



El café del verano

El creciente interés de los jóvenes por el café está favoreciendo la aparición de nuevas bebidas entorno a este producto, primando en todas ellas las características que más encajan en el paladar de los más jóvenes

La canción del verano, el culebrón del verano, el fichaje del verano... y ahora, también, ¡¡¡el café del verano!!! La creciente aparición de establecimientos especializados en la preparación y servicios de café y el también creciente interés de los consumidores por este producto ha favorecido que este año podamos hablar ya del café del verano, unas preparaciones que por su alto grado de aceptación popular en estos meses de canícula extrema se han hecho un hueco en la carta de muchos establecimientos de café de diferentes partes del mundo.

Nos referimos, por ejemplo, -seguro que muchos lo habrán adivinado ya - al famoso cucurucho de café de Dayne Lavinrad, el barista sudafricano que desde su cafetería en Johannesburgo ha conseguido llamar la atención de la propia CNN, después de que la cadena descubriera más de un millón de fotos del café en cucurucho de helado de Lavinrad.

#coffeinacone

El café en cuestión se compone de un cono elaborado con cuatro capas de chocolate sólido y una de barquillo con el mismo formato que el de un cucurucho de helado convencional. La bebida se presenta en su interior coronada, siempre con un bonito diseño de latte art. La estructura del cono permite un tiempo aproximado de 10 minutos para la degustación, momento a partir del cual, las capas de chocolate empiezan a derretirse y mezclarse con el café, aportando a la bebida un nuevo sabor.

El barista sudafricano lanzó su "invento" poco antes del verano y en meses ha conseguido que su #coffeinacone sea el café más popular de Instagram, también de su ciudad y país. Los clientes, asegura, le llegan ya de fuera de Johannesburgo y el interés por su café en cono ha hecho que haya patentado incluso su receta,

la cual, recuerda, ideó con su madre en un intento de ofrecer algo nuevo y diferente que hiciera de su cafetería, recién inaugurada en enero de este año, una alternativa con personalidad propia en su ciudad, la más grande y poblada de Sudáfrica. "Siempre parece imposible hasta que se hace", escribe Lavinrad en su cuenta de Instagram The Grind Coffee Company

El "invento" del barista sudafricano ha corrido como la pólvora y en ciudades como Los Angeles la competencia entre algunas cafeterías por servir el mejor café en cono ha sido feroz estos meses. Alfred Coffee parece haber ganado la batalla y lo ha hecho con una versión personalizada del cono, de formato menor y servido en plato.

Nitro Café

Otra moda viral y veraniega que ha pegado fuerte estos últimos meses de canícula extrema, ha sido el nitro café, el café frío combinado con nitrógeno, del que ya dábamos cuenta en la sección tendencias de nuestro anterior número.

El "Nitro Café" es una bebida refrescante, ideal para tomar en cualquier momento del día, con el aspecto de una cerveza y el sabor de un café. La personalización de la bebida depende del tipo de café elegido para realizar la extracción en frío, base de la preparación, a la que se le añade el nitrógeno líquido para conseguir el aspecto y sabor característicos de esta receta.

El Nitro Café se sirve en lata, envasado al estilo de un refresco gaseoso convencional o desde un grifo tipo cerveza, resultando en copa -no se sirve en taza, una bebida más suave que un café espresso convencional, más ligera y más dulce, con una consistencia cremosa y suave fruto del efecto del nitrógeno líquido.



Cold Brew Coffee, y Raf

Y todavía daremos cuenta de dos bebidas más de café que han triunfado este verano, el Cold Brew Coffee, y el Raf.

El primero, se ha revelado para muchos como una bebida nueva e innovadora, aunque lo cierto es que ya existe constancia de la patente de un sistema de preparación de café en frío en 1952. La novedad más grande del momento, pues, no sea su preparación pero si su presentación, en botellines de diferentes medidas y diseños realmente atractivos y muy llamativos.

Para preparar el café frío, este se extrae a temperatura ambiente y no con agua caliente, como suelen hacerse todas las otras infusiones. El café permanece en contacto con el agua durante mucho más tiempo – de 5 a 20 horas, según el equipo utilizado. Ano estar esta caliente, la disolución de las partículas de café se demora mucho más e incluso algunas de ellas no llegan a disolverse.

El resultado es un café más dulce y complejo, con poca acidez – en algunos casos hasta un 70% menos- lo que permite a la lengua poder percibir mejor el resto de atributos del café, que afloran en forma de agradables notas de sabor. Las notas amargas, en este escenario, desaparecen ya que al no someter al café a alta temperatura, los aceites no se liberan lo cual evita la aparición del amargor. El sistema de extracción en frío también da como resultado tazas con menos cafeína, siendo la sensación global, la de estar un un whisky aguado, que parece liviano, pero también tiene cuerpo.

Y por último comentar también, la buena acogida del Raf, una preparación de origen en Rusia, la única caliente de las cuatro mencionadas en el presente artículo pero que por su dulzura y sabor ha sido también capaz de aparecer rotulada en más de una pizarra de establecimientos de café de todas partes

del mundo, de Australia a Estados Unidos, pasando por Corea o Inglaterra.

La preparación en cuestión consiste en un combinado de un shot de espresso, dos cucharaditas de azúcar, una convencional y otra de vainilla y unas gotas de crema de leche, todo emulsionado con la lanza de vapor de la máquina de café espresso. El resultado es una bebida dulce y agradable al paladar, generalmente servida en tazas tipo mug, acompañadas con alguna galleta o bombón.

El Raf ya cuenta con su propia colección de fotografías y pósters en bancos de imágenes de venta por Internet y numerosas nuevas versiones e la bebida, la cual ha demostrado aceptar muy bien, los siropes y jarabes entre sus ingredientes.

Y si a todas estas bebidas debemos buscarles un denominador común, este no es otro que su público objetivo, jóvenes que buscan y quieren una experiencia con el café diferente a la de generaciones anteriores. En su mayoría huyen de las preparaciones negras, fuertes y amargas y buscan cafés mucho más suaves, aromáticos y sobretodo dulces.

Todas estas preparaciones cumplen los parámetros y confieren además a sus consumidores un punto de diferenciación y originalidad vital para una generación que cuenta todo lo que hace y comparte sus gustos y criterios a través de las redes sociales, donde les gusta, además, mostrar y demostrar que están a la última en todas las experiencias de consumo,... tecnología, ocio, y también café.

Y como muestra de este interés creciente, las cifras que indican que a nivel mundial, el grupo de consumidores que más está creciendo es el de edades comprendidas entre los 18 a los 27 años, dibujando un panorama alentador sobre las oportunidades de mercado, tanto para los tostadores como para baristas y hosteleros.

Marc Muñoz