

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

**BACHILLERATO EN TURISMO CON ÉNFASIS EN
HOTELERÍA Y RESTAURANTES**

**CENTRO DE CONSUMO DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD EN
EL CENTRO COMERCIAL TOURNÓN PARA EL 2020**

CARMEN VANESSA JIMÉNEZ UREÑA

SAN JOSÉ, ABRIL 2020

ÍNDICE

TABLA DE ILUSTRACIONES (GRÁFICOS)	3
DECLARACIÓN JURADA	4
CONSTANCIA FILOLOGA	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
CALIFICACIÓN DEL TUTOR	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO 1: PROBLEMA	10
Planteamiento del problema de investigación	10
Objetivos de la investigación	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Justificación de la investigación	11
Antecedentes de la investigación	12
Internacionales	12
Nacionales	17
Proyecciones de la investigación	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
Mapeo	18
Origen del café en el mundo	20
Expansión del café a América	21
El café en Costa Rica	22
Desarrollo del sector cafetalero	24
Café como símbolo nacional	25
Efecto económico del café	27
Efectos sociales del café	27
Efecto turístico del café	28
Sostenibilidad en el café	29

Propiedades del café.....	30
Tipos de café.....	30
Métodos de infusión.....	33
Historia de Barrio Tournòn.....	39
Herencia de café.....	40
Cafeterías especializadas.....	40
Definiciones básicas.....	42
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	44
Enfoque de la investigación.....	44
Método de la investigación.....	45
Muestra de la investigación.....	45
Fuentes de información.....	47
Diseño de investigación.....	48
Unidades de análisis.....	48
Instrumentos de la investigación.....	49
Análisis cualitativo de las entrevistas.....	56
Productores.....	57
Empresarios.....	60
Personal especializado del ICAFE.....	63
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES.....	66
CAPITULO VI: PROPUESTA.....	67
Cotizaciones.....	68
REFERENCIAS.....	73
APÉNDICE A: Público General.....	75
APÉNDICE B: Productores.....	76
APÉNDICE C: Cafeterías de Especialidad.....	77

TABLA DE ILUSTRACIONES (GRÁFICOS)

Ilustración 1 Regiones cafetaleras de Costa Rica.	23
Ilustración 2 Diferencias entre tipos de granos, Coffeeness.....	31
Ilustración 3 Tipos de tuestes. Creación Vanessa Jiménez 2020	32
Ilustración 4 SCAA Rueda de sabores del catador de café.....	33
Ilustración 5 V60 kit básico para servir café.	34
Ilustración 6 Chemex Coffeemake	35
Ilustración 7 Prensa Francesa Chambord 12oz.	37
Ilustración 8 AeroPress Portable Coffee Maker.....	38
Ilustración 9 Método de Sifón.....	39
Ilustración 10 Estándares de edades: creado por Vanessa Jiménez	50
Ilustración 11 Consumo de tasas al mes.....	51

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a todos mis amigos y familiares, quienes han aportado su granito de arena para ayudarme.

A mis hermanos, quienes indirectamente me apoyaron en el transcurso de mi estudio.

Y especialmente a mi madre, quien fue un pilar fundamental en toda mi carrera, que nunca nos dimos por vencidas y que con la ayuda del angelito que está en el cielo cuidándonos y dándonos fuerzas, he concluido hoy mi proyecto en la modalidad de tesina.

AGRADECIMIENTO

Por la culminación de mi tesina agradezco a los agricultores, beneficiadores, funcionarios de cafeterías, colaboradores del ICAFE y a mis amigos, gracias a ellos se pudo obtener información valiosa.

A mi tutora, quien siempre estuvo presente cuando la ocupé.

Al Director de carrera, quien siempre me estuvo apoyando.

Y al profesor Melvin, quien aceptó ayudarme en la culminación de la tesina.

RESUMEN EJECUTIVO

Ser un país productor de café a nivel mundial y categorizarse en uno de los mejores, da la responsabilidad de como población tener un grado de cultura más elevado que países no productores; pero en realidad conocemos que pasó hace 200 años cuando se dio la primera producción de café, o hace 208 años cuando Costa Rica realizó su primera exportación. Contamos con el Instituto del Café (ICAFE), que regula la producción, siembra y recolección de nuestro tan importante grano de oro, pero también vela por el bienestar de productores, beneficiadores, exportadores y tostadores.

El ICAFE es un ente creado para satisfacer las necesidades del campo agroexportador y así regular el déficit en el café, también es el encargado de la creación de profesionales en el café, como lo son: baristas, beneficiadores, catadores y tostadores, a su vez, se encarga de la comercialización de Costa Rica a nivel mundial, como un destino especialista en café.

Las especialidades de café nacen en el 2005 como una idea que ponía en práctica los conocimientos adquiridos por Adrián Chaves, en el área de máquinas de café automáticas, y algunos conocimientos básicos sobre el cultivo del café, como economista agrícola y su trabajo desarrollado en varias empresas torrefactoras y productoras del momento. No obstante, tiempo más tarde se implementa la modalidad de Cafetería de Especialidad o Gourmet, dando paso al crecimiento del consumo de café de calidad.

El método de la investigación es cualitativo, se basa en hechos relacionados con la implementación de la cultura en el café, con el objetivo de enfocarse en definir, caracterizar y clasificar la factibilidad del objeto de estudio para así crear una propuesta.

Los instrumentos utilizados fueron los cuestionarios y las entrevistas presenciales, para obtener un nivel de evaluación más amplio y dar un desenlace positivo a cada fracción, ya sea productor o consumidor. Dada la circunstancia de poca culturalización, se desea implementar el consumo de café de especialidad en la vida cotidiana, y sumarlo a las pocas empresas que realizan su aporte día con día en las diferentes cafeterías de especialidad.

A los problemas existentes de poca cultura del café y poco conocimiento de lo que se consume a nivel nacional, se desea implementar un centro de café de especialidad, no solo

para hacer conciencia e implementar la cultura del café en los consumidores sino también con el objetivo de otorgarle a los productores su importancia en el desarrollo productivo del café.

CAPÍTULO 1: PROBLEMA

Planteamiento del problema de investigación

La culturalización del café en Costa Rica estuvo limitada por factores excluyentes sobre los agricultores y las zonas productoras, ya que se encuentran en lugares de difícil acceso y con poca proyección de crecimiento, sin ayuda del Gobierno, lo cual trae como consecuencia que se empiecen a estudiar, valorar y extraer con detalle los factores importantes del café para evaluar el impacto que tiene en el país y en diferentes campos como el turismo y la economía.

Las especialidades de café nacen en el 2005, como una idea de poner en práctica los conocimientos adquiridos por Adrián Chaves en el área de máquinas de café automáticas, y algunos conocimientos básicos sobre el cultivo del café, como economista agrícola y su trabajo desarrollado en varias empresas torrefactoras y productoras del momento. No obstante, tiempo más tarde se implementa la modalidad de Cafetería de Especialidad o Gourmet, lo cual da paso al crecimiento del consumo de café de calidad.

En el ámbito turístico no se destacan de manera persistente los tours a fincas cafetaleras o visitas a cafeterías Gourmet, ya que no se cuenta con la disposición de estas o su localización está fuera de su ruta habitual, esto provoca la implementación de un local dedicado a la visita de turistas internacionales y nacionales que deseen conocer un poco más de la cultura cafetalera, realizando enlaces con agencias de viajes y tour operadores.

Por lo tanto, tomando en cuenta la inexistente culturalización del café en Costa Rica y con tanto productor ¿qué tan factible es implementar un centro de consumo de café de especialidad, dentro de la industria turística en barrio Tournón, para el 2020?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Desarrollar una propuesta para la implementación de un centro de consumo de café de especialidad, dentro del centro comercial Tournón, para el 2020.

Objetivos específicos

Estudiar la factibilidad del centro de consumo de café de especialidad.

Adaptar espacios a productores y baristas para la demostración de su propuesta de café de especialidad.

Justificación de la investigación

Los motivos que llevaron a realizar este proyecto fue observar que los mismos habitantes de Costa Rica no conocen lo que consumen. Se está consciente de que Costa Rica se vende como un destino verde, y su característica principal es la gran diversidad de flora y fauna, pero también el incomparable café. ¿Por qué se cuenta con poca cultura en este tema? La población está acostumbrada a que los productos que se consumen sean de buena calidad, que las recomendaciones siempre son acertadas en otros productos, pero en el café no ocurre así.

Según Yudice (2002), “Lo que interesa destacar desde un principio es el uso creciente de la cultura como expediente para el mejoramiento tanto sociopolítico como económico, es decir, para la participación progresiva en esta fue signada por compromisos políticos declinantes, conflictos sobre la ciudadanía y el surgimiento de lo que Jeremy Rifkin denominó capitalismo cultural” (p. 1).

Las grandes compañías internacionales de café se están involucrando en el mercado y se han llevado el mejor prestigio, haciendo que los pequeños agricultores tengan que bajar su

utilidad para mayor producción, pero menor calidad. En el presente proyecto se dará un espacio para que los pequeños caficultores puedan proyectarse a nivel global, presentar sus productos y evidenciar el duro trabajo que conlleva darle finalidad a un buen producto.

Se involucra a la población cercana de Barrio Tournón para realizar eventos informativos y entretenidos para ir formando y fomentando la culturalización y la venta de café de calidad, dándole el valor excepcional a las personas que hacen que el café del país llegue a ser el mejor.

Se puede notar que la juventud se está involucrando más en el tema de trazabilidad y calidad, esto conlleva a tomar más en cuenta a la juventud y a la niñez, que son los que se pueden educar para que conozcan y se adapten a la cultura cafetalera que vive en el costarricense desde hace ya bastantes años. Se tratará de cambiar los métodos originales de aprendizaje y adaptarlo a las necesidades del consumidor, ya sea turista o residente.

El estudio del lugar donde se pretende colocar el proyecto estará ubicado en una carretera, la cual es ruta turística y tiene bastante flujo de personas, y existen empresas cercanas que pueden utilizar el servicio, se encuentra en Ruta 32 y será una fuente de empleo en la zona, lo que motiva aún más a este investigador a realizar este proyecto.

Antecedentes de la investigación

Internacionales

- Es importante recalcar que Costa Rica se encuentra en un proceso de mejora en el sector agropecuario, tanto es así que existen modelos de países vecinos como ejemplos para la toma de decisiones; uno de los ejemplos más claros es el tema de la denominación de origen, su proceso se inició en el 2018, pero escaso un año antes Ecuador expuso su caso sobre este tema. Así nos lo explica Recalde Monge y Diego (2015):

El Ecuador se ha caracterizado por tener un mercado de exportación basado en la producción del sector agropecuario, entre esos productos el café;

situación que se ha mantenido desde la época colonial hasta la presente fecha. Este sector, al igual que la explotación de recursos no renovables como el petróleo ha conllevado al país a ser netamente exportador de productos primarios. Pero, debido a políticas estatales ineficientes, en especial en el tema cafetalero, hizo que la producción nacional de café se vaya a pique, llevando a la pobreza a los pequeños productores, siendo necesario buscar alternativas que permitan a esta población superar esta situación. El presente trabajo promueve la construcción de una alternativa, por intermedio de la Denominación de Origen para el café arábigo, considerando que “denominación de origen” es un tipo de Protección Industrial aplicada a ciertos productos agrícolas o alimenticios, cuya calidad o particularidad se debe principal y exclusivamente al medio geográfico en donde se produce, transforma y elabora. Para lograr este fin, se vio necesario analizar en dos capítulos la pertinencia de la construcción de una denominación de origen en café en el país (p4).

En la primera fase se revisa el marco conceptual de Propiedad Intelectual, en donde se estudia el funcionamiento de las denominaciones de origen, de acuerdo con las normativas tanto nacionales como internacionales, así como su historia. En la segunda fase, se analizan la historia, la producción y el comercio del café, tanto nacional como internacional, en donde se identifican las ventajas y las limitaciones para obtener una denominación de origen.

El presente estudio finaliza con conclusiones y recomendaciones. Se utilizaron fuentes primarias como entrevistas e investigaciones de campo, además de fuentes secundarias, como la investigación bibliográfica, lo cual permitió concluir que todos los esfuerzos que se están efectuando en el Ecuador, no solo permiten la construcción de una Denominación de Origen, si no que conlleva a la construcción de varias denominaciones de origen en café, siendo la principal el Café de Galápagos.

- La culturalización del café es importante para la denominación de origen. En la Revista finanzas y Política Económica del 2015, según Cerquera y Orjuela se nos proyecta la evolución en Colombia:

Se hace una revisión del origen, la evolución, la consolidación y la pérdida de dinamismo del sector cafetero de Colombia. En cada uno de estos procesos se presentó un importante acompañamiento institucional, presentado básicamente por la Federación Nacional de Cafeteros, que surge como un acuerdo de voluntades entre las dos zonas cafetaleras por excelencia del país: la oriental, integrada por Norte de Santander, Santander, Cundinamarca y el oriente de Tolima; y la occidental, conformada por el sur de Antioquia, el viejo Caldas y el occidente de Tolima (pp. 169-191).

De acuerdo con el artículo lo que se busca es arraigar los inicios del café en estas zonas, para realizar la comparación de las características climáticas de suelo que puedan afectar o reforzar la producción en cada una de ellas.

También se intenta determinar la importancia o el impacto que causa la Federación Nacional de Cafeteros, en el desarrollo del caficultor, así como su papel en el siglo XX, donde el café colombiano tuvo un avance significativo conforme a su producción e historia.

