

A person is pouring water from a kettle into a pour-over coffee filter. The water is dripping through the filter into a glass carafe. The background is a blurred kitchen setting.

Hacia una definición de café de especialidad:

Construyendo una comprensión basada en atributos

Un Documento SCA





"Hacia una definición de café de especialidad: una concepción basada en atributos" es propiedad de la Specialty Coffee Association (SCA). Se otorga permiso para reproducir este documento de manera parcial o total, con el consentimiento de la SCA y la correspondiente atribución.

© 2021 the Specialty Coffee Association

Contributors:

Peter Giuliano: Conceptualización, redacción del borrador original, visualización.

Katie Jane von der Lieth: Conceptualización

Mario R. Fernández-Alduenda: Traducción al español, conceptualización.

Yannis Apostolopoulos: Conceptualización.

Kim Elena Ionescu: Conceptualización.

Jennifer Rugolo: Revisión y edición del original en inglés, visualización.

Un desafío persistente encarado por el sector del café de especialidad es una cuestión fundamental: ¿cómo definir antes que nada lo que es "café de especialidad"?

Esta pregunta, que podría parecer muy básica, ha incomodado al sector desde sus inicios.

Desde que se introdujo el término "café de especialidad", ha habido una dificultad continua para definir su significado de manera concreta. Las definiciones han ido desde lo tautológico ("el café de especialidad es especial") hasta lo estrecho y altamente técnico ("las muestras de café grado especialidad deben presentar cero defectos de categoría 1 y no más de cinco defectos de categoría 2"; "el café de especialidad debe obtener una calificación de al menos 80 puntos en una escala de 100 puntos").

Estas definiciones en general han fallado al ser demasiado vagas para tener utilidad o bien demasiado específicas para ser aplicables de manera amplia. La Asociación de Cafés de Especialidad (Specialty Coffee Association, SCA) nunca ha publicado una definición concisa y comprensiva de lo que es café de especialidad, a pesar de que la pregunta que se les hace más frecuentemente a sus representantes es "¿qué es el café de especialidad?"

Creemos haber encontrado la solución a este problema, al utilizar un marco de referencia para definir al café de especialidad en base a sus atributos (una "concepción en base a atributos" de lo que es el café de especialidad). Esta concepción nos lleva a una definición precisa y útil de café de especialidad, que se explorará hacia el final de este documento.

¿Calidad o cualidades?

Muchas definiciones de especialidad incluyen la palabra "calidad", como ésta de la Asociación de Cafés de Especialidad de América (Specialty Coffee Association of America):

"El término «café de especialidad» se refiere a los granos de café verde de la más alta **calidad**, tostados para realizar su mayor potencial de sabor."

Aquí, el término *calidad* se refiere a lo que el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE) define como:

1. f. Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. *Esta tela es de buena calidad.*
2. f. Buena calidad, superioridad o excelencia. *La calidad de ese aceite ha conquistado los mercados.*

Esto parece funcionar, sólo que hay un problema: la preferencia personal. Esta definición de calidad implica tanto la necesidad de hacer mediciones como la habilidad para medir, lo que puede dificultarse en productos en los que se involucra la preferencia (como es el caso del café).

El mismo problema permanece cuando se trata de explicar el "grado de excelencia" en los alimentos: un café que represente excelencia para un consumidor podría representar lo contrario para otra persona. Sin embargo, existe otra palabra derivada de exactamente las mismas raíces que "calidad" y es la palabra "cualidad", cuyo significado según el diccionario de la RAE es

1. f. Elemento o carácter distintivo de la naturaleza de alguien o algo.

Es en este sentido en el que podríamos describir más completamente un producto complejo tal como el café: tiene una diversidad de *cualidades* que se combinan para crear una impresión de *calidad* global. ¿Acaso una apreciación holística de las cualidades de un café, también llamadas *atributos* en la literatura académica, sería una mejor manera de evaluar cuan especial es un café, y por tanto su valor en el mercado? Pero, ¿qué es un atributo? Definido por la RAE como "cada una de las cualidades o propiedades de un ser", se podría extrapolar como una propiedad que es característica de algo, así que un producto podría entenderse como una colección de atributos.

