



TENDENCIAS

Por un café más ecológico y natural

Los jóvenes han cambiado los hábitos del café, hacia el tueste natural y orgánico, y los del té, con mayor demanda para el verde y el rojo

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista

Aunque los consumos de café y té están muy arraigados tanto en las culturas de los países productores como en Occidente, donde ambas bebidas han pasado a formar parte de nuestros hábitos cotidianos, los jóvenes occidentales han dado un paso importante a la hora de cambiar algunas de estas tradiciones con mayor demanda por los cafés de tueste natural, los de cultivo orgánico (la moda verde importa cada vez más), de mayores aromas como los cultivados por encima de los 2.000 metros y, en el caso del té, con el desplazamiento del negro hacia otros menos conocidos como el verde, el rojo o el

blanco, así como el roiboos, un sucedáneo del té apreciado por su carencia de cafeína.

En el caso del café, el mayor consumidor del mundo es Estados Unidos, que acapara el 16 por ciento del total mundial, y que marca moda con la preparación de un café ligero, más bien aguado, que es conocido de manera universal como americano. Pero cada estado tiene su propia idiosincrasia a la hora de tomar café, aunque el conjunto de los norteamericanos aprecia la variedad y lo prepara, de forma concienzuda, sobre todo en casa, teniendo en cuenta la mezcla, la intensidad y el origen.

En San Francisco, donde el café es toda una ceremonia de la que participan los amigos, se tiene auténtica veneración por los bares y cafeterías donde se sirve un auténtico café para gourmets, mientras en Nueva York, por ejemplo, se bebe café largo en vaso de papel.

Aunque Italia es el país con más fama de cafetero en Europa Occidental, lo cierto es que los transalpinos ocupan el décimo lugar del mundo en consumo, son la cuna del espresso y el país de las cafeterías, así como los mayores exportadores del mundo en café torrefacto, cuya excelencia es el café italiano (negro y concentrado).

Los franceses, amantes también del espresso, aunque con una elaboración mucho más suave que el italiano, lo consideran elemento central del desayuno, junto a la baguette y al croissant, igual que en España, donde se toma, en general, con leche y acompañado de churros, porras o bollería industrial.

Pero el récord de consumo por persona y año en el mundo se encuentra, de manera sorprendente, en los países escandinavos. Tanto Dinamarca como Finlandia y Suecia toman muchísimo café, prestan bastante atención a su origen y variedad y prefieren el tueste natural. A diferencia de los países mediterráneos, en los que el café es todo un ritual y se suele tomar tras las comidas, en la Europa del Norte, y también en la Central, su consumo está ligado a la familia y se toma a media mañana o por la tarde acompañado de bocadillos, tartas y dulces.

Alemania o Austria, con gran tradición cafetera también, consumen sobre todo de pie en los bares, mientras en Tokio puede adquirirse a cualquiera de los millares y millares de vendedores ambulantes que hay por la calle.

Países latinoamericanos como Costa Rica, Cuba, Guatemala, República Dominicana, Colombia y especialmente Brasil, segundo consumidor del mundo con el 15 por ciento del total, mantienen una gran cultura cafetera y rara es la reunión oficial, de negocios o familiar en la que el café no juega un papel especial como protagonista.

CONSUMO Y TENDENCIAS EN ESPAÑA

España consumió durante 2007 en los hogares un total de 69,66 millones de kilos de café, por un valor total de 503,65 millones de euros. El mayor consumo correspondió al café de mezcla, con 25,04 millones de kilos; seguido del tueste natural, claramente al alza, con 20,63 millones de kilos; el descafeinado, también en claro ascenso, con 11,36 millones de kilos, el café soluble, con 9,26 millones de kilos y el torrefacto, con 1,31 millones de



kilos, y los sucedáneos, con únicamente 2,06 millones de kilos.

El café soluble, con 169,51 millones de euros, acaparó el gasto más importante, seguido del café mezcla con 123,54 millones de euros y el de tueste natural con 114,49 millones de euros, mientras el descafeinado alcanzó los 69,12 millones de euros, todo ello según los datos ofrecidos por el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino correspondientes a 2007.

