

**Puntos representativos de café en las localidades de Candelaria, Chapinero, Usaquén  
y Mártires**

Daniela Stephanía García Casas  
Brahiam Mateo Herrera Zipacón

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura  
Programa de Tecnología en Gastronomía  
Bogotá, D.C  
2017

**Puntos representativos de café en las localidades de Candelaria, Chapinero, Usaquén  
y Mártires**

Daniela Stephanía García Casas  
Brahiam Mateo Herrera Zipacón

Codirectora  
Calderón Ruiz Diby Johana

Directora  
Lic. Garavito Najas Jenny Zorayda

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnólogo en Gastronomía

Universitaria Agustiniiana  
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura  
Programa de Tecnología en Gastronomía  
Bogotá, D.C

2017

## Resumen

El proyecto consiste en la realización de una Herramienta de café para la ciudad de Bogotá, actualmente capital de Colombia enfocada en las localidades de Usaquén, Chapinero, Candelaria y Mártires; elegidas de acuerdo a la información suministrada por el Instituto Distrital de Turismo quien menciona que estas localidades son las de mayor afluencia turística y cuentan con un destacado sector gastronómico.

La aplicación contiene datos importantes de los negocios destacados de estas localidades, que ayuden a profundizar en la cultura cafetera de Colombia, donde encontraremos tipos de café de origen, técnicas de preparación de café y experiencias de café.

La siguiente investigación se llevó a cabo a través instrumentos como observación, documentación y encuestas, realizadas en puntos representativos de café, para amantes del café, personas consumidoras de café, y empleados de dichos puntos; donde los instrumentos empleados ayudaran en la descripción y formación de esta herramienta, en la cual, cualquier persona interesada en el tema de café, lo use como referencia en cada punto representativo del café y aprenda cada experiencia que le ofrece.

La cultura cafetera está plasmada desde diferentes puntos de vista cuando se visitan los establecimientos aquí mencionados, manteniendo viva nuestra herencia cafetera.

*Palabras clave:* cultura cafetera, técnicas de preparación del café, tipos de café, caficultura, año cafetero.

## Glosario

**Arte latte:** dibujar figuras sobre la superficie, de un café expreso. (Moldavaer, 2015)

**Barista:** Persona profesional experto con conocimientos, capaz de aconsejarnos, sobre cómo preparar el café de una forma que no solo nos aporta cafeína, sino que además hace que su sabor sea interesante, excitante y, lo más importante, bueno. (Moldavaer, 2015)

**Café:** granos obtenidos de unas plantas perennes tropicales (cafetos), morfológicamente muy variables, los cuales, tostados y molidos, son usados principalmente para preparar y tomar como una infusión. (Federación Nacional de Cafeteros, 2010)

**Café de origen:** término usado usualmente para referirse a un café de un único país. (Moldavaer, 2015)

**Cafeína:** La cafeína (1,3, 7-trimetilxantina) es una de las tres metil-xantinas presentes en el café junto con la teofilina y la teobromina. Este alcaloide actúa como estimulante del sistema nervioso central y se encuentra presente también en forma natural en el té y el cacao. (Gotteland, 2007)

**Cafeto:** es un arbusto perenne cuyo ciclo de vida, cuyo ciclo de vida en condiciones comerciales alcanza hasta 20-25 años dependiendo de las condiciones del cultivo.

**Cenicafé:** Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cano, 2012)

**Coffea:** Es el género de árbol con flor, que da paso en su maduración a los granos de café. (Moldavaer, 2015)

**Evapotranspiración:** es la cantidad de agua evaporada desde una superficie de terreno cubierto totalmente con un cultivo (Jaramillo, 2007)

**Expreso:** extracto puro del café, por medio de una bomba de presión. (Moldavaer, 2015)

**FNC:** federación nacional de cafeteros (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

**Maquina expreso:** equipo utilizado para producir extractos de café, por medio de la presión de una bomba, que impulsa el agua a través del café, para extraer los solubles deseados. (Moldavaer, 2015)

**Mezcla:** es una combinación de granos de café de todo el mundo. (Moldavaer, 2015)

**Practica respetuosa:** cuando los granos de café, siendo de origen o de mezclas, han sido bien cultivados y procesados, debidamente transportados, y tostados respetando sus aromas intrínsecos. (Moldavaer, 2015)

## Tabla de contenidos

Introducción .....	8
1. Problema de investigación .....	9
1.1 Planteamiento del problema .....	9
1.2 Delimitación del problema .....	9
2. Objetivos.....	10
2.1 General.....	10
2.2 Específicos.....	10
3. Justificación .....	11
4. Marco referencial .....	12
4.1 Marco teórico.....	12
4.1.1 Aporte energético y de nutrientes.....	12
4.2 Antecedentes investigativos .....	13
4.2.1 Título: “Las tres tazas”.....	13
4.2.2 Título: Estudio sobre el consumo de café en Colombia.....	13
4.2.3 Título: Aplicación “FourSquare”.....	13
4.2.4 Título: Recorrido por las Tiendas de Café de Especialidad de Bogotá.....	13
4.2.5 Título: Caracterización del consumidor Bogotano de café ante el ingreso de Starbucks en el mundo On-Premise.....	14
4.2.6 Título: TripAdvisor.....	14
4.2.7 Título: App Yelp.....	14
4.2.8 Título: 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.....	15
4.2.9 Título: Estudio de hábitos de consumo de café.....	15
4.2.10 Título: Juan Valdez: Resurgimiento de una marca.....	15
4.3 Marco histórico .....	16
4.3.1 Historia del café.....	16
4.3.2 La institucionalidad cafetera en Colombia.....	18
4.4 Marco geográfico .....	19
4.4.1 Distribución de la cosecha.....	19

4.4.2 El café de Colombia. ....	22
4.5 Marco legal.....	23
4.5.1 Resolución 5 del 2015. ....	23
4.5.2 Reglamento de uso de café. ....	23
4.5.3 Ley 76 de 1927 Sobre protección y defensa del café. ....	23
4.5.4 Ley 76 de 1931 Provee el fomento de la industria cafetera. ....	23
4.5.5 Ley 11 de 1972 Por la cual se deroga el impuesto de exportación de café y se dictan otras disposiciones.....	24
5. Metodología del proyecto .....	25
5.1 Enfoque .....	25
5.2 Investigación descriptiva .....	25
5.3 Método a usar.....	25
5.4 Fase 1 Recopilación de la información .....	26
5.4.1 Formato de la encuesta. ....	27
5.5 Fase 2 Selección de localidades .....	32
5.6 Fase 3 Identificación de establecimientos por localidades .....	32
5.6.1 Localidad candelaria. ....	32
5.6.2 Localidad chapinero. ....	33
5.6.3 Localidad mártires.....	34
5.6.4 Localidad Usaqué. ....	34
5.7 Fase 4 Análisis de establecimientos.....	35
5.7.1 Localidad de la Candelaria. ....	35
5.7.2 Localidad de Chapinero.....	35
5.7.3 Localidad de los Mártires. ....	40
5.7.4 Localidad de Usaqué. ....	42
5.8 Fase 5 Elaboración del instrumento .....	42
5.8.1 Aplicativo. ....	42
6. Resultados .....	44
6.1 Resultados Fase 1 .....	44
6.1.1 Análisis de resultados de la fase 1.....	53
6.2 Resultados Fase 2.....	53

6.3 Resultados Fase 3 .....	54
6.3.1 Localidad La Candelaria. ....	54
6.3.2 Localidad Chapinero. ....	54
6.3.3. Localidad Los Mártires.....	54
6.3.4. Localidad Usaquén.....	54
6.4 Resultados Fase 4.....	54
6.4.1 Localidad de la Candelaria. ....	54
6.4.2 Localidad de Chapinero.....	62
6.4.3 Catación pública. ....	102
6.5 Resultados Fase 5.....	106
Conclusiones .....	110
Recomendaciones.....	111
Referencias .....	112

## **Introducción**

Colombia es un país en esencia de cultura cafetera, nuestras raíces giran en torno al café a ese fruto que posee aromas deliciosos y sabores placenteros, es una tradición que se nos ha dado a través de generación en generación, es una sutil descripción de amor, de familia, de hermandad, en definitiva, lo resume el título del libro “El café huele a cielo recién molido” (Adams, 2016)

Detrás de cada taza de café hay una historia, nuestros ancestros de origen campesino, en cualquier región del país inician su labor con un tinto, un café por método de filtrado o greca, un café negro muy ligero, de sabores y notas balanceadas.

Sin embargo a pesar que el café, nos representa ante el mundo, las personas en Colombia, especializadas en este tema, son muy pocas, y no debería ser así; debería ser al contrario, por tal motivo es necesario crear una herramienta para amantes del café, que incluya a nacionales y extranjeros, en el cual se puedan empapar de este maravilloso tema que es el café, donde puedan visitar estos centros representativos y llevarse grandiosas experiencias, tanto para amantes del buen café, como para aquellas personas que quieran especializarse y llegar a ser profesionales en este tema.

## **1. Problema de investigación**

### **1.1 Planteamiento del problema**

Colombia es un país con raíces cafeteras, hay que reconocer el arduo trabajo que implica llevar un café de calidad, del árbol, a la taza y entender la importancia de todos los procesos donde interviene el productor colombiano para obtener el café con las características de calidad con las que se distingue el Café de Colombia.” Dada las estructuras de las propiedades y el tamaño promedio de las fincas cafeteras colombianas, las labores de recolección y post cosecha las realizan los mismos productores, garantizando un compromiso especial con el producto que sale de su finca.” (Federación Nacional de Cafeteros, 2010)

En consecuencia, gracias a esta interacción se ha desarrollado una cultura de calidad asociada con el trabajo duro y casi artesanal obteniendo un café sobresaliente, de calidad superior. Pero en realidad muy poco sabemos sobre la cultura cafetera y como pudo llegar a nuestras casas esa maravillosa taza de café.

Bogotá, la capital de nuestro país cuenta con 20 localidades o distritos (algunas con mayor potencial turístico que otras), en las cuales hay diversidad de negocios dedicados a la venta y consumo de café en todas sus presentaciones, nacionales y extranjeros recorren estos sectores, es importante conocer los negocios representativos, los servicios que prestan y en general, cuál es su experiencia en el mundo del café, además sería interesante un instrumento virtual que les permitiera acceder a estos lugares encontrando una información general de los mismos.

¿Qué aportan estos establecimientos representativos entorno al mundo del café en las localidades de Bogotá?

### **1.2 Delimitación del problema**

Nuestro grupo objetivo son los establecimientos que brindan una experiencia del consumo del café más allá de lo tradicional, y que por consiguiente son emblemáticos en la localidad en donde se encuentren. Adicionalmente plantearemos una app que le permita a los usuarios ubicar estos establecimientos y los servicios que brindan.

## **2. Objetivos**

### **2.1 General**

Sectorizar puntos representativos del café que brinden información y experiencias en las localidades de Bogotá.

### **2.2 Específicos**

- Recopilar información sobre Consumo y oferta del café en Bogotá.
- Seleccionar las localidades con base en la influencia turística de Bogotá.
- Identificar los establecimientos de cada localidad.
- Analizar en cada establecimiento, los productos, métodos y experiencias entorno al café.
- Elaborar un instrumento o medio virtual de fácil publicación y acceso, en donde se recopilen los temas afines del café, en forma de App para celulares androide.

### **3. Justificación**

Con base en el planteamiento anterior, podemos entender el desentendimiento sobre la cultura cafetera en Colombia, es bastante grande, por tal motivo; decidimos ubicar las principales localidades de Bogotá, mencionando los establecimientos más representativos que realizan preparaciones de café, que sirvan como un referente para los adeptos de esta bebida, brindando más que una experiencia

Debido a que Bogotá es una ciudad en donde confluyen nacionales y extranjeros de toda parte del mundo, Colombia es reconocida por la calidad y variedad de su café; pero a pesar que tenemos una gran cultura cafetera a la mayoría no le interesa el tema, sabiendo que nuestras principales raíces provienen del café, por eso debemos apropiarnos del tema del café que es nuestra esencia, nuestro legado y nuestro futuro.

Es importante que nacionales, extranjeros, amantes al tema del café, consumidores de café, estudiantes y personas que les guste la gastronomía cuenten con una herramienta informativa que les oriente e indique, donde están los principales puntos de café de la ciudad, los cuales sean centros representativos, donde se pueda observar, el proceso del café y su preparación, mediante las diferentes técnicas del mismo; para que puedan expandir su conocimiento sobre el mundo del café, y puedan aprender por medio de estas experiencias.

La finalidad de este proyecto es brindar información a las personas que les guste el tema del café, informándolas sobre las características de diversas tiendas especializadas, no tan conocidas, ubicadas en algunas de las localidades de Bogotá, fomentando la cultura cafetera a través de una herramienta virtual.

## 4. Marco referencial

### 4.1 Marco teórico

“Taxonómicamente, todas estas plantas se clasifican como del género Coffea, y se caracterizan por una hendidura en la parte central de la semilla. Se encuentran desde pequeños arbustos hasta árboles de más de 10 m.; sus hojas, que son simples, opuestas y con estípulas, varían tanto en tamaño como en textura; sus flores son completas (en la misma flor se encuentran todos los órganos) blancas y tubulares; y los frutos, son unas drupas de diferentes formas, colores y tamaños, dentro de las cuales se encuentran la semillas, normalmente dos por fruto.” (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2010)

La planta del café es un arbusto que mide entre 3 y 7 metros, aunque puede alcanzar los 10 metros en estado silvestre. De todas maneras, en los cultivos, la planta se acostumbra a podar entre los 2 y 3 metros para poder facilitar el acceso a los frutos a los recolectores. Se trata de un arbusto de hoja perenne y de fruto auto-fértil (cada planta se puede polinizar a sí misma), el cual no aparece hasta que la planta tiene 3 o 4 años de vida. (Delgado, 2011)

Los granos de café son las semillas de un fruto llamado popularmente cereza. Estas cerezas están compuestas por una cubierta exterior, el exocarpio, el cual determina el color del fruto; en el interior hay diferentes capas: el mesocarpio, es una goma rica en azúcares adherida a las semillas que se conoce como mucílago; el endocarpio es una capa amarillenta que cubre cada grano, llamada pergamino; la epidermis, una capa muy delgada conocida como la película plateada; y los granos o semillas, el endospermo, conocidos como el café verde, que son los que tuestan para preparar los diferentes tipos de café. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2010)

#### 4.1.1 Aporte energético y de nutrientes.

El aporte energético del café es de 2 kcal por taza (tamaño típico), 1 mg. de sodio (Na), 2 mg. de calcio (Ca), 0.1 mg de hierro (Fe), 4 mg de fósforo (P) y 36 mg de potasio (K) estando constituida la bebida por un 98% de agua. En muchos casos debido a que sus dosis controladas no son de efecto maligno, se lo ha suministrado para tratar migrañas y recuperación de intoxicación por barbitúricos. (Macek, 2017)

## 4.2 Antecedentes investigativos

### 4.2.1 Título: “Las tres tazas”.

Autor: José María Vergara (colombiano)

Año:1863

Temática: aborda una ruta histórica, para la ciudad de Bogotá. El nombre simboliza las 3 épocas históricas de Colombia al que el autor, hace alusión, tomando en cuenta cuáles eran las bebidas socialmente emblemáticas de cada época: la taza de chocolate, la taza de café y la taza de té.

Objetivo: Reflejar a través de una obra costumbrista de la sociedad bogotana las diferentes épocas de 1813 a 1866 (Vergara, 1863)

### 4.2.2 Título: Estudio sobre el consumo de café en Colombia.

Autor: Centro Nacional de Consultoría para la Asociación Nacional de Cafeteros

Año: 1993

Metodología. Estudio realizado acerca del consumo del café en el país entre los años de 1987 y 1992, arrojando resultados sobre el consumo, desde diferentes puntos de vista.

Objetivo. Estudiar la evolución del consumo en el país a nivel general, y a nivel de departamentos, ciudades y áreas rurales. (Centro Nacional de Consultoría, 1993)

### 4.2.3 Título: Aplicación “FourSquare”.

Autor: Dennis Crowley (estadounidense) y Naveen Selvadurai (hindú)

Año: 2009

Temática: Los fundadores de Foursquare lo definen como una red social basada en servicios de localización que incorpora elementos de juego.

