



Figura 136. App Catación Pública Horarios. Autoría propia (2017)

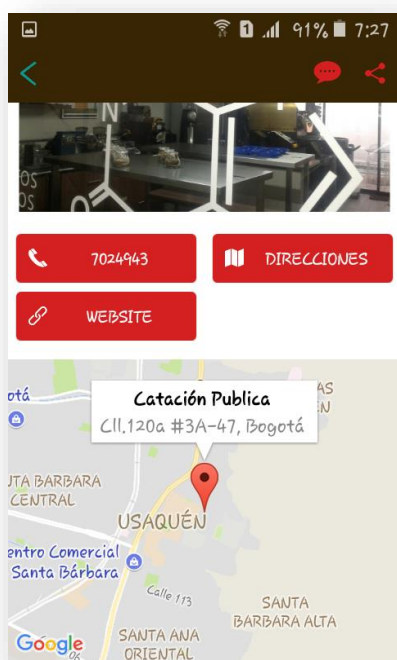


Figura 137. App Mapa Catación pública. Autoría propia (2017)



Figura 138. App Café de la Fonda. Autoría propia (2017)

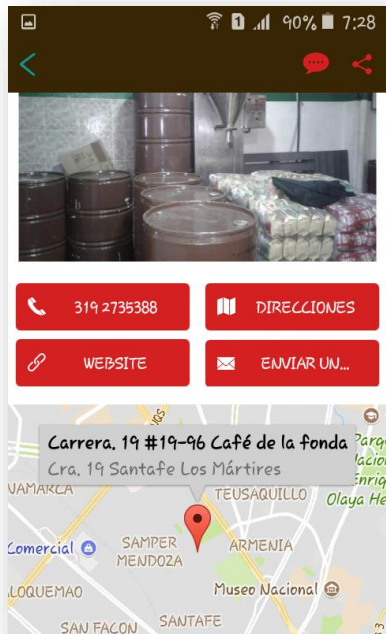


Figura 139. App Mapa Café de la Fonda. Autoría propia (2017)

Conclusiones

Después de realizar los recorridos por las localidades, encontramos 10 establecimientos en total que ofrecen productos cuyo componente principal es el café, lo cual no es un número representativo para localidades tan grandes con un significativo número de habitantes que se constituyen en una posibilidad de consumo masivo teniendo en cuenta la cultura cafetera que hay en Colombia.

Las personas que asisten a establecimientos especializados en café tienen tendencia a consumir productos desarrollados a través del “arte latte”, lo cual no significa que se haya dejado de consumir el café tradicional.

Es notorio la asistencia de extranjeros a este tipo de establecimientos, ya que la calidad del café colombiano es reconocida a nivel mundial, sin embargo, la mayoría de consumidores son colombianos que disfrutan todas las posibles preparaciones que se pueden efectuar con el café.

Después de identificar los establecimientos de cada localidad, podemos concluir que Chapinero es la localidad que cuenta con más cafés en un número de seis, le sigue la localidad de los Mártires con dos cafés, a continuación, la localidad de la Candelaria y Usaquén con un establecimiento respectivamente.

Los productos ofrecidos en las localidades mencionadas cuya base es el café, se caracterizan por una variedad de posibilidades, entre las cuales podemos mencionar cafés de diferentes orígenes del país, no se encuentran productos extranjeros. En cuanto a los métodos de preparación, se encuentran la prensa francesa, chemex, syphon, Kioto japonés, entre otros. Como instrumento virtual del proyecto de grado se elaboró una página donde se encuentra información general de cada uno de los establecimientos visitados, cursos que se ofrecen al público, algunos lugares permiten al consumidor un encuentro directo con todo el proceso del café, lo que se convierte en una experiencia novedosa y enriquecedora para el público.

Recomendaciones

Se recomienda a quien corresponda, implementar más actividades culturales para aprender de este maravilloso mundo, utilizando medios como cartillas, guías, Apps, tours, ya que la cultura cafetera es muy extensa y un porcentaje alto de las personas cuenta con un conocimiento vago este aspecto colombiano que no ha hecho conocidos en todo el mundo.

Después de visitar muchos establecimientos para el consumo del café pudimos detectar el enorme potencial que tiene el barismo y la aceptación en la clientela, por consiguiente, pensamos que sería importante que la Uniagustiniana entre las asignaturas que brinda en la Tecnología en gastronomía incluyera el barismo parte del pensum académico.

La tecnología hace parte activa de nuestra vida, por esta razón, recomendamos que los estudiantes tengan conocimiento acerca de las principales aplicaciones relacionadas con el área de conocimiento propio, incluyendo herramientas para la creación de Apps.

El café en todas sus presentaciones es un motivador para la socialización, sería importante que en todas las localidades de Bogotá se incentivara la promoción de este tipo de negocios para aumentar turismo y la degustación de un buen café.

