



CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS

DEL PROCESO AL SABOR:

DECISIONES QUE CONSTRUYEN VALOR EN EL CAFÉ DE ESPECIALIDAD



**PHD. NANCY
CÓRDOBA**

WESTROCK COFFEE
COMPANY

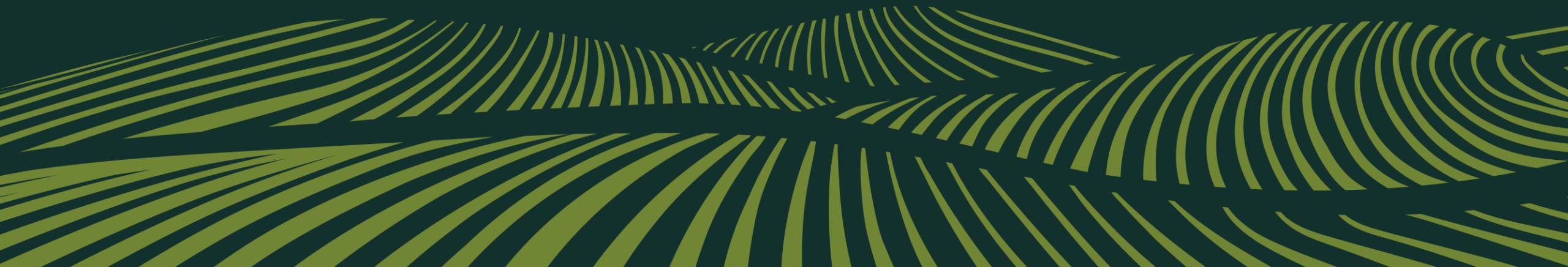


CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA

Del proceso al sabor: decisiones que construyen valor en el café de especialidad

Dra. Nancy Cordoba





CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA

Del proceso al sabor: decisiones que construyen valor en el café de especialidad

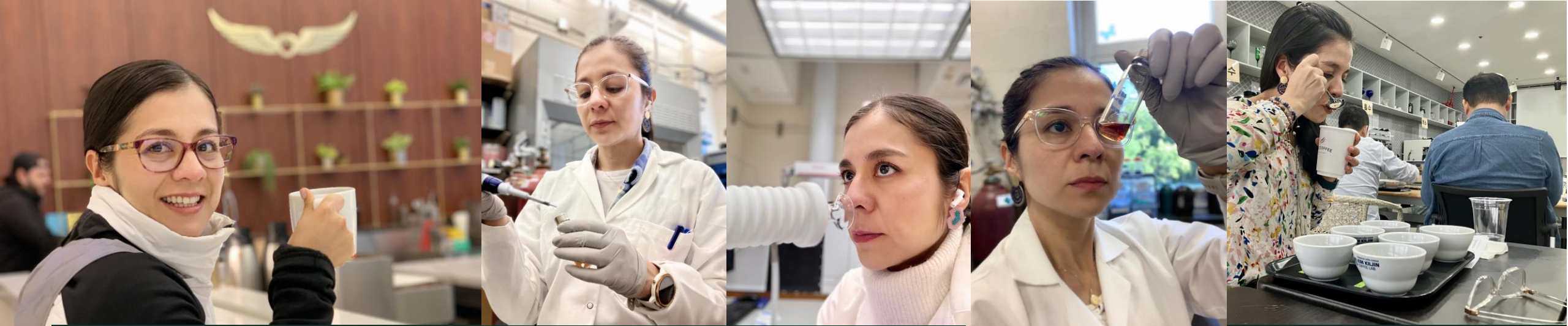


Dra. Nancy Cordoba
Principal Scientist, R&D+i
Westrock Coffee, USA

Piense en el
mejor café que
ha producido,
probado o
comprado.

*¿En qué momento todo
eso se convirtió
realmente en valor?*





¿Cómo influyen las decisiones que tomamos en el sabor que finalmente llega a la taza...?