- La economía se ve afectada por el incremento o la disminución de la producción del café, según Nóesis (2015):

Con el proceso de globalización económica se observaron efectos importantes en el sector agroalimentario; uno de los más importantes fue la predominación que tienen las empresas multinacionales en este sector. Sin embargo, los campesinos organizados que producen café orgánico y participan en el comercio justo se resisten a abandonar esta estrategia productiva, porque es una vía para subsistir y mantener así su sistema de producción social en su condición de campesinos, a pesar de los retos que esto les implica (p17).

Este ensayo tiene como propósito analizar el impacto socioeconómico que tiene esta estrategia productiva en las familias campesinas, que se integran en organizaciones del estado de Chiapas. Parten de conocer el estado de los caficultores como el campesino actual y las constantes problemáticas que enfrentan para mantenerse en un sistema excluyente.

Según Díaz (2015) “Perú, gracias a las exportaciones ya que el café es el principal producto agrario y es el producto con mayor importancia aparte del petróleo, en el ámbito de los negocios a nivel mundial, tiene una gran demanda a nivel mundial por eso en el 2017 su incremento se elevó al punto de generar un valor muy importante” (p5).

Estudios importantes exploran hasta las características físicas y psicológicas de nuestros clientes, según Gonzáles y Renato, en el artículo Factores relacionados al consumo del café en las cafeterías de la ciudad de Tingo María, del 2015. La investigación fue realizada en las cafeterías de la ciudad de Tingo María, cuya finalidad fue determinar la relación entre los factores (género, ocupación, ciclo de vida familiar, cultura, grupos sociales, percepción). Por los resultados, se afirmó que entre el factor de los grupos de referencia y la frecuencia de consumo de café existe una relación significativa, de igual manera se afirmó la relación significativa entre el factor costumbre y la frecuencia de consumo.

- El café no solo se comprende de su venta, también hay que tomar en cuenta sus cuidados. Según Farfán (2016), en su ensayo Sombríos transitorios para el establecimiento del café

El potencial de producción del café está determinado por la variedad seleccionada y por su interacción con el suelo y el clima, así como por las prácticas de manejo del cultivo. En Colombia es común establecer sombrío en los cafetales durante los primeros años después del establecimiento del

cultivo con plantas de corta duración, formando lo que se llama sombrío transitorio, y posteriormente, se establece el sombrío permanente. En los primeros años de vida de la planta de café, su producción es escasa, y por eso, los caficultores tratan de compensar esta diferencia estableciendo plantas de sombrío que produzcan algún producto; así se obtiene una utilidad y a la vez se da tiempo al sombrío permanente para su establecimiento (p7).

En el artículo se explica sobre la creación de plantas que dan fruto a temprana edad, sin importar la calidad que estas puedan producir.

- Según Alexandra Murillo (2016):

El proyecto de investigación es de suma importancia dentro del mercado, ya que nuestro país y la provincia de Manabí en lo referente a su consumo de café es alto, lo que se busca es mejorar el desarrollo del cantón para aumentar la economía. El Ecuador posee una gran capacidad como productor de café, es uno de los pocos países en el mundo que exporta todos los tipos de café: Arábico, Natural, y Robusta, debido a su ubicación geográfica y los diferentes ecosistemas que posee han permitido que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país, llegando a cultivarse incluso en las islas Galapagos (p10).

- Como caficultores se debe crear una marca sectorial. Díaz y Núñez, (2015), comentan en su trabajo:

A través de la construcción de marcas sectoriales se definen atributos, estrategias y mensajes que, alineados a la marca Perú, son útiles para su posicionamiento en mercados internacionales, y así mostrar lo mejor del Perú al mundo. Las empresas a nivel individual, especialmente las pequeñas y medianas empresas (Pymes), tienen muy pocas posibilidades de lograr

notoriedad de marca, debido a que los niveles de inversión que se requieren para este propósito son de elevadas proporciones. Se presentan, además, varios casos de éxito en donde otros países lograron aumentar las exportaciones y la demanda interna de sus productos bandera, por la creación de marcas sectoriales, así como la evolución del número de empresas y del número de partidas arancelarias utilizadas para la exportación de dicho producto, tal es el caso de Juan Valdez en Colombia (p13).

Nacionales

- Ante la falta de sostenibilidad, Fernando-Vicente, Gabriel (2015), comentan sobre los factores a tomar en la siembra de un cultivo:

Algunos caficultores han adoptado como la producción orgánica. Existe poca información científica que guíe a los productores a tomar decisiones de manejo efectivo para su producción. La finalidad del proyecto es evaluar las condiciones de área, topografía, edafología, capacidad de uso de suelo y composición florística. Se seleccionan especies forestales y variedades de especies a utilizar para las condiciones agroecológicas existentes. La importancia de este es verificar qué tan productiva y eficiente puede ser la plantación de parcelas en la zona de Monteverde y qué tanto se debe invertir en ella (p25).

Como se comenta en el artículo, es importante mantener un balance a la hora de producir cualquier tipo de cultivo, se sabe que el tratamiento del café es elaborado y costoso, pero si utilizamos productos naturales el valor de este será aumentado a la hora de su venta en el mercado internacional.

Proyecciones de la investigación

En esta investigación se plantearán escenarios oportunos, donde los visitantes de las diferentes agencias de viajes podrán realizar actividades, tales como el aprendizaje de barismo. Además, se tendrán a disposición accesorios, máquinas y métodos de infusión para la realización de cada uno de ellos, al igual que la materia prima como lo es el café, el hielo, la leche y los diferentes ingredientes extra. También se contará con afiches informativos, por si desean saber más allá de lo explicado por nuestro equipo.

Se contará con personas especializadas, como lo son: agricultores, baristas, catadores y personas que tengan un estudio aprobado. Esto para evacuar cualquier tipo de duda relacionada con la historia, procedencia o cultivo. Al igual, es necesario realizarles una inducción a las agencias de viajes que visitarán el local.

Se pretende llevar a cabo un análisis sobre la viabilidad y factibilidad del centro de consumo de café de especialidad; asimismo, se realizará un estudio de mercado, para definir con exactitud el mercado meta.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Mapeo

Origen del café en el mundo

1. Descubrimiento
2. Expansión

Expansión del café en América

1. Características
2. Expansión

El café en Costa Rica

1. Introducción del café
2. Características climáticas
3. Evolución y expansión
4. Principales zonas cafetaleras

Desarrollo del Sector Cafetalero

1. Importancia
2. Intervención del Gobierno

Efecto económico del café

1. Importancia
2. Impacto en las divisas

Efecto social del café

1. Impacto cultural

Efecto turístico del café

1. Tendencia de Turismo Cafetalero

Sostenibilidad del café

1. Importancia
2. Propiedades del Carbono Neutro

Propiedades del café

1. Características
2. Importancia
3. Variaciones atmosféricas

Tipos de café

1. Clasificación por cualidades

Historia de Barrio Tournón.

1. Características.

Herencia de café.

1. Característica.

Cafeterías especializadas en Costa Rica

1. Características

Definiciones

Origen del café en el mundo

Según la International Coffee Organization (2005):

El café es considerado como uno de los productos que es representado por un sin fin de especies, que se caracterizan por crecer en estado silvestre, donde el mayor número de ellas se encuentran en el continente africano, otras menos numerosas en el continente asiático. En América se representa por el género “Coffea Arábica”, se especula que este género es un cruce de dos especies, las cuales son “Coffea Canephora” y “Coffea Eugenioides”, ellas se caracterizan por ser de zonas bajas, cuyo origen es en la provincia de Kaffa en África (actualmente Etiopía) (p1).

Se fue cultivando en gran masa, ya que su fruto era resistente a todo tipo de temperatura y de suelo para subsistir. Lo que se sabe con más certeza es que los esclavos a los que se llevaba, de lo que es hoy el Sudán a Yemen y Arabia, a través del gran puerto de aquel entonces, Moca, sinónimo ahora con el café, comían la succulenta parte carnosa de la cereza del café. De lo que no cabe duda es de que el café se cultivaba en el Yemen, ya en el siglo XV, y es probable que mucho antes también.

Moca era también el puerto principal de la única ruta marítima a la Meca, el lugar más concurrido del mundo en aquella época. Los árabes, sin embargo, tenían una rigurosa política de no exportar granos fértiles de café, para que no se pudiese cultivar en ningún otro lugar. El grano de café es la semilla del cafeto, pero cuando se le quitan las capas exteriores se vuelve infértil. Muchos fueron los intentos que se hicieron para lograr llevarse algunos cafetos o granos fértiles, pero esa carrera la ganaron por fin los holandeses

en 1616, quienes consiguieron llevarse algunos a Holanda y allí los cultivaron en invernaderos.

Expansión del café a América

Según la International Coffee Organization (2005):

Fue en el decenio de 1720 cuando el café se empezó a cultivar por primera vez en las Américas, gracias a lo que es quizá el relato más fascinante y romántico de la historia del café. Gabriel Mathieu de Clieu era un oficial de la Marina francesa que estaba de servicio en la Martinica y que, en 1720, viajó a París con permiso. Con alguna ayuda y no poco encanto personal adquirió un cafeto que se llevó con él en el viaje por mar de vuelta (p2).

Sin embargo, donde primero se empezó a propagar el cafeto fue en América Central y América del Sur, donde hoy reina sin rival como el principal cultivo con fines comerciales del continente. El café llegó primero a la colonia holandesa de Surinam en 1718, y después se plantaron cafetales en la Guyana francesa, y el primero de muchos en Brasil, en Pará. En 1730, los británicos llevaron el café a Jamaica, donde hoy se cultiva el café más famoso y caro del mundo, en las Blue Mountains. Llegado 1825, América Central y América del Sur estaban en ruta hacia su destino cafetero. Esa fecha es también importante porque fue cuando se plantó café por primera vez en Hawái, que produce el único café estadounidense y uno de los mejores. El café se cultiva en las regiones lluviosas y con altitud medio-alta de la banda intertropical.

Según Azkoyen (2015), “Los principales países productores de café son Brasil, Vietnam, Indonesia, Colombia, India, Honduras, Guatemala y Uganda. Hoy en día se consume café en el mundo entero y junto con el petróleo, acero y trigo ocupan la cabeza en el ranking de cifra de negocios en la exportación de materias primas”.

El café en Costa Rica

En 1720, Costa Rica tenía una agricultura de subsistencia. La historia costarricense cambió desde 1808, y bajo la égida del gobernador Tomás de Acosta empezó a arraigarse en nuestro suelo el cultivo del café, que ha calado muy hondo en el ser y quehacer costarricense.

Según el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE):

Costa Rica fue el primer país centroamericano que estableció esta floreciente industria. Destacadas personalidades contribuyeron con el desarrollo del cultivo y se ha asignado al Padre Félix Velarde como el primer sembrador, quien en 1816 hace referencia a que posee un solar con plantas de café. El primer cafetal estuvo 100 metros al norte de la Catedral Metropolitana, en el cruce de la Avenida Central y calle Cero. Varios factores favorecieron el establecimiento del “Grano de Oro”. Los lugares alrededor de los cuales se hicieron las primeras plantaciones, se caracterizaban por suelos de origen volcánico, sumamente fértiles; una temporada lluviosa y otra seca, temperaturas relativamente uniformes y favorables a lo largo de todo el año para el desarrollo de la planta” (p2).

Costa Rica se caracteriza por su variedad de microclimas, los cuales afectan tanto a nuestra flora como a nuestra fauna, y en el café sucede un fenómeno importante ya que los cambios en nuestro clima, tipos de bosques y las importantes variables de temperatura, hacen que sea el único país con las tres estaciones de crecimiento de este fruto, las cuales son: tempranas, media y tardía.

Encontramos que en lo que es la zona de los Santos es cultivo temprano, la que llamamos como media se encuentra en la zona de Naranjo y la parte norte del país y, por último, la tardía que la encontramos en la zona sur, San Isidro de El General.