Afortunadamente, existe una rica literatura académica sobre los atributos, incluyendo investigaciones sobre café.¹ Los economistas, científicos sensoriales e investigadores de mercado usan comúnmente el concepto de atributos al evaluar productos de consumo. Los investigadores de negocios y de mercado a menudo se enfocan especialmente en los atributos determinativos, que son los atributos que determinan la manera en que un comprador valora un producto. El concebir un producto de consumo como una colección de atributos es extremadamente útil en contextos de investigación, pues provee elementos que pueden medirse y entenderse. El descomponer un producto complejo en sus distintos constituyentes hace posible discernir la importancia relativa y la naturaleza de éstos, y un marco de referencia basado en atributos facilita ese análisis.

Agrupamiento de cualidades

Ya que los atributos son diferentes los unos de los otros, pueden organizarse en diferentes grupos. Por ejemplo, una manera de dividir los atributos es considerarlos dentro de dos categorías amplias: atributos intrínsecos y atributos extrínsecos.

Los atributos intrínsecos de un café son parte de la realidad material del café: su forma y apariencia, su composición química y las propiedades sensoriales que derivan de estos constituyentes materiales. El nivel de tueste de un café, por ejemplo, sería un atributo intrínseco, al igual que lo serían su sabor y su textura. A los atributos intrínsecos también se les conoce a veces como atributos materiales.

A una segunda categoría de atributos se le podría llamar atributos extrínsecos, que se refieren a la información acerca del producto. En el café, esto podría incluir su lugar de origen, el nombre del productor y cualquier certificación que pudiera tener el café. La marca también podría ser un atributo extrínseco importante, al igual que los etiquetados sobre sostenibilidad.

La distinción entre atributos intrínsecos y extrínsecos es sólo una manera de organizar los atributos; existen muchas otras formas de organizar y de agrupar las cualidades que hacen especial a un café.

Atributo intrínseco (atributo material)

Dentro del café

Puntaje de cata
Apariencia física
Tamaño
Color de tueste
Perfil descriptivo

Atributo extrínseco (atributo simbólico)

Acerca del café

Origen
Certificación
Nombre de la finca
Marca

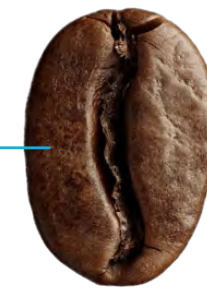


Ilustración 1 Los atributos se pueden agrupar de muchas maneras diferentes. Una manera de hacerlo es dividirlos en dos categorías amplias, atributos "intrínsecos" o materiales, contenidos dentro del café, y atributos extrínsecos o simbólicos (información acerca del café).

Los atributos pueden medirse

A diferencia de un concepto de "calidad" difícil de definir, los atributos bien definidos pueden identificarse y cuantificarse utilizando una variedad de métodos. De esta manera, los atributos de un producto pueden caracterizarse y utilizarse para comparar productos entre sí. Un ejemplo de esto proviene de la investigadora en ciencias de los alimentos y desarrollo rural internacional, Allison L. Brown, quien utilizó una técnica cuantitativa llamada "mapeo proyectivo" para desarrollar un "mapa de atributos" para productos de chocolate, basado en investigación con consumidores.² El mapa de atributos resultante muestra tres segmentos de mercado para el chocolate claramente delineados, lo cual es una segmentación del mercado más específica y detallada que lo que la investigación de la Asociación Nacional de Dulceros (National Confectioners' Association) había mostrado en su momento.

Esta habilidad para cuantificar atributos hace posible el que puedan medirse con precisión los atributos de un producto e interpretar esa información. En el café, los atributos sensoriales pueden cuantificarse utilizando métodos como el

análisis sensorial descriptivo, que emplea paneles entrenados para describir con precisión el sabor del café. Fue esta técnica la que llevó al desarrollo de la Rueda de Sabores del Catador de Café, y en la actualidad se está aplicando para estudiar el impacto que tienen en el sabor del café la genética, las técnicas de elaboración de la bebida y los métodos de tueste.