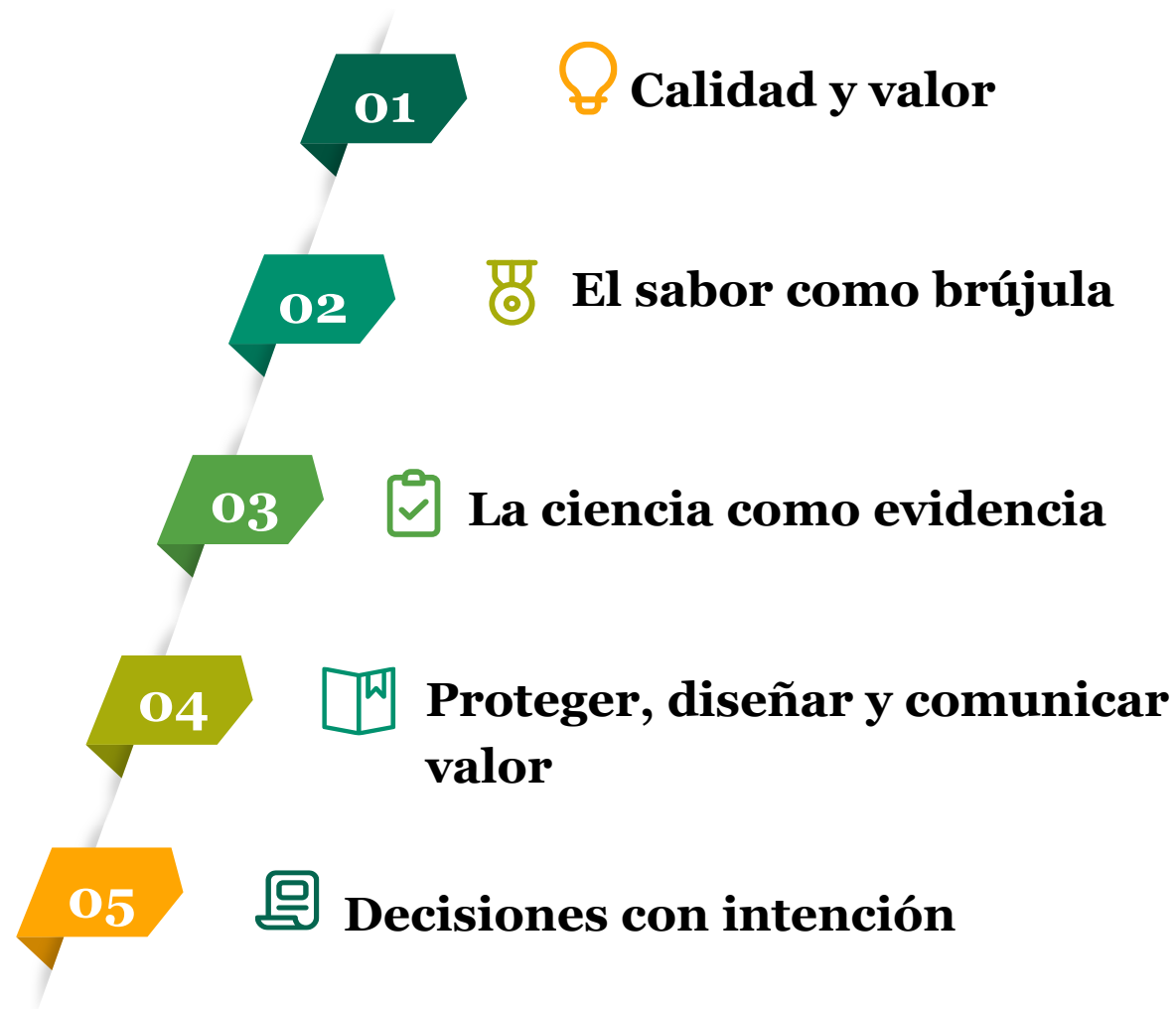
*¿En qué momento
la Calidad (sabor)
se convierte
realmente en valor?*

Cinco ideas para conectar proceso, sabor y valor



CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



CALIDAD no es lo mismo que VALOR

La **calidad** cumple requisitos; el **valor** aparece cuando esa calidad importa y genera beneficio.



Un café puede tener calidad sin que esa calidad sea reconocida o capturada.

**La CALIDAD no se convierte
automáticamente en VALOR.
VALOR no es solo precio.**



Valor es una diferencia que importa.



Construido

Decisiones



Percibido

En la experiencia



Capturado

Valor reconocido por el mercado



Como se mueve el valor

Construido →

Percibido →

Capturado



Genética,
ambiente,
manejo, cosecha,
proceso, secado,
tueste.



