

UF0850: Preparación y cata de aguas, cafés e infusiones

Elaborado por: Equipo Editorial

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16102-06-8 • Depósito legal: MA 103-2014

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain



Presentación

UF 0850: Preparación y cata de aguas, cafés e infusiones

Identificación de la unidad formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa 0850 “Preparación y cata de aguas, cafés e infusiones”. Esta unidad formativa pertenece al Módulo Formativo 1106_3 “Cata de vinos y otras bebidas analcohólicas y alcohólicas distintas a vinos” que forma parte del certificado de profesionalidad HOTO209 Sumillería, de la familia profesional hostelería y turismo.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta unidad formativa es aprender a preparar y servir aguas, cafés e infusiones. Para ello se explicará cómo realizar el análisis sensorial de aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones y su correcta preparación y presentación al cliente.

Objetivos de la unidad formativa

Al finalizar esta unidad formativa aprenderás a:

- ↪ Solicitar a los proveedores las muestras de aguas y de cafés, té y materias primas para infusiones seleccionadas para la cata de acuerdo con las necesidades gastronómicas y de clientela del establecimiento
- ↪ Preparar para la cata las muestras de aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones remitidas por los proveedores y otras que han llevado a la empresa sus distribuidores.
- ↪ Identificar y aplicar la metodología del análisis sensorial de aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones.
- ↪ Reconocer y registrar las características organolépticas de las aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones de acuerdo con la metodología de la cata.
- ↪ Evaluar y clasificar aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones, valorando su adecuación a los objetivos propuestos.

Índice

UF o85o: Preparación y cata de aguas, cafés e infusiones

UD1. Confección de documentación previa a la cata

1.1. Elaboración de dossiers de aguas envasadas, café, té y otras infusiones	7
1.1.1. De catas en ferias y presentaciones.....	7
1.1.2. De catas en cursos	11
1.1.3. De catas en presentaciones de productos	14
1.2. Informes de los diversos productos	14
1.2.1. Marca comercial y empresa envasadora, elaboradora, tostadora o importadora	14
1.2.2. Clasificación oficial y proceso de elaboración	18
1.2.3. Distribuidores y precio	25
1.2.4. Atributos organolépticos de las aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones	26
1.2.5. Ventajas comparativas	27
1.3. Información de revistas, guías y prensa especializada	28
1.3.1. Listados ordenados por tipos de aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones.....	28
1.3.2. Disponibilidad de otros formatos diferentes del estándar.....	29

UD2. Análisis sensorial de cafés

2.1. Metodología de análisis sensorial de cafés	39
2.1.1. Fases, herramientas	39
2.1.2. La correcta preparación de la taza de café para la cata.....	42

2.2. Los resultados de la cata	43
2.2.1. Expresión cuantitativa y cualitativa.....	43
2.2.2. Reseña organoléptica sintética	50
2.3. Cata de cafés según diferentes tipos de tueste.....	50
2.3.1. Torrefactos y naturales.....	51
2.4. Cata de cafés según su clasificación por su origen botánico, elaboración y procedencia.....	51
2.4.1. Cafés suaves colombianos	51
2.4.2. Cafés suaves o centrales	54
2.4.3. Cafés Brasil	58
2.4.4. Cafés robustas	58
2.4.5. Cafés africanos y asiáticos.....	58
2.5. Cata de cafés blended	61
2.6. Cata del mismo tipo de café con diferentes grados de tueste	61

UD3. Análisis sensorial de aguas envasadas, té y otras infusiones

3.1. Aguas envasadas	71
3.1.1. Metodología del análisis sensorial de aguas envasadas	71
3.1.2. Cata de aguas envasadas	74
3.2. Té y otras infusiones	78
3.2.1. Metodología del análisis sensorial del té y otras infusiones.....	78
3.2.2. Cata de té	82
3.2.3. Cata de diversas infusiones.....	92
3.3. Los resultados de la cata de aguas envasadas, té y otras infusiones	94
3.3.1. Expresión cuantitativa y cualitativa.....	94
3.3.2. Reseña organoléptica sintética	96