Otros métodos pueden utilizarse para medir otros atributos. Por ejemplo, los atributos hedónicos como el "nivel de agrado" y "preferencia" pueden medirse utilizando herramientas estandarizadas de investigación psicológica y de estudios del consumidor. La combinación de un enfoque descriptivo hacia los atributos ("¿qué atributos tiene el producto?") con pruebas afectivas ("¿cómo se perciben esos impactos?") es un campo dentro de los estudios del consumidor, potente y en rápido crecimiento, que conduce a métodos como el de mapeo de preferencias. Esto nos conduce a la siguiente ventaja de tener un marco de referencia basado en atributos para definir al café de especialidad: que también es posible medir el valor que generan estos atributos.



Ilustración 3 La Rueda de Sabores del Catador de Café (2016), una colaboración entre World Coffee Research, la Specialty Coffee Association y la Universidad de California-Davis, es una colección de atributos sensoriales.

Medición del valor

Una vez que hemos identificado los atributos de un producto, podemos utilizar herramientas de economía para establecer su valor. Por ejemplo, en el artículo del economista Togo Traore "What Explains Specialty Coffee Scores and Prices" (Qué explica los puntajes y los precios del café de especialidad), un análisis del efecto de varios atributos materiales (intrínsecos) y simbólicos (extrínsecos) en los precios de Taza de Excelencia nos revela el valor relativo de los atributos en el contexto de las competencias de café internacionales.³ Por ejemplo, se encontró que el atributo intrínseco senso-

rial "afrutado" tuvo el efecto más potente entre todos los atributos sensoriales sobre los precios en la subasta, y tuvo un efecto más potente que el atributo extrínseco de credibilidad "orgánico certificado". De esta manera, un marco de referencia basado en atributos no sólo nos sirve para medir y caracterizar el valor de varios atributos del café, sino también para medir su valor en el mercado, lo cual es un foco de interés clave para el sector del café de especialidad.



Ilustración 2 Uno de los resultados del "mapeo proyectivo" de Allison L. Brown para desarrollar un mapa de "atributos" para productos de chocolate, basado en estudios con consumidores. Los productos de chocolate se muestran en cursivas color negro, las palabras consensuadas se muestran en negritas color rojo, y las palabras no consensuadas se muestran en color gris.

Gráfico original publicado en PLoS ONE 15(11): e0240177, "Understanding American Premium Chocolate Consumer Perception of Craft Chocolate and Desirable Product Attributes Using Focus Groups and Projective Mapping," por Allison L. Brown, Alyssa J. Bakke y Helene Hopfer.

Aplicación en el café de especialidad

Si un café es una colección de atributos y hemos determinado que un café es "especial", el cual especial es (cuan distinto o único es o cuánto valor de especialidad tiene ese café) se deriva de sus atributos. Por otro lado, si la antítesis del "café de especialidad" es el café "commodity" (en el sentido de materia prima genérica que se utiliza para el café comercial), entonces está claro que la diferencia entre ambos está en sus atributos distintivos: el café "commodity" se llama así porque se enfoca en la similitud y en la intercambiabilidad, lo que minimiza intencionalmente sus atributos distintivos en aras de esa "comoditización". Por su parte, el movimiento de los cafés de especialidad se ha tratado acerca de reconocer y celebrar los atributos distintivos de un café, ya sean sus sabores, países de origen, estilos de tueste, etc. Por lo tanto, podemos concebir la relación especialidad / "commodity" no como una dualidad, sino como un continuo, en el que los cafés se hacen más "especiales" conforme exhiben más atributos distintivos.



A través de esta lente es más fácil identificar al café de especialidad sencillamente evaluando sus atributos, tanto intrínsecos (ausencia de defectos, atributos de sabor, tamaño del grano) como extrínsecos (origen, productor, estilo de producción agrícola, etc.). Este marco de referencia evidencia la importancia de la trazabilidad y de la transparencia, ya que éstas hacen que un producto posea mayor número de atributos extrínsecos. Un café sin trazabilidad sólo puede evaluarse en base a sus atributos intrínsecos, mientras que un café con trazabilidad y transparencia podría tener decenas de atributos extrínsecos además de los intrínsecos, lo que potencialmente lo haría mucho más valioso en el mercado.