El sabor, la
experiencia, el
significado, la
confianza y el
contexto.



Acceso a
mercado,
estabilidad,
aprendizaje.

Decisiones de finca y proceso que
protegen o transforman la calidad.

Lo que el comprador o
consumidor reconoce en la
taza o aplicación.

El beneficio: precio, recompra,
contrato, reputación o acceso.

*El reto no es sólo producir calidad: es hacerla **reconocible, confiable y valiosa** para alguien.*



**Agregar valor no es
hacer más cosas.**

**Es tomar mejores
decisiones.**

*Y lograr que esas decisiones sean
visibles, repetibles y relevantes.*

El sabor como memoria del proceso

Cómo las decisiones acumuladas dejan una huella sensorial.



Empezamos en la taza y leemos hacia atrás para entender que decisiones y factores pudieron construir esa experiencia sensorial

“

*Para volver a percibir lo cotidiano,
a veces hay que volver a ver las cosas
como si fuera la primera vez”.*

El sabor (La taza) como memoria del proceso

Ingeniería Inversa

Te obliga a **"volver a ver"** un objeto o producto final pero con una mirada analítica, deconstruyendo lo que parece obvio para descifrar cómo fue creado.



CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA

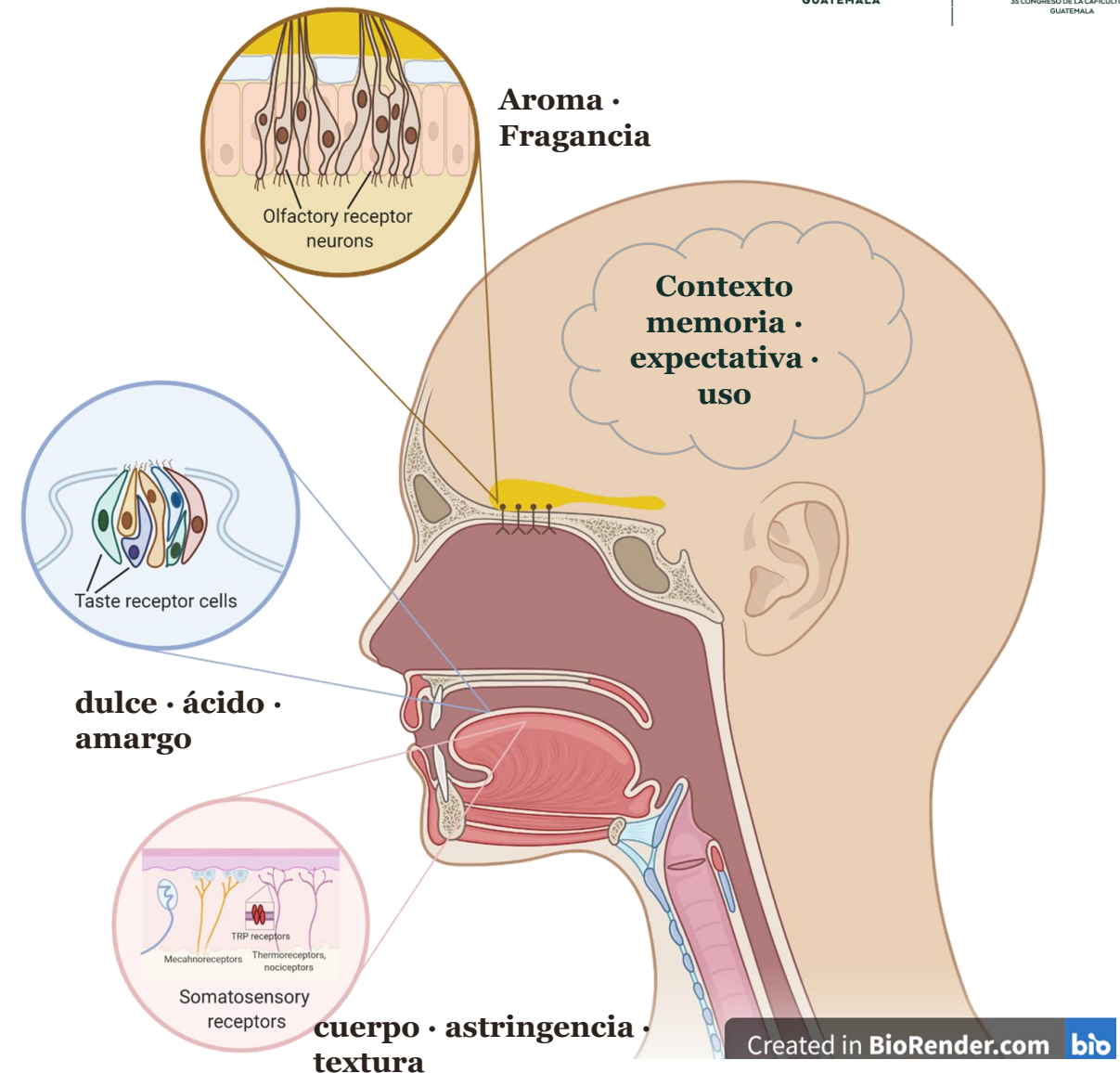


65
AÑOS

El sabor no es una nota o puntaje.

Es una construcción

*Una taza integra producto y
persona: gusto, olfacción
retronasal, textura, memoria,
expectativa y contexto.*





El sabor es una memoria imperfecta.

No revela todo. Pero sí nos dice dónde mirar.



La taza (el sabor) integra muchas decisiones.



Una misma señal puede tener varias causas



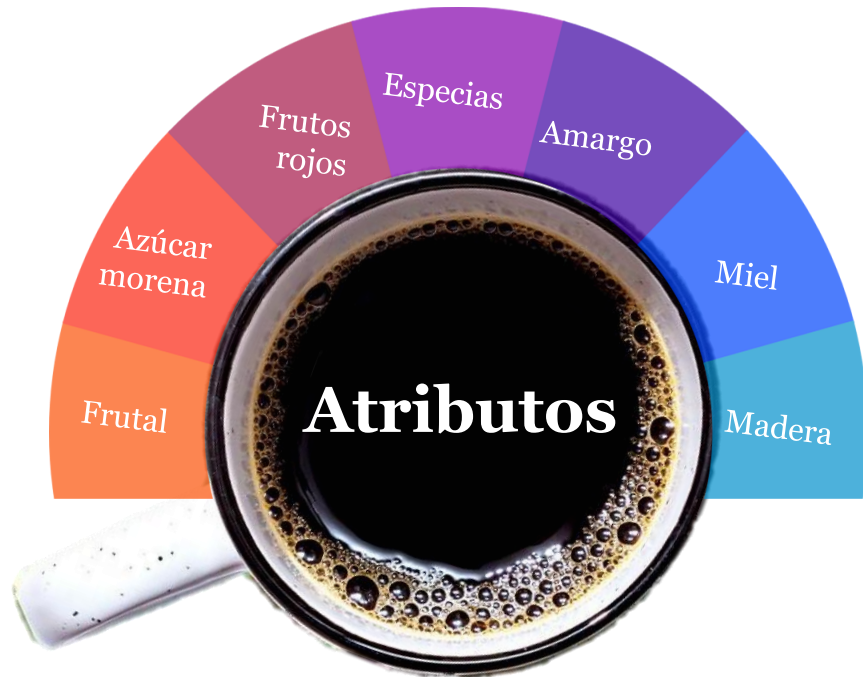
La ciencia conecta la taza (sabor), con registros, controles y comparación

La catación deja de ser solo juicio final cuando se conecta con registros, controles y comparación.

**El Análisis sensorial
nos da señales, no sentencias.**

Misma puntuación, experiencia diferente

El Sabor no es solo puntaje.