UD1

Confección de documentación previa a la cata

- 1.1. Elaboración de dossiers de aguas envasadas, café, té y otras infusiones
 - 1.1.1. De catas en ferias y presentaciones
 - 1.1.2. De catas en cursos
 - 1.1.3. De catas en presentaciones de productos
- 1.2. Informes de los diversos productos
 - 1.2.1. Marca comercial y empresa envasadora, elaboradora, tostadora o importadora
 - 1.2.2. Clasificación oficial y proceso de elaboración
 - 1.2.3. Distribuidores y precio
 - 1.2.4. Atributos organolépticos de las aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones
 - 1.2.5. Ventajas comparativas
- 1.3. Información de revistas, guías y prensa especializada
 - 1.3.1. Listados ordenados por tipos de aguas envasadas, cafés, té y otras infusiones
 - 1.3.2. Disponibilidad de otros formatos diferentes del estándar

hostelería y turismo

1.1. Elaboración de dossiers de aguas envasadas, café, té y otras infusiones

En este apartado los diferentes lugares donde será necesario un dossier:

De cata en ferias y presentaciones

De cata en cursos

De cata en presentaciones de productos

1.1.1. De catas en ferias y presentaciones

Dossier: es una herramienta de promoción que debe permitir a quien lo ve hacerse una idea del global de trabajo y experiencia. Cuando se muestra un dossier no se juzga sólo la obra, sino que también se juzga al artista, su seriedad, actitud y profesionalidad. Es por eso tan importante realizarlo correctamente.



Hay diferentes **formatos**, siendo los más habituales:

- ↪ Dossier on line.
- ↪ Dossier en libro o cuaderno.
- ↪ Dossier en CD.

El dossier estará organizado de la siguiente manera:

- ↪ Presentación general.
- ↪ Contenido o cuerpo dossier. En cual incluiremos la ficha detallada de nuestros productos a exponer.
- ↪ Documentos complementarios por tema.
- ↪ Bibliografía específica y general.
- ↪ Glosario.

Las ferias han ido evolucionando al ritmo del desarrollo del comercio y han actuado al mismo tiempo como **motores dinamizadores de la actividad económica y comercial**.

En la **edad antigua** eran verdaderos centros de trueque ubicados en puntos estratégicos como zonas portuarias o cruces en las rutas de caravanas.

En la **edad romana**, con la creación de la moneda como valor de cambio, se acrecentó su dinamismo y poder de concentración del flujo comercial.

La **revolución industrial** estimuló de manera impresionante su actividad, de tal forma que se transformaron en vitrinas donde cada país exhibía su industria y tecnología. En esta etapa nació la Primer Feria Internacional, organizada en el Crystal Palace de Londres en 1851, que tuvo una duración de siete meses.

Con el transcurso del tiempo, las ferias se fueron especializando y multiplicando siguiendo las tendencias de la industria. Actualmente existen multitud de ferias sectoriales, junto con una tendencia a la liberalización de la actividad ferial, incrementándose la presencia de organizadores privados.

Las ferias son unos de los elementos de mayor futuro en el fomento de los intercambios nacionales e internacionales. En ellas se dan cita las principales empresas de cada sector y constituyen un marco insustituible para el establecimiento de contactos, el lanzamiento de proyectos o la difusión de información.

Las principales **ventajas** de la participación en una feria son las siguientes:

- ↻ Ver de manera concentrada, en un mismo lugar y en breve tiempo, la oferta mundial de un sector, lo que permite realizar un elevado número de contactos personales, con clientes actuales y potenciales, intermediarios, etc.
- ↻ Evaluar el interés que despierta el producto, a través de degustaciones y/o demostraciones de éste durante el evento.
- ↻ Analizar los productos, incluyendo el packaging, marketing, imagen, presentación y los precios de la competencia a nivel mundial.
- ↻ Conocer todas las novedades y las nuevas tendencias del mercado.
- ↻ Obtener documentación técnica y publicitaria de la competencia (catálogos y folletos, argumentos de venta, condiciones de entrega, forma de atención en la feria, etc.).
- ↻ Analizar las estrategias utilizadas por los que ya están operando en ese mercado.
- ↻ Difundir la imagen de la empresa, darla a conocer y presentar sus productos ante una gran cantidad de potenciales clientes.
- ↻ Evaluar si el volumen que la empresa está en condiciones de producir es suficiente para responder con seriedad a los pedidos que puedan venir del exterior.
- ↻ Mantener y preservar la acción comercial sobre los compradores actuales y potenciales.
- ↻ Hacerse, en pocos días, de una gran cantidad de contactos los que le llevaría mucho más tiempo y dinero hacerlo por cualquier otro medio.

A continuación se detallan los principales pasos a seguir para la participación en este tipo de eventos: