



Cafeteritos Club de Café

Tradicionalmente el Café ha sido considerado una bebida solo para adultos, sobretodo fuera de los países productores. En los últimos tiempos, sin embargo, la proliferación de ofertas de bebidas, sobretodo frías, granizados y, también, de combinados de coctelería con café han empezado a atraer a un público más joven

Esta proliferación, finalmente se ha convertido en una estrategia que está marcando tendencia en muchas marcas que buscan en este segmento de población un nuevo nicho de clientes. En esta tarea hay quien va un paso más allá, y rebajando la edad de los nuevos consumidores se dirige a un público mucho más joven, al público infantil. Este es el caso de Cafeteritos Club de Café, una iniciativa colombiana impulsada por el barista John D. Chiquito conocido como "Jon Dech" y su establecimiento, Jon Dech Café, especializado en la venta de cafés de origen.

"Al comprobar en nuestra cafetería la gran aceptación que tienen entre los niños las bebidas de café, y más específicamente los cappuccinos, empezamos a ofrecer a los pequeños información sobre la función y la importancia del barista, enfatizando, además, la contribución de cada uno de los actores de la cadena del café en la consecución de una buena taza de café", explica Jon Dech.

"Enseguida comprobamos el interés que despertaban estos temas y otros como la preparación de un sifón japonés, una chemex, un dripper v60,... y no sólo en los niños, sino en toda la familia!", continua el barista, "ver a un niño disfrutar de un café filtrado o un cappuccino, nos dio pie para crear una serie de charlas dirigidas a los más pequeños y enfocadas a explicar la ardua labor del caficultor, del tostador, del catador y del barista".

Actualmente, Cafeteritos Club de Café tiene ya una estructura bien definida y desde el mes de julio cuenta con un programa regular de formación. El club está dirigido a ni-

ños de 6 a 15 años que por medio de una serie de 4 talleres pedagógicos aprenden sobre siembra y cosecha; procesos del café; selección de defectos; transformaciones físicas y químicas del grano,... etc. Además, en estos talleres se introduce a los niños en la catación de café, a través del descubrimiento de los sabores y aromas básicos y, también, se les enseña las técnicas de preparación del espresso, el cappuccino y de diferentes sistemas de café filtrado.

Cada taller tiene una duración de 3 horas, al final de las cuales, se entrega a los niños un certificado de asistencia, una camiseta y su carnet como miembro del club, que les otorga, entre otras ventajas, un descuento en la compra de productos del establecimiento y el derecho, también, a participar como ayudantes en siguientes cursos. "El proyecto está enfocado a generar cultura de café entre los más pequeños. Es increíble que siendo el país productor del café más suave del mundo, nosotros, los colombianos, sepamos tan poco de café. Nuestro objetivo es educar el paladar de los futuros consumidores de café resaltando el trabajo de cada uno de los actores de la cadena. Entre los proyectos más inmediatos está cerrar alianzas con otras empresas que nos permitan organizar salidas a los cafetales con los niños y poder así vivenciar lo explicado en los talleres", asegura Jon Dech, quien concluye, "Cafeteritos Club de Café es una iniciativa totalmente gratis para las familias. Todos los gastos los cubrimos nosotros como aporte de responsabilidad social de nuestra empresa, Jon Dech Café, para conseguir una mejor cultura de café en Colombia y por qué no en el mundo".



Consumo de café entre niños y adolescentes

Según una información publicada a mediados de este año por la agencia de comunicación especializada en temas de salud, HealthDay News, alrededor de un 14% de los niños de dos años de la ciudad de Boston (Estados Unidos) y un 2,5% de los de un año, consumen café de forma habitual. Los datos se desprenden de una investigación en la que se ha analizado los hábitos de consumo de 315 madres y sus bebés y en la que se recoge, también, que los menores de familias hispanas son más propensos que los de madres no hispanas a beber café, y las niñas más aficionadas que los niños. Según el estudio, a edades tempranas, como la de dos años, la media de consumo se situaría en tres centilitros diarios. "Nuestros resultados muestran que a muchos bebés de Boston (y quizá de EE.UU.) están consumiendo café, y que esto podría estar asociado con prácticas culturales", concluye en un comunicado de prensa del Centro Médico de Boston la investigadora principal del estudio, Anne Merewood. En cualquier caso, el estudio constata el crecimiento generalizado de consumo de café en este país, donde, grupos de referencia como los integrantes de la llamada Generación del Milenio ("millennials" en inglés, la generación de 18 a 24 años, más educada, mejor conectada tecnológicamente y que valora sobremanera la identidad), han registrado un crecimiento acelerado de su demanda de café por encima del 10% (de 2,3 tazas al día a 3,3) entre 2013 y 2014, un porcentaje muy por encima del conseguido por el resto de rangos de edades.

Pero no sólo en Estados Unidos está creciendo el consumo de café entre los más pequeños y jóvenes, sino que también lo está haciendo en países tan distantes como Australia, Camboya o Etiopía. De hecho, en Australia, a día de hoy, ya un 15% de los adolescentes toman habitualmente un café con leche por

la mañana, mientras que un pequeño pero creciente porcentaje de niños a partir de 2-3 años de edad también han incorporado el café en el desayuno. En España, y según un estudio realizado por la empresa Quota Reserch para el Centro de Información Café y Salud, la edad de inicio de consumo de café suele ser, o bien, en la infancia, a partir de los 5 años (29%), o ya mucho más tarde, en la universidad (34%).

Entre las razones que los expertos identifican como promotoras de la popularización del consumo de café entre las edades más tempranas, en este caso entre los teenagers, destacan la vinculación de esta bebida con nuevos conceptos ligados a la exclusividad, glamour, modernidad y nuevas experiencias de consumo de café en cafeterías de ambiente cool, en las que los jóvenes llegan, e sientan, piden su café y disfrutan entretanto de servicios como la conexión gratuita a internet.

Según el resultado de algunas encuestas, como la realizada por la empresa Synovate de Colombia, los jóvenes entre 18 y 24 años perciben el café como una bebida actual y moderna, y no tienen prevenciones en temas de salud. Reconocen que les gusta ir a las tiendas de café y consideran la bebida como estimulante, al tiempo que valoran su sabor y tienen en cuenta el producto que consumen. El estudio también concluye que prefieren por igual el café frío y el caliente, algo que, sin duda, han aprovechado diversas firmas que acorde con este gusto de los más jóvenes y también su preferencia por alimentos fáciles de preparar, han lanzado al mercado nuevas bebidas lácteas con sabor a café listas para consumir, bebidas de café instantáneas para preparar y consumir en agua o en leche fría, y bebidas instantáneas de café helado con sabor frutal. Otras estrategias para atraer más clientes jóvenes son la elaboración de productos premium, la innovación en envases, el desarrollo de productos alternativos con café y, también, estrategias de educación en cultura del café como la presentada en estas mismas páginas.