

Supracafé, cafés de alta calidad

Esta empresa nace en 1990, como el primer tostador español en vender exclusivamente café 100% arábica a través de la selección mediante cata de sus proveedores en Colombia. El deseo de los fundadores, Ricardo Oteros, Vicente Arregui y Raúl Gil, es convertir el café en un producto gourmet donde prime la excelencia en todo el proceso: desde la planta hasta la taza.

Por Ángel Marqués Avila. Periodista gastronómico

Ese mismo año, entran con marca propia en El Club del Gourmet de El Corte Inglés. Entre sus primeros clientes de hostelería, destaca la presencia del hotel Ritz, las pastelerías Mallorca, el restaurante Zalacaín –primer ‘tres estrellas’ español–, y el chef y maestro Luis Irizar.

En 1992, se trasladan a su actual fábrica tostadora en Móstoles (Madrid). Para tres años más tarde esta empresa se compromete en apoyar a [mujeres víctimas](#) del conflicto armado del departamento del Cauca (Colombia) en la producción de cafés de alta calidad.



Supracafé

Fruto de esta iniciativa surge de la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca (AMUCC) y el café que lleva su nombre, que comercializa Supracafé. Siendo en 1999, cuando junto con otras 15 empresas del sector cafetero deciden constituir la fundación Café Mundi para apoyar proyectos que mejoren las condiciones de vida de las comunidades cafeteras.

Ricardo Oteros, director general de Supracafé, ostenta el cargo de presidente desde entonces de este organismo, y con el dialogamos para conocer más sobre el mundo del café y de su proyecto

La Entrevista

Ángel Marqués. – ¿Cómo se presenta el 2024 para el sector?

Ricardo Oteros. – El sector de café sigue avanzando, creciendo y transformándose. Sigue el crecimiento en el segmento de

café especiales. A nivel internacional se aprecia una subida en los precios de las materias primas, muy importante en los cafés de menor calidad de especie Robusta. El aumento del consumo mundial junto con algunos problemas de producción debido al cambio climático son las principales causas.

Ángel Marqués. – ¿Cuál es el nivel de la aceptación por parte del consumidor español a la hora de comprar café?

Ricardo Oteros. – El consumidor español va evolucionando y cada vez va consumiendo café de mayor calidad. Cada vez hay más cultura de café y los consumidores van experimentando con orígenes, preparaciones, etc. El aumento de cafeterías de especialidad y de ofertas de cafés cada vez de mayor calidad de los tostadores tradicionales está ayudando a este proceso.

Ángel Marqués. – ¿Qué papel están jugando las tiendas especializadas en la venta de cafés?

Ricardo Oteros. – Como te decía las tiendas especializadas juegan un café importante, sobre todo porque trasladan información y [cultura de café](#) a los consumidores. La figura del barista juega un papel fundamental.

Ángel Marqués. – ¿Cuál es momento de la elaboración de cafés artesanales?

Ricardo Oteros. – Habría que definir que es un café artesanal. Desde el punto de vista de la materia prima, la mayoría son artesanales, unos de mayor calidad y considerados especiales por variedad, proceso, etc., y otros de calidades inferiores.

Desde el punto de vista del proceso, lo habitual es que los cafés estén tostados cada vez más con tostadoras avanzadas en tecnología. Hasta los pequeños tostadores de los establecimientos de especialidad permiten hacer tuestes avanzados con ayudas en la definición de curvas. Me pregunto a

que nos referimos con lo de “artesanal”. Por ejemplo, un cocinero puntero hoy con estrellas Michelin, no suele cocinar en un hogar de leña..., lo que podría considerarse artesanal...



Ángel Marqués. – ¿Cómo llego al mundo de los cafés?

Ricardo Oteros. – A través de una práctica de trabajo universitaria. Cuando terminé la carrera fui a trabajar en prácticas a Colombia. Se suponía que iba a estar dos meses, pero finalmente estuve dos años haciendo prácticas en la Federación Nacional de Cafeteros. A raíz de esa práctica decidimos, con mis amigos y socios de la universidad, crear SUPRACAFE. Desde entonces me he dedicado plenamente al mundo del café.