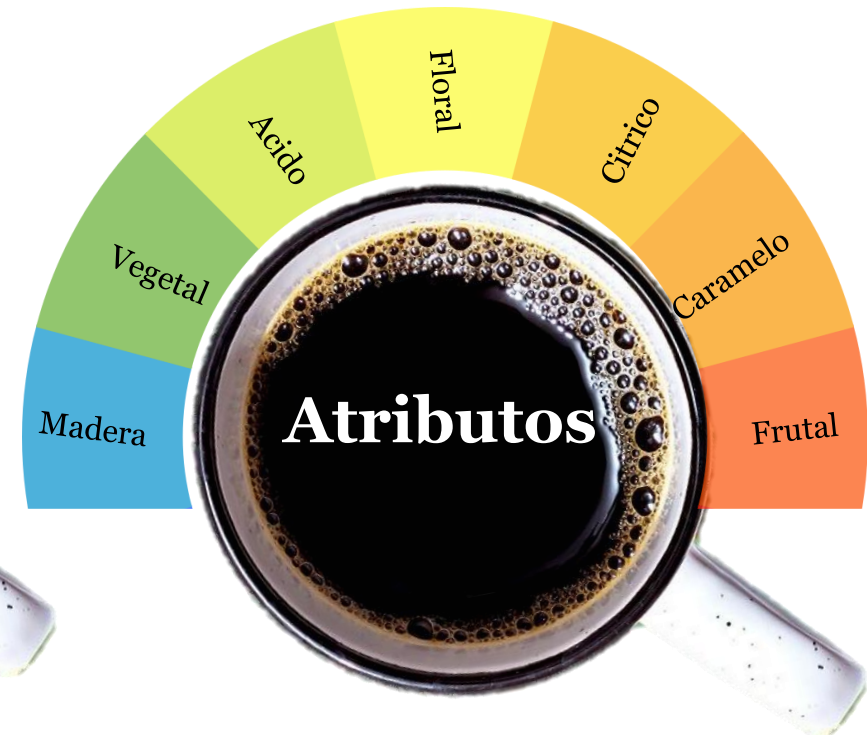
Puntaje
8/10

- ✓ Buena calidad
- ✓ Balanceado
- ✓ Recomendado



Puntaje
8/10

- ✓ Buena Calidad
- ✓ Balanceado
- ✓ Recomendado



Puntaje
8/10

- ✓ Buena Calidad
- ✓ Balanceado
- ✓ Recomendado

¿Por qué los atributos importan?



No evaluamos un café desde una sola perspectiva



Atributos intrínsecos

+

extrínsecos =

base para comunicar y capturar valor.

Los atributos del café reflejan cada una de las decisiones *(intencionales o no)* tomadas durante el proceso.



Agregar valor no significa necesariamente hacer más cosas.



Significa tomar mejores decisiones y lograr que sus consecuencias sean visibles, demostrables y útiles.



Hemos confundido complejidad con valor.

- Más horas de fermentación no garantizan más valor.
- Una historia más exótica no garantiza más valor.
- Una técnica más difícil no garantiza más valor.
- Y una tecnología más sofisticada tampoco garantiza una mejor decisión

La misma modificación no siempre cuenta la misma historia en todos los orígenes



CASO CIENTÍFICO

¿Cómo afectan las técnicas de procesamiento poscosecha la composición química y el perfil sensorial del cold brew?

Una pregunta aplicada: no sólo “qué sabe diferente”, sino qué evidencia conecta proceso, química y percepción.



E1 • Lavado tradicional



E2 • Lavado doble fermentación



E3 • Natural doble fermentación



E4 • Semi-lavado / honey



E5 • Natural tradicional



Colombia -Risaralda
Finca: La Delfita
Variedad: Castillo Naranjal



Guatemala
Finca: Los Conejos
Variedad Mundo Novo

La misma técnica puede expresarse de manera distinta según el sistema donde se aplica