Ilustración 4 Podríamos concebir la relación especialidad / "commodity" como un continuo, en el que los cafés se hacen más "especiales" conforme exhiben más atributos distintivos.

Calificación de los atributos del café de especialidad

Puesto que los atributos pueden cuantificarse y medirse, un marco de referencia basado en atributos se presta a calificarlos utilizando escalas de puntaje, que nos son familiares en el café de especialidad. Sin embargo, en lugar de limitarse a los puntajes de "calidad" y conteos de defectos, también los atributos extrínsecos se pueden contar. Esto es un enfoque mucho más holístico para determinar la calidad y el valor en el mercado, y nos da una mejor idea de lo que genera valor para los consumidores al igual que para los productores. Lo que esta concepción no hace, sin embargo, es prescribir una definición estrecha y específica de "calidad", como la que algunos defensores del café de especialidad buscaban en el pasado. Un atributo que traiga valor en el mercado es un atributo que le brinda algo especial al café y que "cuenta" al momento de definir su estatus de café de especialidad. Esta concepción contrasta con la ideología de que "lo que está en la taza es lo que importa", puesto que esta última postura devalúa a los atributos extrínsecos. Lo que está en la taza importa, sí, al igual que importa la taza misma y la manera como el café llegó a esa taza: todo eso cuenta y puede contarse.

Abrazar la diversidad

Ya que los atributos son valiosos en sí mismos y por sí mismos, un marco de referencia basado en atributos hace menos énfasis en normas de calidad universales y más énfasis en la manera en que los distintos mercados reconocen diferentes atributos. Esto es especialmente importante conforme el café de especialidad se convierte en un fenómeno más global: las diversas culturas valorarán de maneras muy diferentes los distintos aspectos del café. Un comprador de café en Corea, por ejemplo, podría valorar un atributo de sabor como el afrutado mucho más que lo que lo valoraría otro comprador de Alemania. Esto podría ser así para cualquier atributo o conjunto de atributos. Aquí las diferencias en apreciación del valor no solo son internacionales: conforme los mercados de café maduros como los de Europa y Estados Unidos se diversifican en cuanto a su oferta de cafés, para poder prosperar tienen que expandirse las normas sobre el café de especialidad. Las diferentes subculturas, inclusive dentro de un solo país como Estados Unidos, hallarán valor en atributos diferentes. Este marco de referencia provee una manera de entender y abrazar esas diferencias, y el incluirlas dentro del movimiento de los cafés especiales sólo puede fortalecerlos.

La definición de café de especialidad basada en atributos

Con los atributos en mente, pues, hemos desarrollado la siguiente definición de café de especialidad, con el propósito no sólo de definir el concepto, sino de proporcionar un marco de referencia para la investigación, la promoción, la discusión y el intercambio provechoso de ideas:

