



Cafès Cornellà

Intel·ligència artificial i transformació digital en el sector del cafè

Cafès Cornellà, empresa centenària, lidera la transformació del sector del cafè mitjançant la digitalització i la intel·ligència artificial. Amb tecnologies com IoT, blockchain i big data, optimitza processos, personalitza serveis i impulsa la sostenibilitat, combinant tradició i innovació en un mercat competitiu.



ORIO AMAT

CATEDRÀTIC DE LA UPF BSM I PRESIDENT DE L'OBSERVATORI DE LA PIME DE CATALUNYA

66

L'empresa no només serveix cafè, sinó també passió i tradició en cada tassa ⁹⁹

PERE CORNELLÀ VALLS,
DIRECTOR GENERAL DE CAFÈS CORNELLÀ

UNA HISTÒRIA CENTENÀRIA

Cafès Cornellà va néixer a Girona l'any 1920 i va ser fundada per Narcís Cornellà

Ametller, que posà la primera planta de torrefacció de Girona. Quaranta-cinc anys abans, el seu pare Pere va estar mobilitzat a la primera guerra d'independència cuba-

na, on va conèixer el món del cafè i va transmetre als seus fills la passió per aquest producte. **Els inicis de l'empresa van ser humils, operant en una antiga sala de ball, però la determinació**

i l'amor pel producte van marcar el camí. A partir de 1936, l'activitat de l'empresa es va veure interrompuda durant la Guerra Civil espanyola. Finalitzat el conflicte, Narcís va haver d'exiliar-se per motius de filiació política i Pere Cornellà Reixach, el seu germanastre, es va incorporar a l'empresa per donar-li continuïtat. Durant la postguerra, **l'empresa va sobreviure a les dificultats del racionament gràcies a la capacitat emprenedora i la perseverança en el servei dels seus clients.**

Pere Cornellà i Prujà, de la tercera generació familiar, que es va incorporar a l'empresa l'any 1954 va continuar la tasca del seu pare, fent front a les limitacions que imposava l'autarquia del règim franquista a qualsevol producte d'importació com era el cas del cafè. Amb l'entrada en vigor de l'obligatorietat de l'envasament del cafè torrat, es va adquirir la segona màquina

automàtica per envasar cafè de tot l'Estat espanyol.

Als anys vuitanta, després de la liberalització del mercat, Pere Cornellà i Valls, de la quarta generació, va assumir el repte de modernitzar l'empresa assumint la posició de director general. Va liderar el trasllat a una nova planta a Fornells de la Selva i va implementar processos d'automatització que van revolucionar la producció, convertint el que es coneix com "el cafè de Girona" en una marca amb ànima pròpia. **Amb l'entrada de Pere Cornellà i Valls, l'empresa va patir algunes dificultats inicials, degudes al llançament de noves línies de productes i marques que no van tenir èxit,** però aquestes experiències es van convertir en lliçons que van definir el seu enfocament futur: no només vendre cafè, sinó crear experiències excel·lents, per marcar un abans i un després en el sector. Pere

Cornellà i Valls treballa amb una passió: *"l'espresso perfecte"*. Inspirat per figures com David Schomer, cofundador de la mítica cafeteria Espresso Vivace de Seattle als Estats Units, va establir els paràmetres ideals per a la preparació d'un cafè:

7 grams de cafè
25 ml d'aigua
a 90 °C durant 25 segons
i una pressió de 8,5 bars

FITXA

EMPRESA CAFÈS CORNELLÀ

SECTOR CAFÈ

ANY DE CREACIÓ 1920

NÚMERO DE TREBALLADORS 32



Aquesta meticulositat ha definit no només la seva manera de treballar, sinó també l'essència de Cafès Cornellà. Sota la seva direcció, l'empresa ha format més de 8.000 baristes (persones expertes en la preparació i servei de begudes a base de cafè), oferint coneixements que permeten extreure les millors qualitats aromàtiques del cafè. També va impulsar la creació del primer concurs Barista de l'Estat espanyol, l'any 2003, per consolidar la figura del barista com un actor essencial dins del sector de la restauració, reconeixent-lo com l'autèntic "xef de la cafeteria". Fruit d'aquesta tasca docent, **Cafès Cornellà va ser reconeguda amb el Premi FPCAT 2021 per part de l'Agència Pública de Formació i Qualificació Professionals de Catalunya.**

L'empresa també té una agenda rellevant en matèria de responsabilitat social. Col·labora en programes ocupacionals municipals, on es formen joves amb risc d'exclusió social perquè tinguin una oportunitat en el món de la cafeteria. També col·labora amb graus de formació universitària per difondre la cultura del cafè.