Por las características del territorio y los diferentes tipos de suelos, el café nos puede ofrecer matices muy diferenciados. El ICAFFE (Instituto del Café de Costa Rica) los tiene bien estudiados y así es como define 8 regiones de nuestro café, cada una con sus

características. A continuación, se presenta un resumen y una descripción de los sabores que he probado:

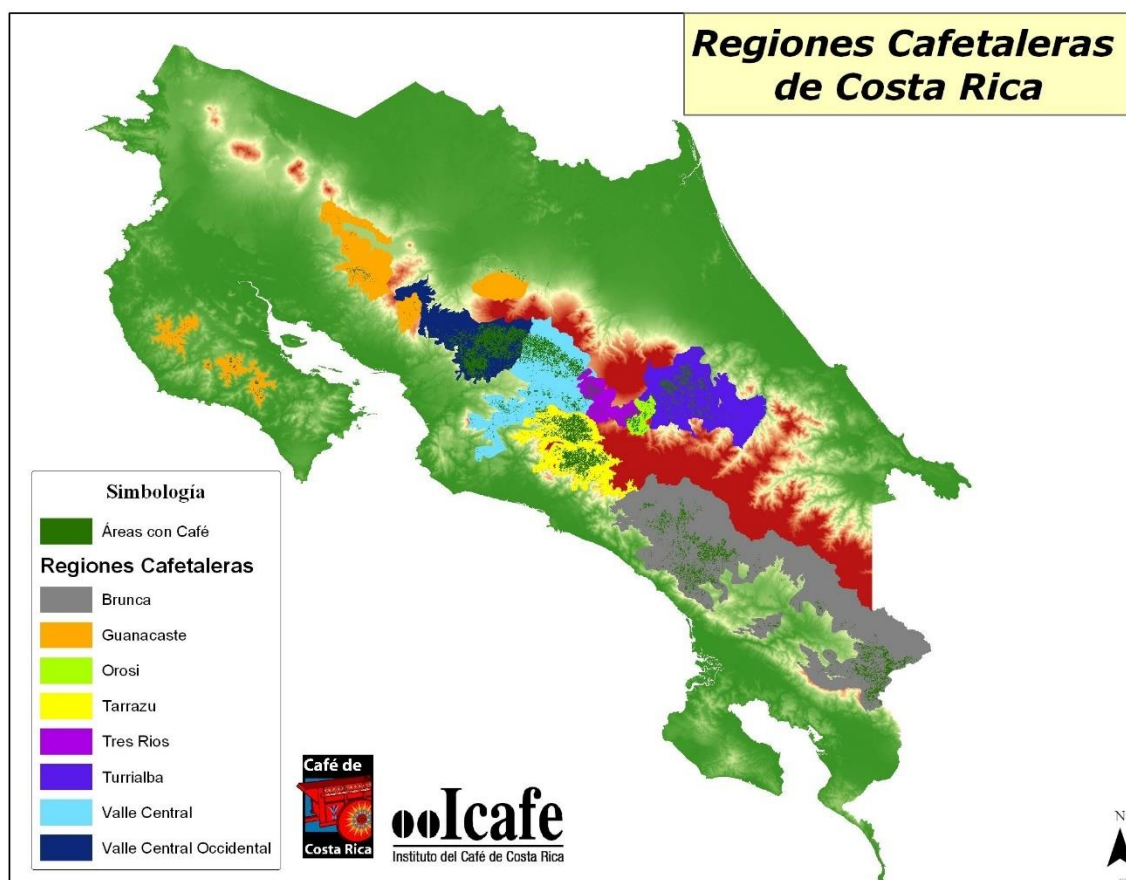


Ilustración 1 Regiones cafetaleras de Costa Rica.

Con base en la imagen anterior, las regiones cafetaleras tienden a sobresalir en el café por sus características pos-gusto a la hora de consumirlo.

1. Valle Central: Es el café que se siembra en lugares como Atenas, Orotina, Puriscal, Heredia, Escazú. Nota característica: chocolate.
2. Tres Ríos: Dicen que el café de esta zona es la taza más balanceada, porque tiene las mejores condiciones, pero cada vez vemos menos café y más condominios y casas. Notas características: dulce, taza redonda (buena proporción de cuerpo, intensidad, acidez).

3. Turrialba: El clima de esta zona es lluvioso y hace que los cafetos floreen 10 veces al año.
4. Brunca: Estos son dos cantones muy productivos: Coto Brus y Pérez Zeledón. Su dulzor característico y las variedades que tienen buena presencia en la región como el Pacamara.
5. Guanacaste: Esta región no suele tener tanta altura como para cultivar café, pero sí se puede cultivar en algunos lugares. Su sabor es suave, frutal, según he percibido.
6. Tarrazú: Es la zona más conocida, que ha trascendido las fronteras. Tarrazú es zona de altas montañas, ahí el café crece a gran altura, por lo que se acentúa su acidez, esa nota es característica, pero no desagradable; además, es un café muy aromático, intenso y definido.
7. Orosí: Las laderas del valle de Orosí están plantadas de café. Aquí las notas son florales, amargas y buenas para el espresso.
8. Valle Occidental: La región es reconocida por producir café gourmet, que lo han comprado por miles de dólares. Igual que Tarrazú, han ganado reconocimientos como la Taza de la Excelencia. Los frutos de este noble café producen una taza balanceada y también aromática.

Costa Rica las define como zonas cafetaleras, ya que si se cuenta con una denominación de origen. Esta es la que indica su ubicación geográfica, donde se le atribuyen cualidades, reputación y características específicas de su lugar de origen. Se han realizado investigaciones donde productos no cultivados en un lugar en específico, pero que llevan denominación específica, que no cuentan con este protocolo, se exponen a castigos por falsificar su denominación y hurtar nombres de lugares establecidos con estas categorías.

Desarrollo del sector cafetalero

El Estado intervino en la actividad cafetalera desde sus mismos inicios, pero fue durante la profunda crisis económica de los años 1930 cuando se creó un organismo público destinado específicamente a este sector. Fue llamado entonces Instituto de Defensa del Café

(1933). En 1948 fue transformado en Oficina del Café de Costa Rica, como organismo semiautónomo adscrito al Ministerio de Economía con la misión de dirigir y controlar la actividad cafetalera nacional. Muy importante fue la Ley No.2762, promulgada en 1961, sobre el régimen de relaciones entre productores, beneficiadores y exportadores. En 1985 ocurrió otro cambio institucional de gran trascendencia: la Oficina del Café fue transformada en Instituto del Café de Costa Rica, se ampliaron sus atribuciones y se consolidó su organización. Este Instituto está regido por una Junta Directiva, compuesta por siete miembros propietarios y siete miembros suplentes nombrados por el Poder Ejecutivo, representantes de los diferentes sectores que intervienen en la actividad cafetalera (Productores, Beneficiadores, Exportadores, Torrefactores y Gobierno).

La tarea más importante del ICAFE es controlar todo el proceso de beneficio, exportación y comercialización del café; además, tiene que determinar el precio de liquidación que deben pagar las diferentes formas beneficiadoras de café a los productores. Este sistema de liquidación al productor es único en el mundo y ello, a nuestro juicio, ha permitido que el caficultor costarricense reciba un trato justo de acuerdo con el valor real de su producto.

Café como símbolo nacional

Historia de su trayectoria

El ICAFE es el ente que regula el sector cafetalero nacional, regula toda la actividad de cuatro grandes grupos como lo son: los productores, beneficiadores, exportadores y tostadores, pero, a su vez, cuenta con públicos indirectos, tales como: los consumidores, las cafeterías, las escuelas de barismo, y todo lo que son consumidores nacionales e internacionales. Se implementa la Ley 2762, del ICAFE, la cual inició en 1963 con la Oficina de la Defensa del Café que se desarrolló en conjunto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ya que el café se encontraba en su mayor auge y esto ayudaría a defender la zona cafetalera. Se realizó un proceso que transcurre en varios años de trabajo hasta 1961, donde se finiquita la Ley y se vuelve una institución autónoma, no

perteneciente de manera directa al gobierno y se financia con el 1,5% de las exportaciones de café; a partir de esta fecha la Institución se encarga de tres grandes áreas.

- Administrativo: La aplicación de la Ley
- Investigación y transferencia: Gerencia técnica, se encarga de atender toda la información generada, manejo integrado de finca, investigación, nuevas variedades de café, recomendaciones para combatir enfermedades.
- Promoción:
 - Nacional: Ferias estatales, cursos, formación a nivel de país.
 - Internacional: Se encarga de promocionar la marca de café de especialidad en los mercados internacionales.

Según Rueda (2019), "El café de Costa Rica, distinguido como uno de los mejores del mundo, podría convertirse en el símbolo nacional número 15" (p1).

Un proyecto de ley presentado en el presente año propone incluir el llamado 'grano de oro' entre los símbolos patrios, para resaltar su importancia en el desarrollo económico, social y cultural del país. La iniciativa fue propuesta por el diputado Wagner Jiménez, en conjunto con el alcalde de Dota, Leonardo y un grupo de estudiantes de la escuela San Rafael, del cantón de la zona de Los Santos.

"Debemos mantener la cultura de la producción del café y preservarla para las próximas generaciones. Nuestro país se distingue por la calidad del café en el concierto de las naciones, nos sentimos muy orgullosos, porque le ha dado reconocimiento mundial a nuestro país, al ser el productor de los mejores cafés del mundo, por lo tanto, deseamos darle un lugar privilegiado en la historia" (p1).

Debido a que este año se cumplen 200 años de la primera exportación de café, donde hace 208 años del primer cultivo de café, a partir de esta información y basándose en que más de 38000 familias que subsisten del café, y que el 93% del café de Costa Rica es de pequeños productores, se da la iniciativa de llevarlo a una jerarquía más alta y conmemorarlo como símbolo nacional.

Efecto económico del café

El café es uno de los productos más valiosos, segundo en importancia, petróleo es el primero como fuente de divisas para los países en desarrollo. El cultivo, procesamiento, comercio, transporte y comercialización del café proporciona empleo a millones de personas en todo el mundo. El café tiene una importancia crucial para la economía y la política de muchos países en desarrollo. Para muchos de los países menos adelantados del mundo, las exportaciones de café representan una parte sustancial de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80%. El café es un producto básico que se comercia en los principales mercados de materias primas y de futuros, muy en especial en Londres y en Nueva York.

Efectos sociales del café

Los pequeños productores de café usualmente se enfrentan a compradores que tienen una mayor liquidez y capacidad de compra, cuando no más información sobre el desarrollo de los precios internacionales. Desafortunadamente, se presenta con frecuencia que los productores no reciben un precio transparente que evite que comerciantes locales, exportadores o procesadores generen mayores márgenes, a expensas del precio pagado al productor. Diversas ONG, bancos multilaterales y organismos de cooperación internacionales han buscado la forma de crear nuevos modelos de comercio, que garanticen precios mínimos o precios transparentes a los pequeños productores de café. Por su parte, los diferentes países productores de café han buscado desarrollar modelos de economía institucional del café que permitan corregir estas inequidades.

Desde el punto de vista de su consumo, el café es uno de los productos de mayor uso cotidiano en el planeta. En los principales mercados del mundo, como Estados Unidos, cerca de la mitad de la población adulta declara consumir diariamente café. En otros mercados como China, Japón o incluso la Gran Bretaña, que se han caracterizado por un

alto consumo de otro tipo de bebidas calientes, como el té, el consumo de café viene aumentando significativamente.

Al ser una bebida asociada con ocasiones de consumo de carácter social, tales como reuniones con amigos o familiares, el café ha penetrado la cultura y se ha convertido, con el paso del tiempo, en un instrumento para relacionarse en diversas sociedades, en todo el mundo. La historia del café demuestra que el impacto social de la bebida ha tenido efecto en los más diversos ámbitos. Es así como se puede hablar de ritos y costumbres asociados con el café. Los tópicos que se pueden tratar alrededor de una taza de café son sin duda infinitos.

Efecto turístico del café

El impacto de la nueva tendencia de tour de café hace que nuestro turismo sobresalga a nivel mundial. Varias empresas turísticas realizan inventarios, donde uno de sus destinos es relacionado con el café. Visitas a las plantaciones están llenas de cultura e historia, e incluyen visitas a los campos de café, tostadoras y cafeterías. Participe en una de estas expediciones y tendrá garantizado aprender los detalles de la producción de café, así como disfrutar de una de las más frescas tazas de café del mundo. Aunque las plantaciones de café se encuentran dispersas en toda Costa Rica, las tierras altas alrededor de San José y de la Cordillera de Tilarán, que se extiende hasta Monteverde, son climas ideales para este cultivo.

Esto hace que los costarricenses estén más interesados en el desarrollo y el cultivo del Grano de Oro y, a su vez, adquieran conocimiento del impacto que este trae a la sociedad, economía y estabilidad del país.

A partir del 2000, se da un auge en el alza de las visitas a microempresas que se dedican a este cultivo, donde sus mismos productores se han visto obligados a realizar este tipo de actividades por la poca demanda del consumo de café de especialidad; esta tendencia está claramente clasificada en turismo internacional, consecuencia de esto, el cultivo de café de especialidad tiende a ser exportado.

Sostenibilidad en el café

De Ugarte (2016), manifiesta lo siguiente, respecto a la sostenibilidad en el café:

El movimiento sostenible ya ha sido explorado a través del caso de otros productos como la cerveza; quizá en ella es más fácil observar los efectos de la Revolución Industrial debido a que antes de que tuviera lugar se trataba de un producto artesanal muy consumido entre las clases bajas, pues era barata y fácil de elaborar; pero tras la industrialización se estandarizó el producto y se abrió su comercio a escala global” (p3).

En el caso del café, en lo que a Europa Occidental se refiere, ocurre algo distinto.

Se trataba de un producto generalmente consumido por las clases altas y que, prácticamente desde su origen, como hemos visto, requería un comercio globalizado. La industrialización abarató sus costes y lo expandió al resto de la población que comenzó a hacer un uso cotidiano de la bebida.

Durante todo el siglo XX, se produjeron todo tipo de innovaciones tecnológicas para la elaboración del café y emergieron grandes monopolios. Como se ha visto, una de las grandes innovaciones sería el café soluble o instantáneo. Nescafé empezó a producirlo a partir de 1938. También Starbucks o International Roast son ejemplos de productoras de café instantáneo. Actualmente, cerca de la mitad del café verde recolectado en el mundo se dedica a la producción del café instantáneo (Ramalakshmi et al., 2009, (p3).

En comparación al café de filtro, el café soluble es de menor calidad y con esto no nos referimos únicamente a las cualidades de aroma, sabor o textura que un catador profesional podría extraer.

Propiedades del café

Según la página de Gurme (2018):

Los beneficios y contraindicaciones del café han sido objeto de debate durante años, se va llegando a cierto consenso respecto a los mismos. La clave para que esta bebida tenga un efecto positivo en el organismo es la moderación.

-La cualidad fundamental es que la cafeína proporciona una sensación vigorizante en el organismo.

-Además refuerza la eficacia de los analgésicos, de ahí que algunos medicamentos incluyan pequeñas dosis en sus comprimidos.

-Sus propiedades laxantes y diuréticas también son de sobra conocidas.

-Siempre que se consuma con moderación, el café puede reducir el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares e incluso de la diabetes tipo II o asma (p2).