Foursquare es la suma de tres conceptos:

- 1) Aplicación para teléfonos móviles con funcionalidad de ubicación (iPhone, BlackBerry, Android y todos los smartphones).
- 2) Es una red social.
- 3) Permite registrar al usuario en cualquier tipo de lugar o espacio físico.

Por tanto, es el resultado de móvil + social + local

### 4.2.4 Título: Recorrido por las Tiendas de Café de Especialidad de Bogotá.

Autor: Angie Molina

Año: 2016

Temática: Bogotá es una ciudad enorme de 8 millones de personas y la mejor forma de explotarla es visitando algunos de sus increíbles cafés. Hice un itinerario para un recorrido por ocho tiendas de café complementado con lugares cercanos para conocer, perfectos para todo tipo de visitantes y bogotanos.

Objetivo: Incentivar el recorrido por tiendas de café en la ciudad de Bogotá. (Molina, 2016)

#### **4.2.5 Título: Caracterización del consumidor Bogotano de café ante el ingreso de Starbucks en el mundo On-Premise.**

Autor: Diana Carolina Leguizamón C, Juliana Medina L y Silvia Carolina Orozco

Año: 2016

Temática: Con la llegada a Colombia de empresas con un modelo de negocio diferente al tradicional local, la tendencia de las tiendas especializadas de café ha establecido un cambio en el consumo, incluyendo un nuevo hábito de tomar una taza fuera de casa. Los consumidores aprecian estos establecimientos como lugares de relajación, estudio o para encontrarse con compañeros que antiguamente tenía lugar en una casa. La llegada de Starbucks en 2014 a Bogotá, fortalece esta tendencia por la introducción del servicio de café Premium experiencial

Objetivo General: Describir los nuevos usos y hábitos de compra del consumidor Bogotano de café en el mundo “on premise”. (Leguizamón, Medina & Orozco, 2016)

#### **4.2.6 Título: TripAdvisor.**

Autor: Stephen Kaufer, Langley Steinert

Año. febrero de 2000

Temática: es un sitio web estadounidense que proporciona reseñas de contenido relacionado con viajes. También incluye foros de viajeros. Los servicios del sitio web son gratuitos y son los usuarios quienes proporcionan la mayor parte del contenido. El sitio web se financia con publicidad. (Kaufer & Steinert ,2000)

Objetivo. Promocionar el turismo teniendo en cuenta los usuarios y las empresas.

#### **4.2.7 Título: App Yelp.**

Autor: Jeremy Stoppelman

Año: 2004

Temática: Fue una de las primeras webs que invitó a los usuarios a compartir sus opiniones, en principio desde el ordenador. Su servicio sugiere los mejores planes cercanos

basándose en los gustos y los de los contactos del consumidor, su negocio se basa en la publicidad dentro del servicio. (El país, 2015)

Objetivo: Promocionar el turismo teniendo en cuenta las opiniones de los turistas.

**4.2.8 Título: 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.**

Autor: Bedis Andrea Roca Ríos y Sandra Milena Sequera Trujillo

Año: 2017

Temática: la perspectiva que tienen los consumidores de café de la población millennial en la localidad de chapinero, con el objetivo de identificar características y tendencias en el mercado capitalino, por lo que se plantea el modelamiento de este estudio, en pro de apoyar este nuevo nicho de negocio. Buscando así, fortalecer el mercado nacional, promoviendo el consumo activo

Objetivo: Identificar las características y tendencias que requiere una nueva idea de negocio bajo el concepto de café móvil, por medio de un estudio de mercados en la ciudad de Bogotá, el cual se elabora con el fin de conocer la aceptación de los consumidores activos del café como bebida tradicional. (Roca & Sequera, 2017)

**4.2.9 Título: Estudio de hábitos de consumo de café.**

Autor: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío

Año: septiembre de 2014

Temática: Este estudio presenta el consumo del café desde la perspectiva del consumidor y tiendas especializadas del departamento, ofrece además información de los hábitos y tendencias de consumo de una bebida que significa tradición y bienestar.

**4.2.10 Título: Juan Valdez: Resurgimiento de una marca.**

Autor: Daniela Alejandra Arias Daza y María Camila Delgadillo Gutiérrez

Año: 2015

Temática: Dado que Juan Valdez café es marca representativa del sector cafetero en Colombia, el análisis del caso buscará información que permita ubicarla en la realidad actual del sector, a fin de establecer la importancia tanto del sector para el país, como de la marca para el sector cafetero.

Objetivo: Identificar las estrategias utilizadas por Procafecol S.A. y su marca Juan Valdez para salir de la crisis que presentó. (Arias & Delgadillo, 2015)

### 4.3 Marco histórico

#### 4.3.1 Historia del café.

“Parece que los árabes primitivos llamaron Bunn la cereza y el arbusto, Quishr la pulpa y Bunchum la bebida. Posteriormente, y por prepararse la bebida en forma de vino, los árabes le dieron al café el nombre de qahwah, genérico de los vinos, éste degeneró en cahueh. Los turcos lo tomaron para llamarlo cahve, origen etimológico que le da a la palabra la Real Academia Española. De acuerdo con la enciclopedia del Islam, Kahwah es una palabra árabe de etimología incierta, que es la base de la palabra café, se difundió a través del vocablo turco Kahweh, con diferentes grafías según los idiomas pero con la misma raíz así: café es castellano, portugués y francés; coffea en latín (su nombre científico); coffee en inglés y Kaffee, en alemán, sueco y danés. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2010)

La primera descripción de una planta de café fue hecha en 1592 por Prospero Alpini y, un siglo después, Antoine de Jussieu (1713) la denominó *Jasminum arabicum* (la consideró un jazmín). Fue Linneo (1737) quien la clasificó en un nuevo género, el género *Coffea*, con una sola especie conocida: *C. arabica*. Hoy, se reconocen 103 especies, sin embargo, sólo dos son responsables del 99% del comercio mundial: *Coffea arabica* y *Coffea canephora*. Son originarias de África, o de Madagascar (incluido los Comores)”. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2010)

“El origen del café se remonta al continente africano, de la región de Kaffa. Exactamente en Abisinia, hoy republica de Etiopía, en donde crecía de forma silvestre la variedad denominada arábica.

La historia más difundida cuenta sobre Kaldi, un joven pastor que notó un comportamiento extraño en su rebaño de cabras, después de que comieran las hojas y los frutos de un arbusto que crecía naturalmente y producía pequeñas cerezas rojas. Los animales saltaban y corrían, contagiados de euforia desbordante”. (Sequera, 2008)

“Para calmar su curiosidad, Kaldi decidió probar los frutos y al poco tiempo se sintió poseído por una extraña alegría que lo impulsaba a cantar y bailar. Llevó algunas ramas y frutos al fraile superior de un convento ubicado en las cercanías de su campo de pastoreo y le contó lo sucedido. El fraile las cocinó y obtuvo una bebida de un sabor tan desagradable, que arrojó la cocción a las llamas.

Cuando los frutos empezaron a quemarse, produjeron un aroma intenso, diferente y delicioso: fue así como el monje inicio el proceso experimental de tomar las cerezas del árbol, secarlas al sol y tostarias, hasta conseguir la bebida que hoy llamamos café negro. (Colcafe).

De etiopia el café paso a Arabia y a la india, probablemente a través de peregrinos musulmanes que viajaban a La meca, ya que las rutas de peregrinación fueron quienes descubrieron las virtudes y posibilidades económicas del café, pues desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento, aunque lo guardaron en secreto durante unos 10 siglos.”

Sin embargo, la expansión del café como cultivo fue iniciada por los holandeses, quienes explotaron grandes plantaciones en sus colonias de Ceilán e Indonesia; fueron los importadores del cafeto y quienes lo aclimataron en los jardines botánicos de Ámsterdam, Paris y Londres, desde donde se extendió a la Guayana Holandesa, a Brasil, a Centroamérica y a otros países, gracias a lo cual, en tres siglos, esta infusión paso de ser casi desconocida, a convertirse en una bebida universal.

No existe plena certeza sobre la manera como llego el café a Colombia. Indicios históricos señalan que los jesuitas trajeron semillas del grano a la Nueva Granada hacia 1730, pero existen diversas versiones al respecto. Parece que las semillas de café llegaron por el oriente del país, a través de Venezuela, portadas por algún viajero desde Guayanas.

La tradición dice que las semillas de café llegaron por el oriente del país, portadas por algún viajero desde las Guyanas y a través de Venezuela. El testimonio escrito más antiguo de la presencia del cafeto en Colombia se le atribuye al sacerdote jesuita José Gumilla. En su libro *El Orinoco Ilustrado* (1730) registró su presencia en la misión de Santa Teresa de Tabajé, próxima a la desembocadura del río Meta en el Orinoco. El segundo testimonio escrito pertenece al arzobispo- virrey Caballero y Góngora (1787) quien en un informe a las autoridades españolas registró su cultivo en regiones cercanas a Girón (Santander) y a Muzo (Boyacá).

Los primeros cultivos de café crecieron en la zona oriental del país. En 1835 tuvo lugar la primera producción comercial y los registros muestran que los primeros 2.560 sacos se exportaron desde la aduana de Cúcuta, en la frontera con Venezuela. De acuerdo con testimonios de la época se le atribuye a Francisco Romero, un sacerdote que imponía durante la confesión a los feligreses de la población de Salazar de las Palmas la penitencia de sembrar café, un gran impulso en la propagación del cultivo del grano en esta zona del país. Estas

semillas habrían permitido la presencia de café en los departamentos de Santander y Norte de Santander, en el nororiente del país, con su consecuente propagación, a partir de 1850, hacia el centro y el occidente a través de Cundinamarca, Antioquia y la zona del antiguo Caldas” (café de Colombia, 2010)

#### **4.3.2 La institucionalidad cafetera en Colombia.**

Sin duda el primer salto sobresaliente en la historia de las innovaciones cafeteras en Colombia consistió en el diseño, construcción y puesta en marcha de su institucionalidad gremial, la cual se materializó con la creación de la Federación Nacional de Cafeteros en 1927 y, 13 años más tarde, con la instauración del Fondo Nacional del Café (FNC) (Cano et al., 2012)

En cuanto a la innovación y adopción de tecnología se refiere, hay que destacar la creación en 1938 del Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), ubicado en el municipio de Chinchiná, cuyos esfuerzos en el campo de la investigación científica, de transferencia de tecnología y de adopción de prácticas eficientes en los diferentes procesos de producción del grano, contribuyeron a la elevación de la productividad del cultivo en todo el territorio nacional. (Cano et al., 2012)

Fue sólo a partir de 1955 cuando se emprendieron con real rigor científico las investigaciones sobre el mejoramiento genético del grano. (Cano et al., 2012)

Tras la obtención de algunas variedades de bajo rendimiento, como la típica y la Borbón, a partir de 1960 se inició una nueva fase investigativa que produjo como resultado la obtención de la variedad Caturra, cuya adopción masiva permitió que el país pasara de producir 7 millones de sacos anuales a 12 millones en los años 80 (Cadena, 2005). (Cano et al., 2012)

Al principio de dicha década se registró en Colombia la presencia de la roya del cafeto, una de las peores plagas que ha afectado al cultivo del grano en el mundo. Pero gracias al trabajo que previamente venían adelantando los fitomejoradores, la respuesta a esa amenaza se materializó oportunamente con la obtención y adopción de la variedad Colombia, que demostró resistencia perdurable contra las diversas razas fisiológicas del patógeno. (Cano et al., 2012)

Posteriormente, en 2002, se entregó otra variedad, también resistente a la roya, que se siembra bajo sombrío, conocida como Tibi que, en la lengua Guambiana, significa “bueno” (Ibíd). (Cano et al., 2012)

Desde 1989 la caficultura colombiana ha estado afectada por un nuevo flagelo de índole fitosanitaria, la broca del café, un insecto-plaga originario de África, contra el cual Cenicafé diseñó una estrategia de Manejo Integrado de Plagas que, además de la recolección oportuna de granos maduros, incluye el control biológico, derivado, principalmente, del empleo de hongos nativos. (Cano et al., 2012)

Finalmente, a partir de 2003, Cenicafé, cofinanciado por el Ministerio de Agricultura, emprendió un vasto y ambicioso programa de investigación sobre el Genoma del café, con participación de investigadores de la Universidad de Cornell, la Universidad de Maryland y el IRD de Francia, con el objeto de desarrollar nuevas variedades resistentes a plagas, conocer el genoma de la broca e identificar nuevos hongos para combatirla, así como la formulación de las mejores prácticas agrícolas y de manufactura dentro del marco de la sostenibilidad ambiental. (Cano et al., 2012)

Más recientemente, en septiembre del 2005, la Federación creó la sociedad anónima Promotora de Café de Colombia (Procafecol), con el objeto primordial de impulsar su estrategia de agregación de valor a través de la venta de cafés procesados bajo marcas propias en los mercados internos y externos, en tiendas, grandes superficies y canales institucionales. En pos de este empeño, la primera actividad de la empresa se ha concentrado en la apertura de las tiendas Juan Valdez en Colombia y en el exterior. Adicionalmente, a comienzos de 2011 Procafecol anunció el inicio de su programa de expansión de tiendas a través de franquicias. (Cano et al., 2012)

#### **4.4 Marco geográfico**

##### **4.4.1 Distribución de la cosecha.**

Desde la floración hasta la maduración de los frutos transcurren de 7 a 8 meses, pero gracias a nuestras condiciones ambientales, se favorece el desarrollo sucesivo de las flores sobre los nudos, esto trae como consecuencia que en las ramas se encuentren frutos en diferentes estados de desarrollo en forma simultánea.

En Colombia existen dos ciclos de floración y cosecha que son:

Tabla 1.

### Épocas de floración y cosecha en Colombia

Épocas de floración y cosecha en Colombia (cenicafé, 2001)	
Primera época de floración	Cosecha
Noviembre 1- Abril 30	Julio 1- Diciembre 31
Segunda época de floración	Cosecha
Mayo 1 – Octubre 31	Enero 1- Junio 30

Nota: Adaptado de Cenicafé (2001).

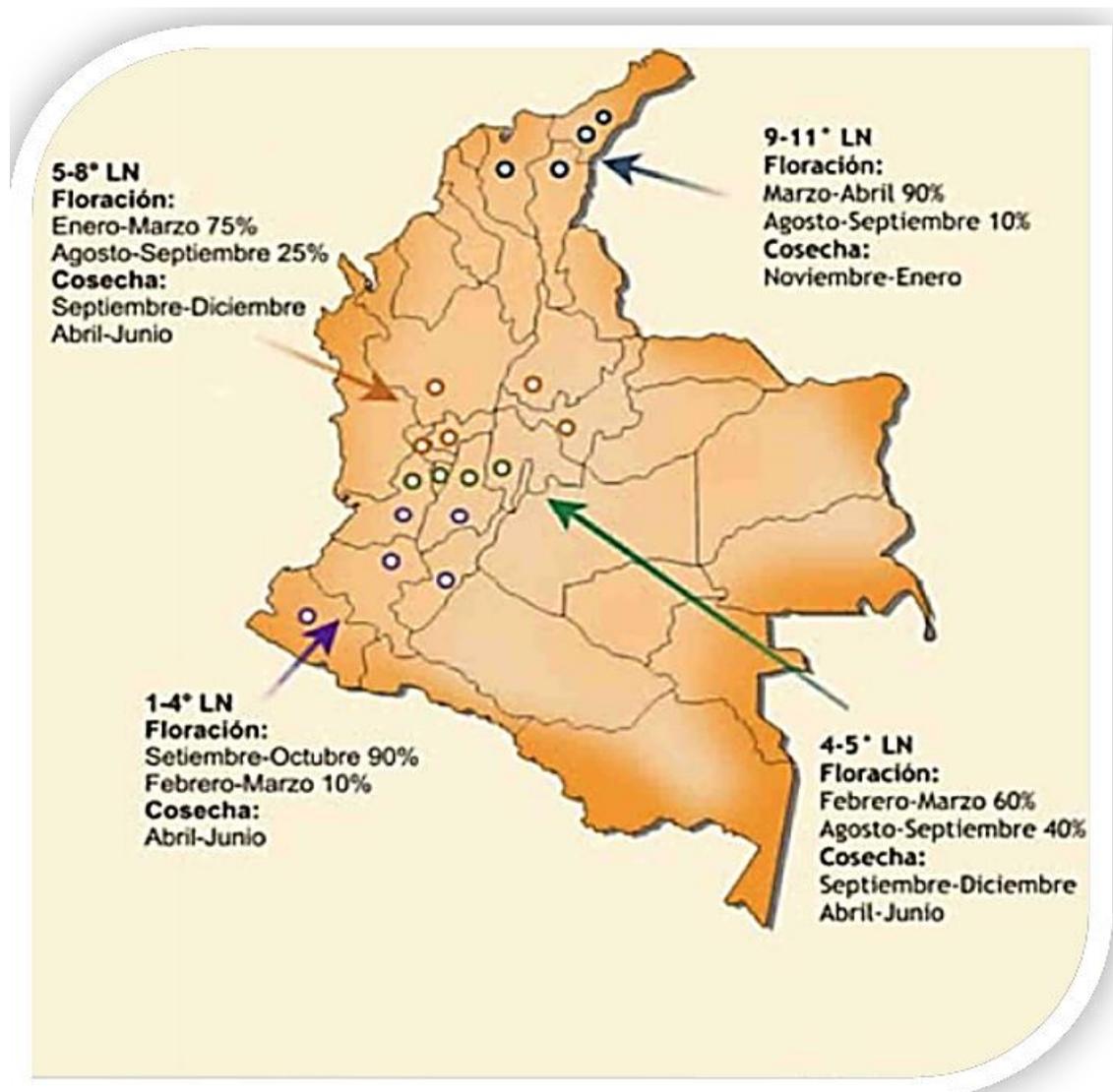


Figura 1. Mapa de la época de floración y cosecha Colombia. Cenicafé (2001).