Cafès Cornellà ofereix una àmplia gamma de productes que abasten des de cafès (en gra, molts, càpsules...), cafès

66 Cafès Cornellà crea el primer sistema col·laboratiu que digitalitza els establiments de restauració i augmenta la seva rendibilitat ⁹⁹

GREMI DEL CAFÈ

d'especialitat (cafès d'alta qualitat i traçabilitat amb la marca Mahogany Specialty Coffee), infusions i solucions professionals per al sector de l'hostaleria. També ofereix maquinària, formació barista i serveis de suport tècnic, i es posiciona com a referent en el sector del cafè a nivell domèstic i professional. **Actualment, serveix uns 25 milions de tasses anualment.** A la **figura 1**, s'acompanya l'evolució de les vendes, on es comprova que **en els darrers anys les vendes han tingut un creixement important.** **En 2024, l'empresa va generar un benefici de 81.746 euros.**

EL SECTOR DEL CAFÈ

El cafè és una de les mercaderies més comercialitzades al món amb un valor estimat superior als 45.000 milions de dòlars anuals. Els principals països productors són Brasil, Índia, Vietnam, Colòmbia, Hondures, Indonèsia i Etiò-

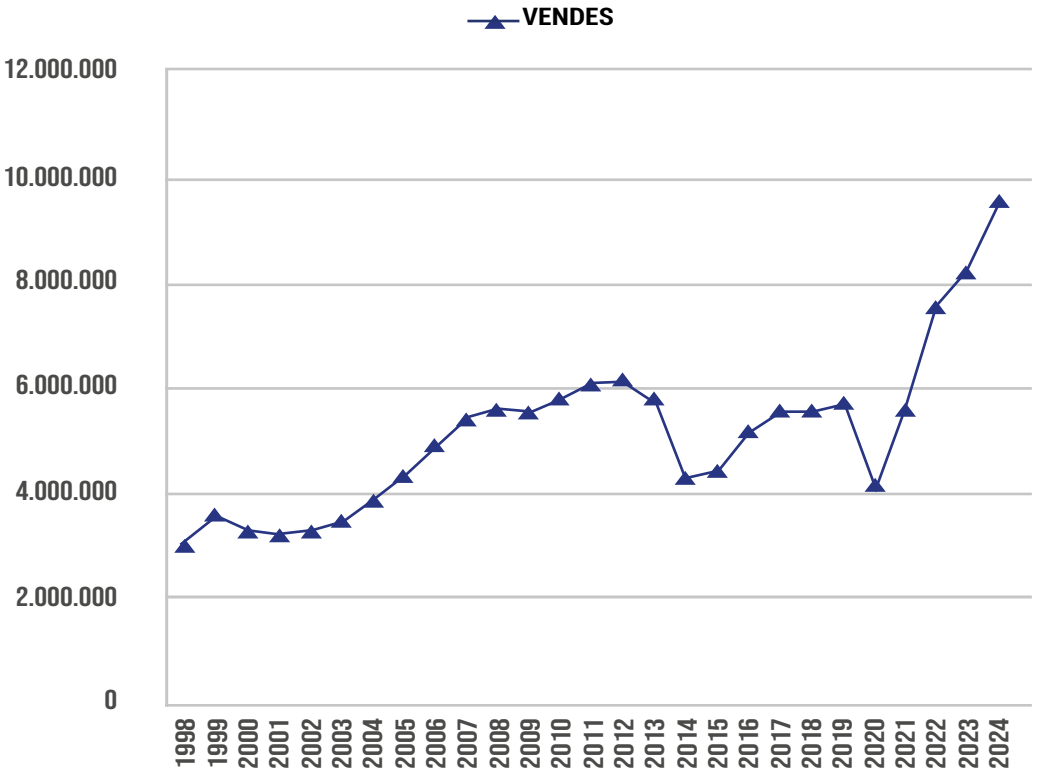
pia, que aporten la major part del cafè que es consumeix a escala mundial. Els tipus de cafè més populars són Aràbica, reconegut pel seu sabor suau i ric, i Robusta, més fort i amarg. Actualment, al voltant d'un 40% del consum de cafè es fa en cafeteries, bars i restaurants.

