

We Are Four Coffee Roasters lo distribuye en cajas de seis unidades

Marca de café de especialidad apuesta por un formato soluble y liofilizado

Proveen a más de 300 negocios, entre cafeterías, emporios y locales en distintas partes del país.

MEISSA FORNO

La marca de café de especialidad We Are Four Coffee Roasters, que provee a alrededor de 300 negocios en el país, optó por desarrollar una versión soluble y liofilizada que por ahora está disponible en sus cuatro tiendas físicas y también en su sitio web.

Según cuenta Diego Abarca, uno de los fundadores del negocio, "partimos hace casi una década con el objetivo de que las personas accedan a un buen café. En Chile, una de las mayores barreras de entrada para prepararlo en la casa es la falta de métodos o de tiempo para obtener una taza, ya que, si está en grano, es necesario molerlo primero".

"Nuestros clientes, cuando probaban el café, les encantaba, pero no lo disfrutaban en sus casas, porque consideraban que era mucho trabajo prepararlo. El café soluble ha sido estigmatizado en gran parte del mundo, pero quisimos darle una vuelta. Nos propusimos hacer el mejor café soluble y liofilizado, traído directamente desde la finca y preparado in situ durante el proceso de producción, para después deshidratarlo y liofilizarlo", añade Abarca.

El proceso de liofilización implica deshidratar el café, eliminando su contenido de agua mediante sublimación, lo que genera que el agua pase de estado sólido o congelado directamente a uno gaseoso.

Abarca detalla que se habla de café de especialidad porque, al igual que el vino, se le otorgan puntos, en un rango de 0 a 100, en relación con sus atributos de aroma, intensidad y diversidad de sabores, entre otros, que se consiguen porque la fruta se cosecha en su punto álgido de maduración de forma manual, además de otras consideraciones. Si obtiene más de 83, ya se puede catalogar como de "especialidad". El de We Are Four Coffee Roasters fluctúa entre 84 y 90 puntos y el que están utilizando para liofilizar alcanza 86. La firma utiliza café proveniente generalmente de Nicaragua, Honduras, Perú, Bolivia, Tanzania y el Congo, y lo tuesta en Chile.

¿A qué responde el estigma que tiene el café soluble?

"Siempre es malo porque se produce a una escala gigante, con volúmenes muy grandes, siendo imposible preservar una calidad. Por tal motivo, montamos una mini planta de liofilización de café cuyo aspecto más complicado es eliminar el agua. Producimos 2.000 unidades al mes y se comercializa en una cajita que contiene seis sobres con 4 gramos de café liofilizado de especialidad directo para el consumo (para la misma cantidad de tazas), cuyo sabor es igual al que prepararía un barista. Tiene un valor de \$12.990. Está disponible en todas nuestras cafeterías, ubicadas en el Merca-

do Urbano Tobalaba, en Avenida Apoquindo, Pedro de Valdivia y en Los Leones, en nuestra página web y desde abril en los locales que abastecemos, como cafeterías, emporios y hoteles".

¿Se prefiere el instantáneo por el precio?

"El consumo actual de café en Chile es cercano a los 700 gramos per cápita mensuales. Se busca el formato liofilizado por la comodidad, más que por el precio. Por ejemplo, nosotros vendemos a \$12.900 los 250 gramos, lo que alcanza para entre 18 y 25 tazas. El liofilizado, con valores bien cercanos, rendirá para 10 o 12 preparaciones. La diferencia en cuanto a valor no es tanta".

¿A cuántos negocios proveen?

"Más de 300 cafeterías en todo Chile utilizan nuestro café para atender a sus clientes y también lo venden para su consumo en la casa. Para nosotros es importante tener presencia en las 16 regiones, porque en zonas como Punta Arenas o Puerto Natales se consume mucho y están agradecidos de comprarlo en tiendas locales, por el precio de los envíos desde Santiago. Nosotros no entregamos máquinas de café en concesión, pero si somos los representantes de Sanremo Coffee Machine y las vendemos".

¿Cree que la categoría de café se ha sofisticado en Chile?

"Totalmente. Cuando partimos, el café en grano tenía una posición del 10% de consumo en Chile. El 90% tomaba soluble y dentro de ese porcentaje el 75% correspondía al instantáneo de tarro. Hoy el soluble bajó al 60%, un 40% opta por el grano y el de especialidad ha aumentado del 0,5% a cifras que varían entre un 7% y un 9%".

¿Cómo lo han hecho con los costos del café que han subido mucho?

"Sí, ha sido una locura. Por el tema del cambio climático han fallado algunas cosechas y Brasil, que es el máximo productor del mundo, tuvo una pérdida grande. Además, Vietnam, otro de los grandes productores, optó por dedicarse a la fruta del dragón, porque resulta más lucrativo, sacando los cafetos. Sin embargo, lo vemos como una buena oportunidad, porque el café de mala calidad, sin trazabilidad, ha sido el que más ha subido, lo que ha acercado el de especialidad al consumidor".

¿Por qué optaron además por incluir chocolates, leche, té y syrups o salsas a su portafolio de productos?

"Queríamos estar en los lugares en que la gente consume café, es decir, en cafeterías locales, cercanas al barrio en que se vive o se trabaja. Estos negocios prefieren comprar todo al mismo proveedor, aunque ofrezca un café regular. Por tal motivo, consideramos que un punto de entrada importante era ofrecer además leche, té, syrups y chocolates".

We are four

- Sitio web: www.wearefour.cl
- Correo: contacto@wearefour.cl
- Instagram: [@wr4.cl](https://www.instagram.com/wr4.cl)



Diego Abarca es uno de los fundadores del negocio.