**Figura 2.** Mapa de la Región cafetera de Colombia. Agroclima Cenicafé (2017).

Coffe arábica L. es actualmente la principal especie del género, y constituye más del 60% del café que se comercializa en el mercado internacional. Es una especie autógama, es decir, se auto poliniza o auto fertiliza. Estudios científicos la catalogan como una especie relativamente "joven", que hizo su aparición hace menos de 1 millón de años. Se considera un café de altura, que se cultiva bien en temperatura de 18 a 23 °C.

#### **4.4.2 El café de Colombia.**

En Colombia las plantaciones están concentradas en altitudes que oscilan entre los 1200 y los 1800 m.s.n.m. el contenido de cafeína de los granos está entre 1,0 y 1,4% en base a materia seca, y es menos amargo que la otra especie cultivada. Es el café de mejor calidad en taza. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2010).

Colombia está justo en la mitad del mundo, por eso cada día goza de la luz del sol por un tiempo prolongado, a ello se suman el favorable clima tropical y la característica geografía de los Andes. Todas estas ventajas son las que le aportan a la tierra colombiana los nutrientes necesarios para cosechar café en la alta montaña. (colombiano, 2017)

Por eso no es de extrañar que, aunque en Colombia solo existe una especie de café —café Arábica existen múltiples variedades de la misma a las que se les conoce por su alta calidad en un delicado proceso de producción. (colombiano, 2017)

Las características especiales de calidad empiezan con la selección del material vegetal y genético adecuado. Por esta razón en Colombia únicamente se cultiva café 100% de la especie Arábica, el cual produce una bebida más suave. Diferentes variedades vegetales de dicha especie que se adaptan a los entornos específicos de la geografía colombiana, o una mezcla de ellas, constituyen la materia prima del café colombiano. Las principales variedades de café arábigo que se siembran en Colombia son: Típica, Borbón, Maragogipe, Tabi, Caturra y la Variedad Castillo. La selección del material vegetal es responsabilidad de Cenicafé, uno de los centros de investigación en café más desarrollados del mundo. (café de Colombia, 2010)

La zona cafetera es más que Quindío, Caldas y Risaralda, son 20 los departamentos que se consideran caficultores en Colombia. En una zona de 3.3 millones de hectáreas, 921 de ellas están sembradas con café. Son 588 los municipios que producen al mundo uno de los mejores sabores de café en diversas variedades que se pueden diferenciar por su Origen. (colombiano, 2017)

Este café se define como uno de taza limpia, con acidez y cuerpo medio/alto y con un aroma pronunciado y completo. En el país hoy existen 4 Denominaciones registradas de acuerdo al origen de su producción:

## **4.5 Marco legal**

### **4.5.1 Resolución 5 del 2015.**

Por medio de la cual se adopta la Reglamentación para el control y la administración del Registro de Exportadores de Café de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café. (Federación nacional de cafeteros, 2015).

### **4.5.2 Reglamento de uso de café.**

El café de Colombia es el producto que cumple con los requisitos y definición de la denominación de origen protegida café de Colombia, según la resolución de declaración de protección no. 4819 del 4 de marzo de 2005 de la superintendencia de industria y comercio (sic) y los correspondientes capítulos del reglamento de uso de la denominación de origen protegida café de Colombia, en sus diferentes presentaciones, que incluyen los cafés verde, tostado, soluble y extracto, que ostentan las características y cumplen con las condiciones descritas en la resolución no. 4819 del 4 de marzo de 2005 de la sic. Para los propósitos del uso en países diferentes a la república de Colombia, el café de Colombia será además el que cumpla con las normas y requisitos de exportación de café vigentes de la república de Colombia. (Federación nacional de cafeteros de Colombia, 2010).

### **4.5.3 Ley 76 de 1927 Sobre protección y defensa del café.**

Establéese un gravamen sobre el café que se exporte, de diez centavos por cada saco de sesenta kilogramos.

### **4.5.4 Ley 76 de 1931 Provee el fomento de la industria cafetera.**

Los productos que se pongan a la venta en el país, como café, y que fuera de éste contengan otras sustancias, deberán mencionar claramente en el empaque o envoltura en que se expendan, el porcentaje del café que contengan y los demás productos que han entrado en su preparación.

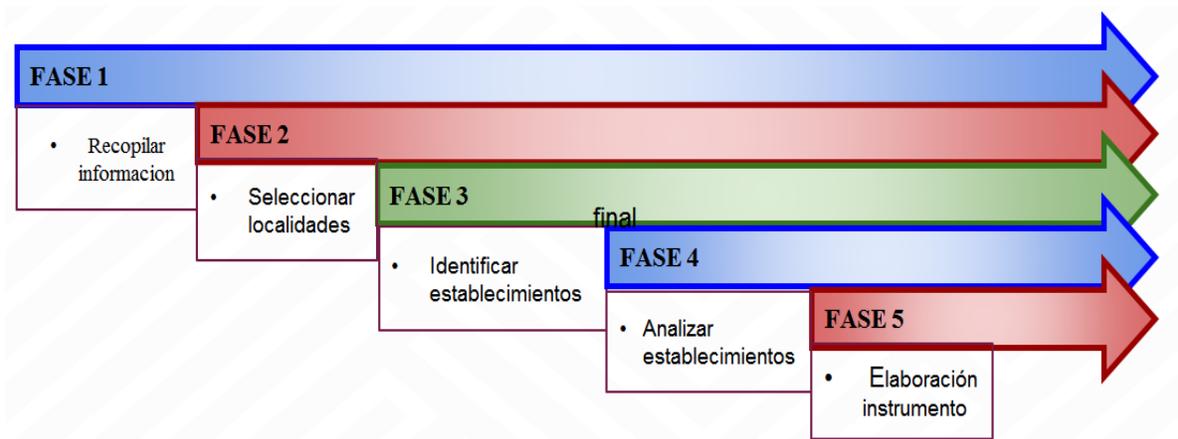
Queda prohibida la venta con el nombre de "café" de productos que contengan menos de noventa por ciento de café en su preparación. Las infracciones de las dos disposiciones anteriores serán castigadas con multas hasta de cien pesos, que impondrá la Dirección de Higiene, la cual tendrá a su cargo la reglamentación de este Artículo.

**4.5.5 Ley 11 de 1972 Por la cual se deroga el impuesto de exportación de café y se dictan otras disposiciones.**

Derogase el impuesto a la exportación de café creado por el artículo 1o. de la Ley 76 de 1927 y por el artículo 1o. de la Ley 41 de 1937.

## 5. Metodología del proyecto

Para realizar la metodología de este proyecto se dividirá en 3 fases para alcanzar los objetivos deseados. Donde más adelante se explicará detalladamente el proceso que se requirió para cada fase.



**Figura 3.** Fases del proyecto. Autores (2017)

### 5.1 Enfoque

Se decidió por usar un enfoque cualitativo porque permite el análisis e interpretación de los hechos y no es tan rigurosa en las diferentes etapas de investigación, si no que de acuerdo a las circunstancias se puede variar las etapas del proceso investigativo.

El enfoque cuantitativo, no serán de mucha relevancia, pero ayudarán en algún momento de la investigación, por ende, no serán ignoradas.

### 5.2 Investigación descriptiva

El tipo de investigación a usar es descriptivo debido a que nos permite ordenar, describir y analizar las características o situaciones, recopiladas en los de establecimientos que se dedican a la promoción de producción del café dando al consumidor una información objetiva para que él tenga la suficiente información al momento de elegir el lugar donde quiere tener una buena experiencia y consumir un buen café.

### 5.3 Método a usar

Se va a utilizar el método deductivo porque vamos a generalizar las experiencias acerca del consumo de café para obtener unas conclusiones específicas que puedan ser utilizadas en el sector gastronómico y turístico.

Universo: Habitantes de las localidades cercanas a los centros representativos de café en Candelaria, Chapinero, Mártires, Usaquén.

Población: Personas relacionadas y participes en estos centros representativos de café

Muestra: 51 personas

#### **5.4 Fase 1 Recopilación de la información**

De acuerdo con los datos facilitados por Euromonitor International, los colombianos tomaron 375,2 tazas de café en 2016, mientras que este dato se redujo a solo 11,6 tazas en el caso de la otra gran bebida caliente, el té.

Sin embargo, pese a que el consumo de café en Colombia podría parecer elevado, lo cierto es que, al observar las cifras de la región, el país se ubica en la cuarta posición, por detrás de Brasil, Costa Rica y República Dominicana. Los consumidores locales incrementaron el consumo de café un 2,5% en 2016.

“Tras los problemas que tuvo el consumo del café, el cual cayó un 40% cuando se suprimió el Pacto Mundial del Café, se ha venido recuperando el consumo y hoy se puede decir que el colombiano tiene una mayor percepción de tomar café como una experiencia y se está recuperando la tradición perdida”, explica Ana María Sierra, miembro de la Mesa Sectorial de Café del Sena.

En cuanto al gasto en este sentido, Euromonitor International calcula que en promedio los consumidores gastan \$34.282 en tomar café y tan solo \$3.279,2 para el té. “El consumo de té es liderado por Turquía, donde se consumieron 1.793 tazas por persona”, afirma Matthew Barry, analista de bebidas en Euromonitor International. “Los suecos son los más entusiastas consumidores de café con 1.308 tazas”. En América Latina, los chilenos lideran el consumo de té con 428 tazas per cápita, mientras que los brasileños lideran el consumo de café con 795 tazas”. (Pérez, 2017)

Se procedió hacer encuestas por medio de la plataforma virtual de Google a las personas que se relacionaban en estos puntos representativos.

Tabla 2.

*Ficha técnica encuesta*

<b>Unidad de observación</b>	<b>Personas</b>
<b>Población objetivo</b>	Personas relacionadas y participes en estos centros representativos de café
<b>Universo presentado</b>	Habitantes de las localidades cercanas a los centros representativos de café en Candelaria, Chapinero, Mártires, Usaquén.
<b>Tamaño de la muestra</b>	51 personas
<b>Momento estadístico</b>	30/Septiembre/2017- 30/octubre/2017
<b>Procedimiento de selección del entrevistado</b>	Causa o accidental
<b>Duración</b>	2-5 minutos
<b>Finalidad</b>	Determinar la cultura cafetera y diversidad de gustos entorno al consumo del café en las principales localidades de Bogotá.
<b>Numero de pregunta</b>	12
<b>Técnica</b>	Encuesta virtual
<b>Tipo de pregunta</b>	Abierta y cerrada
<b>Quien aplica la encuesta</b>	García Casas Daniela Stephanía Herrera Zipacón Brahiam Mateo

Nota: Autoría propia (2017)

#### **5.4.1 Formato de la encuesta.**

Se realizaron 12 preguntas, donde se decidió que 9 de estas preguntas fueran cerradas y las otras 3 fueran abiertas. Estas preguntas son de breve entendimiento y puntuales ya que a las personas encuestadas no se les quiere saturar o llegar a incomodar. El procedimiento de selección del encuestado será causa o accidental donde se aborda a los clientes y operarios relacionados a cada punto representativo de café, en las localidades de Bogotá.

---

# ¿Que tanto conoces acerca del café?

---

## Bebidas a base de café

---

1. ¿Es consumidor habitual de café? \*

Si

No

2. ¿Consume productos derivados del café? \*

De vez en cuando

A veces

Casi siempre

Siempre

Nunca

**Figura 4.** Modelo encuesta. Autoría propia (2017)

3. ¿Cuántas bebidas a base de café consume al día? \*

	1	2	3	4	5	
0	<input type="radio"/>	6				

4. ¿Qué tipo de preparación de café prefiere? \*

- Americano
- Capuccino
- Latte
- Mocachino
- Machiato
- Espresso
- Otra...

**Figura 5.** Modelo encuesta. Autoría propia (2017)

5. ¿En qué momentos del día consume café?

- En la mañana
- Durante las horas de oficina y/o estudio
- Al medio día
- Antes de dormir
- Después o al comer algo dulce
- Después de comer algo de sal
- Otra...

6. ¿En qué lugar prefiere consumir café? \*

- En cafetería
- En casa
- En la oficina
- En el camino
- En tienda especializada en café
- Otra...

**Figura 6.** Modelo encuesta. Autoría propia (2017)

7. ¿Qué razones lo motiva para tomar café? \*

- Por gusto
- Para relajarse
- Por rutina
- Para despertar
- Otra...

8. ¿Conoce las propiedades que tiene el café?

Si sabe alguna propiedad escriba la

Texto de respuesta corta

---

9. ¿Alguna vez a probado cafés de origen? \*

- Si
- No

**Figura 7.** Modelo encuesta. Autoría propia (2017)

10 ¿Le gustaría probar cafés de origen? \*

- Sí
- No

11. ¿Conoce algún tipo de preparación de café? \*

marque cual de las siguientes conoce

	kioto japonés	ibirik	prensa francesa	chemex	sifon
Fila 1	<input type="checkbox"/>				

12. ¿Le gustaría conocer lugares especializados donde brinden experiencias \*  
entorno al mundo del café?

Mencione porque si o no le gustaría

Texto de respuesta corta

---

**Figura 8.** Modelo encuesta. Autoría propia (2017)

### 5.5 Fase 2 Selección de localidades

Para tomar esta decisión no basamos en el Censo de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje 2018, realizado por el Instituto Distrital de Turismo (IDT), que evidenció un notable crecimiento de la oferta en infraestructura turística en Bogotá.

El objetivo del estudio fue analizar el comportamiento y caracterización de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento y hospedaje en la capital, lo que permite tener una visión más íntegra del turismo en la ciudad.

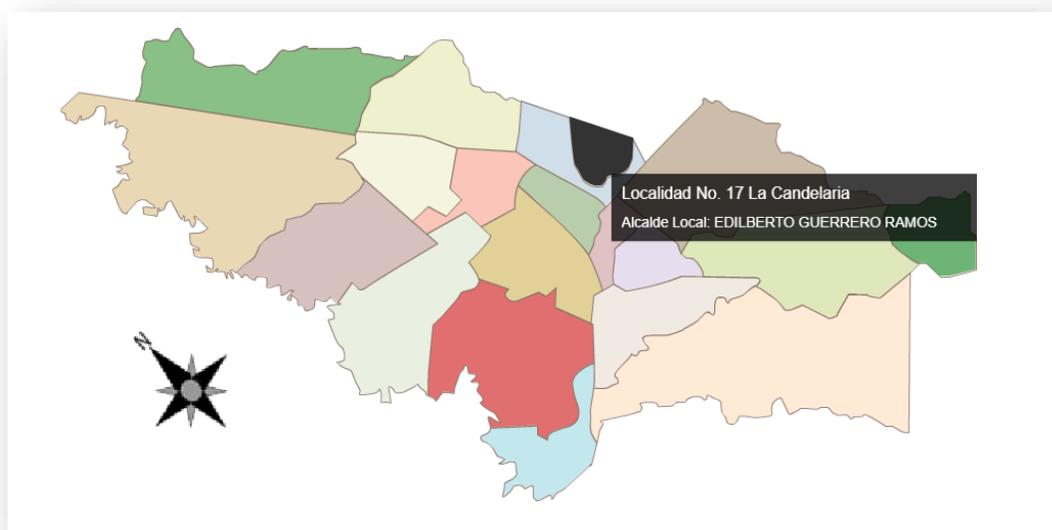
Asimismo, el estudio analizó servicios como capacidad de restaurantes en los hoteles, establecimiento con salones de reuniones, tarifas por localidades y establecimientos beneficiados de la Ley 788 del 2002, entre otros factores.