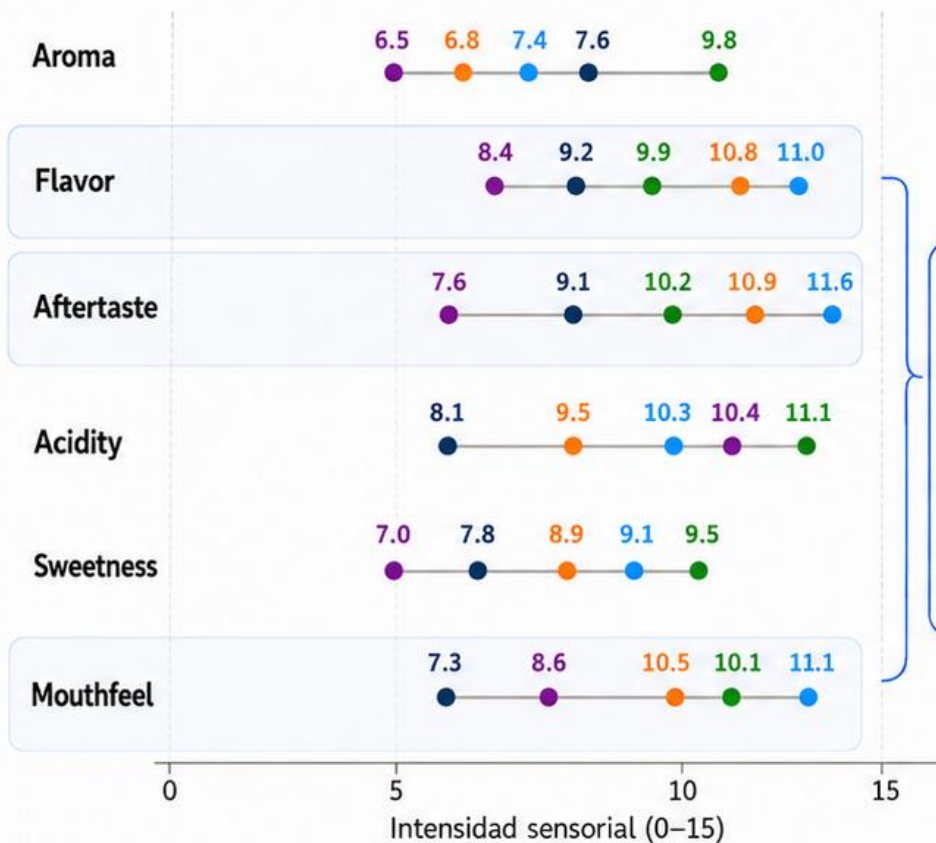
Huella Sensorial

La misma modificación no cuenta la misma historia en todos los orígenes



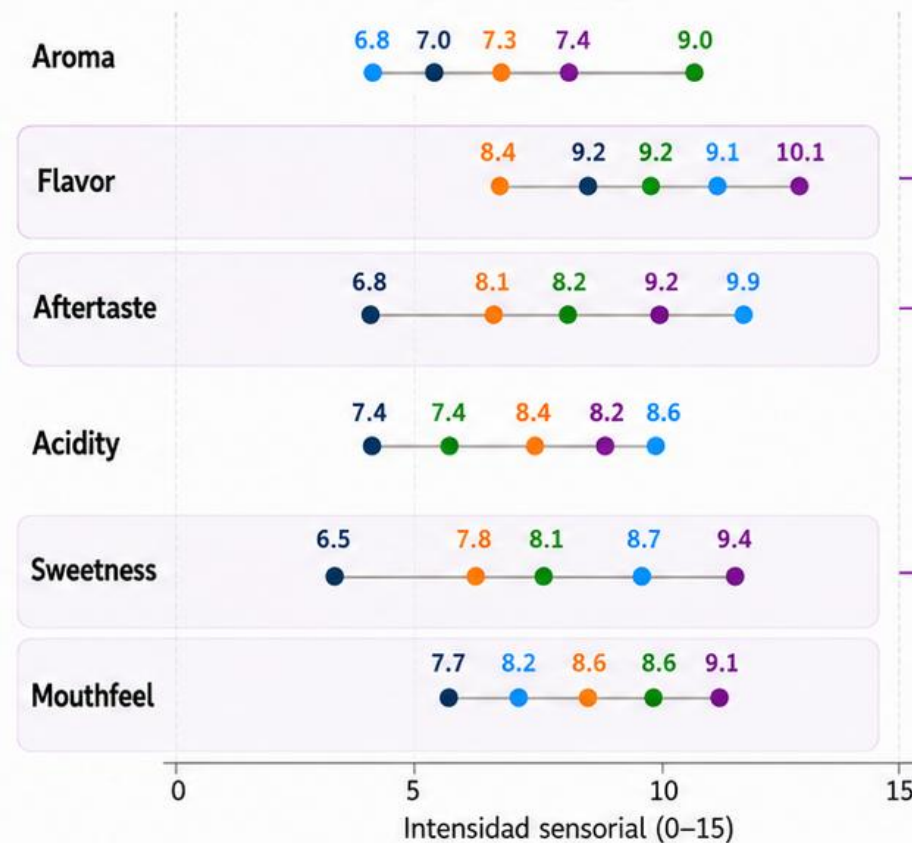
- 1 E1 · Lavado 2 E2 · Lavado doble fermentación 3 E3 · Natural doble fermentación 4 E4 · Semi-washed (Honey) 5 E5 · Natural tradicional