Referencias

- Adams, J. L. (s.f.). Baqué café. Obtenido de <https://www.baque.com/es/especialistas-cafe/expertos-cafeteros/>
- Agroclima cenicafe. (octubre de 2017). Obtenido de http://agroclima.cenicafe.org/web/guest/boletin_agrometeorologico
- Arias, Delgadillo (2015), Juan Valdez: Resurgimiento de una marca, obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11618/AriasDaza-DanielaAlejandra-2015.pdf?sequence=6>
- Café de Colombia. (2010). Recuperado el 2017, de la gente del café http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/la_gente_del_cafe/
- Cano Carlos. (2012).
- Cenicafe (2001). Obtenido de http://www.cenicafe.org/boletin_cafetero
- Centro Nacional de Consultoría. (1993). Estudio sobre el Consumo del Café en Colombia, obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/Centro%20Nacional%20de%20Consultoria%20-%20Estudio%20sobre%20el%20consumo%20de%20cafe%20en%20Colombia.pdf>
- Colombiaco. (12 de julio de 2017). Recuperado el octubre de 2017, de El café de Colombia se posiciona entre los mejores del mundo gracias a la calidad de su origen y el arduo trabajo de los caficultores: <http://www.colombia.co/esta-es-colombia/todoloquenecesitassabersobrefeacolombia/>
- Delgado, C. G. (27 de diciembre de 2011). Catalunyaplants.
- García Carles (2011). Estudio de planta del café, coffea arábica. Recuperado de <http://www.catalunyaplants.com/planta-del-cafe-coffee-arabica/>
- Estudio de hábitos de consumo de café (2014), obtenido de <https://www.camaraarmenia.org.co/files/Estudio%20de%20h%C3%A1bitos%20de%20consumo%20de%20caf%C3%A9%20real.pdf>
- Federación nacional de cafeteros. (2010). Recuperado el 2017, de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre_el_cafe/el_cafe/el_cafe/

- Federación nacional de cafeteros. (octubre de 2015). Resolución 05 de de 2015. Recuperado el 02 de septiembre de 2017, de resolución 05 de de 2015: <https://federaciondecafeteros.org/static/files/RESOL05.pdf>
- Federación nacional de cafeteros. (septiembre de 2017). Recuperado de https://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/quienes_somos/gestion_estrategica/
- Suarez Santiago (2017). Guía turística de Bogotá. Recuperado el 2017, de <https://es.foursquare.com/explore?mode=url&near=Bogot%C3%A1%2C%20Bogot%C3%A1%20D.C.%2C%20Colombia&nearGeoId=72057594041616625&q=cafes>
- Jaramillo Esteban (01 de julio de 2007). Cenicafe. Obtenido de <http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/232/1/arc057%2804%29288-298.pdf>
- Jiménez C, (2 de febrero de 2015), artículo de prensa, obtenido de https://elpais.com/tecnologia/2015/01/31/actualidad/1422683962_006467.html
- Leguizamón, Orozco (2016), Caracterización del consumidor Bogotano de café ante el ingreso de Starbucks en el mundo On-Premise, obtenido de <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/1598>
- Macek, M. Zona diet bebidas. Recuperado el 2017, de café: <https://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>
- Martín Gotteland, S. d. (junio de 2007). algunas verdades sobre el café. Rev Chil Nutr, Vol. 34(Nº2). Obtenido de Rev Chil Nutr Vol. 34, Nº2, junio 2007 págs.: 105-115.
- Márquez-villacorta1, (12 de mayo de 2018). artículo de investigación científica y tecnológica. obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v16n2/1692-3561-bsaa-16-02-00067.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección (2014). Recuperado el 12 de marzo de 2014, <https://www.minsalud.gov.co>
- Molina O, (2016). Recorrido por las Tiendas de Café de Especialidad de Bogotá. Obtenido de <https://www.perfectdailygrind.com/2016/12/recorrido-por-las-tiendas-de-cafe-de-especialidad-de-bogota/>
- Ortiz A (2013). Artículo de prensa. Obtenido de <https://www.itespresso.es/tripadvisor-viajes-paginas-stephen-kauffer-116096.html>
- Pérez, R. L. (17 de febrero de 2017). Artículo de prensa Portafolio. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/colombianos-toman-mas-cafe-que-te-503495>

- Duarte José (2018), Estudio de localidades que impulsan el turismo. Obtenido de <https://www.publimetro.co/co/noticias/2018/07/31/las-cuatro-localidades-que-mas-impulsan-el-turismo-en-bogota.html>
- Roca, Sequera (2017). Modelamiento de mercado para determinar las características y tendencias del consumidor de café en la población millennial bajo el concepto de café móvil en la localidad de Chapinero de Bogotá D.C., obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/4773>
- Rubira, Francisco, recuperado 2018, artículo de prensa, obtenido de <https://www.elconfidencialdigital.com/opinion/francisco-rubira/Foursquare-sirve/20130729102400107565.html>
- Vergara, P. J. (s.f.). las tres tazas. Recuperado el 2017, de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/literatura/cosiv/cosiv23a.htm>