Por un lado, el censo concluyó que el sector hotelero presentó un crecimiento del 15,7% en la cantidad de establecimientos de alojamiento, entre el 2015 y el 2017. Lo anterior representa un incremento de 161 establecimientos nuevos en este periodo de tiempo.

### 5.6 Fase 3 Identificación de establecimientos por localidades

Los autores de este trabajo realizaron un recorrido personal por estas cuatro localidades y a través de indagar a sus habitantes y propietarios de negocios se seleccionaron los siguientes establecimientos como los representativos de estas localidades citadas en este trabajo.

#### 5.6.1 Localidad candelaria.

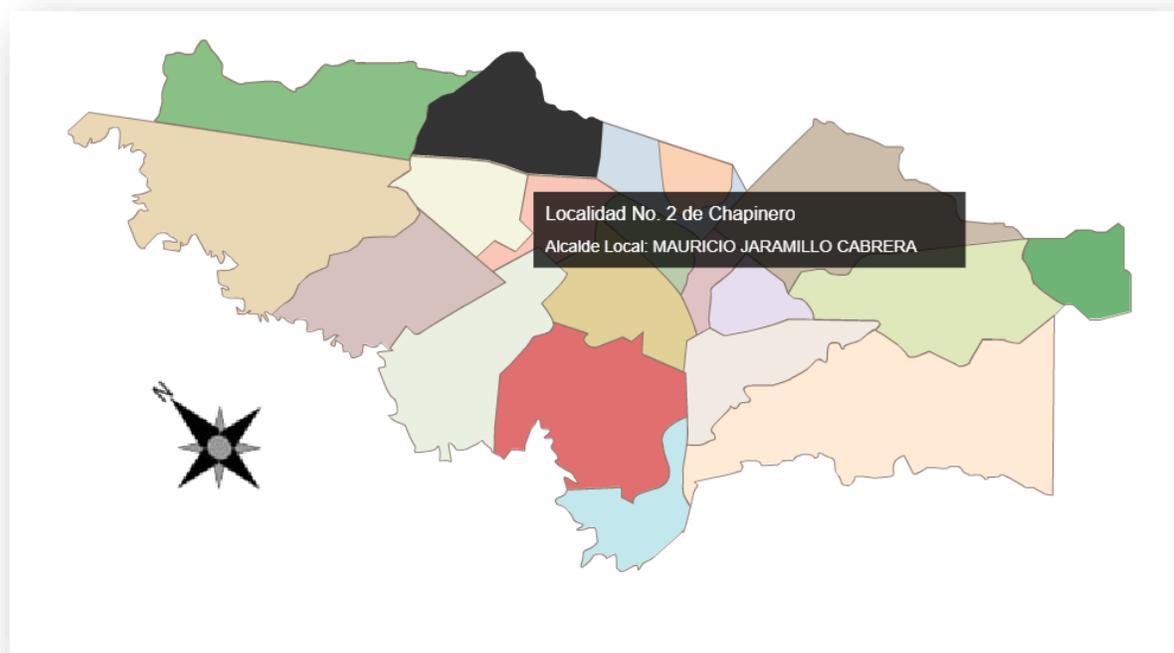


**Figura 9.** Mapa de Bogotá localidad candelaria. Alcaldía mayor de Bogotá (2017).

La Candelaria es la localidad número 17 del Distrito Capital de Bogotá, Capital de Colombia. Se encuentra en el centro oriente de la ciudad de Bogotá. Abarca el centro histórico de Bogotá.

Población: 22.115 (2007) - Superficie: 206 habitantes.

### 5.6.2 Localidad chapinero.

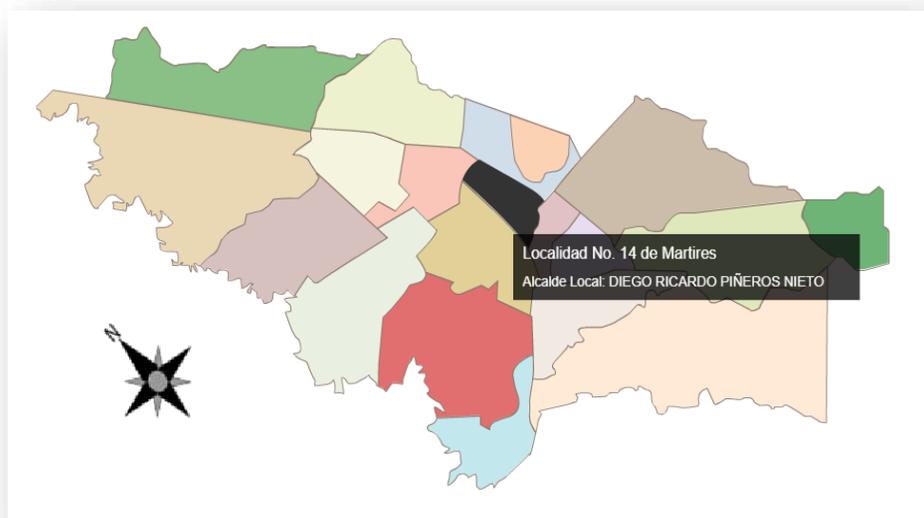


**Figura 10.** Bogotá localidad chapinero. Alcaldía mayor de Bogotá (2017).

Chapinero es la localidad número 2 del Distrito Capital de Bogotá. Se encuentra ubicada al noreste de la ciudad. Está subdividida en tres grandes sectores: Chapinero, el Lago y el Chicó.

Población: 166.000 (2016)- Superficie: 38,15 km<sup>2</sup>

### 5.6.3 Localidad mártires.

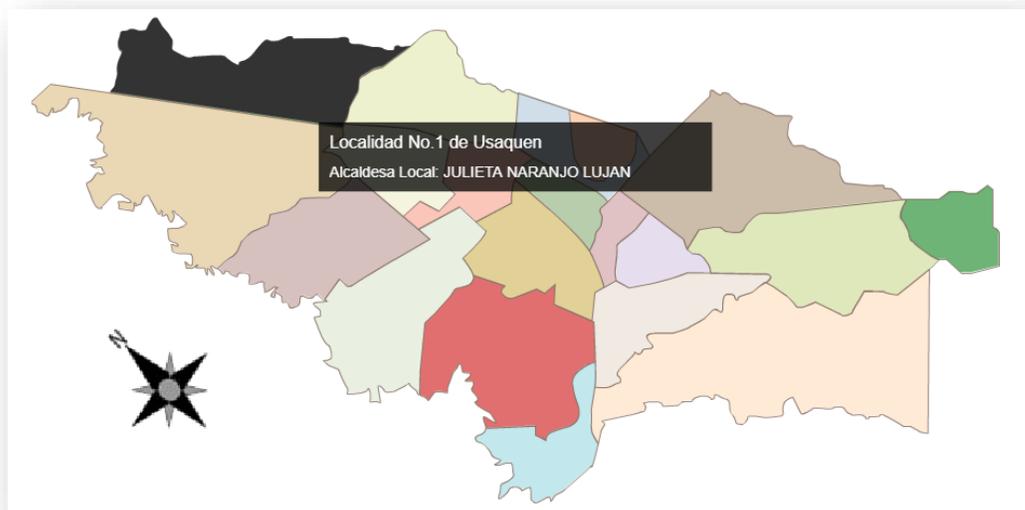


**Figura 11.** Bogotá localidad mártires. Alcaldía mayor de Bogotá (2017).

La Localidad de Los Mártires es la número 14 del Distrito Capital de Bogotá. Se encuentra en la parte centro-sur de la ciudad.

Población: 94.944 (2007)- Superficie: 6,51 km<sup>2</sup>

### 5.6.4 Localidad Usaquéen.



**Figura 12.** Bogotá localidad Usaquéen. Alcaldía mayor de Bogotá (2017).

Usaquén es la localidad número uno del Distrito Capital de Bogotá. Se encuentra ubicada al nororiente de la ciudad. Predomina el estrato socioeconómico alto.

Población: 449.621 (2016)- Superficie: 65,31 km<sup>2</sup>

## 5.7 Fase 4 Análisis de establecimientos

Se procedió a la recolección de datos obtenidos en las diferentes visitas personales a los puntos representativos de las localidades previamente mencionados, detallando las características propias de cada negocio, a través de fotos, experiencias contadas por usuarios, información compartida de los trabajadores de cada punto y vivencias de los autores.

### 5.7.1 Localidad de la Candelaria.

#### 5.7.1.1 Arte y Pasión café: Escuela de Baristas.



Figura 13. Logo arte y pasión café. Arte y pasión café (2017).

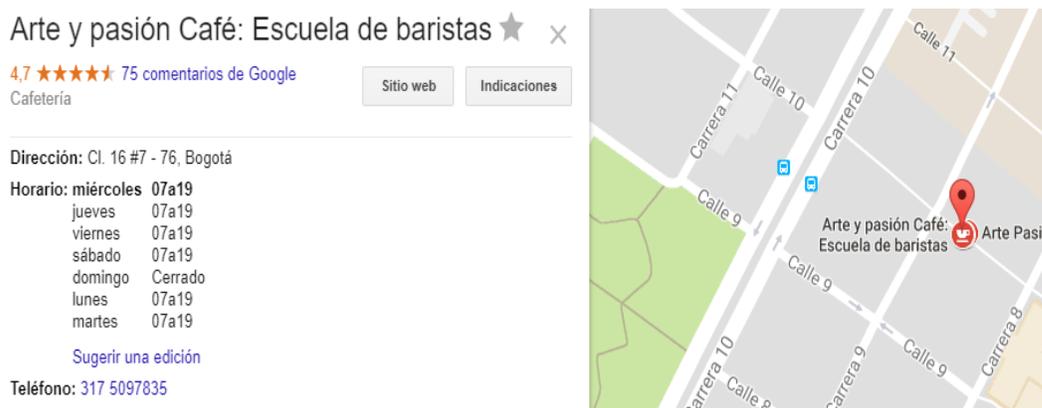


Figura 14. Mapa dirección arte y pasión café. Google maps (2017).

### 5.7.2 Localidad de Chapinero.

#### 5.7.2.1 Amor perfecto: el café de los amantes.



Figura 15. Logo amor perfecto. Google imágenes (2017)

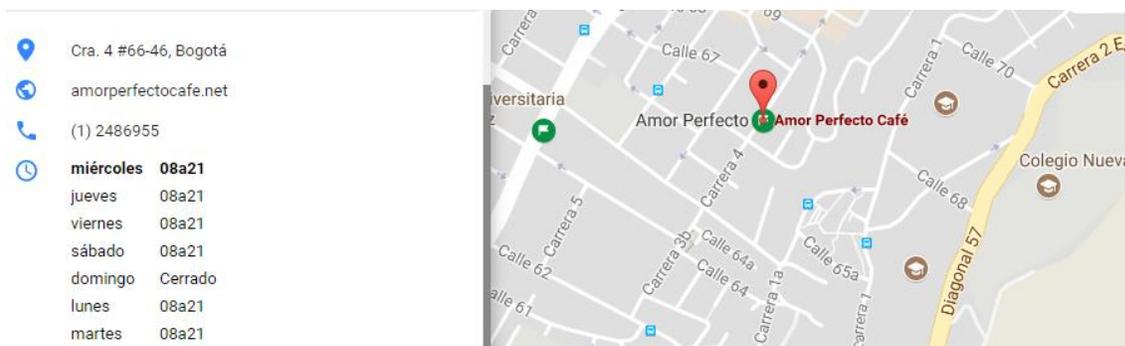
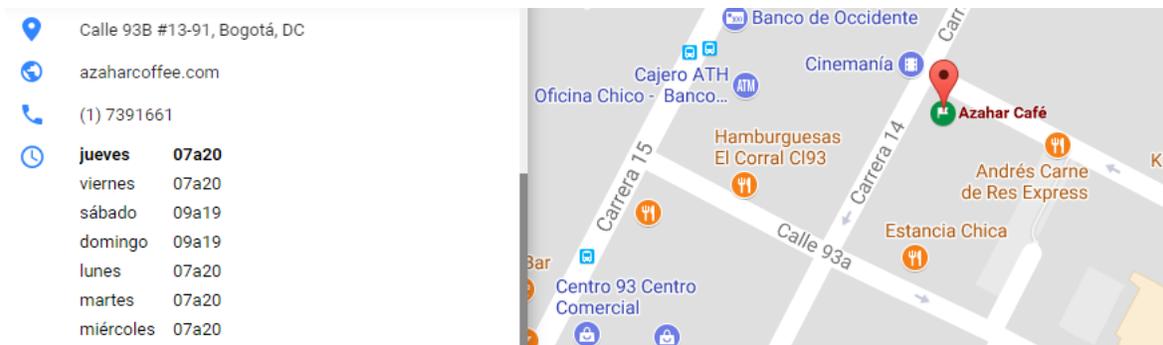


Figura 16. Dirección amor perfecto. Google maps (2017)

#### 5.7.2.2 Azahar café.



Figura 17. Logo azahar café. Azahar coffee (2017)



**Figura 18.** Dirección azahar café. Google maps (2017)

### 5.7.2.3 Bourbon coffee roasters.



**Figura 19.** Logo Bourbon coffee roasters. Google imágenes (2017)

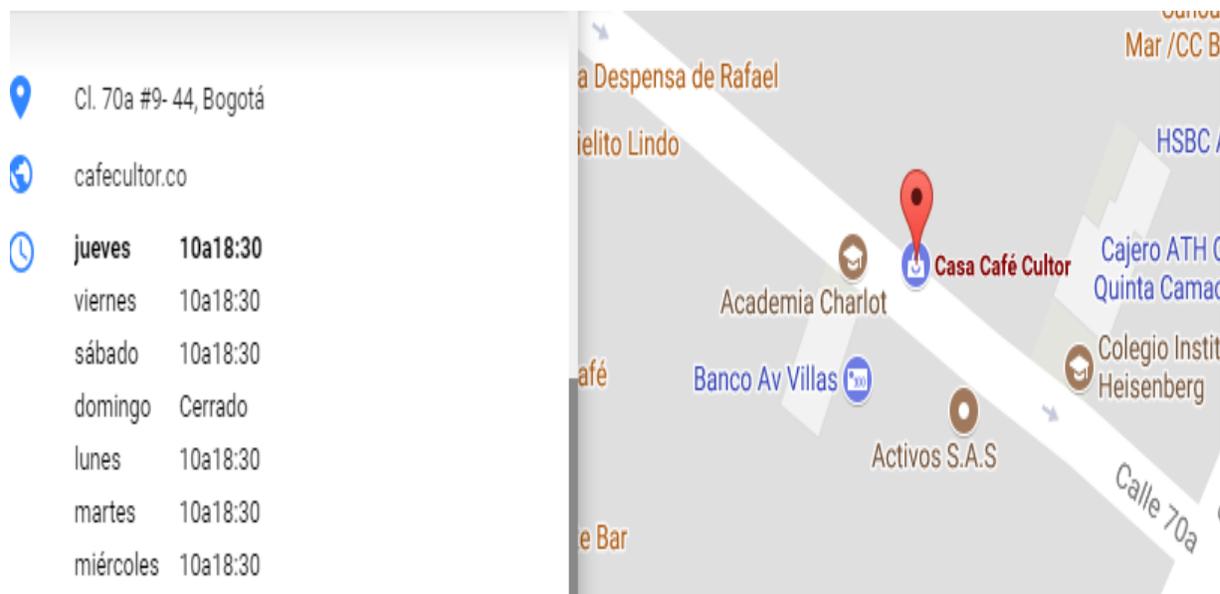


**Figura 20.** Dirección bourbon coffee roasters. Google maps (2017)

#### 5.7.2.4 Café Cultor.



**Figura 21.** Logo Café Cultor. Autores (2017)

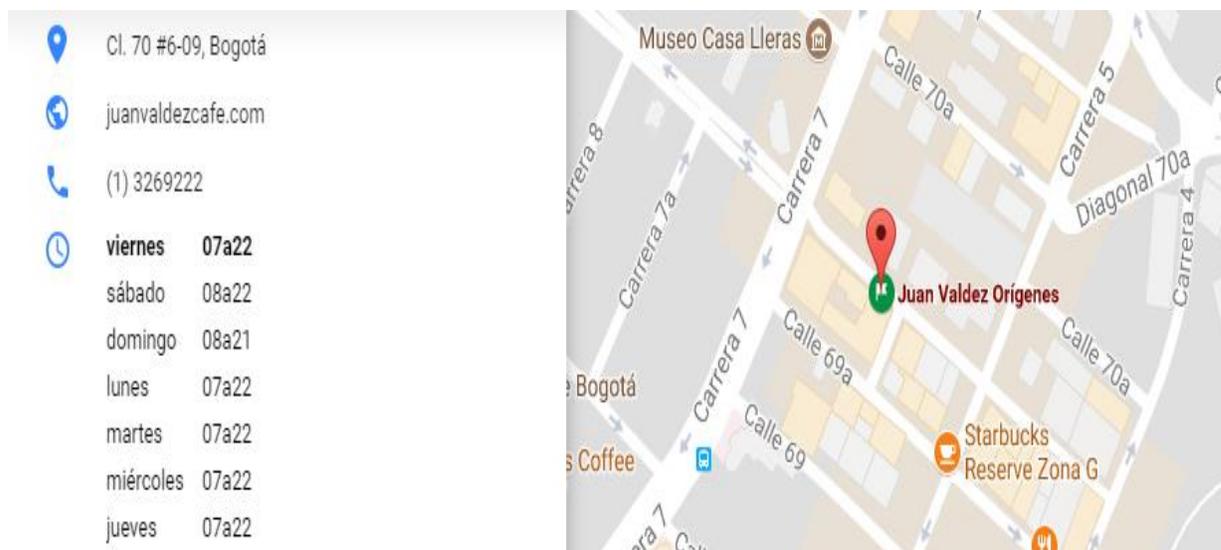


**Figura 22.** Dirección café cultor. Google maps (2017)

### 5.7.2.5 Juan Valdez Café Orígenes



**Figura 23.** Logo- Fachada Juan Valdez Orígenes. Google imágenes (2017)



**Figura 24.** Dirección Juan Valdez orígenes. Google maps (2017)

### 5.7.2.6 Varietale



Figura 25. Logo y Fachada Varietale. Google imágenes (2017)