El precio medio del kilo de café soluble se situó en 18,32 euros, muy por delante de los 6,08 euros del café de mezcla, de los 5,97 euros del torrefacto o de los 4,93 euros del natural, datos que difieren de los ofrecidos por la OIC, aunque en este último caso hablan de café en general, mientras en el Ministerio analizan los diferentes segmentos que concurren al mercado, ya envasados y distribuidos según los diferentes gustos.

España consume alrededor de 165 millones de toneladas de café al año, tanto en hogar como en hoteles y restaurantes e instituciones, con predominio claro del café mezcla que ronda el 40 por ciento de las ventas, pero con una clara progresión del café de tueste natural, cuyo consumo ronda el 38,5 por ciento del total, mientras las variedades arábicas y robustas andan bastante igualadas en consumo, con cierta ventaja para las primeras.

Según los datos ofrecidos por la OIC, España tiene un concepto bastante enraizado en el consumo de café, aunque la forma de tomarlo cambia considerablemente entre unas comunidades autónomas y otras. Es claro que el consumo de café gourmet está muy arraigado en ciudades como Barcelona, Bilbao o Madrid, aunque las estadísticas de consumo en hogares sitúan a Canarias en primer término con 2,41 litros por persona y año, seguida de Asturias, con 2,35 litros, y Extremadura, con 1,97 litros; el País Vasco

es cuarto con 1,90 litros y Baleares, quinta, con 1,87 litros, por delante de Madrid y Cataluña, con 1,81 y 1,75 litros, respectivamente.

Pero la crisis, igual que ha ocurrido en la mayoría del mundo, no parece haber hecho mella en el consumo de café, ya que en el año móvil que va de septiembre de 2007 al mismo mes de 2008, el consumo ha crecido una media del 2,8 por ciento en el hogar. No obstante, el consumo de café en España se centra, sobre todo, fuera de las casas, ya que es costumbre tomarlo a media mañana o media tarde, fuera del desayuno, así como en comidas de trabajo en hostelería y restauración, que se llevan más del 60 por ciento del consumo total final.

El mayor consumidor de café en términos absolutos en hogares por comunidades autónomas se centra en Andalucía donde, según datos del Panel Alimentario correspondiente a 2007, se alcanzaron los 13,15 millones de kilos con un precio total de 106,94 millones de euros, seguida de Cataluña, con 11,06 millones de kilos por valor de 98,59 millones de euros; Madrid, con 9,64 millones de kilos y un valor de 74,56 millones de euros, y la Comunidad Valenciana, con 6,77 millones de kilos y 62,42 millones de euros de valor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL EN ESPAÑA

La concentración de empresas en España es la característica principal de un producto que, a nivel mundial, cuenta con grandes grupos productores y donde las marcas de la distribución también ganan terreno día a día en la comercialización.

Con una plantilla de 3.400 personas y unas ventas en 2007 de 1.277,24 millones de euros, según *Alimarket*, Nestlé se erige en la gran empresa cafetera de España, pese a bajar sus ventas un 8,8 por ciento con respecto a 2006. Muy lejos, y en segundo lugar, se sitúa Kraft Food España con una plantilla de 350 personas y un volumen de facturación de 350 millones de euros, mientras la tercera plaza es



para Seda Solubles, con 715 empleados y unos ingresos de 185 millones de euros.

La cuarta posición es para José Sánchez Peñate, ubicado en el mercado de las islas Canarias, con 735 trabajadores en plantilla y unos ingresos de 132 millones de euros, por encima de los 122 millones de Sara Lee, claramente presente también en el sector de infusiones, o de Productos del Café, que factura 109,33 millones de euros, y que pertenece al grupo Nestlé.

Los españoles invirtieron durante 2006 el 3,8 por ciento del gasto total en alimentación y bebidas, que ascendió a 20.999 millones de euros, en café e infusiones, con un total de 800 millones de euros, por un 12,1 por ciento en bebidas analcohólicas, un 31,5 por ciento en bebidas alcohólicas y un 52,6 por ciento en alimentación propiamente dicha. El volumen fue del 1 por ciento, mientras este capítulo supuso el 3 por ciento del gasto en restaurantes, el 3,5 por ciento en hoteles y el 4,2 por ciento en bares y cafeterías.

