

Emprendedores del Café

Jordi Soley Soley

La historia del café en España está llena de acciones personales de emprendedores que marcharon para hacer las Américas y pronto presagiaron el potencial de este producto, de comerciantes que al descubrir los secretos del café tornaron su profesión en pasión y también de visionarios que, adelantándose a su tiempo, pusieron en marcha, prácticas, iniciativas y equipos marcando el camino a la evolución del mercado de este producto en nuestro país. Uno de estos hombres, fue Jordi Soley Soley, fundador de Cafés Soley. El fue un amante confeso del café, de su cultura, un comerciante emprendedor y una de las figuras del café con más carisma en Cataluña, donde su forma de trabajar y comerciar con el café creó tendencia.

Jordi Soley nació en Santa Perpetua de la Moguda (Barcelona) el año 1926. Con 16 años dejó su casa y se trasladó a Barcelona para trabajar de agente comercial para tiendas de alimentación. En la capital catalana fue acogido por la familia Roure fundadores de Cafés Rovi, buenos amigos de los Soley. Durante este periodo, Jordi Soley descubrió el café y empezó a interesarse seriamente por él.



En 1954, doce años después de su emancipación y ya con un buen rodaje en el sector comercial decidió abrir su propia empresa de cafés. Para ello dedicó todos sus ahorros y puso en marcha un tostadero industrial en Hospitalet de Llobregat. Desde el primer momento decidió invertir en tecnología y desde su inauguración, el equipamiento de la fábrica de Cafés Soley siempre llamó la atención por su innovación.

Las visitas de Jordi Soley a Alemania e Italia en busca de nueva maquinaria eran habituales y lejos de lo que se llevaba en aquella época en nuestro país, el fundador de Cafés Soley empezó a viajar por toda Europa con la idea de conocer lo más nuevo en el sector del café e implementarlo en su negocio.



Este conocimiento le permitió ser una de las primeras firmas del país en envasar el café al vacío y en lata; en rebajar el tueste un grado y en liderar la apuesta por el café natural, junto algunos otros pocos tostadores de nuestro país, que a pesar del poco margen de actuación que dejaba una importación de café verde totalmente monopolizada por el Estado, buscaban ofrecer a sus clientes la mejor calidad posible.

Su preocupación por la innovación, llevó incluso a Soley a colaborar muy estrechamente con Jaume Roure y crear una empresa de máquinas de envasar café y otros alimentos. La intención era poder contar con equipos específicos y bien desarrollados y ello les llevó a dar oportunidades a jóvenes ingenieros para que desarrollaran sus proyectos en base a las necesidades de procesamiento, tostado y embalaje del café.



La innovación de Jordi Soley no se ciñó únicamente a este campo, sino que abarcó muchos otros aspectos como la organización y gestión comercial de su negocio. Una vez más, adelantándose a su tiempo, Cafés Soley fue de las primeras firmas en trabajar la marca blanca, en apoyar su fuerza de distribución en autoventas, capaces de crear una vinculación más estrecha y directa con el minorista y en ofrecer un servicio de asistencia técnica de cafeteras a sus clientes de hostelería con el objetivo de asegurarse siempre el buen funcionamiento de las máquinas y por tanto de la extracción.

Llegaron los años 60 y tras el intento fallido de crear una central de compras con otros tostadores, que les permitiera crear una marca de café catalana muy fuerte, Soley decidió invertir de forma generosa en su negocio y reforzar su marca. En este paso contó con el apoyo de José Salvadó y José





Ignacio Ferrero (Nutrexpa) y supuso, entre otras cosas, el traslado de la fábrica de Hospitalet a una mucho más amplia en la Zona Franca de Barcelona.

Eran los años 70 y la inversión fue grande y de mucho riesgo, pero Jordi Soley estaba convencido del éxito. En aquel momento ya manejaban una media anual de 35.000 sacos de café, que llegaron a los 100.000 a mediados de los 80, siendo el líder del mercado catalán y una de las primeras cinco empresas nacionales. La liberalización del mercado del café español estaba pronta al llegar, y Soley continuaba viajando por el mundo en aras de conocer lo más innovador del sector. El marketing en aquellos momentos empezaba a pegar con fuerza, y los anuncios de productos como el café en los medios de comunicación del momento eran habituales. Soley, unos cuatro o cinco años antes a esa fecha, ya había detectado la conveniencia de esta presencia en la prensa, radio e incipiente televisión y du-

rante varias Navidades, por ejemplo, la publicidad de su marca ocupó la contraportada de La Vanguardia, desde donde el emprendedor torrefactor catalán aprovechaba para felicitar las fiestas a sus clientes.

En 1984 y tras valorar diversas ofertas, Jordi Soley vendió su firma a Jacobs Suchard, que a su vez fue absorbida por Phillips Morris en 1990. Actualmente, la marca Soley sigue activa de la mano de Douwe Egberts, que se incorporó al grupo Sara Lee, con la que se ha especializado en el mercado catalán.