Estas son algunas de las muchas propiedades que aportan al ser humano sin contar las propiedades que tienen como abono orgánico, exfoliante y propiedades anticancerígenas.

Tipos de café

Según la página Gurme (2018), podemos clasificar el cafeto en 3 tipos, tales como:

✚ **Arábica:** es originaria de Etiopía. Supone $\frac{3}{4}$ de la producción actual de café. Tiene un sabor más delicado y aroma más intenso. Entre los países productores de café arábico destacan: Brasil, Camerún, Colombia y Costa Rica, entre otros.

✚ **Robusta:** la robusta crece con mayor rapidez que la arábica. Más vigorosa que la arábica (de ahí su nombre de “robusta”), resiste mejor a las enfermedades y su rendimiento es más elevado. Tiene un sabor más fuerte y suele ser empleado para mezclar con otros cafés. Los países productores más importantes son Costa de Marfil, Angola y Zaire.

✚ **Libérica:** que no se usa para la elaboración de la bebida. (p2).

Diferencia entre café Arábico y Robusto

1. Son granos con características totalmente diferentes, la altura del cultivo de un cafeto Arábico puede variar de los 2,5 metros a los 4,5; en su efecto la Robusta puede alcanzar hasta los 6 metros.
2. El café Robusto posee más cafeína que el Arábico, esto hace que el Robusta sea más amargo y fuerte.
3. La variedad arábica es cultivada en altitudes mayores a los 900 msnm (metros sobre el nivel del mar), ya que es favorable para el cafeto; en cuanto a la Robusta, se adapta más a plantaciones en altitudes bajas como las costas.
4. Se considera que el Robusta es más agradecido con la producción, ya que entre menos altura más producción, pero esto influye mucho en la calidad ya que sus componentes son menos aromáticos y especializados.
5. La diferencia física se compone porque uno de los granos es más grande que el otro.



Ilustración 2 Diferencias entre tipos de granos, Coffeeness.

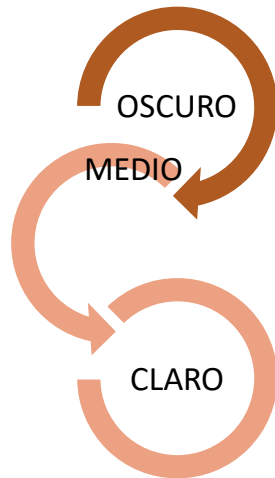


Ilustración 3 Tipos de tuestes. Creación Vanessa Jiménez, 2020.

- **Tueste claro:**

Los tuestes claros preservan más su sabor original. En granos de alta calidad esto puede contribuir a una mejor experiencia con el café, ya que las notas del tueste no penetran el espectro del sabor original. Pero, cuando los cafés de baja calidad se tuestan así, los problemas de calidad se vuelven más evidentes. Es importante tomar en cuenta que el café mal tostado lo que va a ocasionar es un sabor manchoso y reseco.

- **Tueste medio:**

Si tomamos en cuenta que el tueste claro acentúa diferentes sabores, a la hora de pasar a un tueste medio, evidenciamos características como lo son: cítricos (mandarina, naranja, manzana verde), como los dulzores (cacao, nuez, marañón), se realza el aroma y se le da una taza más equilibrada para llevar a cabo evaluaciones de especialidad.

- **Tueste oscuro:**

En este proceso el café sufre un exceso de calor, lo que provoca que los amargos salgan, notas dulces sean más acertadas, la acidez baja y nos da un cuerpo pesado en taza.

Para definir este tipo de escenarios se toma en cuenta la tabla de sabores:



Ilustración 4 SCAA Rueda de sabores del catador de café

Métodos de infusión

Los métodos de infusión son metodologías, formas y técnicas de realizar un café, con el fin de dar una taza más equilibrada; esta manera de inculcar el buen tomar nació por la falta de conocimiento sobre el café de especialidad, tomando en cuenta su tiempo de extracción, tipo de molienda, y el equilibrio entre gramos y mililitros. Los métodos más conocidos y utilizados son:

Hario V60.

Según Perfect Daily Grind (2017):

Hario, fue fundado en Tokio en el año 1921, comenzó con la producción y venta de productos en vidrio especiales para química y física. El diseño del V60 reúne química, productos en vidrio y café, este mismo fue lanzado hace 10 años, este ha sido su invento más famoso. El nombre proviene de vector 60, el ángulo de 60 grados de su cono. Este método fue elaborado inicialmente en cerámica y vidrio, luego en plástico y finalmente en metal (p1).

La última edición del Hario V60 es el Cono de Goteo en cobre, el cual fue diseñado para que soporte mayor conductividad térmica que, por medio de la retención de calor, genere una mejor extracción.

El V60 tiene características específicas a la hora de dar un producto final, ya que su cono cuenta con unas estrías hacia lo largo, esto le permite darle movilidad al agua y al café a la hora de hacer contacto entre sí, lo cual da como resultado una taza con características robustas, de sabores dominantes, como lo pueden ser el cacao o los cítricos.

Se deben controlar todas las variantes a la hora de realizar la extracción, la temperatura del agua, que se encuentre entre los 90-93 grados, la proporción de agua con café, que esta sea de 20 gramos por 300 mililitros de agua, a lo que se le dará un tiempo de reposo de 5 minutos.



Ilustración 5 V60 kit básico para servir café.

Chemex

Según Perfect Daily Grind, Schlumbohm (2017),

Se inspiró en dos aparatos de laboratorio, su embudo de vidrio de laboratorio y su Matraz de Erlenmeyer. Agregó un conducto de aire al embudo para que escape fácilmente el aire desplazado por el líquido que gotea en el recipiente. Colocó un “botón en el vientre” del Erlenmeyer y luego lo combinó con el embudo de vidrio modificado, agregó el hermoso mango de madera y voilà, ahí tienes una pieza resistente al calor. Un recipiente en vidrio borosilicato para preparar café llamado Chemex, el cual ha sido y continúa siendo el rival de viejos y nuevos artefactos de goteo (p2).

Su característica principal es brindar como resultado final una taza limpia, donde ningún sabor que se pueda encontrar sobresalga sobre los demás; se utiliza un filtro de papel más pesado del habitual, ya que este es elaborado con fibras de bambú para que de este modo pueda retener los aceites y que los sólidos no puedan atravesar el filtro.

Se cuenta con un proceso de extracción amplio, se debe controlar su temperatura para mantenerla aproximadamente entre los 90-95 grados, con una proporción de 20 gramos por cada 300mililitros de agua, a lo que la extracción duraría 5 minutos.



Ilustración 6 Chemex Coffeemake

Prensa Francesa

Según Perfect Daily Grind (2017),

El primer diseño para este tipo de preparación fue patentado en 1852 por los franceses Mayer y Delforge. Este no sellaba la jarra por completo, así que no fue originalmente el diseño que conocemos hoy en día. La primera patente de una prensa francesa similar a la que conocemos actualmente fue realizada por los italianos Attilio Calimani y Giulio Moneta en 1929. El que probablemente ha sido el diseño más popular, fue patentado por el suizo Faliero Bondanini en 1958 el cual fue conocido en Francia en donde fue fabricado como ‘Chambord’. La popularidad del Chambord en Francia fue lo que le dio a la cafetera, su identidad francesa. Luego Bondanini comercializó el Chambord en el mercado del Reino Unido, como ‘La cafetera Clásica’. Posteriormente la conocida empresa Bodum se convirtió en el distribuidor de Chambord en Dinamarca y eventualmente compró los derechos de su nombre y los de la empresa. Pero la marca comercial de ‘La Cafetière’ siguió perteneciendo a sus dueños originales. Recientemente, los desacuerdos legales han provocado competencias entre Bodum y ‘La Cafetière’ por el control de los mercados fuera de Europa y ciertos problemas por las patentes de los diseños (p.3).

Por esta razón, a los amantes del café les queda la incógnita de su procedencia, pero lo que sí queda claro es que la Prensa Francesa es el primer método de infusión que se incursionó a nivel mundial y, por ende, fue el nacimiento de la forma más artesanal de elaborar un café y de no quitarle los beneficios que posee.



Ilustración 7 Prensa Francesa Chambord 12oz.

Aeropress

Según la Specialty Coffee Association (2012):

Alan Adler, es el creador de la Aeropress. Esta cafetera combina el método de filtrado con el de inmersión total. El resultado de este proceso es una bebida con cuerpo, similar en intensidad y concentración a un espresso, con poco amargor y baja acidez. De todas formas, sus cualidades exactas varían dependiendo del tiempo de infusión. A más tiempo de infusión, mayor intensidad de nuestro café (p.1).

Gracias a que este método es tan complejo y versátil, se dio la iniciativa de crear un campeonato, donde cada competidor deberá encontrar nuevos métodos de extracción, unos más fuertes que otros, más ácidos, menos cantidad o más cantidad.

Esta competencia revela la creatividad y pasión de cada barista, ya que requiere compromiso, entrega, conocimiento avanzado sobre café y años de experiencia. En Costa Rica se implementó hace aproximadamente 4 años.



Ilustración 8 AeroPress Portable Coffee Maker

Sifón Japonés

Perfect Daily Grind (2012), explica sobre las características de este método:

El sifón japonés funciona como una cafetera de vacío (que es otro nombre con el que se conoce). Un sifón japonés funciona como un sifón convencional, donde la calefacción y el enfriamiento del recipiente inferior cambia la presión del vapor de agua en la parte inferior, primero empujando el agua hacia arriba en el recipiente superior, permitiendo que después el agua caiga de nuevo hacia abajo en el recipiente inferior. Propiamente el sifón de café sirve para calentar primero el agua hasta que la expansión del agua se propague, viéndose obligada a subir por un tubo, hacia el otro recipiente en donde se encuentra el café molido (a medida que aumenta la temperatura del agua, el agua líquida densa se convierte en vapor de agua, el cual ocupa más espacio y por lo tanto aumenta la presión). El café se comienza a mezclar con el agua hasta que nuevamente el calor comienza a ejercer presión. Esto ya viene a ser propiamente el método de extracción. Una vez terminado este proceso se retira el calor y por la presión que hay el líquido comienza a caer en gotas por la parte inferior, cayendo a través de un colador, terminando así la elaboración del café (pp. 6-8).

Este método de infusión es uno de los más novedosos, por lo que se recomienda contar con su propia receta, ya que los diferentes tipos de café hacen una variación en el tiempo de extracción y en su tiempo de reposo. En Costa Rica no es tan estructurado el uso de este, ya que lleva dos años de existencia en el mercado costarricense.



Ilustración 9 Método de sifón

Historia de Barrio Tournòn.

Según Cartin (2017)

El barrio se ubica al norte de Amón y Otoya, y se consideraba la entrada al San José elegante. Su nombre responde al apellido del comerciante francés Hipólito Tournón Captenat, armador y vecino de Burdeos –Francia– y quien fue el dueño de uno de los beneficios de café más grandes del país, al lado norte del río Torres.

Hipólito Tournón llegó a Costa Rica –al igual que otros extranjeros europeos que visitaron el país en el siglo antepasado– en busca de fortuna. La mayoría de ellos trabajaron inicialmente en el comercio, exportando café e importando mercancías manufacturadas.

Más tarde compraron o construyeron grandes beneficios en los que procesaban las cosechas de pequeños productores, pero luego sembraron y exportaron sus propias fincas, de acuerdo con los datos recopilados por la historiadora Gertrud Peters.

A finales del siglo antepasado, más del 20% de los beneficiadores y exportadores de café eran extranjeros, y todavía en el año 1935, casi la tercera parte de los beneficios pertenecían a extranjeros o descendientes de aquellos inmigrantes que llegaron a Costa Rica después de 1840.

Herencia de café.

Las primeras fincas de café inscritas en el Registro Público a nombre de Hipólito Tournón datan de 1877. Tournón tramitó en aquella época todos los permisos para que los terrenos baldíos que rodeaban su beneficio de café recibieran su apellido.

Además de la actividad comercial, Tournón fungió como agente general de la Compañía Transatlántica Francesa, considerada junto con la United Fruit Company, entre las mejores líneas navieras.

Conforme fue pasando el tiempo el conocido barrio Tournón se fue poblando de grandes empresas como lo fue Bisca, ahora Recope, Villas Tournón, ULACID, Cámara de Comercio de Costa Rica, Corporación de Desarrollo Agrícola del Monte, Vivicon.

Cafeterías especializadas

Existen algunas cafeterías de especialidad en San José, entendiendo por cafeterías de especialidad aquellas en donde el café ha sido catado por un especialista, a continuación, se da una breve descripción de cada una de ellas

1-Café del Barista

Es uno de los cafés independientes más conocidos de San José. Café del Barista es un lugar acogedor atendido por excelentes baristas como su nombre lo indica. Algunos

compiten de forma profesional, y todos están en la disposición de difundir la tercera ola. Tuestan su propio café, se dedican a destacar el aroma y sabor único de cada café. Esto lo combinan con la pasión de los baristas y conocimiento del café de especialidad, lo cual garantiza una excelente bebida.

2-Cafeoteca

En la Cafetea se sirven 23 variedades de las 8 regiones cafetaleras diferentes de Costa Rica, lo que lo convierte en el mejor lugar para descubrir la amplia variedad de perfiles que ofrece nuestro café. Junto con los dos grandes baristas y la variedad de métodos de preparación seguramente encontrarás una excelente taza de café.

3-Café la Mancha

Café la Mancha y Studio realiza talleres de métodos de preparación y también se puede comprar el café de su marca: La Mancha. Las imágenes de los productores en el empaque tienen un gran impacto y ayudan a entender la conexión de la cadena de suministro.

Estos son algunos de los lugares que culturalizan la práctica de tomar buen café y la tendencia de dar a conocer no solo el café sino también sus productores y sus indicios en el mundo de la calidad.

4- Musa laboratorio

Musa es un laboratorio especializado para la preparación de profesionales en café, cuenta con su propia escuela para llevar a cabo cursos basados en café, los cuales son respaldados con el sello de la SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION (SCA), que es la especialización a nivel internacional. También cuenta con un local acondicionado para realizar investigaciones sobre diferentes tipos de café, ya sean nuevas variaciones, enfermedades, tostado, y tiene la capacidad de dar la oportunidad a nuestros campeones nacionales para que realicen sus entrenamientos en sus instalaciones.

Podemos mencionar que también se cuenta con competencia indirecta, como lo es café el Tostador, Starbucks.

Definiciones básicas

Café de especialidad: llamamos café de especialidad al tipo de café que lleva un proceso estricto en la cosecha, despulpado, almacenamiento, tostado, empacado y producto final en taza, este pasa por una evaluación donde se consideran porcentajes; un café de especialidad cuenta con más de 80 puntos.

Cosecha: se le define cosecha al tiempo de crecimiento del fruto, donde se generan etapas como lo son: podar el café, crecimiento de la flor, creación del grano y la recolección. Este proceso tiene una duración de aproximadamente 12 meses.

Calidad: le llamamos calidad al proceso de preparación evidenciado del café en toda su vida útil hasta llegar a nuestros hogares.

Consumo: es la acción de consumir alimentos, objetos y bienes.

Consumo de café: se refiere a la cantidad de café consumido por región, persona, lugar, día, fecha.

Denominación de Origen: es cuando un producto es sembrado, elaborado, procesado en un área geográfica delimitada, con conocimientos reconocidos, específicos y constatados, que le dan reputación a su producto

Cata/Captación: el proceso de cata es el que utilizan los profesionales (baristas, expertos), para determinar la calidad de un café y sus propiedades organolépticas de aroma y sabor.

Extracción: a través de la infusión del agua con los granos molidos, se extraen los elementos solubles que dependen del tiempo, temperatura o presión para obtener más sabores y aromas.

Despulpado: se realiza en el momento en que llega el fruto a la cooperativa o micro beneficio, es un proceso de eliminar o adaptar la pulpa del café al resultado que se quiere llegar.

Almacenamiento: este proceso se realiza después de dar la mantención adecuada al fruto, luego del despulpado, esto puede variar, ya que el productor puede darle mantención personalizada al café para que sea único y diferente.

Tostado: después de mínimo un mes de almacenamiento se realiza el tostado del café; en este proceso contamos con tres tipos de tueste: claro, medio y oscuro. El tipo más utilizado en cafeterías y cataciones es el tueste medio, porque realza las características orgánicas del café en una taza.

En el 2018, se definió la problemática de que se pueden realizar diferentes variaciones al tueste medio, tales como tueste medio/claro, y medio/oscuro; esto sucede ya que la definición de tueste medio es muy amplia donde todo café era medio, pero existía uno más claro que el otro y esto cambiaba mucho a la hora del resultado final y se quería dar una definición más específica al resultado final.

Empacado: al darle el punto al café le damos un tiempo de reposo de mínimo ocho días (esto varía dependiendo de lo que se quiere lograr). Proseguimos a realizar el empacado, el cual se realiza al vacío, esto es importante ya que así conservamos los aceites que trae naturalmente y no se expone a que le entren olores que no le pertenecen y se evita que la oxidación se genere en menor tiempo.

Trazabilidad: le llamamos trazabilidad a los procesos evaluativos que deben cumplir los caficultores a la hora de darle mantenimiento a su cosecha, para que esta cumpla los regímenes para tener trazabilidad.

Barista: es proveniente de la palabra barra, donde barista se le denomina- persona detrás de la barra-. Son considerados baristas los profesionales en café, que cuentan con un estudio previo a la práctica en barra.

Productores: se le denomina productor al encargado de mantener una finca dando producción de café, en este caso también se le denomina caficultor.

Beneficiadores: los beneficiadores son los que realizan los procesos correspondientes al café, tales como el secado y el tostado. Gracias a ellos nacen los micro beneficios.

Exportadores: realizan una asesoría de la entrega del producto, desde su punto de salida hasta su entrega.

Tostadores: son los profesionales encargados de darle un punto de equilibrio al sabor del café, esto se lleva a cabo por medio de una máquina de tostado.

Torrefacto: es un tipo de tueste de café que surgió en España a finales del siglo XIX para aprovechar la escasez de granos y la baja calidad de estos. Consiste en tostar los granos con azúcar, produciendo un café quemado de sabor muy fuerte y amargo, este se le denomina un café de muy baja calidad.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

El estudio realizado es cualitativo, ya que lo que se desea es analizar el comportamiento de los turistas a la hora de contar con un centro de conocimiento sobre el café y el desarrollo de técnicas lúdicas sobre el producto, tanto como darle factibilidad a la iniciativa.

Darle importancia y generarles participación en el mercado a los pequeños productores con sus propuestas de innovación y de crecimiento, en el ámbito turístico y económico. Se genera un sin fin de datos, para proyectarlos y fomentar técnicas educativas y de culturalización en los visitantes.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2016):

La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en varios sentidos: entre los hechos y su interpretación y resulta un proceso más bien “circular” en cuanto a lo que caracteriza un enfoque cualitativo es la recolección de datos y muestras importantes para la elaboración de las preguntas principales del trabajo de investigación e indagar sobre problemáticas acordes a las características, tomando en cuenta las investigaciones realizadas y dando como referencias para analizar las posibles ideas y su vez dando resultados factibles para la elaboración del centro de consumo de café de especialidad (p72).

Método de la investigación

El método de la investigación será considerado cualitativo, ya que se basa en hechos relacionados con la implementación de la cultura del café, con la finalidad de enfocarse en definir, caracterizar y clasificar la factibilidad del objetivo de estudio para así crear una propuesta.

De aquí se desprende el estudio donde se pretenderá analizar la adaptación y el contraste del café, sobre la industria del turismo y del perfil, tanto de turista nacional como extranjero, para ofrecerles una alternativa complementaria en su itinerario.

Muestra de la investigación

Población

Para efectos de la investigación se tomarán en cuenta productores de micro beneficios, empresas arraigadas al mundo del café, colaboradores del ICAFE y público en general, para recaudar resultados asertivos y efectivos. Se tomo en cuenta la localidad de Barrio Tournòn ya que es una zona con muchos edificios que aglomeran trabajadores jóvenes como lo es Amazon, Recope entre otros

Para ello se aplicó una muestra experimental.

Muestra

Según Ochoa (2015):

El muestreo por conveniencia es una técnica comúnmente usada, consistente en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles y porque sabemos que pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población (p1).

Según Ochoa (2015):

Es muestreo no probabilístico siempre que se cumplan dos condiciones:

1. Disponer de un marco muestral es algo relativamente poco habitual en estudios de mercado. ¿Qué empresas pueden tener listados de toda población?
2. Lograr que todos los individuos de la población tengan una probabilidad no nula de ser seleccionados es un requisito igualmente exigente, más aún conocer la probabilidad de inclusión exacta de cada unidad muestral. Todos los individuos que no pueden ser seleccionados en una muestra se suelen referir como unidades fuera de cobertura (pp2).

Se realizó una muestra no probabilística y por conveniencia, ya que se consolidó al grado de interés que conlleva el trabajo, y su conocimiento es de forma precisa. Se realizó la encuesta a 39 personas, y entrevistas presenciales a 2 productores, 3 cafeterías y 2 colaboradores del ICAFE, con el fin de recolectar información más específica sobre la importancia de tener una población con conocimiento en la cultura del café.

Se realizó un esfuerzo para aplicar más entrevistas, pero como estaban en época de recolección los productores y empresarios cuentan con más trabajo, ferias y la competencia nacional de barismo y catadores, por ese motivo, fue imposible programar entrevistas. Para

efectos de este trabajo, se conversó un poco acerca de la importancia de estas personas en este proyecto.

Fuentes de información

Es importante definir las principales fuentes de información. Salazar (2019), menciona en su trabajo que “las fuentes primarias son aquellas en las que los datos provienen directamente de la población o muestra de la población, mientras que las fuentes secundarias son aquellas que parten de datos preelaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación (2pp).

Tomando en cuenta la cita anterior, la investigación cuenta con fuentes de información primarias, ya que la recolección de datos fue recolectada directamente de la población, donde se analizaron y aplicaron entrevistas basadas en el público meta, así como productores, empresarios en la rama del café y colaboradores del ICAFE, al igual que artículos importantes de revistas y libros.

Cuestionarios

El cuestionario y las encuestas constituyen el instrumento con resultados más efectivos, ya que se utilizan ítems o preguntas concretas y cerradas, debido al interés de tener mayor aproximación y certeza a la hora de evaluar las variables.

Se realiza, de esta manera, para evitar la expansión de ideas que puedan salirse de contexto y no ser útiles.

Entrevistas

Se efectuarán entrevistas a protagonistas involucrados en el proyecto que ayudarán a recopilar información sobre los objetivos enfatizados en el estudio y así realizar la implementación de estrategias factibles para la proyección de dicho proyecto.

Diseño de investigación

El diseño del proyecto es investigación acción, y se eligió ya que la participación, junto a la de los grupos implicados, ayuda a transformar la realidad a través de dos procesos, conocer y actuar, pues su finalidad es práctica, la de que los participantes puedan dar respuesta a un problema a partir de sus propios recursos (conocimiento y reflexión, intervención, acción y resolución).

Según la Universidad de Colima (2020), “este tipo de metodología se ocupa del estudio de una problemática social específica que requiere solución y que afecta a un determinado grupo de personas, sea una comunidad, asociación, escuela o empresa” (p1).

El objeto de estudio es la población en general, su comportamiento y conocimiento con relación a la culturalización del café de Costa Rica y buscar una solución al problema.

Unidades de análisis

Objetivo	Categoría de análisis	Subcategoría	Definición Conceptual	Instrumento	Ítem
Estudiar la factibilidad del centro de consumo de café de especialidad en el centro comercial Tournón.	Factibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Estudio financiero• Estudio del mercado meta	<ul style="list-style-type: none">• Realizar cotizaciones de materia prima• Localización del tipo de cliente para el proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Entrevista• Encuestas	
Adaptar	Espacio	<ul style="list-style-type: none">• Tiempo y	<ul style="list-style-type: none">• Adaptación del	<ul style="list-style-type: none">• Entrevista	

espacios a productores y baristas para la demostración de su propuesta de café de especialidad.		espacio <ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria. 	espacio y tiempo a los productores. <ul style="list-style-type: none"> • Contar con máquinas especializadas para la elaboración de café. 		
---	--	---	---	--	--

Instrumentos de la investigación

Con referencia a las unidades de análisis, se realizó un cuestionario de 9 preguntas a 39 personas, basándose en lo que serán futuros clientes, donde se pauta la importancia del café como valor en el mercado. La información recopilada será de gran ayuda para estandarizar los parámetros encontrados en la población en general y así generar una base de datos que defina el resultado del proyecto de investigación.

Dadas las condiciones que anteceden a la investigación, se realizan entrevistas a productores y propietarios de cafeterías o laboratorios de café de especialidad y principales colaboradores del Instituto Nacional del Café (ICAFFE). Tomando en cuenta el impacto que estos tienen en la culturalización, se les aplicaron diferentes entrevistas para abarcar con amplitud la proyección de la propuesta del centro de consumo de café de especialidad, localizado en el centro comercial Tournón.

Mediante la estructura de las unidades de análisis, se realizaron ocho preguntas a los propietarios de cafeterías, para contemplar así su trayectoria desde su inicio en el mercado hasta hoy; para ello, se visitaron sus respectivos locales.

También a los productores se les plantearon preguntas más específicas, con respecto a la especialización del café, al igual que la tendencia de este mismo en el mercado y su trayectoria de pasar de un producto con poco conocimiento a ser uno de los mayores

exponentes a nivel nacional y mundial, lo cual crea una gran oportunidad de crecimiento en las divisas de la población costarricense. La aplicación de dicha entrevista consta de un total de 6 preguntas, basadas en los objetivos específicos.