El consumo en volumen significó el 0,8 por ciento del total en restaurantes, el 0,9 por ciento en hoteles y el 1,1 por ciento en bares y cafeterías.

EL MERCADO DEL CAFÉ A DÍA DE HOY

El director ejecutivo de la Organización Internacional del Café, Néstor Osorio, en su informe anual de diciembre de 2008, ha señalado que desde el mes de octubre están entrando en los mercados internacionales importantes cantidades de café procedentes de la nueva cosecha de los países exportadores.

En este sentido, ha apuntado que la producción aumentó de manera significativa en varios países, entre los que cita Etiopía, India y Vietnam, aunque los cálculos iniciales para la cosecha 2009/2010 sugieren una producción a la baja como consecuencia de la baja zafra que se espera en Brasil, el gran productor mundial. Estas previsiones la sitúan entre 36,9 y 38,8 millones de sacos (la medida es en sacos de 60 kilogramos), que comprenden de 26,9 a 28,3 millones de sacos de arábicas y de 10 a 10,5 millones de sacos de robustas.

Las ventas llevadas a cabo por los países exportadores en noviembre de 2008 fueron de 7,1 millones de sacos, lo que sitúa la cifra total de ventas exteriores en los 11 primeros meses del año en 87,7 millones de sacos frente a los 88,9 millones en idéntico periodo del año 2007, con un leve descenso del 1,3 por ciento.

Los precios del café a diciembre confirmaban la tendencia al descenso que se registra en el mercado internacional de este producto desde el mes de septiembre de 2008. El precio internacional medio a diciembre era de 1,72 euros el kilo frente a los 2,21 euros el kilo del mes anterior, una caída del 4,5 por ciento en sólo 30 días que ha hecho saltar las alarmas, sobre todo en la especialidad robusta que cayó un 9,1 por ciento, mientras los suaves colombianos han resistido mejor la tendencia a la baja e incluso consiguieron un pequeñísimo repunte del 0,3 por ciento, mientras subía el precio de los insumos y de los equipos agrícolas de importación.

Estos datos se produjeron a la par que el dólar experimentó una subida de su valor frente a las monedas de los países exportadores, con la excepción de Colombia, donde la tasa de cambio bajó un 3,4 por ciento entre los meses de noviembre



y diciembre de 2008. El dólar creció de 2,27 a 2,42 frente al real brasileño en estos últimos meses del año. Sin embargo, el año 2009 ha comenzado con un movimiento en sentido contrario, ya que la oscilación del real en los primeros días de enero ha fluctuado entre 2,19 y 2,28 frente al dólar estadounidense.

Con casi 46 millones de sacos, Brasil ha liderado la producción, una vez más, durante 2008, con un incremento del 27,51 por ciento sobre 2007, seguido de Vietnam, que se fue hasta los 19,5 millones de sacos y un aumento de su cosecha del 18,42 por ciento; tercero fue Colombia, con 12,3 millones de sacos; por delante de Indonesia y Etiopía, con 6,25 y 6,13 millones de sacos, respectivamente.

Los países productores que experimentaron un importante aumento porcentual en relación con el año anterior fueron Perú, con un 50,70 por ciento hasta los 4,45 millones de sacos; Kenia, con el



Los plátanos de Canarias

Los arte-sanos

45,68 hasta situarse en los 950.000 sacos, y Camerún, con el 32,92 por ciento hasta los 800.000 sacos.

La cosecha 2008/2009, ya en curso, prevé una producción total de 134,2 millones de sacos, frente a los 116,2 millones de la cosecha anterior, con una subida del 15,45 por ciento, un 63,29 por ciento para los robustas y un 36,71 por ciento para los arábicas.

Colombia y América Central parecen haber dado un paso atrás en sus producciones como consecuencia de las fuertes lluvias ocurridas en los últimos meses y que han llevado a una bajada previsible del 1,71 por ciento en el caso de Colombia, de un 4,87 por ciento en Guatemala, de un 10,96 por ciento en El Salvador y de un 42,36 por ciento en Ecuador. Las perspectivas iniciales pueden terminar con una cosecha definitiva a la baja, que oscile entre los 300.000 y los 500.000 sacos menos.