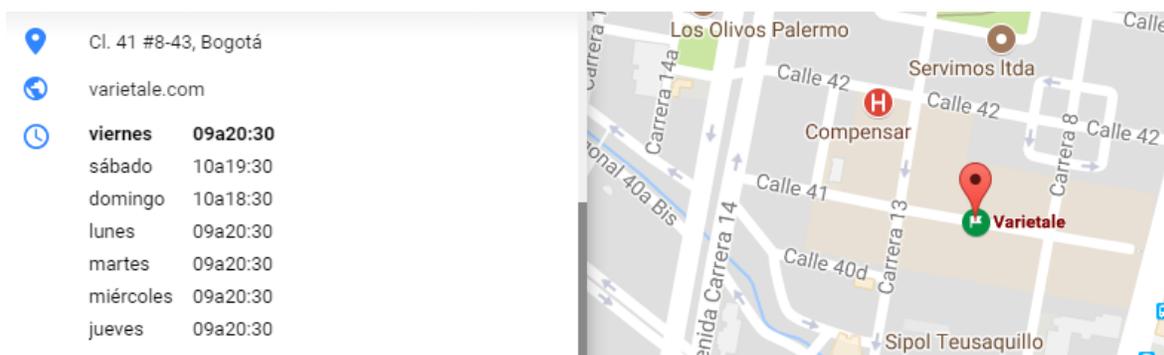


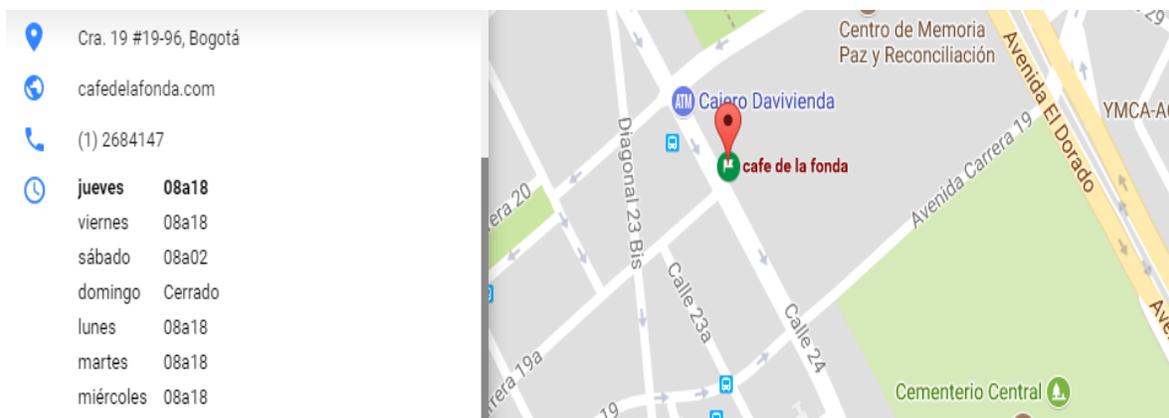
Figura 26. Dirección Varietale Google maps (2017)

### 5.7.3 Localidad de los Mártires.

#### 5.7.3.1 Café de la fonda.



Figura 27. Logo café de la fonda. Google imágenes (2017)

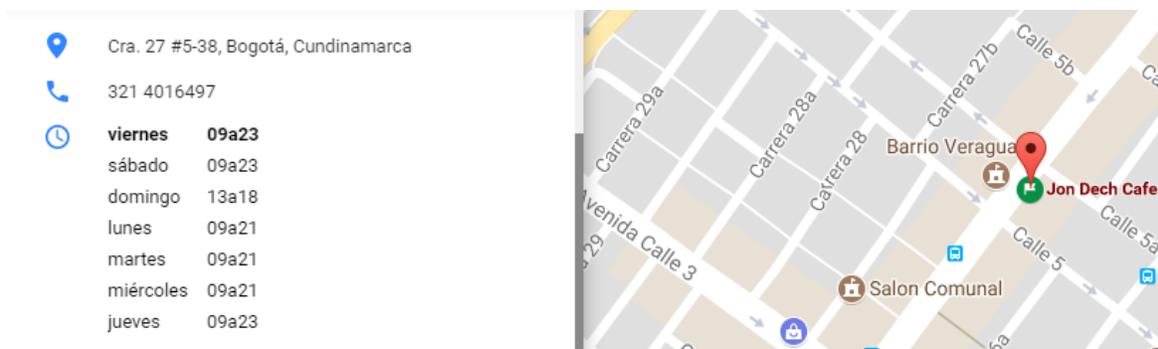


**Figura 28. Dirección Café la fonda. Google maps (2017)**

### 5.7.3.2 Jon Dech Café



**Figura 29. Logo Jon Dech café. Autoría propia (2017)**



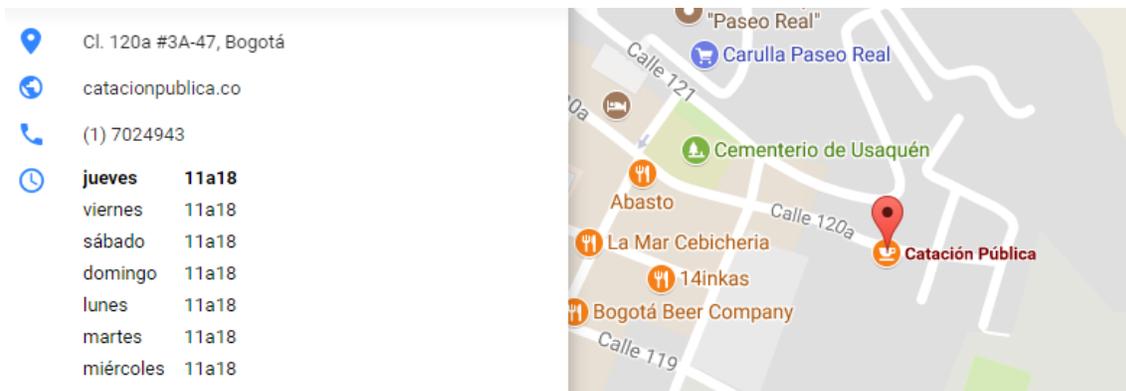
**Figura 30. Dirección Jon Dech café. Autoría propia (2017)**

## 5.7.4 Localidad de Usaquén.

### 5.7.4.1 Catación pública.



**Figura 31.** Logo Catación pública. Google imágenes (2017)



**Figura 32.** Dirección Catación pública. Google maps (2017)

## 5.8 Fase 5 Elaboración del instrumento

### 5.8.1 Aplicativo.

Nos basamos en una aplicación por medio de la página Good Barber para celulares androide debido a que el celular es un medio en el cual estamos en contacto todo el día, por medio del cual, podemos suministrar información rápida que contenga los principales puntos representativos de café, con una breve descripción del lugar incluyendo la experiencia que te ofrece y un mapa en el cual con ayuda de Google Maps puedas guiarte para llegar.



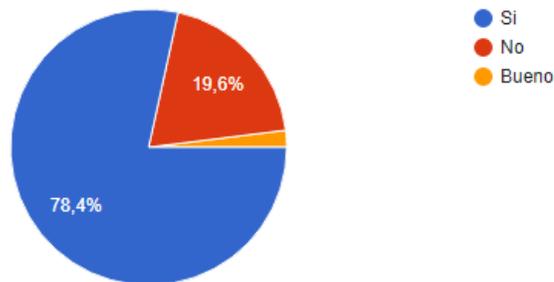
**Figura 33.** App Guía de café. Goodbarber (2017)

## 6. Resultados

### 6.1 Resultados Fase 1

#### 1. ¿Es consumidor habitual de café?

51 respuestas



**Figura 34.** Resultado pregunta 1. Google formulario (2017)

Tabla 3.

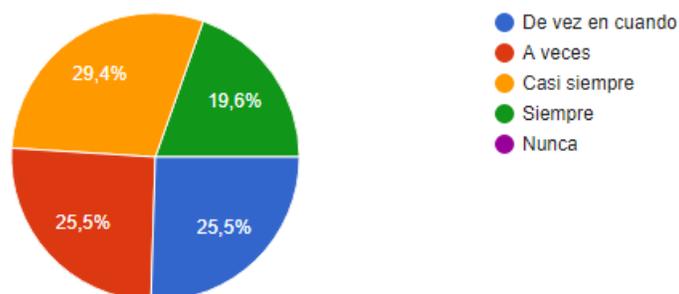
*Resultado pregunta 1*

<b>Si -78.4%</b>	= 40 personas
<b>No-19.6%</b>	= 10 personas

Nota: Autoría propia (2017)

#### 2. ¿Consume productos derivados del café?

51 respuestas



**Figura 35.** Resultado pregunta 2. Google formularios (2017)

Tabla 4.

*Resultado pregunta 2.*

<b>De vez en cuando- 25.5%</b>	= 13 personas
<b>A veces- 25.5%</b>	= 13 personas
<b>Casi siempre- 29.4%</b>	= 15 personas
<b>Siempre-19.6%</b>	=10 personas
<b>Nunca- 0%</b>	= 0 personas

Nota: Autoría propia (2017)

## 3. ¿Cuántas bebidas a base de café consume al día?

51 respuestas

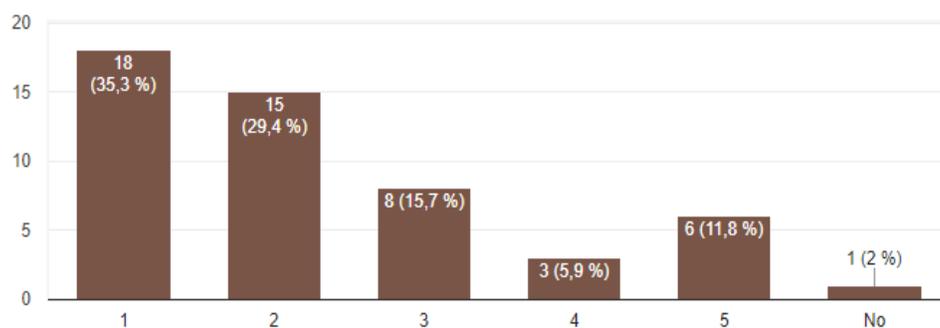
**Figura 36.**Resultado pregunta 3. Google formularios (2017)

Tabla 5.

*Resultado pregunta 3.*

<b>1 -35.3%</b>	= 18 personas
<b>2 -29.4%</b>	= 15 personas
<b>3 -15.7%</b>	= 8 personas
<b>4 -5.9%</b>	=3 personas
<b>5 -11.8%</b>	=6 personas

---

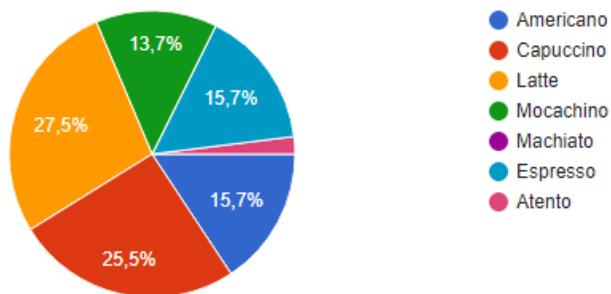
**No -2%** =1 persona

---

Nota: Autoría propias (2017)

#### 4. ¿Qué tipo de preparación de café prefiere?

51 respuestas



**Figura 37.** Resultado pregunta 4 Google formularios (2017)

Tabla 6.

*Resultado pregunta 4.*

<b>Americano- 15.7%</b>	= 8 personas
<b>Capuccino- 25.5%</b>	= 13 personas
<b>Latte- 27.5%</b>	=14 personas
<b>Mocachino- 13.7%</b>	= 7 personas
<b>Machiato -0%</b>	= 0 personas
<b>Espresso -15.7%</b>	= 8 personas

Nota: Autoría propia (2017)

## 5. ¿En qué momentos del día consume café?

51 respuestas



**Figura 38.** Resultado pregunta 5. Google formularios (2017)

Tabla 7.

*Resultado pregunta 5*

<b>En la mañana - 37.3%</b>	= 19 personas
<b>Durante las horas de oficina y/ o estudio – 23.5%</b>	=12 personas
<b>Al medio día- 5.9%</b>	=3 personas
<b>Antes de dormir- 0%</b>	= 0 persona
<b>Después o al comer algo dulce- 13.7%</b>	=7 personas
<b>Después de comer algo de sal - 9.8%</b>	=5 personas
<b>A veces- 2%</b>	= 1 persona
<b>No consumo- 2%</b>	= 1 persona
<b>En la tarde- 2%</b>	= 1 persona
<b>Durante el día-2%</b>	= 1 persona
<b>En transcurso del día-2%</b>	= 1 persona

Nota:

Autoría propia (2017)

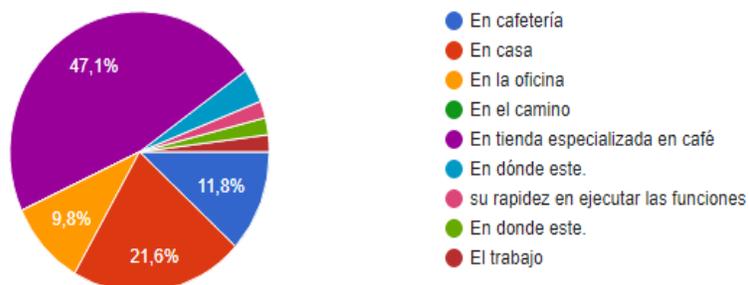
- en la tarde
- Durante el día.
- En transcurso del día.

▲ 2/2 ▼

**Figura 39.** Resultado pregunta 5. Google formularios (2017)

6. ¿En qué lugar prefiere consumir café?

51 respuestas



**Figura 40.** Resultado pregunta 6. Google formularios (2017)

Tabla 8.

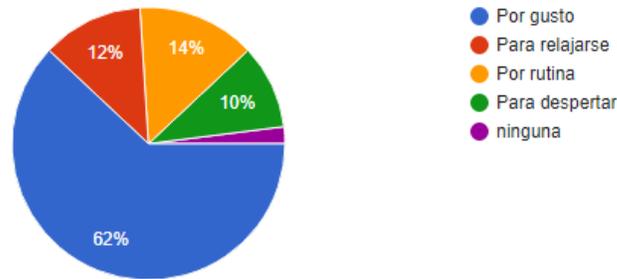
*Resultado pregunta 6*

<b>En cafetería- 11.8%</b>	=6 personas
<b>En casa- 21.6%</b>	=11 personas
<b>En la oficina- 9.8%</b>	= 5 personas
<b>En el camino- 0%</b>	=0 personas
<b>En tienda especializada en café- 47.1%</b>	=24 personas
<b>En donde este- 5.9%</b>	=3 personas
<b>El trabajo – 2%</b>	=1 persona
<b>Su rapidez para ejecutar las funciones- 2%</b>	=1 persona

Nota: Autoría propia (2017)

### 7. ¿Qué razones lo motiva para tomar café?

50 respuestas



**Figura 41.** Resultado pregunta 7. Google formularios (2017)

Tabla 9.

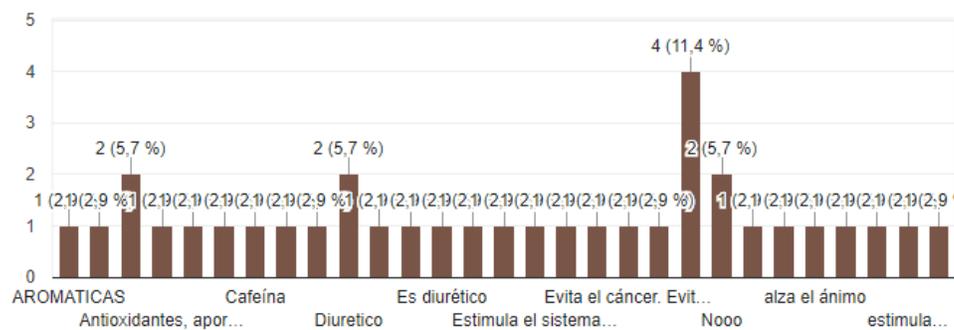
*Resultado pregunta 7*

<b>Por gusto- 62%</b>	=31 personas
<b>Para relajarse - 12%</b>	=6 personas
<b>Por rutina- 14%</b>	=7 personas
<b>Para despertar-10%</b>	=5 personas
<b>Ninguna 2%</b>	=1 persona

Nota: Autoría propia (2017)

### 8. ¿Conoce las propiedades que tiene el café?

35 respuestas



**Figura 42.** Resultado pregunta 8. Google formularios (2017)

Tabla 10.

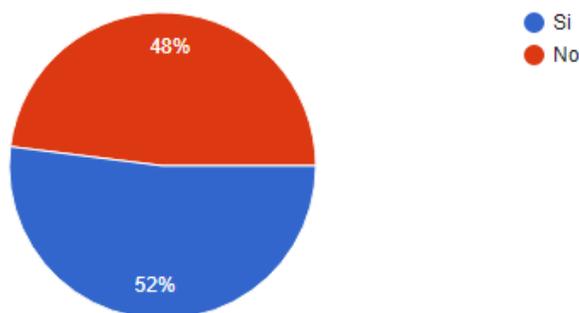
*Resultado pregunta 8*

<b>Aromáticas - 2.9%</b>	=1 persona
<b>Diurético- 20.2%</b>	=7 personas
<b>Antioxidante- 11.4%</b>	=4 personas
<b>Aporte de energía-8.7%</b>	=3 personas
<b>Cafeína-5.7%</b>	=2 personas
<b>Estimula el sistema nervioso- 11.4%</b>	=4 personas
<b>Evita el cáncer- 8.7%</b>	=3 personas
<b>Ayuda contra perdida de la memoria- 2.9%</b>	=1 persona
<b>Alza el ánimo- 2.9%</b>	=1 persona
<b>No sabe- 20.2%</b>	=7 personas

Nota: Autoría propia (2017)

### 9. ¿Alguna vez a probado cafés de origen?

50 respuestas



**Figura 43.** Resultado pregunta 9. Google formularios (2017)

Tabla 11.

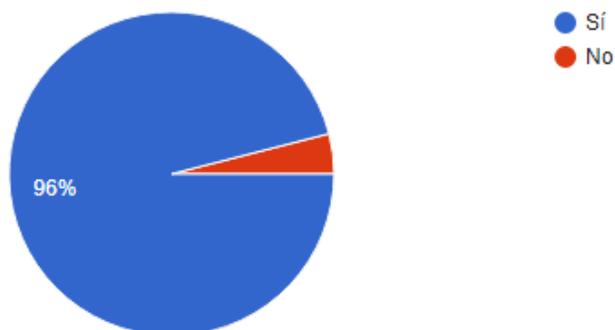
*Resultado pregunta 9*

<b>Si- 52%</b>	=26 personas
<b>No- 48%</b>	=24 personas

Nota: Autoría propia (2017)

## 10 ¿Le gustaría probar cafés de origen?

50 respuestas



**Figura 44.** Resultado pregunta 10. Google formularios (2017)

Tabla 12.

*Resultado pregunta 10*

---

**Si- 96%** =48 personas

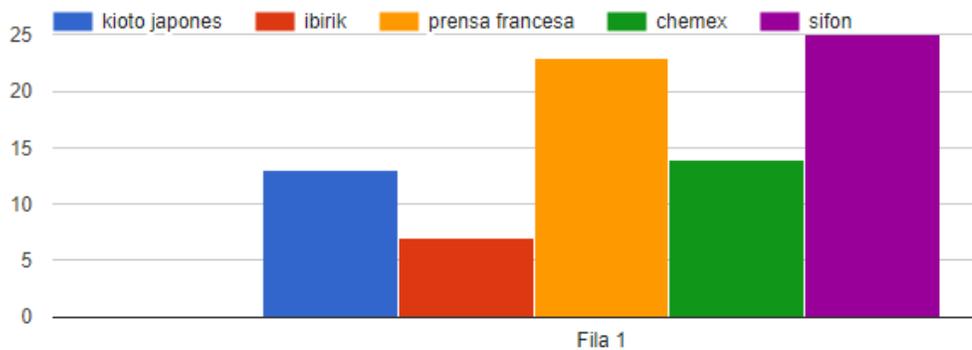
---

**No- 4%** =2 personas

---

Nota: Autoría propia (2017)

## 11. ¿Conoce algún tipo de preparación de café ?



**Figura 45.** Resultado pregunta 11. Google formularios (2017)

Tabla 13.

*Resultado pregunta 11*

<b>Kioto japonés</b>	=13 personas
<b>Ibirik</b>	=7 personas
<b>Prensa francesa</b>	=23 personas
<b>Chemex</b>	=14 personas
<b>Sifón</b>	=25 personas

Nota: Autoría propia (2017)

**12. ¿Le gustaría conocer lugares especializados donde brinden experiencias entorno al mundo del café?**

50 respuestas

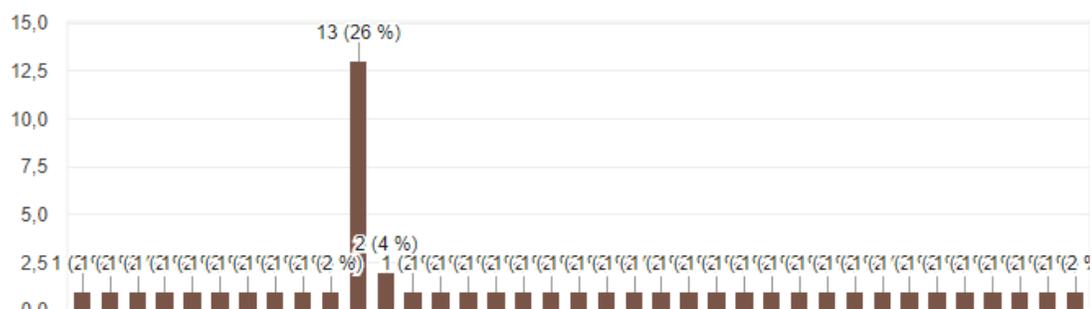
**Figura 46.** Resultado pregunta 12. Google formularios (2017)

Tabla 14.

*Resultado pregunta 12*

<b>Si- 48%</b>	=24 personas
<b>Si el café es patrimonio nacional- 6%</b>	=3 personas
<b>Si para incrementar la cultura cafetera-14%</b>	=7 personas
<b>Si para tener nuevas experiencias- 6 %</b>	=3 personas
<b>Si para probar nuevas y diferentes preparaciones- 4%</b>	=2 personas
<b>Si para tener más conocimiento del café- 10%</b>	=10 personas
<b>No me gustaría- 2%</b>	=1 persona

Nota: Autoría propia (2017)

### **6.1.1 Análisis de resultados de la fase 1.**

**Pregunta 1:** identificamos que la mayoría de personas son consumidores habituales de café.

**Pregunta 2:** identificamos que las personas que consumen productos derivados del café, realizan este consumo esporádicamente.

**Pregunta 3:** identificamos que las personas consumen, al día alrededor de 1 taza de café a 2 tazas.

**Pregunta 4:** identificamos que las personas tienen más consumo de café latte por encima de otras bebidas clásicas.

**Pregunta 5:** identificamos que la mayoría de personas prefieren consumir café en las horas de la mañana.

**Pregunta 6:** identificamos que la mayoría personas prefieren consumir café en tiendas especializadas.

**Pregunta 7:** identificamos que la mayoría de personas toman café solo por gusto.

**Pregunta 8:** identificamos que la mitad de las personas sabían que el café tenía propiedades diuréticas, en cambio la otra mitad no sabía ninguna propiedad de este.

**Pregunta 9:** identificamos que la mayoría de personas han probado cafés de origen.

**Pregunta 10:** identificamos que la mayoría de personas prefiere consumir cafés de origen.

**Pregunta 11:** identificamos que la mayoría de personas conocen más los métodos de sifón y prensa francesa.

**Pregunta 12:** identificamos que a la mayoría de personas le gustaría conocer lugares especializados de café para obtener más experiencias y conocimiento.

## **6.2 Resultados Fase 2**

De acuerdo al censo realizado por el Instituto Distrital de Turismo (IDT) se definió cuáles son las cuatro localidades que más impulsan el turismo en Bogotá:

Estas son las que más alojamientos tienen en la ciudad:

Teusaquillo con 179 prestadores de alojamientos (32%)

Chapinero con 129 (23%)

La Candelaria con 66 (12%)

Usaquén con 62 (11%). (Publimetro, 2018)

Las principales zonas gastronómicas en la ciudad de Bogotá son cinco: la Zona T, que comprende las calle 84 y 85 sobre la carrera 12; la Zona G ubicada entre las calles 68 y la 71 y las carreras 7ma y 4ta; la Zona C ubicada en el Centro Histórico de la ciudad; la Zona M, es decir el barrio la Macarena y finalmente La Plaza de Usaquén.

### **6.3 Resultados Fase 3**

#### **6.3.1 Localidad La Candelaria.**

En esta localidad encontramos 1 punto representativo del café llamado:

1. Arte y Pasión café: Escuela de Baristas

#### **6.3.2 Localidad Chapinero.**

En esta localidad encontramos 6 puntos representativos del café llamados:

1. Amor perfecto
2. Azahar café
3. Bourbon coffee roasters
4. Cafécultor
5. Juan Valdez Orígenes
6. Varietale

#### **6.3.3. Localidad Los Mártires.**

En esta localidad encontramos 2 puntos representativos del café llamados:

1. Jon Dech café
2. Café de la Fonda

#### **6.3.4. Localidad Usaquén.**

En esta localidad encontramos 1 punto representativo del café llamado:

1. Catación publica

### **6.4 Resultados Fase 4**

#### **6.4.1 Localidad de la Candelaria.**

*6.4.1.1. Arte y Pasión café: Escuela de Baristas.* Lugar cómodo y agradable, te dan servicio a la mesa, te enseñan por medio de un mapa las regiones cafeteras en Colombia, tienen cafés de origen como de Nariño, Huila, Boyacá, Cundinamarca, Santander, Quindío y puedes comprarlos.

Tienen preparaciones tradicionales de Colombia como el café de la abuela, carajillo, pinto jengibre, campesino; también tienen preparaciones normales como cappuccino, latte,

americano, macacino; además ofrecen métodos como el Kioto japonés, sifón, chemex, prensa francesa, aeropress, dripper, ibirik.

Ofrecen experiencias por medio de catas de café en el cual dependiendo de la preparación te explican su origen, tradición, como se prepara y además te lo preparan en tu mesa por un barista especializado y certificado por la misma empresa, te preparan en arte latte la figura que prefieras o escojas del menú; y también puedes reservar capacitaciones en el café lab donde te explicaran la química de los sabores, catalización de los sentidos, física de los filtrados y coctelería molecular.

### ***Cursos y Experiencias.***

1. Orígenes de café: Escoge 4 variedades de café que quieras y experimenta un viaje por Colombia por medio de la cata. Valor = \$25.000

2. Infusiones: Como Qishr, cascara de cacao, guayusa, y hoja de coca. Valor = \$25.000

3. Köken: Experiencia de oriente acompañada de una taza de café colombiano. Valor= \$30.000

4. De-Construcción de café irlandés: Aprenda paso a paso una de las mejores mezclas de café con licor.

- Sir Edwards. Valor= \$14.000

- Jameson. Valor= \$18.000

5. Historia del café: Recorrido por medio del desarrollo del café mediante métodos filtrados y distintos orígenes colombianos. Valor= \$30.000

6. Química de los sabores: Catación por medio de los sentidos.

7. Cataliza y reactiva tus sentidos: Identificación de los 3 componentes, tipos de agua, sabores básicos y clasificación de cafés comerciales Vs especiales.

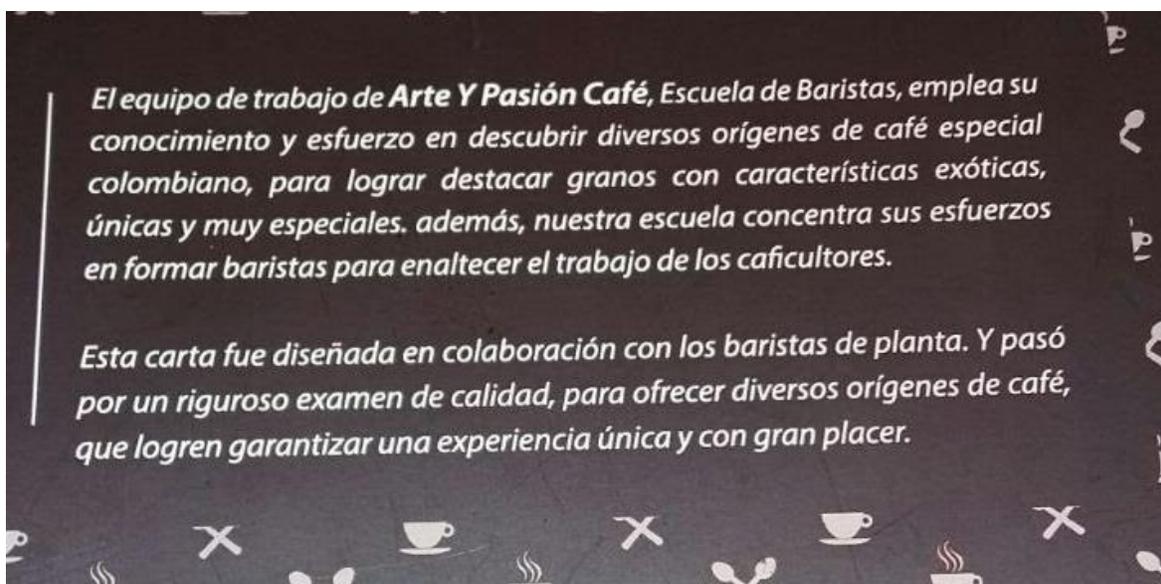
8. Física de filtrados: Recopilación de teorías físicas para filtrados, preparación de 7 métodos de filtrado, degustación de 4 bebidas clásicas y finalmente un ritual en café turco.

9. Coctelería molecular: Esferificaciones, capas en cocteles, uso de hielo seco y finalmente preparación de una bebida de la casa.

Valor de los últimos 4 experiencias: 1 persona= \$150.000, 2 personas= \$250.000, 3 personas= \$350.000, 4 personas= \$400.000, 5 personas= \$450.000.



**Figura 47.** Arte latte. Autoría propia (2017)



**Figura 48.** Menú. Autoría propia (2017)

**EMPIEZA SELECCIONANDO EL SABOR QUE MAS TE GUSTA**



**ORIGENES COLOMBIANOS**  
UBICACIÓN GEOGRÁFICA

- 01 **CUNDINAMARCA**  
Notas dulces a miel, afrutado y jugoso. Aromas que recuerdan vainilla y cacahuete.
- 02 **BOYACA**  
Gran cuerpo y retrogusto, ideal para amantes de bebidas intensas y consistentes.
- 03 **SANTANDER**  
Balanceado con acidez alta, dulzura como la miel y con aroma a mora y ciruela, perfecto para preparar en métodos filtrados.
- 04 **ANTIOQUIA**  
La región más productiva, sabor similar a los frutos rojos, con acidez y dulzura agradable.
- 05 **QUINDÍO**  
Gran carácter por su peso en boca, tiene sabores intensos y dulces como el chocolate oscuro.
- 06 **TOLIMA**  
Delicioso aroma a panela, se destaca por su dulzura, cuerpo y retrogusto.
- 07 **HUILA**  
Tiene aromas florales, como el jazmín, con gran balance en boca. Se recomienda a los amantes de tazas complejas y con retrogusto alto.
- 08 **NARIÑO**  
Aromático con notas a cereza y manzana, tiene alta acidez relacionada a los frutos rojos. Complejo en boca con buen balance y gran retrogusto.
- 09 **RISARALDA**  
Característico por su aroma floral, tiene notas dulces como la caña y ácidas como las ciruelas.
- 10 **CALDAS**  
Tiene notas aterciopeladas con aromas florales y dulzura como la caña de azúcar.
- 11 **VALLE**  
Sabores relacionados a los frutos secos como las avellanas, los cacahuets, las nueces, las almendras y en algunos casos a chocolate.
- 12 **SIERRA NEVADA**  
Muy complejo por la explosión gustativa. Con sabores intensos similares al cacao y aromas como la cereza.

Figura 49. Menú café colombiano. Autoría propia (2017)

**BREW BAR**



Método	Origen
KYOTO COLD DRIP 2 ONZ.	Japón, 1609.
SYPHON	Berlin, 1830.
PRENSA	Italia, 1929.
IBRIK O CEZVE CAFÉ TURCO	Turquía, S. XVI.
CHEMEX	Kiel, 1941.
AEROPRESS	California, 2006.
FRETTA	Tokio, 2004.
DRIPPER - V60	Japón, 2005.

Prices for coffee cups:  
 - Siphon: 8.000 (small), 15.000 (large)  
 - Prensa: 5.000 (small), 9.000 (large)  
 - Ibrik o Cezve: 7.000 (small), 12.000 (large)  
 - Chemex: 6.000 (small), 10.000 (large)  
 - Aeropress: 6.000 (small)  
 - Fretta: 7.000 (small), 12.000 (large)  
 - Dripper - V60: 4.000 (small)

Figura 50. Menú métodos. Autoría propia (2017)

# EXPERIENCIAS

\* Cada origen de café es único y tienen diferentes características, debido a las condiciones del suelo, biodiversidad, variedad y método de beneficio.

**ORÍGENES DE CAFÉS**  
Experimente un viaje por Colombia, en una cata de 4 orígenes seleccionados a su gusto.  
**25.000**

**INFUSIONES**  
(Qishr, cascara de cacao, guayusa y hoja de coca).  
**25.000**

**KÖKEN**  
Típica experiencia de oriente, acompañada de una taza de café colombiano.  
**30.000**



**DE-CONSTRUCCIÓN DE CAFÉ IRLANDES**  
Conozca paso a paso una de las mejores mezclas de café y licor.  
Sir Edwards **14.000** Jameson **18.000**

**HISTORIA DE CAFÉ**  
Participe de un recorrido por el desarrollo del café a través de los métodos de filtrado y distintos orígenes colombianos.  
**30.000**

## Bebidas alternativas

**GRANIZADO DE CAFÉ** 7.500  
Bebida refrescante, combinada con los mejores orígenes de café.  
Recomendación: (adicional) mézclelo con Bailey's o amaretto.



**MALTEADA** 7.500  
Bebida refrescante de café, chocolate o vainilla.  
Recomendación: (adicional) combina el chocolate con amaretto, el café con Frangelico, o la vainilla con Bailey's.

**AFFOGATO** 7.500  
Delicioso helado ahogado en una copa de espresso.  
Recomendación: (adicional) añadir Bailey's o amaretto.

**LIMONADA DE CAFÉ** 6.500  
Bebida refrescante de limón Tahiti, sirope de panela y espresso doppio.

Figura 51. Menú experiencias. Autoría propia (2017)



Figura 52. Café de origen en Colombia. Autoría propia (2017)

**1 QUÍMICA DE LOS SABORES**  
 En un mundo lleno de moléculas percibidas por el gusto y el olfato, usted podrá llegar a encontrar sensaciones que le permitirán explorar el camino de los sabores y aromas en el café.  
 Para llegar a encontrar estas sensaciones pasará por la nariz del café, después por un camino de sabores y texturas mediante alimentos, terminando con una recopilación de cafés que resaltan los sabores experimentados.

**2 CATALIZA Y REACTIVA TUS SENTIDOS**  
 Un catalizador es un agente que acelera el resultado de un proceso, así como en el protocolo de la catación se requiere reactivar rápidamente nuestros sentidos para percibir todos los componentes intrínsecos a una taza de café.  
 En la experiencia "Cataliza tus sentidos" encontrará tres componentes: Tipos de agua, sabores básicos, y una clasificación entre cafés comerciales vs especiales.

**PROGRAMAR CON 3 DÍAS DE ANTICIPACION.**

**TODAS NUESTRAS EXPERIENCIAS DE LABORATORIO MANEJAN EL MISMO PRECIO**

**Café·Lab**  
 El laboratorio de los caficultores

UNA PERSONA	150.000	TRES PERSONAS	350.000
DOS PERSONAS	250.000	CUATRO PERSONAS	400.000
		CINCO PERSONAS	450.000

**3 FÍSICA DE LOS FILTRADOS**  
 ¿Conoce usted la ciencia que se esconde en la preparación de métodos filtrados? Grandes físicos, químicos y matemáticos han establecido leyes y teorías que son aplicables en la preparación de una taza única de café por medio de los métodos filtrados.  
 La recopilación de estas teorías físicas junto con la preparación de siete métodos le permitirá sumergirse en un laberinto de investigación y análisis para dar paso a la degustación de cuatro bebidas clásicas y finalizar con un ritual de café turco.

**4 COCTELERIA MOLECULAR**  
 El uso de las reacciones y propiedades químicas en la coctelería, es un nuevo campo donde la preparación de cocteles se convierte en un juego de análisis químicos.  
 Por medio de las esferificaciones usted podrá encapsular algunos sabores que harán explosión en su boca; después, se encontrará con la magia de una bebida a capas y otra con hielo seco, llegando a su esplendor máximo con la unión de estas reacciones en la preparación de la bebida de la casa.

Figura 53. Menú experiencias. Autoría propia (2017)

**BEBIDAS CLÁSICAS COLOMBIANAS**

**CAMPESINO**  
 Deléitese con la infusión de hierbas aromáticas, especias, sirope de panela, filtrado de olleta y limón. **5.000**

**CARAJILLO (BRANDY O AGUARDIENTE).**  
 Descubra el secreto de una bebida típica por excelencia, elaborada a base de filtrado de olleta, Infusión de limonaria, toronjil, manzanilla, anís y syrup de panela. **8.500**

**PINTAO JENGIBRE**  
 El clásico de nuestra tierra en una base de espresso con vainilla, canela, crema chantilly y jengibre. **7.000**

**DE LA ABUELA**  
 Fabulosa mezcla de café filtrado en olleta con sirope de jazmín y pipilongo.  
 (Para realzar el sabor de esta bebida se recomienda agregar cognac) (adicional) **6.500**

✱ Nuestros baristas buscan rescatar productos ancestrales y únicos como el pipilongo, la guayusa, la cascarilla de cacao, el té de coca y el qishr.

**ADICIONES PARA TODAS NUESTRAS BEBIDAS:**

Sirope de Vainilla, amaretto, caramelo o macadamia.....	2.000
Bailey's, amaretto, cognac o frangelico.....	4.500
Leche de almendras, soya o arroz.....	1.500

Figura 54. Menú bebidas colombianas. Autoría propia (2017)



Figura 55. Menú Café clásico. Autoría propia (2017)



Figura 56. Menú arte latte. Autoría propia (2017)



**Figura 57.** Arte latte barista. Autoría propia (2017)



**Figura 58.** Método ibirik. Autoría propia (2017)



**Figura 59.** Método ibirik. Autoría propia (2017)

#### **6.4.2 Localidad de Chapinero.**

**6.4.2.1 Amor perfecto: el café de los amantes.** Lugar cómodo, agradable, servicio a la mesa, te explican por medio de unas imágenes en la pared las composiciones químicas del café, te hacen arte latte, te explican acerca del café, puedes ver el café lab donde puedes inscribirte a cursos de catas, tostion de café y certificaciones de Barismo; también puedes comprar el café propio de la marca.

Además, ofrecen métodos como el sifón, chemex, dripper.

#### ***Cursos y experiencias.***

1. Básico Barismo: Aprenden sobre cafés de Colombia, café de origen, maquina espresso, molino, molienda y dosificación, definición de espresso, preparaciones de bebidas clásicas espresso, americano, cappuccino; métodos y limpieza y mantenimiento. Valor por persona=\$515.000 + IVA 4 horas.

2. Arte Latte: Aprenden sobre leche y calidad, técnica de cremado, técnica de vertido, otras técnicas de dibujo utilizando pincel y practica de arte latte. Valor por persona=\$720.000 + IVA 8 horas.

3. Módulo tostión: tiene 3 niveles

- Básica fundamentación: Proceso de tostión, como controlar aspectos sensoriales del café y tostión desde claro hasta oscuro. Valor por persona = \$1'220.000 + IVA.

- Intermedio: Mismos temas del nivel anterior, más defectos del café, cambios físicos de los granos de café en la tostion, manejo de espacio de trabajo y producción. Valor por persona = \$2'380.000 + IVA 2 días por 16 horas cada uno.

- Profesional: Administrar, planear, ejecutar control de calidad, costos de producción y aseguramiento de producción eficiente. Valor por persona = \$3'330.000 + IVA 2-3 días por 18 horas cada uno.

4. Certificaciones SCAE Básico: Aprenden sobre definición de espresso, molino, sub y sobre extracción, tiempos de extracción, maquina espresso, historia del café, historia del café en Colombia, comparación de variedades arábica y robusta, sabores, métodos de preparación, limpieza y mantenimiento. Valor por persona = \$1'120.000 + IVA 1 día por 8 horas - certificación SCAE -Lv1

5. Certificaciones SCAE Intermedio: Temas de nivel anterior, además de precio de café, cadena del valor del café, tostión de café, agua, evaluación del café, café y salud; y servicio al cliente. Valor por persona = \$1'225.000 + IVA 2 días por 8 horas.

6. Certificaciones SCAE Avanzado: Para Baristas profesionales, con experiencia considerable, enfocado en la perspectiva científica y gestión del café, para preparaciones de bebidas especiales; indispensables haber culminado y aprobado el nivel básico e intermedio. Valor por persona = \$2'850.000 + IVA 3 días por 8 horas.



**Figura 60.** Amor perfecto. Autoría propia (2017)



**Figura 61.** Café lab amor perfecto. Autoría propia (2017)



**Figura 62.** Composición química del café amor perfecto. Autoría propia (2017)

**MÉTODOS COTIDIANOS**

Le enseñamos a sacarle todo el provecho a cada uno de los métodos cotidianos de preparación de café y a elegir el que mejor se adapte a sus preferencias. El **Aeropress** es un sistema de émbolo que filtra el agua a través del café con ayuda de un filtro de papel o acero inoxidable. La **prensa francesa** es un sistema que nos brinda un café más fuerte que la mayoría de métodos cotidianos, en ella el café se mezcla con el agua y pasados 4 minutos el café se presiona hacia el fondo de la prensa para separarlo de la bebida caliente.

**VALOR: \$90.000 + IVA**  
**DURACIÓN: 60' MIN**

**CATACIONES**

**1 HORA**  
Es una experiencia de aromas y sabores donde aprenderás a identificar por medio de un análisis sensorial las características de 3 tipos de café de origen, mediante una explicación guiada y completa.

**VALOR POR PERSONA: \$154.000 IVA INCLUIDO**

**2 HORAS**  
Tendrás la misma experiencia anterior en la primera hora. En la segunda Hora conocerás a fondo la diferencia entre cafés especiales y cafés de consumo mediante la catación de dos cafés de origen y dos cafés de consumo. También aprenderás a identificar los defectos en el grano de Café y como seleccionar los mejores granos.

**VALOR POR PERSONA: \$190.000 IVA INCLUIDO**

Figura 63. Menú cursos. Autoría propia (2017)

**CURSOS CON CERTIFICACIÓN SCAE AVANZADO**

MEMBER OF SPECIALITY COFFEE ASSN. OF EUROPE

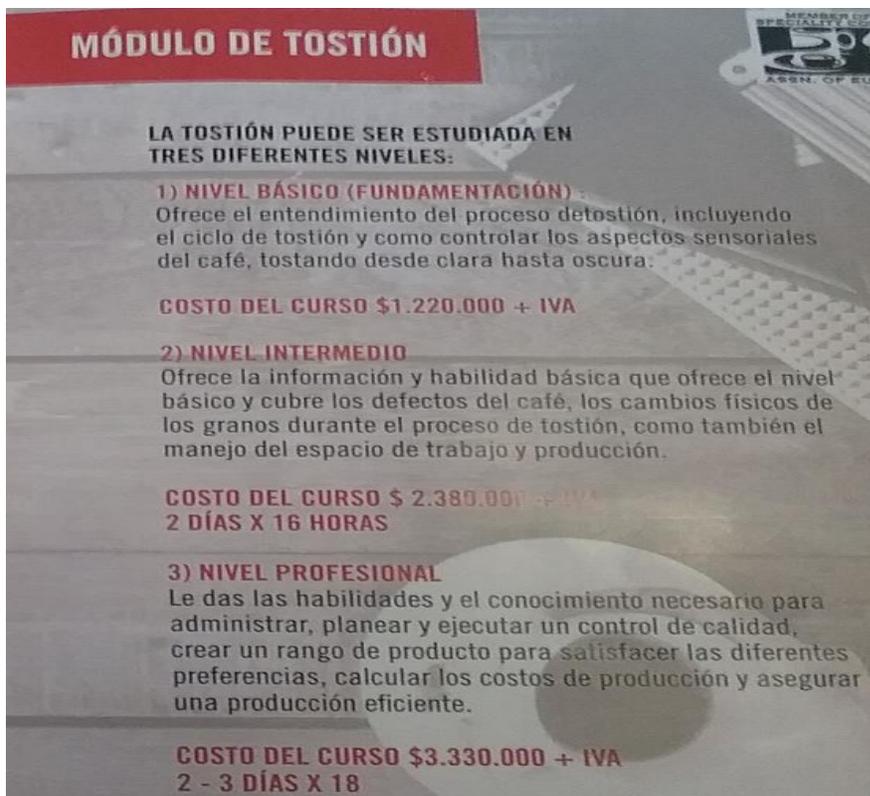
Apto para baristas profesionales con experiencia considerable.  
Enfocado en la perspectiva científica y la gestión del café para la preparación de bebidas especiales.

Indispensable haber culminado y aprobado el nivel básico e Intermedio.

**Puntos obtenidos en este nivel: 25 SCAE**

**VALOR: \$2.850.000 + IVA**  
**DURACIÓN: 3 DÍAS (8 HORAS x DÍA)**

Figura 64. Menú cursos. Autoría propia (2017)



**MÓDULO DE TOSTIÓN**

LA TOSTIÓN PUEDE SER ESTUDIADA EN TRES DIFERENTES NIVELES:

**1) NIVEL BÁSICO (FUNDAMENTACIÓN)**  
Ofrece el entendimiento del proceso de tostión, incluyendo el ciclo de tostión y como controlar los aspectos sensoriales del café, tostando desde clara hasta oscura.

**COSTO DEL CURSO \$1.220.000 + IVA**

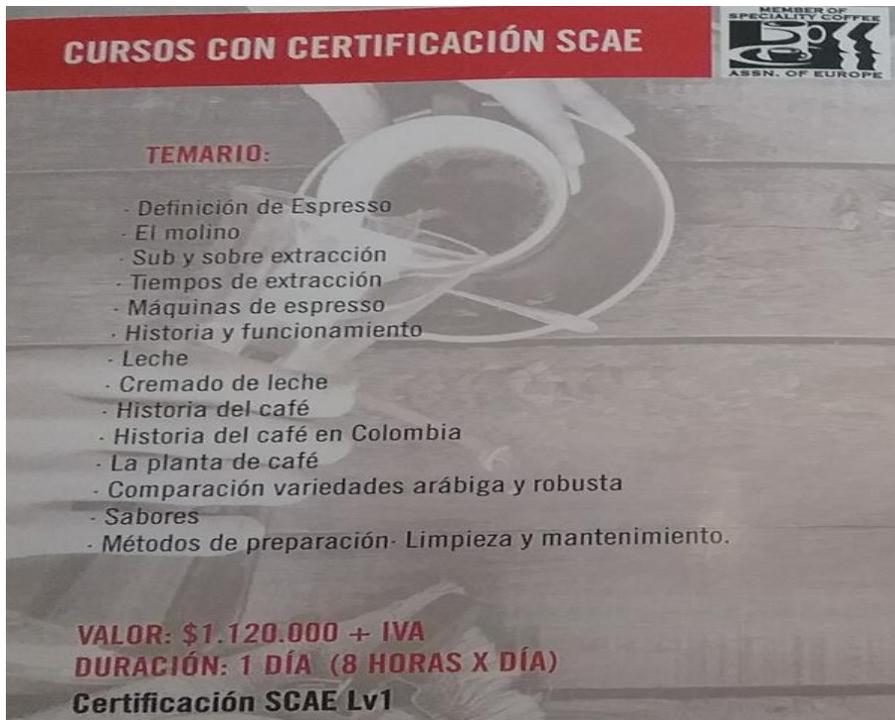
**2) NIVEL INTERMEDIO**  
Ofrece la información y habilidad básica que ofrece el nivel básico y cubre los defectos del café, los cambios físicos de los granos durante el proceso de tostión, como también el manejo del espacio de trabajo y producción.

**COSTO DEL CURSO \$ 2.380.000 + IVA**  
**2 DÍAS X 16 HORAS**

**3) NIVEL PROFESIONAL**  
Le das las habilidades y el conocimiento necesario para administrar, planear y ejecutar un control de calidad, crear un rango de producto para satisfacer las diferentes preferencias, calcular los costos de producción y asegurar una producción eficiente.

**COSTO DEL CURSO \$3.330.000 + IVA**  
**2 - 3 DÍAS X 18**

Figura 65. Menú cursos. Autoría propia (2017)



**CURSOS CON CERTIFICACIÓN SCAE**

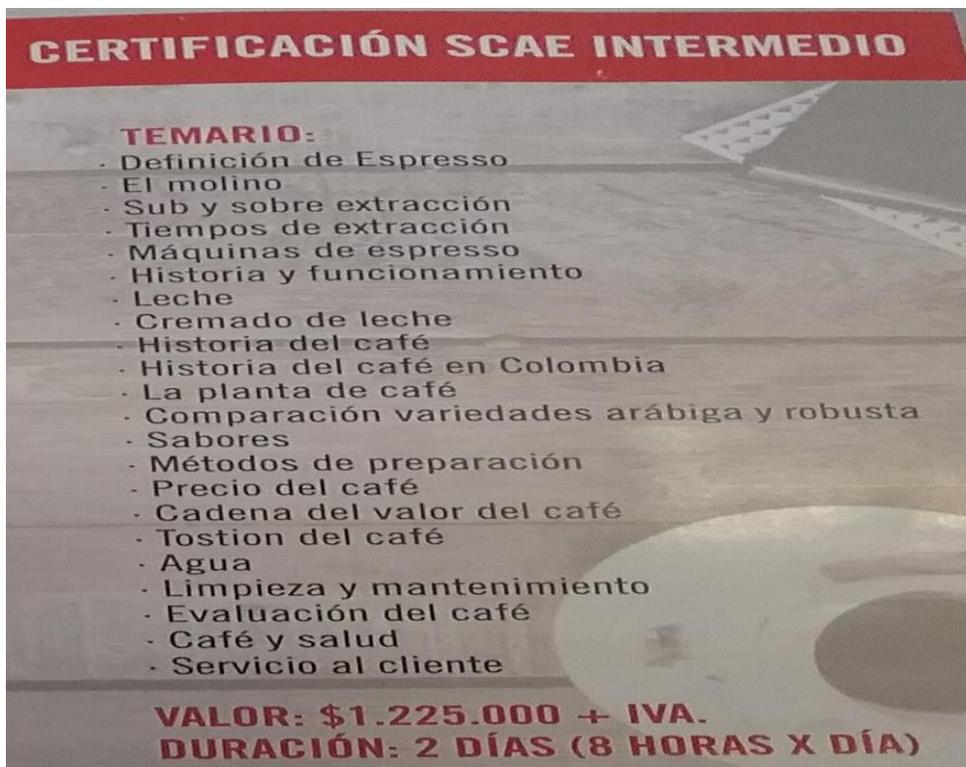
**MEMBER OF SPECIALTY COFFEE ASSN. OF EUROPE**

**TEMARIO:**

- Definición de Espresso
- El molino
- Sub y sobre extracción
- Tiempos de extracción
- Máquinas de espresso
- Historia y funcionamiento
- Leche
- Cremado de leche
- Historia del café
- Historia del café en Colombia
- La planta de café
- Comparación variedades arábica y robusta
- Sabores
- Métodos de preparación- Limpieza y mantenimiento.

**VALOR: \$1.120.000 + IVA**  
**DURACIÓN: 1 DÍA (8 HORAS X DÍA)**  
**Certificación SCAE Lv1**

Figura 66. Menú cursos. Autoría propia (2017)



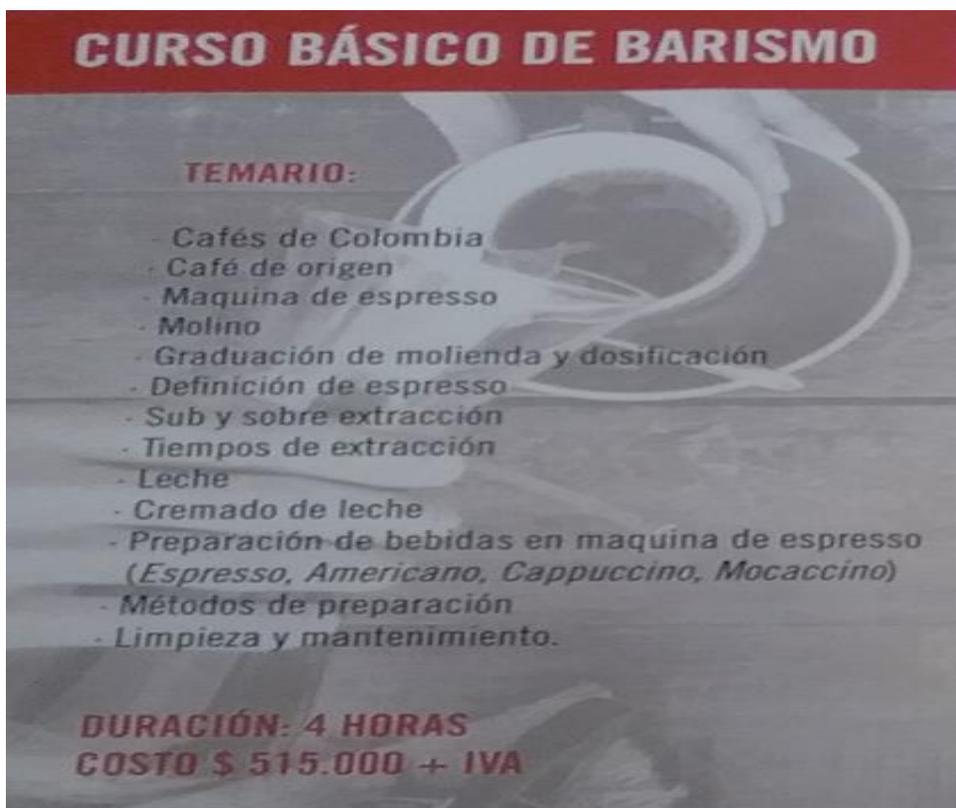
**CERTIFICACIÓN SCAE INTERMEDIO**

**TEMARIO:**

- Definición de Espresso
- El molino
- Sub y sobre extracción
- Tiempos de extracción
- Máquinas de espresso
- Historia y funcionamiento
- Leche
- Cremado de leche
- Historia del café
- Historia del café en Colombia
- La planta de café
- Comparación variedades arábica y robusta
- Sabores
- Métodos de preparación
- Precio del café
- Cadena del valor del café
- Tostion del café
- Agua
- Limpieza y mantenimiento
- Evaluación del café
- Café y salud
- Servicio al cliente

**VALOR: \$1.225.000 + IVA.**  
**DURACIÓN: 2 DÍAS (8 HORAS X DÍA)**

Figura 67. Menú cursos. Autoría propia (2017)



**CURSO BÁSICO DE BARISMO**

**TEMARIO:**

- Cafés de Colombia
- Café de origen
- Maquina de espresso
- Molino
- Graduación de molienda y dosificación
- Definición de espresso
- Sub y sobre extracción
- Tiempos de extracción
- Leche
- Cremado de leche
- Preparación de bebidas en maquina de espresso  
(Espresso, Americano, Cappuccino, Mocaccino)
- Métodos de preparación
- Limpieza y mantenimiento.

**DURACIÓN: 4 HORAS**  
**COSTO \$ 515.000 + IVA**

Figura 68. Menú cursos. Autoría propia (2017)

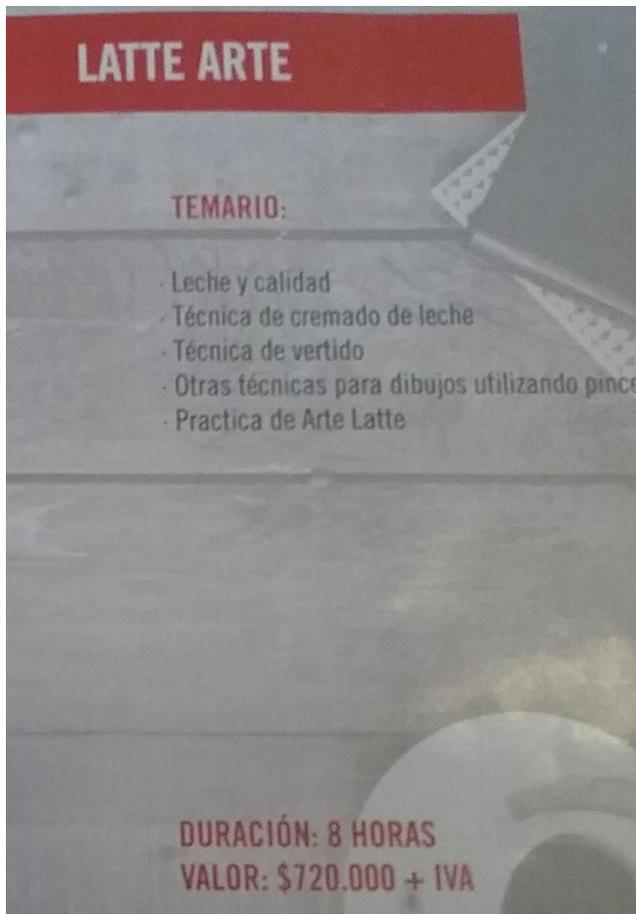


Figura 69. Menú cursos. Autoría propia (2017)



Figura 70. Menú cursos. Autoría propia (2017)

**6.4.2.2 Azahar café.** Lugar cómodo, agradable, servicio a la mesa, tienen cafés de origen como Huila, Quindío y Nariño, puedes comprar el café propio de la marca, además ofrecen métodos como el chemex, dripper, batch brew, prensa francesa y café campesino.



**AZAHAR Café**  
 ORIGEN: PREGUNTA AL BARISTA POR LOS ORIGENES DISPONIBLES

BEBIDAS FILTRADAS			
MÉTODO	1 TAZA	2 TAZAS	3 TAZAS
BATCH BREW	\$4.500		
DRIPPER	\$4.500		
CHEMEX		\$7.900	\$10.500
PRENSA FRANCESA		\$7.900	\$10.500
CAMPESINO	\$6.000		

BEBIDAS A BASE DE ESPRESSO			
ESPRESSO	\$4.000	FLAT WHITE	\$5.000
LATTE	\$6.500	MOKA	\$8.000
CAPPUCCINO	\$6.000	MACCHIATO	\$4.500

OTRAS BEBIDAS CALIENTES	
CACAO	\$6.500
CHAI	\$7.600

TÉ E INFUSIONES	
NEGRO / VERDE / INFUSIÓN DE TEMPORADA	\$7.000

**Figura 71.** Dirección azahar café. Google maps (2017)



**Figura 72.** Azahar café. Autoría propia (2017)



**Figura 73.** Tienda azahar café. Azaharcoffee.com (2017)



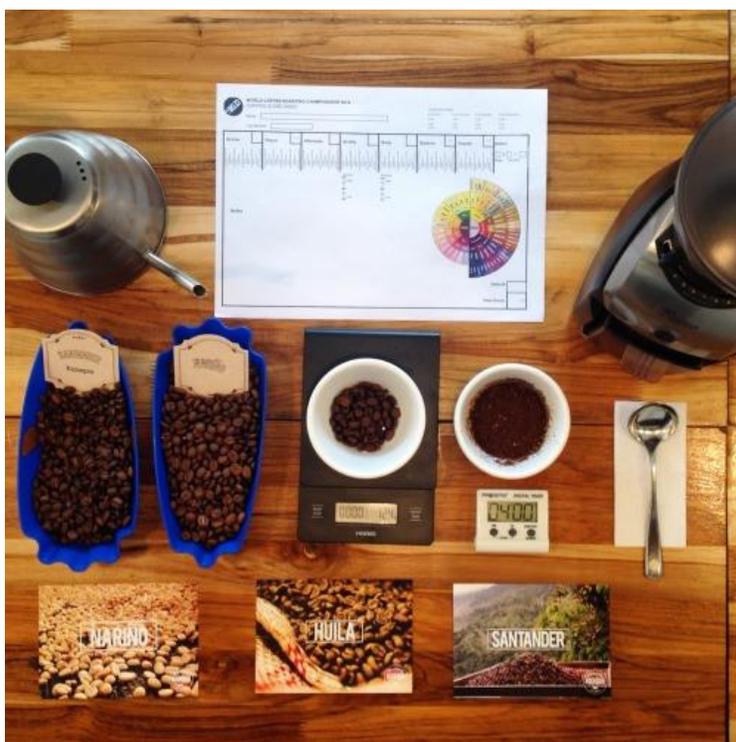
**Figura 74.** Arte latte azahar café. Autoría propia (2017)

**6.4.2.3 Bourbon coffee roasters.** Lugar cómodo, agradable, servicio a la mesa, tienen cafés de origen como Huila, Quindío, Santander, Nariño, puedes comprar el café propio de la marca, además ofrecen métodos como el chemex, dripper, cold brew, prensa francesa, sifón y también los cafés clásicos.

En la tienda hacen cata de café todos los días, poseen una tostadora de 5 kilos llamada “carmelita”, y tienen en un pizarrón de tiza el proceso desde la planta hasta obtener el grano de café, también tienen un cuadro con los diferentes expresos que existen.



**Figura 75.** Bourbon coffee roasters. Tumblr.com (2017)



**Figura 76.** Catación Bourbon. Tumblr.com (2017)



Figura 77. Tostadora bourbon. Tumbri.com (2017)



Figura 78. Pizarrón bourbon. Autoría propia (2017)



**Figura 79.** Cuadro expressos bourbon. Autoría propia (2017)



**Figura 80.** Arte latte bourbon. Autoría propia (2017)

**6.4.2.4 Café Cultor.** Lugar cómodo, agradable, servicio a la mesa, tienen cafés de origen como Huila, Tolima, Sierra nevada, Santander, Casanare, Nariño y Geisha, puedes comprar el café propio de la marca, ofrecen servicio para catering y eventos, realizan talleres por medio de sentidos y capacitaciones para Baristas; además ofrecen métodos como el chemex, dripper, prensa francesa, aeropress, y cafés clásicos. Y puedes ver y oler cuando tuestan el café en las mañanas.



**Figura 81.** Café Cultor. Autoría propia (2017)