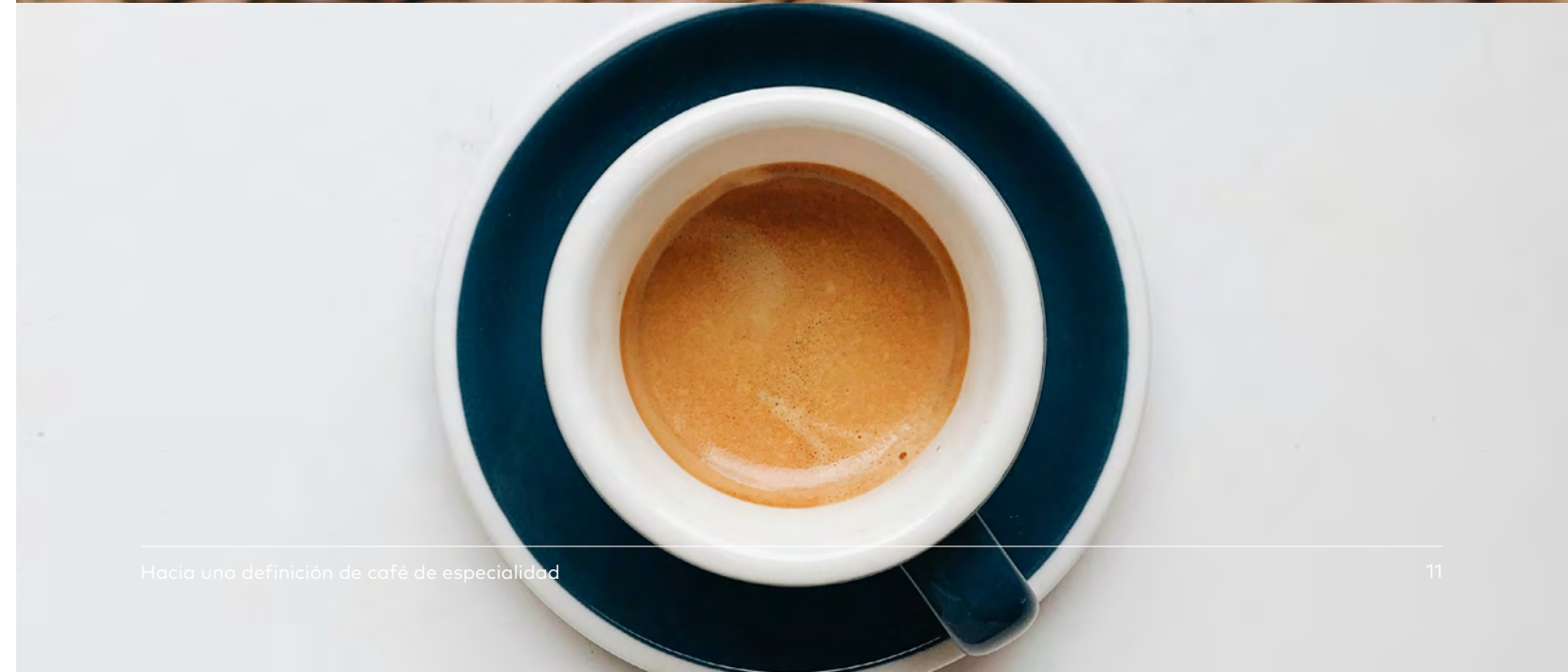
El café de especialidad es un café, o una experiencia alrededor del café, reconocido por sus atributos distintivos, y debido a estos atributos distintivos es que tiene un valor adicional significativo en el mercado.

Creemos que la concepción en base a atributos explorada en este documento sienta las bases de un sector cafetero más próspero, equitativo y sostenible. Este concepto, y la definición del café de especialidad que de él resulta, se enfocan en lo que los aficionados al café y las empresas de café valoran, y elabora un marco de referencia que respeta a las preferencias diversas de los consumidores, al mismo tiempo que fortalece el entendimiento entre los productores sobre cómo comunicar y aumentar el valor de sus cafés.

Para terminar, algo importante: la definición del café de especialidad basada en atributos celebra e incluye a todas las culturas del café de especialidad del mundo, sin importar cuán diversas y variadas sean, respetando la idea de que no puede haber juicios absolutos de valor para un producto tan complejo y tan extensamente apreciado como es el café.

Referencias

- ¹ Samoggia, Antonella and Bettina Riedel, "Coffee Consumption and Purchasing Behavior Review: Insights for Further Research," *Appetite* Vol. 129, p70-81. doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.002
- ² Brown, Allison L., Alyssa J. Bakke, Helene Hopfer, "Understanding American Premium Chocolate Consumer Perception of Craft Chocolate and Desirable Product Attributes Using Focus Groups and Projective Mapping," *PLOS ONE*, November 4, 2020. doi.org/10.1371/journal.pone.0240177
- ³ Traore, Togo M., Norbert L.W. Wilson, and Deacue Fields III, "What Explains Specialty Coffee Quality Scores and Prices: A Case Study from the Cup of Excellence Program," *Journal of Agricultural and Applied Economics* 50, no. 3 (2018): 349-68. [doi:10.1017/aae.2018.5](https://doi.org/10.1017/aae.2018.5)





Oak Lodge Farm, Leighams Road,
Bicknacre, Chelmsford,
Essex, CM3 4HF
United Kingdom

117 West 4th St., Suite 300
Santa Ana, California, 92701
United States

sca.coffee