Las recesiones en cosechas y precios en los mercados cafeteros, claramente

dominados por las empresas multinacionales, inciden de manera clara y rotunda en las economías de los pequeños productores de los países americanos y africanos y en la pérdida de empleo de los braceros del campo en unas áreas dominadas por la miseria.

Los primeros datos sobre consumo mundial en el año 2008 indican que el mercado ha sido capaz de absorber 128 millones de sacos (7.680 millones de kilos) frente a los 125 millones de sacos (7.500 millones de kilos) de 2007. Los primeros datos de ventas parecen indicar que la crisis mundial no ha afectado, al menos de forma significativa, según la OIC, al consumo de café. De hecho, no ha existido contracción de la demanda en las ventas de los comerciantes al por menor, tal y como ha ocurrido en otros sectores como el textil o los artículos de consumo no perecedero.

El café ha tenido un crecimiento mundial, prácticamente constante, del 2,5 por ciento cada año y si esa tasa no es frenada

por la crisis, el consumo mundial podría ser de 132 millones de sacos en 2009 y de 134 millones en 2010.

Estados Unidos, con 21,03 millones de sacos en 2007, es el mayor consumidor de café del mundo, seguido por un país productor, en este caso Brasil, con 16,9 millones de sacos; Alemania, con 8,62 millones de sacos, e Italia y Francia, con 5,8 y 5,62 millones de sacos, respectivamente. El consumo español ascendió a 3,2 millones de sacos.

El mayor consumo mundial de café por persona, exactamente igual que ocurre en vino, se da en Luxemburgo, con 16,65 kilos por persona y año, según datos de la OIC en 2007, con una clarísima tendencia al alza, que supera con creces los 13,49 kilos del año anterior. Son también especialmente llamativos los consumos de los países escandinavos, encabezados por Finlandia, con 12,01 kilos; Noruega, 9,85 kilos; Dinamarca, 8,75 kilos, y Suecia, 8,19 kilos; de Holanda, con 8,38 kilos, y Suiza, con 7,93 kilos.

Lejos de estas cifras quedan los países productores, con Brasil a la cabeza (5,29 kilos por persona y año) o Costa Rica, 4,18 kilos; mientras Bélgica, Alemania y Austria llegan a los 6,33, 6,27 y 6,08 kilos por persona y año, respectivamente; Italia se sitúa en 5,91 kilos; Estados Unidos en 4,13 kilos, y España en 4,33 kilos, cantidad que supera el consumo de todos los países productores, con excepción de Brasil, y que engloba tanto el consumo en hogares, claramente recogido en las estadísticas de 2007 del Ministerio, como el de restaurantes, bares e instituciones.

La diferencia de precios al por menor del café tostado en los países importadores varía sustancialmente sin que exista, al menos de forma aparente, un motivo claro que justifique tal disparidad de precios. Así, el café en Gran Bretaña se vende a 28,71 euros el kilo, a 24,08 euros en Malta y a 15,12 y 15,02 euros el kilo en Japón y Luxemburgo, respectivamente. Italia vende su café a 13,89 euros el kilo, muy por encima de los 5,67 euros el kilo de Estados Unidos y de los 7,52 euros de España.



¡Descubre en tu lineal la pasión por el Dulce de Leche La Lechera!



UN MERCADO MUY DINÁMICO



LA LECHERA: LA MARCA DE MAYOR CRECIMIENTO



UN FUERTE AUMENTO DE LA PDM



¡Pasión y rentabilidad en tu lineal con La Lechera!



Colombia, tercer abastecedor de café en el mundo, ha pronosticado un déficit de la producción mundial de unos 10 millones de sacos durante 2009, a pesar de la crisis, lo que incidirá a favor de los precios para los países productores. La cosecha aumentará en este país como consecuencia de una renovación de cultivos con la que espera alcanzar los 17 millones de sacos en 2014 en sus 86.000 hectáreas dedicadas al cultivo, actividad de la que dependen más de 2,5 millones de personas.

CAFÉS ORGÁNICOS Y EXQUISITOS

Un estudio del Instituto del Café de Costa Rica sobre tendencias de consumo en los Estados Unidos asegura que el 17 por ciento de la población adulta norteamericana consume café gourmet en comparación con el 14 por ciento de hace un año, en un país donde el café ha sobrepasado a las bebidas gaseosas en las preferen-

cias de la gente. De hecho, el 55 por ciento de la población mayor de 18 años consume café, por un 53 por ciento que lo hace de bebidas gaseosas.

El auge de los cafés gourmets es tal que la media de consumo diaria se sitúa en 2,6 tazas en 2008 frente a las 2,7 del café tradicional. El consumo de cafés especiales se esparce durante todas las horas del día, pero los norteamericanos optan por consumir café durante el desayuno en un 90 por ciento, mientras sólo lo toman tras la cena un 7 por ciento. En el desayuno opta por el café gourmet el 56 por ciento y en la cena el 5 por ciento.

El consumo de café orgánico no ha calado curiosamente en los países del norte de Europa pese a su alto consumo por persona y año, especialmente en Finlandia, y los once mayores países consumidores de la Unión Europea en su conjunto apenas han adquirido 30 millones de kilos de este tipo de café, poco más del 1 por ciento de sus compras totales, aunque la tendencia es al alza, y Perú, el gran defen-

sor de este tipo de cultivo, está aumentando de forma importante su producción.

Panamá, por su parte, se ha erigido en uno de los países con mayor vocación de café gourmet y para ello todos los años convoca un concurso de café de altura, que es evaluado por grandes expertos internacionales que analizan sus características organolépticas. El 95 por ciento de este café sale con destino a Estados Unidos, especialmente a Seattle, en el estado de Washington, conocida como la capital del café.

La producción panameña de café especial se acerca a los 20.000 sacos, representa el 20 por ciento de la producción total y alcanza precios de 217 euros el kilo en subasta. Este café se cultiva entre los 1.200 y los 1.700 metros de altura en una zona con 3.000 litros anuales de precipitaciones y una temperatura media de 16 grados, y las variedades de café más frecuentes son catuai, bourbon, geisha, typica y caturra.

ESPAÑA NO ES TIERRA DE INFUSIONES

Igual que el café forma parte de nuestra tradición cultural desde hace muchos años, el té, que también se toma en determinados hogares, queda muy lejos de países como China o India donde su consumo es, después del agua, el más usual. De hecho, hay cálculos que establecen en 1.500 millones de tazas el consumo mundial diario de té.

El té, al contrario que otras bebidas como los refrescos gaseosos, no ha amenazado ninguna cultura ni es dado a las uniformidades, ya que su consumo es de lo más variado y está asociado a ritos concretos que identifican a multitud de civilizaciones que se reconocen, entre otras cosas, por la diferente forma de preparar el té.

En la actualidad España, con clara tendencia al alza, consume alrededor de 700.000 filtros de té y alrededor de 1,5 millones de filtros de infusiones. En el primer caso, el té negro sigue siendo el más consumido con el 60 por ciento del total de ventas, seguido del verde con un 20

por ciento y el aromatizado un 8 por ciento. En las infusiones, la manzanilla acapara el 45 por ciento de las ventas, por delante de la tila con el 21 por ciento y el poleo menta con el 20 por ciento. Y empieza a haber una mayor demanda de las infusiones orgánicas.

Los hogares españoles consumieron durante 2007 un total de 4,04 millones de kilos de infusiones por un valor de 109,34 millones de euros, de los que el té acaparó 1,22 millones de kilos, por un total de 34,03 millones de euros; 690.000 kilos de manzanilla, con un importe de 16,54 millones de euros y 360.000 kilos de poleo menta, con un valor de 7,18 millones de euros, según datos del Panel Alimentario.

El mayor consumo de infusiones en el hogar se centró en Andalucía con 923.640 kilos por importe de 19 millones de euros, seguida de Cataluña, con 642.560 kilos y un valor de 16,63 millones de euros, y Madrid, con 508.510 kilos y 15,57 millones de euros. El mayor consumo por persona correspondió a Canarias con 0,16 litros por persona y año, seguida de Aragón, con 0,13 litros, y Andalucía, Castilla y León, Galicia y Madrid, con 0,12 litros.

La empresa Sara Lee, también presente en el mercado del café, se presenta como líder en infusiones, aunque la cifra de ventas es de ambos negocios; tras ella se sitúa Jesús Navarro, con 176 empleados y una facturación de 47,5 millones de euros; Pompador Ibérica, con 65 trabajadores y 23,50 millones de euros de facturación, y Martínez y Cantó, con 13,98 millones de euros en ventas.

Otras empresas importantes son el grupo Manasul, con 10 millones de euros de facturación; Azaconsa, con 8,5 millones de euros, y Molabe, con 4,95 millones de euros.

La importancia del té orgánico, especialmente gracias a la demanda en la Unión Europea de países como Alemania o Gran Bretaña, ha llevado a que la India dedique el 60 por ciento de su superficie total de té, mientras China se sitúa en el 25 por ciento.



PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE TÉ

La producción mundial de té en 2008 caerá alrededor del 10 por ciento como consecuencia del conflicto civil que afectó a Kenia durante los primeros meses del pasado año, según informaciones de la FAO, hecho que redundará en un alza de los precios hasta alcanzar los 1,6 euros por kilo, con una cosecha final de 3,3 millones de toneladas.

En 2006, con una cosecha récord en China de 1,05 millones de toneladas, el mundo consiguió alcanzar los 3,6 millones de toneladas, incremento del que también participaron Vietnam, con 133.000 toneladas, merced a su programa de expansión, e India, segundo productor mundial, con 945.000 toneladas.

También en 2006 creció el consumo un 1 por ciento, hasta los 3,64 millones de toneladas, y China superó, por vez primera, a India gracias a un aumento espectacular del 13,6 por ciento, frente al 2,51 por ciento de este último país.

El comercio internacional permaneció invariable con 1,5 millones de toneladas en 2006, ya que los mayores envíos de

Sri Lanka, India y Vietnam compensaron los considerables descensos de Kenia e Indonesia, según el informe de la FAO.

Las previsiones de la FAO para los próximos diez años indican un crecimiento anual del té negro del 1,9 por ciento, hasta alcanzar los 3,1 millones de toneladas, y un 4,5 por ciento anual del té verde, cada vez más demandado en Occidente, hasta los 1,57 millones de toneladas. Los grandes productores, China e India, acaparan el 26 por ciento de la producción en cada caso, mientras Sri Lanka y Kenia se reparten el 10 por ciento, seguidos de Turquía e Indonesia, con el 5 por ciento, y de Japón, con el 3 por ciento.

Como ocurre con otras materias primas, las grandes empresas multinacionales acaparan el mercado del té. Así, Unilever posee el 98 por ciento del té producido y comercializado por India. En el mercado británico dos empresas, Brooke-Bond, de Unilever, y Tetley, representan más del 50 por ciento del mercado y en Estados Unidos, los líderes de la industria son Lip-ton, de Unilever, con el 50 por ciento del mercado, Red Rose, con el 20 por ciento, y Tetley, con el 10 por ciento. ■

Países productores y tipos de café



El café es originario, probablemente, de Etiopía, y más concretamente de la zona de Kala, pero su consumo ofrece más dudas, ya que algunos arqueólogos lo sitúan en Arabia Saudí en el siglo XII, aunque su popularización y expansión datan del siglo XV, pese a que un siglo después fue prohibido por los imanes más integristas de La Meca y El Cairo.

Fueron precisamente los musulmanes, pese a este hecho, los que lo introdujeron en Irán, Egipto, África del Norte y Turquía desde donde saltó a Europa a principios del siglo XVII, gracias a los mercaderes venecianos. Aunque, en un principio, la Iglesia Católica tuvo dudas sobre otorgar su bendición a esta bebida, que algunos identificaban como competidora del vino, el papa Clemente VIII dio vía libre a su difusión cuando la probó, hecho que agradecieron millares de monjes que se declaraban entusiastas consumidores de una bebida que consideraban vigorizante.

Las primeras plantaciones en colonias se llevaron a cabo en Sri Lanka, antes Ceilán, aunque fueron devastadas por una enfermedad y sustituidas definitivamente por el té, mientras los holandeses empezaron a cultivarlo en Indonesia y Java, los franceses en Martinica, y Brasil y Colombia, dos de los grandes productores mundiales, recibieron las primeras plantas en el siglo XVIII, los primeros en 1727 y los segundos en 1785.