És un sector complex i competitiu, dominat per multinacionals com Nestlé, Costa o Jacobs Douwe Egberts i amb moltes empreses regionals, amb forta presència en el territori on actuen, com Tupinamba, Cafès Novell o Cafès Bou, per exemple. Es tracta d'un sector en què el factor preu compta molt i molts dels actors sovint prioritzen el volum sobre la qualitat.

En els darrers anys, el sector del cafè ha demostrat una gran resiliència, mantenint la demanda gairebé intacta malgrat l'augment de preus. Aquest context ha

1

EVOLUCIÓ DE LES VENDES DE CAFÈS CORNELLÀ DES DE 1998 A 2024 (DADES EN EUROS)



Font: Comptabilitat i Direcció, núm. 40, 2025.

afavorit la revalorització del mercat, que es troba en transició cap a un model basat en la premiumització, la sostenibilitat i una millor experiència de consum. El cafè en gra es manté com la categoria amb més potencial, amb un notable creixement de les varietats de més qualitat, com l'ecològic, el cafè de varietats especialitzades i els orígens seleccionats, tant en el sector retail com a l'hostaleria. Aquest entorn presenta

reptes importants, com l'augment del consum de càpsules o el cafè per emportar, que desafien el model tradicional de cafeteria. No obstant això, també s'hi troben oportunitats per a les empreses que aposten per l'excel·lència, la sostenibilitat (productes orgànics, comerç just...) i la formació del personal. **Malgrat la forta presència de multinacionals, les petites i mitjanes empreses mantenen un pes significatiu en el mercat.**

UN MODEL DE NEGOCI AMBICIÓS I SOSTENIBLE

Cafès Cornellà destaca per un model de negoci propi que combina tradició, innovació i sostenibilitat. És una empresa familiar amb més de vuit milions d'euros de facturació anual i trenta-dos treballadors, que manté viu l'esperit familiar. La producció se centra a oferir una tassa de cafè perfecta, amb paràmetres

estrictes de qualitat i amb la certificació “Punts Espresso” per garantir l’excel·lència als establiments.

L’empresa aposta per la innovació tecnològica, amb col·laboracions amb institucions acadèmiques i de recerca, una fàbrica digitalitzada amb IoT, SCADA i manteniment predictiu, i l’ús de plataformes de dades i intel·ligència artificial per optimitzar processos i garantir la traçabilitat i transparència.

La formació i la cultura del cafè són pilars fonamentals, amb la voluntat de prestigiar la professió de barista i educar el consumidor. Més de 8.000 baristes formats i la creació de concursos avalen aquest compromís. **L’empresa manté una forta aposta per la qualitat i la sostenibilitat, amb certificacions com ISO 9001:2015, el Segell Ecològic de la UE, Fair Trade i Rainforest Alliance.**

La personalització i la relació amb els clients es reforcen amb l’ús de CRM i plataformes com ANALITZA, que milloren la fidelització i permeten anticipar necessitats. Finalment, Cafès Cornellà compta amb una sòlida presència a Girona i Barcelona i disposa de capacitat per continuar expandint-se i adaptar-se a noves tendències com la venda online.



Cafès Cornellà crea el primer sistema col·laboratiu que digitalitza els establiments de restauració i augmenta la seva rendibilitat ⁹⁹

PERE CORNELLÀ I VALLS,
DIRECTOR GENERAL DE CAFÈS CORNELLÀ

artificial, que permet obtenir i analitzar dades per prendre decisions més precises i millorar l’operativa.

PILARS DE L’ESTRATÈGIA DE TRANSFORMACIÓ

En els darrers anys, **l’empresa ha emprès un ambiciós pla de transformació que es basa en quatre pilars fonamentals que guien la seva transformació cap al futur:**

- **Qualitat:** En primer lloc, l’enfocament en la qualitat de la tassa posa l’accent en l’experiència del consumidor, considerant que el producte final no és només el gra, sinó tot el que envolta cada tassa de cafè.
- **Automatització i digitalització:** Amb una optimització constant dels processos de producció i la integració de tecnologies digitals en totes les àrees del negoci per garantir eficiència i innovació.
- **IA:** Un altre aspecte clau és l’aposta per la intel·ligència

- **Sostenibilitat:** Es consolida com un dels pilars més importants, amb la implantació de pràctiques que redueixen la petjada ambiental i fomenten l’economia circular, assegurant un impacte positiu tant en el medi ambient com en la societat.