Ángel Marqués. – ¿Y qué le llevo a dar este pasó de apostar por el café?

Ricardo Oteros. – En España en 1990 había una gran

oportunidad para empezar a desarrollar el mercado de cafés de especialidad. En aquel momento el mercado era muy indiferenciado y con unas calidades promedio muy bajas. Había un nicho claro a desarrollar con los cafés de alta calidad y de especialidad. Yo había aprendido, me había enamorado del café y, además, tenía el contacto con los productores que se asociaron con nosotros desde el principio para el proyecto.

Ángel Marqués. – ¿Qué es lo más importante a la hora de elegir un buen café?

Ricardo Oteros. – Por supuesto lo primero es la calidad de la materia prima, eso es esencial. Eliges el café de tu preferencia ya que hay muchos cafés buenos diferentes, tanto por origen y variedad como por procesos. Después tienes en cuenta el tueste y la conservación. Qué punto de tueste, cuando ha sido tostado. Obviamente lo compras en grano y lo mueles en el momento de la preparación adecuándolo al sistema que hayas elegido.

Ángel Marqués. – ¿Y qué café es el más demandado, y cuales son vuestros cafés más emblemáticos?

Ricardo Oteros. – En nuestro caso el café más demandado es el de Colombia. Aunque la calidad general de Colombia es reconocida a nivel internacional, dentro de Colombia hay diferencias importantes. Nosotros hemos trabajado con cafés de muy alta calidad producidos principalmente en la zona suroccidental del país, cafés de altura con buen contenido en variedades tradicionales y procesos en finca muy cuidados. Nuestros cafés más emblemáticos, además de nuestro Colombia Supracafé, son la edición limitada de producción propia a base de variedades nobles en nuestra finca HACIENDA SUPRACAFE y el café producido por las MUJERES CAFICULTORAS DEL CAUCA (AMUCC) de comercio justo y ecológico.



Ángel Marqués. – ¿Qué destacaríais del mundo del café?

Ricardo Oteros. – El café es un producto maravilloso en todas sus facetas. Además de ser la bebida más consumida en el mundo después del agua y de presentar múltiples perfiles organolépticos para deleitar a todos los paladares, es un producto que involucra a millones de familias productoras, miles de empresas transformadoras y a un importante porcentaje de la población mundial como consumidora. Es un producto que atrapa y es un producto, como decía al principio, en constante evolución y mejora. Un producto para disfrutar en todos sus aspectos.

Ángel Marqués. – Y ahora, ¿cuáles van a ser los siguientes pasos dar por SUPRACAFÉ?

Ricardo Oteros. – En SUPRACAFE seguimos creciendo. Nuestro objetivo es seguir avanzando en el segmento HORECA de lujo,

crecer en el segmento de retail de especialidad y aumentar nuestra presencia en algunas regiones donde todavía tenemos una presencia limitada.

Ángel Marqués. – ¿Cuál es el concepto y la filosofía de SUPRACAFÉ?

Ricardo Oteros. – SUPRACAFE es una empresa especializada en cafés de alta calidad, solo trabajamos este segmento. Además, somos productores, desde la creación de la empresa en 1990 siempre hemos tenido como socios a los productores, ocupándonos de la trazabilidad y calidad de nuestros cafés.

Desde 2008 tenemos fincas propias en Colombia donde hacemos innovación y producción de cafés de altísima calidad. La innovación es otra de nuestras apuestas. Por último, destacar nuestra apuesta por la sostenibilidad. Venimos trabajando y apoyando desde hace más de 26 años a las mujeres caficultoras del Cauca a través de AMUCC (Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca) con quienes desarrollamos proyectos de producción y desarrollo.

Hoy son ya más de 400 familias. Trabajamos proyectos de producción sostenible y economía circular a través de diferentes programas apoyados por el CDTi y el ICEX. En definitiva, mantenemos nuestra apuesta fuerte por la producción de café sostenible de la más alta calidad, que es lo que hemos hecho siempre.