Los cafés arábica, que constituyen las tres cuartas partes de la producción, son finos y aromáticos y necesitan un clima fresco. Su planta es menos productiva y están reservados a zonas de alta montaña, entre los 900 y los 2.000 metros. Son originarios de Etiopía y se producen en Brasil, Colombia, Costa Rica, Perú, Camerún y Venezuela, entre otros.

Los cafés robusta son más ricos en cafeína, fuertes y ácidos y se usan más en mezclas y cafés solubles e instantáneos. Originarios de la República Democrática del Congo (an-

tiguu Congo belga), se cultivan en Costa de Marfil, Angola, India, Indonesia, Madagascar, Filipinas y, también, Brasil.

Pero la cultura del café va mucho más allá de estos dos tipos genéricos y la gente aficionada a esta infusión los pide por su origen y tipo, entre los que encontramos los siguientes:

1. Brasil-Duro. Es un café arábica fuerte, denso y que carece completamente de acidez.
2. Camerún. Es un café robusta, no lavado, con mucha cafeína, amargo, fuerte y denso, con poco aroma.
3. Colombia natural. Es arábica, suave, ácido y tremendamente aromático.
4. Costa Rica-Tarrazu. Es arábica, de un sabor a caballo entre los de Nicaragua y Brasil, sin acidez.
5. Cuba. Arábica muy suave, de cuerpo ligero y sin acidez.
6. Guatemala-Antigua. Arábica, muy suave, sin acidez y casi neutro.
7. Guatemala-Maragogipe. Arábica, con sabor dulzón y más aromático que el antigua.
8. Guatemala-Volcán de Oro. Arábica, es el café de mayor calidad de Guatemala y muy apreciado por su sabor y cuerpo intensos.
9. Hawai-Kona. Arábica, de sabor seco y fuerte, cuerpo denso y ligero aroma.
10. Jamaica-Blue Mountain. Arábica. Es el café máspreciado del mundo, de escasa producción y elevadísimo precio. Muy suave, sin acidez, cuerpo muy ligero y escaso contenido en cafeína.
11. Kenia Doble A. Arábica, afrutado y de sabor intermedio.
12. México. Arábica, suave y codiciado merced a la variedad de tipos que tiene según su procedencia: Mátango, Planchuela, Pluma Hidalgo, Sierra Madre, Jalteango, etcétera.
13. Nicaragua-Caracolillo. Arábica. Es una mutación del México y sólo da un grano en vez de dos. Es más intenso y con mayor sabor.
14. Nicaragua-SGH. Arábica, recolección selectiva a mano, sabor intermedio, poco ácido y de cuerpo medio.
15. Nueva Guinea-Papúa. Arábica, fuerte, exótico y con gran cuerpo.
16. Puerto Rico-Yauco. Arábica, sabor intenso, cuerpo denso y sabor a chocolate.
17. Tanzania. Arábica, muy suave, con gran aroma y sabor dulzón y afrutado.
18. Uganda. Robusta, café lavado y secado al sol, de sabor fuerte y sin aroma, con mucha cafeína. ■

El té en el mundo

En China, los té más populares son los verdes y aromatisados y su importancia es tal que se ofrece en todos los hogares a los visitantes, en los restaurantes las comidas se empiezan y se acaban con té, en las fábricas y oficinas hay teteras grandes con agua hirviendo y los trabajadores del campo se llevan tarros o calabazas llenas para su consumo.

En el Tíbet, el té adquiere la consideración de ofrenda sagrada y se prepara con gran mimo. El tsampa o té verde salado se prepara con un trozo de té verde prensado que se hierve en agua y se mezcla con leche de cabra o mantequilla de yac y sal. Se sirve con una tarta elaborada con cebada o maíz.

En Japón se sigue prefiriendo el té de hoja verde, aunque los más jóvenes optan por el té negro con leche, tal y como hacen los británicos.

El té es también la bebida favorita de los indios y se sirve tanto al estilo británico o se hierve con agua, leche y especias. En los puestos callejeros es frecuente encontrar té muy fuerte, con mucho azúcar y leche, y también se sirve en las estaciones y los trenes.