EL PAPER DE LA DIGITALITZACIÓ I LA IA

Cafès Cornellà fa anys que impulsa una profunda transformació digital i tecnològica per modernitzar la seva activitat i consolidar-se com a referent innovador en el sector del cafè. Aquesta aposta decidida té com a objectiu millorar l’eficiència productiva, garantir la màxima qualitat a cada tassa, personalit-

zar l’experiència del consumidor i reforçar el compromís amb la sostenibilitat.El procés comença a la planta de Fornells de la

Selva, que s’ha convertit en una veritable *smart factory*. Equipaments com la xarxa de fibra òptica i el sistema SCADA perme-

ten monitorar i ajustar en temps real les variables clau del procés de torrat, la qual cosa assegura un control precís i eficient. Com-

DAFO DE L’EMPRESA I SECTOR

DEBILITATS

Sector:

- Mercat altament competitiu amb forta pressió sobre els preus.
- Part dels clients prioritzen descomptes i regals per sobre de la qualitat del producte.

Empresa:

- Marge de millora en la comunicació comercial de la proposta de valor.
- Volum de vendes insuficient per aprofitar tota la capacitat productiva.
- Presència geogràfica limitada a Girona i Barcelona.
- Rendibilitat encara insuficient, tot i la millora dels últims anys.

AMENACES

- Volatilitat en els preus de les primeres matèries.
- Risc de reducció del consum en contextos de crisi econòmica.
- Impacte potencial d’esdeveniments com pandèmies en l’operativa i la distribució

FORTALESES

- Lideratge carismàtic amb gran coneixement i suport a l’activitat comercial.
- Proposta de valor pròpia, innovadora i orientada a la qualitat.
- Aposta decidida per la tecnologia i control integral del procés, des del torrat fins al servei postvenda.
- Argumentari comercial diferenciat i inversió en les màquines dels clients.
- Bona presència a Girona i Barcelona i reputació sòlida al sector.
- Capacitat per aprofitar ajuts i col·laboracions amb organismes com EASME, ACCIÓ i EURECAT.

OPORTUNITATS

- Amplitud i potencial de creixement del mercat.
- Noves tendències de consum: variants de preparació, omnicanalitat, immediatesa i comoditat.
- Expansió de la venda online.
- Augment de la cultura barista i del cafè d’especialitat, especialment entre el públic jove i a les grans ciutats.
- Alt marge de benefici en el mercat del cafè dins l’hostaleria (90%).
- Oportunitat per personalitzar l’oferta, fomentar el consum a la llar i desenvolupar propostes més sofisticades per als baristes amb focus en sostenibilitat.
- Potencial per consolidar-se com a marca de referència en la cultura del cafè.

Font: Basado en Comptabilitat i Direcció, núm. 40, 2025.

plementàriament, el sistema de *cloud computing* basat en la plataforma Azure facilita una gestió segura i accessible de les dades, fet que permet decisions estratègiques en temps real.

Aquest entorn digital s'enriqueix amb la incorporació de la intel·ligència artificial i l'aprenentatge automàtic (*machine learning*), aplicats a la producció mitjançant sistemes com l'Easy-Reflex, que ajusta automàticament les corbes de calor per garantir la qualitat òptima del producte. A més, **s'han implementat sistemes de manteniment predictiu que anticipen possibles fallades per evitar interrupcions en la producció**. Paral·lelament, la implantació de l'ERP SAP R3 integra totes les àrees clau del negoci —producció, vendes, inventari, qualitat i comptabilitat— per optimitzar-ne la gestió i facilitar l'anàlisi de dades.

La transformació tecnològica s'estén també al punt de consum. **Des de 2016, les màquines de cafè subministrades als establiments incorporen tecnologia IoT i M2M**, cosa que permet el monitoratge remot del rendiment i la qualitat. Aquest avenç ha donat lloc al concepte de "Cafeteria 4.0", que, a través de la "Plataforma 4.0", ajuda els establiments a millorar la seva eficiència, incrementar la facturació i reduir el malbaratament.