Con la finalidad de todo tipo de escenarios relacionados con el proyecto, se realizaron dos entrevistas a funcionarios del Instituto Nacional de Café, para resaltar puntos específicos de la trayectoria de la culturalización a nivel nacional como internacional.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se analizarán los resultados, con base en encuestas a clientes. Se entrevistaron 39 clientes potenciales,

Rango de edades consultadas

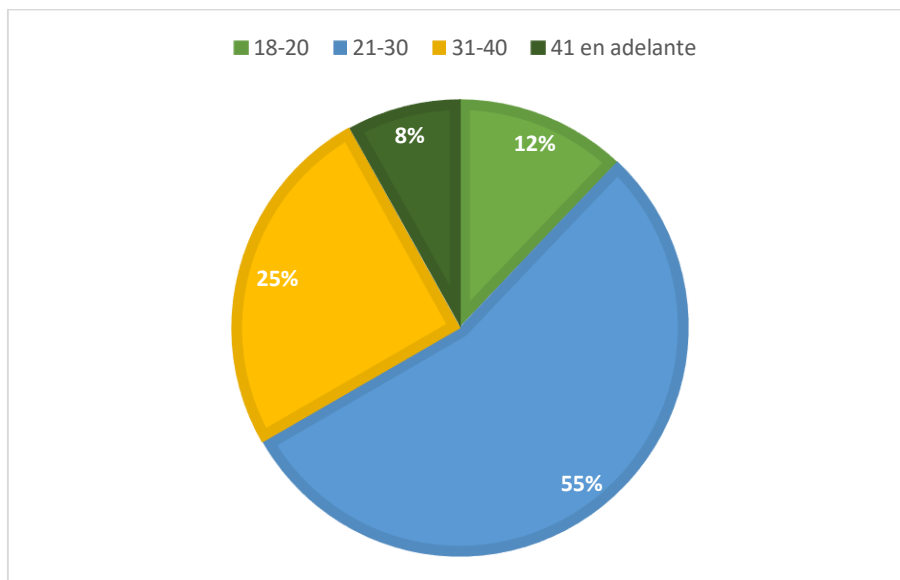


Gráfico No.1 Estándares de edades: creado por Vanessa Jiménez (2020)

Según los datos obtenidos en las encuestas que se realizaron al público en general, se determina un mercado meta conforme al rango de edad, donde se puede observar en la figura anterior que los consumidores más frecuentes de café se encuentran en edades

entre los 21 años y los 30. Donde 5 personas rondan entre los 18-20, 21 encuestados entre 21-30, 10 entre los 31-40 y 3 entre 40 años y más.



Gráfico No.2 Estándares del consumo de café, Vanessa Jiménez, 2020

Según los datos recopilados, un 80% (31 personas) de las personas tiene conocimiento de lo que es un café de especialidad, donde hace aproximadamente 20 años esta cifra se encontraba alrededor de un 20%.

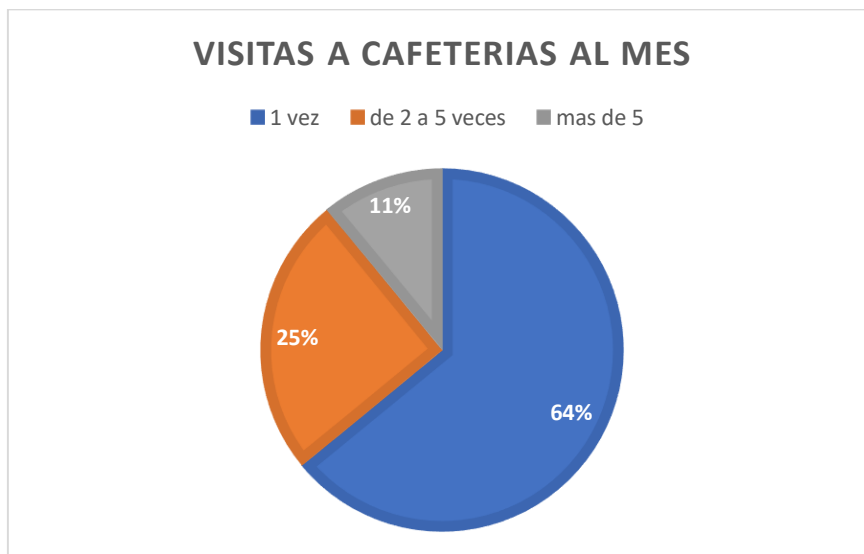


Gráfico No.3 Consumo de tasas al mes, Vanessa Jiménez, 2020

La visita constante a cafeterías de especialidad aumenta a un 64%. (25 personas) que visitan cafeterías una vez al mes, 25% (10 personas) visitan entre 2 a 5 veces al mes y un 11% (4 personas) más de 5 veces.

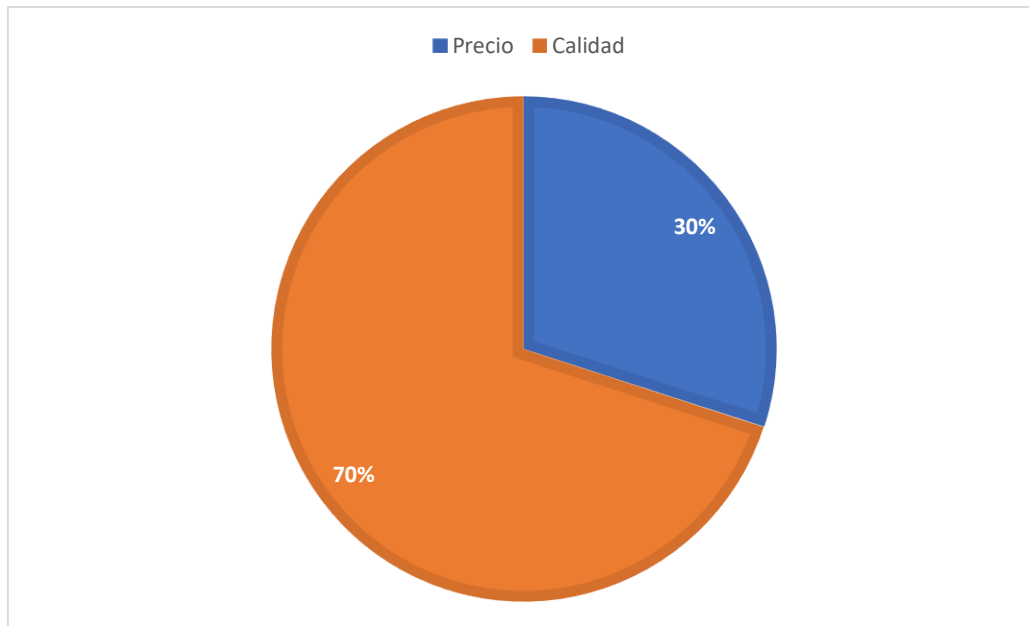


Gráfico No.4 Evaluación de la compra de café, Vanessa Jimenez, 2020

En el caso de la pregunta que se les realizó a los clientes sobre qué evalúan ellos a la hora de comprar un café, las respuestas fueron en calidad y precio, donde un 30 % (12 personas) de los encuestados afirmó que desean un café accesible sin importar que no sea realmente de calidad, y un 70% (27 personas) no le da mucha importancia al precio siempre y cuando el producto final sea el esperado.

Según Gaucin(2012):

Durante la última década, el consumo global de café ha mostrado un dinamismo sobresaliente. En el 2011, la demanda global del aromático ascendió a un récord de 8.34 millones de toneladas, un crecimiento medio anual de 2.4% desde el 2001. Así, se prevé que, durante los próximos ocho años, 85% del incremento en el consumo del aromático provenga de los países productores y de los mercados emergentes.



Grafico No5 Culturalizacion del café, Vanessa Jimenez,2020

A traves de la realización de las encuestas se comentó la importancia de la culturalización, donde un 59% (23 personas), 41% (16), los encuestados comentaron que en efecto el costarricense promedio desconoce lo que conlleva un café de especialidad, “intrigante este escenario ya que el café es el producto con las principales fuentes de comercio en el país”, así lo comento Marisol Ortiz Fernández.



Grafico No.6 Aceptacion sobre el centro de consumo en el centro comercial Tournón, Vanessa Jimenez,2020

Sobre la implementación de una cafetería especializada en el centro comercial Tournon en la ruta 32;34 encuestados si visitarían el centro de consumo y 5 no asistirían. Cuál

sería su afectación en el mercado, se destacó “es un centro comercial encontrado en una ruta estratégica, donde cualquier turista puede establecer en su itinerario la visita al centro de especialización y desplazarse a su destino final fácilmente”, comentó Kennet Rodríguez Zeledón.

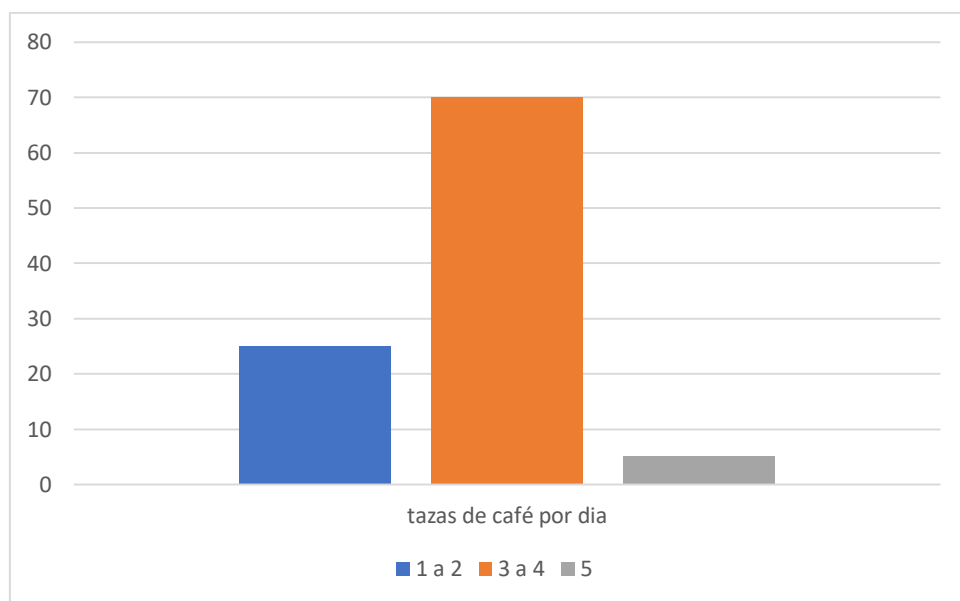


Gráfico No. 7 Consumo de café por día, Vanessa Jimenez, 2020

Un 25% (10 personas) de las personas encuestadas toma entre 1 a 2 tazas por día, mientras un 70% (27 personas) toma entre 3 a 4 tazas diarias y el restante 5% (2 personas) comentó que toma 5 o más tazas de café.

Según Aguirre (2018) sobre el consumo de café de especialidad.

Guatemala tiene un crecimiento anual del 2.4%, el consumo per cápita es de 138 tazas y la mayoría toma entre 1 a 2 tazas diarias. Mediante la encuesta realizada se obtuvo que el 85% de las personas entre 22 a 60 años consumen café y de ellos un 68% conoce métodos de especialidad. Estudios consultados demostraron que las marcas con mayor participación de mercado son de origen local, lo cual demuestra la preferencia de los consumidores locales sobre las propuestas extranjeras.



Gráfico No 8 Compra de café en bolsa, Vanessa Jimenez, 2020



Gráfico No 9 Costo por taza de café, Vanessa Jimenez, 2020

Los rangos de precios de la compra de una taza de café varían entre 2000 colones o menos (27 personas) pagarían y entre 2000 a 3000 colones (12 personas). Consumirían por una bolsa de café de especialidad la población está dispuesta a pagar entre 5000 a 10000 colones (31 personas) y entre 10000 colones en adelante (8 personas)

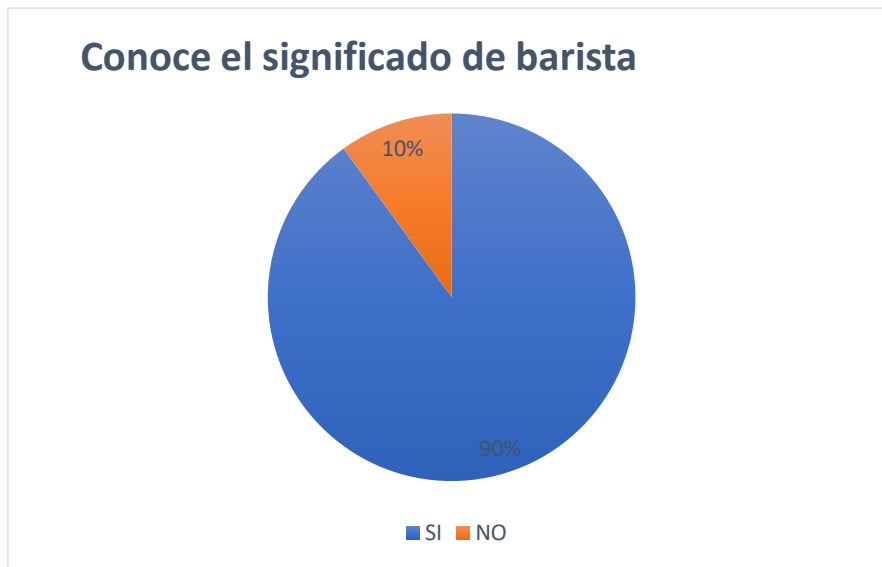


Gráfico No 10 Concepto de Barista, Vanessa Jimenez, 2020

De los encuestados un 90% (35 personas) de las personas conocen el significado de “Barista” y un 10%(4 personas) no tienen un concepto definido de lo que es, se resalta que “ Barista es la persona con cierto grado academico en el estudio del café, que cuente con el conocimiento basico de lo que es plantar un cafeto, hasta realizar una bebida a base de café y complementarlo con bases teoricas...” según comento, Fabiola Solano.

Análisis cualitativo de las entrevistas

A través de nuestros objetivos específicos, e identificando el alcance que se quiere lograr en la industria cafetalera, se han seleccionado productores de zonas alejadas a la Gran Área Metropolitana, cuya producción no está industrializada en el país; de la misma manera, se tomaron en cuenta pequeñas empresas relacionadas con esta rama, para tener ejemplos bases para esta propuesta; para ello se realizaron entrevistas presenciales, una para caficultores y otra para empresarios.

Productores

Productor y nombre de la empresa Años en el mercado: 5

Emilio Jose Ureña
Jiménez, Micro
Beneficio La Chumeca

Nuestra familia siempre ha estado metida en el mundo del café eso viene desde mis abuelos y mas que vivimos en una zona donde el principal producto de comercio es el café. Nos involucramos en el mundo de café de especialidad porque vimos la necesidad de ver el precio que le dan a nuestra labor en el campo, donde ese precio que nos pagan por una bolsa de café hace que no nos alcance para volver a producir el mismo café, por ese motivo la necesidad viene extenderse y dar un paso a una nueva incorporacion de trabajo que nos de el sustento a una mejor paga.

No dimos el paso a café de especialidad solos ya que un familiar lo habia incorporado antes y vimos que era viable.

En nuestro caso a nosotros como a otros cafes no nos pagan por volumen solamente sino nos pagan por calidad y esto involucra, variedad de mata, tipo de café, horas de secado, días de almacenamiento, tipo de tostado y tipo de empaque, entonces estamos hablando de que al café de especialidad le toman en cuenta todas las variables desde que el cafeto de siembra hasta su producto final en taza, eso nos hace no solo productores sino beneficiadores.

No es facil pero se busco el cambio mas que todo por la economia, la estabilidad se va generando poco a poco,”porque no solo por tener un café de estabilidad uno se hace rico” el cambio es duro y la inversion es fuerte, primero se tiene que recuperar esa inversion para despues empezar a cubrir las

deudas que se contrayeron con la apertura.

En este mundo de café de especialidad se ocupan trabajadores con amor a lo que hacen, pasión por aprender y de ahí viene nuestro lema 50% pasión y 50% pasión.

En el caso de nuestro micro beneficio mi padre se encarga del cuidado del café y las plantas y mi hermano y yo de la recolección y beneficiado, e ahí donde ese material humano cuenta ya que mi hermano es ingeniero en materiales y yo matemático nos hacemos complemento para innovar y esto también hace que este grado académico alcanzado, también lo tengamos que alcanzar como productores, porque usted como productor tiene que hacer efectiva esa experiencia y obtener resultados efectivos.

Centro de especialización de café en ruta 32 Me parece factible considerar esa implementación, para mí las cafeterías deben tener algo diferente, algo que las haga sobresalir, yo como productor estoy anuente a vender mi producto en este centro donde voy a ser parte importante no solo del proceso del café sino también del proceso que conlleva en taza.

Con respecto a las visitas de agencias de viajes que los consideren como itinerario para ellos sería super bueno ya que no solo se toman un buen café sino que también contarán con el productor a su disposición para evacuar dudas y a su vez le realicen el café.

Café de especialidad vs café comercial Creo que la palabra lo dice todo un café de especialidad como lo comente anteriormente es un café que conlleva tiempo a la hora de elaborarlo, lleva horas de trabajo, estudios predeterminados, años de práctica y un café comercial es aquel que se vende solo por marca donde las máquinas hacen todo los

procesos sin tener limites rigurosos sobre el mismo. El café comercial siempre va a existir porque va a depender la mentalidad de los ciudadanos y los 2 son importantes para el comercio del pais.

Productor y nombre de la empresa Años en el mercado: 5

Steve Bonilla, Micro Beneficio Ecológico Eucaliptos del Cedral/ Café Sol Naciente El motivo principal de la creacion de este micro beneficio es darle valor a la plantacion, buscar mercados con exigencia de productos Gourmet y darme mayor ingresos economicos a la familia. Para nosotros el emprender siempre sera superacion personal, social y economica, eso el punto que hizo que emprendieramos en este proyecto, estuvimos muchos años trabajando para empresas con un enfoque relacionado al café pero no era lo que queriamos. Antes de empezar con el micro beneficio, buscamos informacion, hablamos con personas que ya tenian uno y lo vimos viable.

No podemos decir que ha sido facil ya que la inversion en un proyecto como este no es barata, se logra buscar financiamientos y la expansión en el mercado. Tuvimos que ser muy competentes mas que todo en el trabajo que conlleva esto, porque es un trabajo de tiempo completo donde por dia se trabajan como minimo 15 horas, es importante en nuestro caso especializarse contamos con ayuda de baristas y catadores donde nos ayudan al crecimiento y a la mejora de producto.

No somos 100% estables ya que no hemos llegado a nuestro auge de ganancias pero si vemos que el incremento economico esta creciendo, hemos sacrificado lujos, fines de semana libres, nuestra familia, para poder avazar con el proyecto, porque aparte de ser un Micro Beneficio ecologico tambien damos tour

turístico en la finca para solventar mas los gastos de la misma.

Nuestra producción se exporta 90% ya que nuestra cultura no está educada para pagar y consumir un café con características tan especiales.

Centro de especialización En mi opinión lo veo beneficioso ya que tanto para los productores como para los visitantes va a ser muy enriquecedor y también para el crecimiento de la zona, en este momento el café es un ícono nacional y es conocido a nivel internacional, por eso tenemos que ser responsables por la calidad que se ofrece más cuando se trata de un punto tan turístico como esta ruta.

Café de especialidad vs café comercial Un café de especialidad debe llevar pocos defectos o tal vez ningún defecto, más cuando se cuenta con la denominación de origen y comercial es el café que lleva menos trato menos cuidados, incluso desde la planta, la siembra, el consumo energético y debe ser más amigable con el ambiente.

Empresarios

Nombre de la empresa	Años en el mercado:11
Café del Barista	Lo que me inspiró a realizar una cafetería de especialidad es la pasión que le tengo al café, me considero una persona lista para llevar a cabo este proyecto ya que trabajé muchos años en micro beneficios y otras cafeterías, tenía el conocimiento y las bases

para hacerlo.

También fue una decisión dura ya que en su momento me quede sin trabajo y no nos podian pagar entonces nos dieron café unas maquinas como modo de pago, gracias a eso emprendí vendiendo bolsas de café.

En ese momento yo era campeon nacional entonces tenia la obligación no solo de poner una cafetería sino de que fuera la mejor cafeteria con el mejor café y a su vez crear nuevos campeonos nacionales, para esos años (2009) no existia un concepto tan explicito de café de especialidad como lo hay hoy en dia.

Técnicas implementadas

Nosotros damos un servicio personalizado hacia los clientes por lo general el que prueba nuestro café queda facinado con su producto final y con las manos que lo realizan, se cuenta con un equipo altamente capacitado donde nuestra barista principal llevo un proceso de entrenamiento de años, aparte de ser cafeteria tambien contamos con tostados, area de catacion y una escuela especializada para realizar cursos hacia nuestros olaboradores. Contamos con todos los implemento para que nuestros baristas puedan explotar todas sus habilidades.

Los clientes buscan algo mas y nosotros como empresa debemos de darle ese algo

que nos haga diferentes.

Papel que juega el caficultor en su empresa Son muy importantes ya que ese lazo que se crea entre productor y empresa es mas que negocios, gracias a ellos nosotros somos una cafeteria exitosa y hacemos lo mejor por manipular su producto ya que somos la imagen del mismo en el mercado.

Nombre de la empresa	Años en el mercado: 4
----------------------	-----------------------

The Living Bean	La cafeteria nació por una necesidad de llevar el café a otro nivel de calidad y enseñanza, contamos con varias empresas que se rigen con base al café como lo es distribuidora espresso(compañía encargada de vender y darle mantenimiento a las maquinas oficiales de las competencias internacionales de barismo, como lo son las Marzzoco), tambien tenemos una marca especializada de café, donde realizamos el proceso de tostado y beneficiado (Cercone Café), la cafeteria se da gracias al crecimiento de nuestra empresa y a la necesidad de un espacio especializado donde aparte de culturalizar al consumidor sobre el café de especialidad, realizamos cursos para la creacion de nuevos profesionales en este ambito.
-----------------	--

Contamos con sedes especializadas en Colombia y Costa Rica.

Técnicas aplicadas	Contamos con maquinas de indole profesional y baristas certificados por el ICAFE, esta nos da la estabilidad de tener un producto 100% calidad, la cafeteria cuenta con maquinaria e instrumentos utilizados para dar un producto final ecepcional.
--------------------	---

Papel que juega el caficultor	En el caso de nuestros caficultores ellos son la piesa clave para la industria ya que necesitamos excelencia en su producto para
-------------------------------	--

	nosotros realizar nuestro trabajo igual con excelencia, por lo general nuestros proveedores, son personas humildes, que se empeñan en dar lo mejor de sus fincas y eso lo podemos notar en el producto final.
--	---

Nombre de la Empresa	Años en el mercado: 4
----------------------	-----------------------

Dulce Junio Café Se creo a la necesidad de tener algo propio, ya que trabajabamos para alguien mas y no veiamos progreso a nivel personal, tomamos en cuenta las ventajas que teniamos y vimos que Isaac(propetario) podia sacarle provecho a su pasion por la pasteleria y yo podria hacerme cargo de la parte administrativa, no fue facil, tuvimos que privarnos de muchas cosas, para poder especilizarnos y saber lo que estabamos vendiendo, buscamos muchos cafes y muchos a muy alto precio y otros a un costo mas bajo pero la caidad era diferente, nos metimos en el mundo del café y nos gusto.

Técnicas implementadas Contamos con baristas especializados por el ICAFE, donde ellos mismos nos han introducido en la calidad del café, las caracterizticas y especializaciones, en su momento contamos con metodos de infusion para culturalizar mas a nuestros clientes, se realizan cataciones y exposiciones de cafes de temporadas para el publico.

Papel del caficultor	Son sumamente importantes ya que si el trabajo de ellos no se hiciera con amor y nostancia nosotros no tendríamos cafeteria o seria un producto de baa calidad.
----------------------	---

Personal especializado del ICAFE

Nombre y puesto que desempeña

David Ortiz Naranjo, Encargado de El trabajo que desempeño en la institución

comunicación del ICAFE

es ser la voz tanto de los productores, recolectores, beneficiadores, cafeterías, baristas y de la institución, soy investigador de posibles oportunidades de mercadeo a nivel internacional.

La institución se encarga de ser el soporte para la parte agrícola en especial de los caficultores, somos el medio por el cual ellos puede vender y promover sus productos a nivel local, nacional e internacional.

El ICAFE es un ente regulador de toda la actividad cafetalera.

Jonathan Ramírez Bravo, Barista
Instructor del ICAFE

Funjo como barista instructor del ente cafetalero, la función directamente se basa no solo de ser representación del productor, sino que me baso en 4 públicos importantes que es el productor, beneficiador, exportador y tostador. En mi puesto evaluar la parte de formación a nivel nacional, me encargo de todo lo que son metodologías de enseñanza y en este momento nos estamos metiendo de lleno en la enseñanza a nivel colegial con el MEP, es un convenio realizado a colegios técnicos donde puede ser de mucho provecho, hoy en día tenemos un nivel de 150 alumnos que salen con su título y una gama más amplia de empleo gracias a esto

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir este trabajo de tesina, en este capítulo se mostrarán las conclusiones y las recomendaciones obtenidas durante la investigación y, a su vez, se dará continuidad a este, y así mostrar los beneficios obtenidos.

CONCLUSIONES

Con los datos recolectados y las investigaciones realizadas, se confirma la importancia del conocimiento y de la culturalización del café en el país, ya que se cuenta con una producción en su mayoría de café de especialidad elaborado por productores de mediana o baja estabilidad económica, donde el café es el único medio de salida para subsistir.

Mediante las entrevistas realizadas se comprueba la aprobación de la población hacia el proyecto de implementación, de un centro de consumo de café de especialidad, en el centro comercial Tournón. Al respecto, se concluye que:

- 1 Se desarrolló una propuesta y el sitio elegido es un punto estratégico en donde se pueden afectar positivamente tres escenarios, los cuales son: productor, turista (clientes cercanos) y vecinos del centro comercial Tournón. El incremento de visitantes se notará con dicho establecimiento, así como el aumento de empleo para personas locales. Mas adelante se mostrarán las cotizaciones específicas del proyecto.
- 2 El estudio de factibilidad del entorno en el cual se enfocó el proyecto permite centrar la investigación en el análisis del cliente, sus gustos y preferencias, su consumo, la competencia directa e indirecta y los proveedores; al igual que a las

instituciones cercanas a la localidad como lo son Centro De Atención Telefónica, instituciones gubernamentales y universidades que se encuentran en Barrio Tournón.

- 3 Se capacitará al personal, con fichas técnicas, en la preparación de café con los métodos propuestos por los productores; se propone la evaluación mensual sobre las innovaciones expuestas en el mercado nacional del café, donde el personal esté siempre renovando datos, tanto técnicos como científicos, del comportamiento del café en los diferentes entornos. Para ello, es importante implementar la realización de eventos que tengan relación con el ámbito de baristas, donde los mismos puedan exponer sus habilidades y destrezas para una mejora, esto se realiza para impulsar la visita al local.
- 4 Para futuros proyectos, queda en incógnita de la factibilidad realizar un anclaje con los mismos productores para efectuar visitas a sus micro beneficios, con la finalidad de brindar un amplio resultado de cultura a los turistas.
- 5 Concientizar a los visitantes sobre la diferencia entre café de especialidad y café comercial.
- 6 Se deja abierta esta propuesta para inversionistas con posibles alianzas, por medio de consignación, con productores que puedan promover sus cafés.
- 7 Como propuesta a la implementación, contamos con materiales de primera mano como lo es maquinaria, muebles, insumos y local. A continuación, se muestran las cotizaciones Proforma.
- 8 El monto total de los instrumentos básicos para la apertura del local tiene un costo de 12.938.808,8 como saldo inicial de materia prima y mobiliaria; al igual que un salario base para un barista, esta ronda entre los 350.000 y 500.000, preferiblemente, contar con mínimo dos colaboradores.

RECOMENDACIONES

Dentro de un proyecto tan ambicioso como este, siempre se desea que esté expuesto a cambios, mejoras y modernización, en el campo de innovación. Para que sea efectivo

debe contar con personal altamente especializado, con estudios previos y con un carácter de especialidad avanzado. Considerando lo anterior:

- Se debe incorporar una página web y utilizar redes sociales, donde los clientes puedan involucrarse antes de su visita al local, que sea visualmente atractiva y competitiva.
- Se recomienda dar exposición al nuevo local por medio del Instituto Nacional del Café (ICAFFE), a través de convenios en los cuales se contrate a sus baristas titulados.
- Estudiar sobre el impacto que puede tener la factibilidad de realizar un anclaje con los productores para la visita a sus micro beneficios.

Se sugiere hacer alianzas estratégicas con entes públicos (ICT, ICAFFE) y privados (agencias de viajes, hoteles, entre otros) para la promoción de la empresa.

- Otra recomendación sería incluir más productores y realizar retroalimentaciones e implementaciones mensuales; esto se puede lograr creando eventos para la propagación de productos a base de café y ferias, o simplemente campeonatos internos entre productores para incentivar la mejora en los productos.

La información utilizada en este estudio ha sido fundamental para la validación del trabajo, no obstante, se aconseja detallar un plan de crecimiento con inversionistas, tomando en cuenta alianzas con productores.

CAPITULO VI: PROPUESTA

Propuesta

Se instalará un establecimiento en el Centro Comercial Tournón donde se brindará un servicio de consumo de café especializado, para ello se contará con personal capacitado como lo son los baristas; se estima que se contara con 3 personas laborando, de igual manera contaremos con trabajadores indirectos como lo son los productores; ya que se les

ofrecerá un espacio donde podrán permanecer y vender su producto en la instalación esto con el fin que el productor conozca e interactúe con su comprador directo.

Se eligió esta ubicación ya que se encuentra cercano a Centro De Atención Telefónica como lo es Amazon, Centro Corporativo el tobogán, instituciones como lo son Recope, diario La República, Cámara de Comercio de Costa Rica, Universidades como lo es la ULACID, esto nos da una visión de la constante visita de clientes que se pueda proyectar.

La temática que se llevara a cabo será para que un día a la semana cada caficultor que sea proveedor del centro de consumo tenga la oportunidad de interactuar con los clientes, baristas y si lo desea preparar el café, esto servirá para el crecimiento del personal, clientes y el productor.

El productor tendrá a su disposición métodos de infusión, máquina de espresso, molino e insumos para la elaboración de diferentes tipos de bebidas. Se les establecerá un día en específico a cada caficultor, ya que ese día solo se elaborarán bebidas a base del café de ese mismo productor, para así incentivar la venta de su producto.

Objetivo

La iniciativa nace debido a la evolución del costarricense por conocer y evidenciar todo el trayecto de los productos que se consumen y en este caso sobre el popular grano de oro, que en los últimos años ha surgido la tendencia de tomar un buen café.

Cotizaciones

Local

Se realizó una visita al centro comercial Tournón, donde se nos comunicó que contaban con dos locales en alquiler: uno de 60m² por un costo de alquiler de \$1380 mensuales y otro de 232m² por un costo de \$5336 mensuales, los cuales incluyen mantenimiento. En las cercanías de estos locales se encuentra una cafetería *Los Sueños Café*, la cual no se verá afectada, ya que el contexto de los locales es muy distinto.

La hora de apertura es a las 7:00am, lo cual es una hora accesible a nuestras necesidades y su hora de cierre es a las 22:00pm; cuenta con seguridad y parqueos.

Mobiliario

Maquinaria e insumos

Distribuidora Espresso S.A.

COTIZACIÓN

Radial Lindora, del puente Virilla 100 m.

Norte - 150 m. Oeste, San Rafael, Alajuela, Costa Rica.

Cotización # Cédula Jurídica. 3-101-419596

Tels: +506 2239-0100 /+506 2239-4519

servicio@espresso.cr

BAC

Cuenta Colones: 906648704

Cuenta Cliente: 10200009066487046

Cuenta Dólares: 906648696

Cuenta Cliente: 10200009066486963

BNCR

Cuenta Colones:100-01-037-005704-7

Cuenta Cliente: 15103710010057048

Cuenta Dólares: 100-02-037-600798-5

Cuenta Cliente: 15103710026007986

Cliente: Vanessa Jiménez Ureña

Método de Pago Validez Contado

Ventas 18/03/2020

Máquinas

Cod	Descripción	Cantidad	Precio	Total
LM-012	Máquina Espresso La Marzocco, Modelo Línea, Semiautomática, grupos, 220 V, 60 Hz.	1	7,500.00 USD	7,500.00
MHK-007	Molino Mahlkonig, Modelo E65S, Color negro, 110 V 60 HZ	1	2,650.00 USD	2,650.00

Insumos

Cod	Descripción	Cantidad	Precio	Total
KE-032	DaVinci Clásico Maracuyá 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-024	DaVinci Clásico Amaretto 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-025	DaVinci Clásico Avellana (Hazelnut) 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-029	Clásico Crema de Menta 750 ml	1	USD 9.20	COL 5,382.00
KE-030	DaVinci Clásico Crema Irlandesa 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-033	DaVinci Clásico Licor de Cafe 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-037	DaVinci Clásico Concentrado Te Chai 750 ml	1	USD 10.50	COL 6,142.50
KE-036	DaVinci Clásico Fresa 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80

KE-031	DaVinci Clásico Cereza (Cherry) 750 m	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-028	DaVinci Clásico Caramelo 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-027	DaVinci Clásico Zorzamora 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-026	DaVinci Clásico Coco 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-023	DaVinci Clásico Kiwi 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-022	DaVinci Clásico Durazno 750 ml.	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-019	DaVinci Clásico Mango 750 ml	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-020	DVG PL CHOCOLATE 750 X 4	1	USD 8.08	COL 4,726.80
KE-083	DVG PL SF VAINILLA 750 X 4	1	USD 9.11	COL 5,329.35
KE-084	Red Velvet Cake DVG 750 ml. (750/6)	1	USD 7.98	COL 4,668.30
KE-081	Oregon Chai Original 1.3 kg	1	USD 32.15	COL 18,807.75
KE-077	Oregon Chai Manzana-Canela 1.3 Kg (Unidad)	1	USD 32.15	COL 18,807.75
KE-078	Base para Frappes en polvo, Frappease Neutro Original, BOLSA 1.3 KG	1	USD 21.85	COL 12,782.25

KE-071	Base para Frappes en polvo, Frappease 1 Yogurt, BOLSA 1 KG	USD	COL
		26.21	15,332.85
KE-070	Salsa de Caramelo DaVinci Gourmet 1/2 1 Galón (64 oz)	USD	COL
		21.80	12,753.00
KE-007	Salsa de Chocolate Blanco DaVinci 1 Gourmet 1/2 Galón (64 oz)	USD	COL
		19.70	11,524.50
KE-006	Salsa de Chocolate Oscura DaVinci 1 Gourmet 1/2 Galón (64 oz)	USD	COL
		18.98	11,103.30

Mesas y muebles del local

Mueblería Cordero

Factura proforma

Descripción	Costo
1 mueble de madera de pino chileno con sobre de granito de 3.5x90	650.000.00
1 mueble en melamina de 3.5x90	500.000.00
10 juegos de mesa con 4 sillas en madera de ciprés, con acabado rústico	1,450.000.00
TOTAL	2,600.000.00

Compra de café

Se cuenta con una serie de productores dispuestos a colaborar y vender su café en el local, lo cual sería complementario. Los principales productores son Micro Beneficio la Chumeca, Café Sol Naciente, Café Juanachute, Hellmund Café. Los precios se determinan a la hora de hacer la negociación.

REFERENCIAS

Aguirre N., Jorge A. Leal, Martín Rendón, Julio Soto, Raúl (2018) *Estudio de factibilidad para el establecimiento de un “Coffee shop” de especialidad en la ciudad de Guatemala*
<http://hdl.handle.net/11036/6221>

Cartin, M. (2017) *Barrio Tournòn... su historia!*
<https://micostaricadeantano.com/2017/11/06/analisis-historico-barrio-tournon-hipolito-tournon/>

Cursos Baristas Café. (2013). <https://cursosbaristacafe.com.mx/blog/barismo/metodo-de-extraccion-con-sifon-japones/>

Díaz, E. y Núñez, Jimena. (2015). *Estrategias de una marca sectorial para el crecimiento de las exportaciones del café peruano para las próximas décadas.*
<http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10773>

Farfan, F. (2016). *Sombríos transitorios para el establecimiento del café.*
<http://biblioteca.cenicafe.org/handle/10778/710>

Universidad de Colima, México (2020). *Diseño de la investigación-acción.*
https://recursos.ucol.mx/tesis/investigacion_accion.php

Recalde, E. y Diego, J. (2015). *Denominación de origen en productos primarios. (Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador)*
<http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/4637>

G. Yudice. (2002). *El recurso de la cultura.* Barcelona, [archivo pdf].
<https://es.scribd.com/document/159070003/El-Recurso-de-La-Cultura-G-Yudice>

Gaucin Dario.(2012),*El economista, artículo*
(http://www.academia.edu/download/35172325/Tendencias_en_el_consumo_del_cafe_imp_rimirr.docx)

Hernández, S, Fernández, R y Baptista, L, (2016). *Metodología de la investigación.*

<http://www.academia.edu/download/38911499/Sampieri.pdf>

Instituto Nacional del Café (ICAFFE). (2015). Costa Rica.

https://www.google.com/search?sxsrf=ALeKk03oiQp2OD8cjDw82eRp4LE3ZZG1%A1583729332112&source=hp&ei=tMplXsDWBMnH_QaX64_4BA&q=icafe&oq=icafe&gs_l=psy-ab.1.0.0i10.2986.4229..6899...1.0..0.409.1161.0j2j0j1.....0....1..gws-wiz.....0i131j35i39.gi2SQI9HAng#

International Coffee Organization (2019).

http://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp

Metodología de la preparación de filtrados. (2017).

<https://es.scribd.com/document/375061212/Que-Metodo-de-Filtrado-Es-Mejor-Para-Ti-Perfect-Daily-Grind>

Murillo, A. (2016). *Análisis del proceso de comercialización del café orgánico y su incidencia socioeconómica en el cantón de Santa Ana (periodo 2015-2016)*.

<https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/30>

Ochoa, C. (2015). *Muestreo no probabilístico: muestreo por conveniencia*.

<https://www.netquest.com/blog/es/muestreo-por-conveniencia/>

Ochoa, C. (2015). *Muestreo probabilístico o no probabilístico*.

<https://www.netquest.com/blog/es/author/carlos-ochoa>

Origen del café (2018), <https://sevilla.abc.es/gurme/productos/el-origen-del-cafe/>

Cerquera, O; Orjuela, C. *Revista Finanzas y Política Económica, artículo El acompañamiento institucional en el desarrollo del sector cafetero colombiano* (2015). pp. 169-191.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5343097>

Rueda, A. (2019). *Proponen declarar el café como nuevo símbolo nacional*.

<https://www.ameliarueda.com/nota/proponen-declarar-cafe-nuevo-simbolo-nacional>

Salazar, F. G. (2019). <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2817>

Specialty Coffee Association, aeropress (2012). <https://www.dorigencoffee.es/guias-de-extraccion/aeropress/>

APÉNDICE A: Público General

Nombre: _____

Sexo: F__ M__

Rango de edad:

___ 18-20

___ 21-30

___ 31-40

___ 41 o más.

1. ¿Conoce usted el concepto de café de especialidad? Explicar

2. ¿Cuántas veces ha visitado cafeterías de especialidad?

___ 1 vez al mes

___ más de 2 veces al mes

___ 5 hasta 10 veces al mes

3. ¿Cuál es su prioridad a la hora de comprar un café para el consumo de su hogar? ¿Por qué?

4. ¿Cree usted que el costarricense es culturalmente educado, en relación con el café? ¿Por qué?

5. ¿Asistiría usted a una cafetería de especialidad en el centro comercial Tournón?

6. ¿Cuántas tazas de café consume al día?

___1

___2

___3

___4

___5

7. ¿Conoce la diferencia entre café de especialidad y café comercial? Explique

8. ¿Cuánto pagaría por una bolsa de café Gourmet?

9. ¿Cuánto pagaría por una taza de café de especialidad?

10. Conoce usted el concepto de barista? ¿Explique?

APÉNDICE B: Productores

Nombre_____

Empresa_____

Años en el Mercado_____

1. ¿Cuál fue la necesidad de crear una empresa?

2. ¿Por qué se involucró en el mundo del café?

3. ¿Cuál ha sido su trayectoria conforme a los bajos y altos a lo largo de la trayectoria para llegar a la estabilidad?

4. ¿Qué proceso conlleva tener un café de especialidad?
5. ¿Considera usted que es estable una cafetería de especialidad en la ruta 32?
6. ¿Cuál es la diferencia entre un café de especialidad y uno comercial?

APÉNDICE C: Cafeterías de Especialidad

Nombre de la empresa: _____

Fecha de apertura: _____

1. ¿Qué fue lo que lo inspiró a emprender una cafetería de especialidad?
2. ¿Qué tan factible es contar con una cafetería de especialidad?
3. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?
4. ¿Cuál fue su mercado meta en cuanto a objetivos?
5. ¿Qué técnicas implementan a la hora de introducir al consumidor en el mundo del café?
6. ¿Cuál es la importancia de la culturalización del café en Costa Rica?
7. ¿Qué variables se toman en cuenta a la hora de crear una cafetería de especialidad?
8. ¿Qué papel juegan los caficultores en su local?