En Turquía el té está mucho más extendido que el café, en contra de lo que popularmente se piensa. La infusión negra y fuerte se prepara en la cocina, se cuele y se sirve en vasos curvados. El té es tan importante en la vida social que las madres ponen a prueba a sus futuras nueras sobre la preparación de la infusión.

Tanto en Irán como en Afganistán el té es la bebida nacional y, mientras el té verde sirve para apaciguar la sed, el negro se toma para entrar en calor, en ambos casos muy azucarados.

Los rusos comenzaron a beber té en el siglo XVII, aunque su consumo se extendió a principios del siglo XIX. Tanto el té negro como el verde se toman solos, sin leche, en vasos con asa metálica. Los rusos se ponen en la boca un terrón de azúcar o una cucharada de mermelada antes de beber el té.

Los egipcios son grandes bebedores de té y expertos en su preparación. Les encanta que la infusión sea fuerte, dulce y sin leche. En las cafeterías se sirve en vasos sobre una bandeja junto a un vaso de agua, azúcar, cuchara y, en ocasiones, menta. Algo parecido a Marruecos, donde la infusión se sirve en bandejas de plata por el hombre, quien lo vierte desde una cierta altura para que deje algo de espuma.

El té continúa siendo una de las bebidas favoritas de los británicos, pese a que su consumo ha experimentado un ligero retroceso, especialmente el tradicional, que ha caído hasta un 15 por ciento, mientras los té de hierbas y frutas y el té verde han experimentado un desconocido auge, que en el caso de este último ha llegado al 50 por ciento de aumento en sus ventas.

Los jóvenes no se sienten tan apegados a la tradición como sus padres, sino que optan por bebidas calientes libres de cafeína y con sabores más exóticos como el roiboos, el té blanco y el verde.

El té verde, cada vez más popular en Occidente y con gran tradición en otras culturas como la china o la musulmana, se elabora tras la recolección de la hoja, que se deja secar y se le aplica un tratamiento térmico (cocción al vapor y secado al fuego) para detener la fermentación de las enzimas y evitar la descomposición y putrefacción de las hojas.

El té rojo o pu-erh es muy utilizado en la medicina china tradicional y goza de gran reputación como adelgazante. Originario de la región china de Yunnan, situada junto a Birmania, Laos y Vietnam, es conocido como el té de los emperadores.

El té blanco, muy apreciado por los jóvenes británicos, proviene de la provincia china de Fujian y, en realidad, es un té verde al que se le recogen los brotes que surgen en primavera. Se necesitan miles de brotes para obtener una pequeña cantidad de té y se aprecia por su contenido en polifenoles (elementos antioxidantes, también presentes en el vino), y tiene la mitad de cafeína que el verde.

El té azul u oolong se elabora con la pronta recolección de las hojas y su elaboración inmediata. Primero se marchitan las hojas a la luz directa del sol, después se agitan en cestas de bambú para romper un poco sus bordes, se agitan y se tienden a secar hasta que la superficie adquiere un matiz amarillento y los bordes de las hojas se vuelven rojizos. La oxidación se detiene mediante la desecación. Es un té de hoja entera con gran cantidad de taninos, es digestivo, depurativo y algunos científicos creen que puede ser eficaz en la lucha contra el cáncer.

El té de los hipertensos es el conocido como roiboos, proveniente de una planta sudafricana cuyo nombre en afrikans significa arbusto rojo, que nada tiene que ver con el té, pero que carece de cafeína, hecho que permite tomarlo incluso a los niños.

Pero el té no es la única infusión que causa furor en el mundo; así, brasileños, uruguayos, paraguayos y, sobre todo, argentinos tienen en la yerba mate su bebida favorita. En Argentina representa el 62 por ciento de las infusiones y es consumida por el 98,1 por ciento de sus habitantes.

Durante 2006, Argentina consumió 1.688 millones de litros de mate, frente a 475 millones de litros de café y 445 millones de litros de té, que representan el 17 y el 16 por ciento, respectivamente, del consumo de infusiones en este país. Pero es que la adhesión al mate fuera de Buenos Aires alcanza al 98,8 por ciento de los argentinos. ■