Dins aquesta mateixa lògica d'intel·ligència aplicada, l'ús del big data i la plataforma ANALITZA permet analitzar patrons de consum, anticipar necessitats i optimitzar la producció i la logística. Alhora, **la integració amb el sistema CRM afavoreix una relació més personalitzada amb els clients** per enfortir la fidelització i millorant el servei.

En paral·lel, Cafès Cornellà desenvolupa un projecte innovador basat en blockchain i IA aplicat als cafès d'especialitat. L'objectiu és garantir la traçabilitat completa de la cadena de valor —des del productor fins al consumidor— tot promovent la transparència, la sostenibilitat i el comerç just. Aquest projecte s'emmarca dins del programa europeu EPIC i compta amb el suport de diverses entitats especialitzades.

Tota aquesta transformació digital es veu reforçada per una clara vocació de sostenibilitat. L'empresa impulsa iniciatives com l'economia circular, l'ús de càpsules professionals d'alumini, el projecte Apol·lo Zero Waste i la millora dels processos de torrat per reduir la petjada ambiental.

En conjunt, la combinació de digitalització, intel·ligència artificial i sostenibilitat consolida Cafès Cornellà com una empresa capaç de conjugar tradi-

ció i innovació, preparada per créixer i destacar en un sector cada cop més exigent i competitiu.

CONCLUSIONS

Cafès Cornellà és un exemple de com una empresa centenària pot reinventar-se i liderar la innovació en un sector tradicional com el del cafè. La seva aposta per la tecnologia i la transformació digital ha permès integrar la intel·ligència artificial en processos clau com la traçabilitat, l'optimització comercial i la personalització dels serveis, millorant tant l'eficiència com l'experiència del consumidor.

La capacitat d'analitzar grans volums de dades permet a l'empresa detectar patrons, anticipar necessitats i ajustar estratègies, especialment en el sector de la restauració. L'ús de tecnologies com IoT reforça la transparència, la sostenibilitat i la confiança al llarg de la cadena de valor.

Aquest compromís amb la sostenibilitat es reflecteix en iniciatives com l'economia circular, les càpsules d'alumini, el projecte Apol·lo Zero Waste o l'optimització del torrat per reduir la petjada ambiental. **La combinació de tradició, innovació i responsabilitat social posiciona Cafès Cornellà com un referent preparat per afrontar els reptes futurs ●**

CRONOLOGIA DE CAFÈS CORNELLÀ

Principals fets de la seva història



1920

Fundació de Cafès Cornellà a Girona per Narcís Cornellà Ametller

1936

L'activitat queda aturada per la Guerra Civil espanyola. Narcís es va exiliar acabada la guerra i Pere Cornellà Reixach, germanastre de Narcís, s'incorpora a l'empresa.

1954

El fill Pere Cornellà i Prujà s'incorpora a l'empresa. S'adquireix la segona màquina automàtica per envasar cafè de tot l'Estat espanyol.

1980

Liberalització del mercat del cafè a Espanya. Pere Cornellà i Valls s'incorpora a l'empresa i la professionalitza.

1984

L'empresa es trasllada del centre de Girona a Fornells de la Selva.

1985

Automatització del procés de torrat, mescles i envasat del cafè.

2000

Inici de la formació de baristes, marcant un enfocament en la qualitat del servei.

2003

Organització del 1r Concurs Barista de l'Estat espanyol.

2004

Posada en marxa del manteniment preventiu de les màquines de cafè.

2010

Creació de la certificació de qualitat Punts Espresso per garantir una tassa de cafè perfecta amb màquines automàtiques.

2019

Obté la certificació de qualitat ISO 9001:2015.

2020

Celebració del centenari de l'empresa, reafirmant els valors de qualitat i tradició familiar. Posada en marxa del *cloud computing*.

2021

Projecte ADMA Pilot Programme (Advanced Manufacturing).

2024

Adopció de la IA en diversos productius i comercials. Cafès Cornellà serveix 25 milions de tasses anualment i arriba a una facturació de 9,5 milions d'euros amb 32 treballadors. Té 35 referències de cafès diferents.

Font: Revista de Comptabilitat i Direcció, núm. 40, 2025.