que el mayor consumo de café se hace en casa por lo que las Barras de Café

deberán incluir en su portafolio de ventas opciones de grano para que el cliente las deguste en casa.

- Competencia con bebidas sustitutas como: agua embotella, bebidas carbonatadas, té y bebidas energéticas; cuyo consumo presenta incrementos mayores que el del café en los últimos años.
- Recordar que el uso de granos de alta calidad no garantiza forzosamente una buena taza de café, hay factores implícitos en los diferentes procesos que determinan su resultado final: tostado, empaado, almacenado molido, extracción y servido.
- Hay muchas personas en el sector que mencionan que la calidad es poco reconocida por la mayor parte de los consumidores, y que el preocuparse por llevar a cabo una profesionalización del sector es costoso y poco práctica. Sin embargo, la búsqueda de la "taza perfecta" y de la "mezcla idónea" en las Barras de Café Gourmet, ha traído un proceso continuo de mejoras en el preparado y de educación del paladar del consumidor.
- La tendencia mundial de las barras de café es la especialización y profesionalización, un mayor conocimiento del equipo que operan, las extracciones que hacen y entender el comportamiento del grano que utilizan cuando lo transforman a taza. Conocer el origen, variedad, nombre del productor, proceso de tostado, perfil de taza y atributos, es decir tener trazabilidad del grano.

\* Etrusca Comercial, SA de CV. Artículo presentado en el seminario "El café, del campo a la taza: situación y perspectivas en México". UNAM Acatlán