Colombia



En Colombia, **E4** destaca con fuerza en **Flavor, Aftertaste y Mouthfeel.**

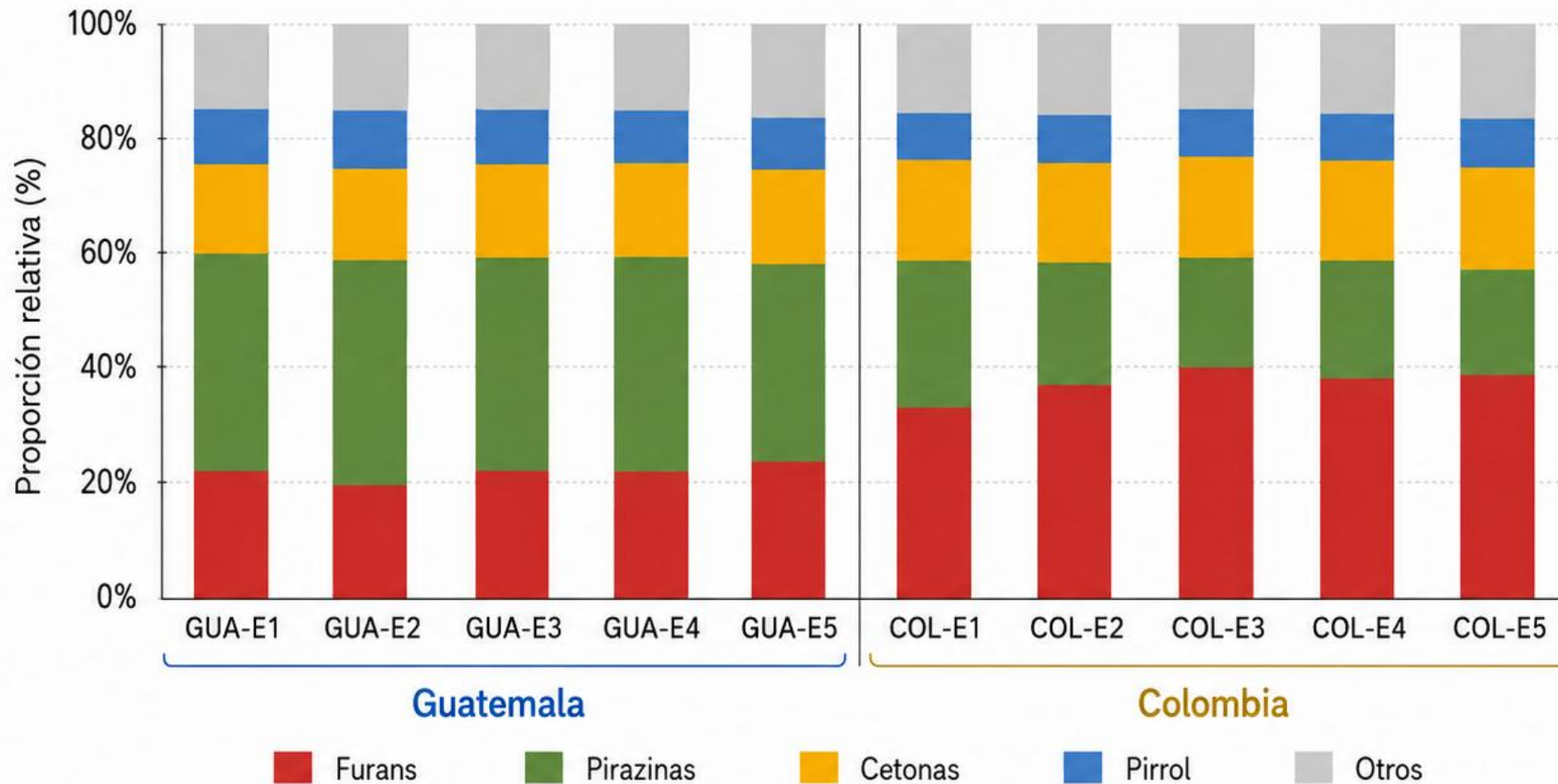
Guatemala



En Guatemala, **E4** alcanza su pico en **Aftertaste**, mientras que **E5** gana fuerza en varios atributos.

Huella Química

La misma modificación no cuenta la misma historia en todos los orígenes



1 Base común:
furans, pirazinas y
cetonas dominan en
todas las muestras.

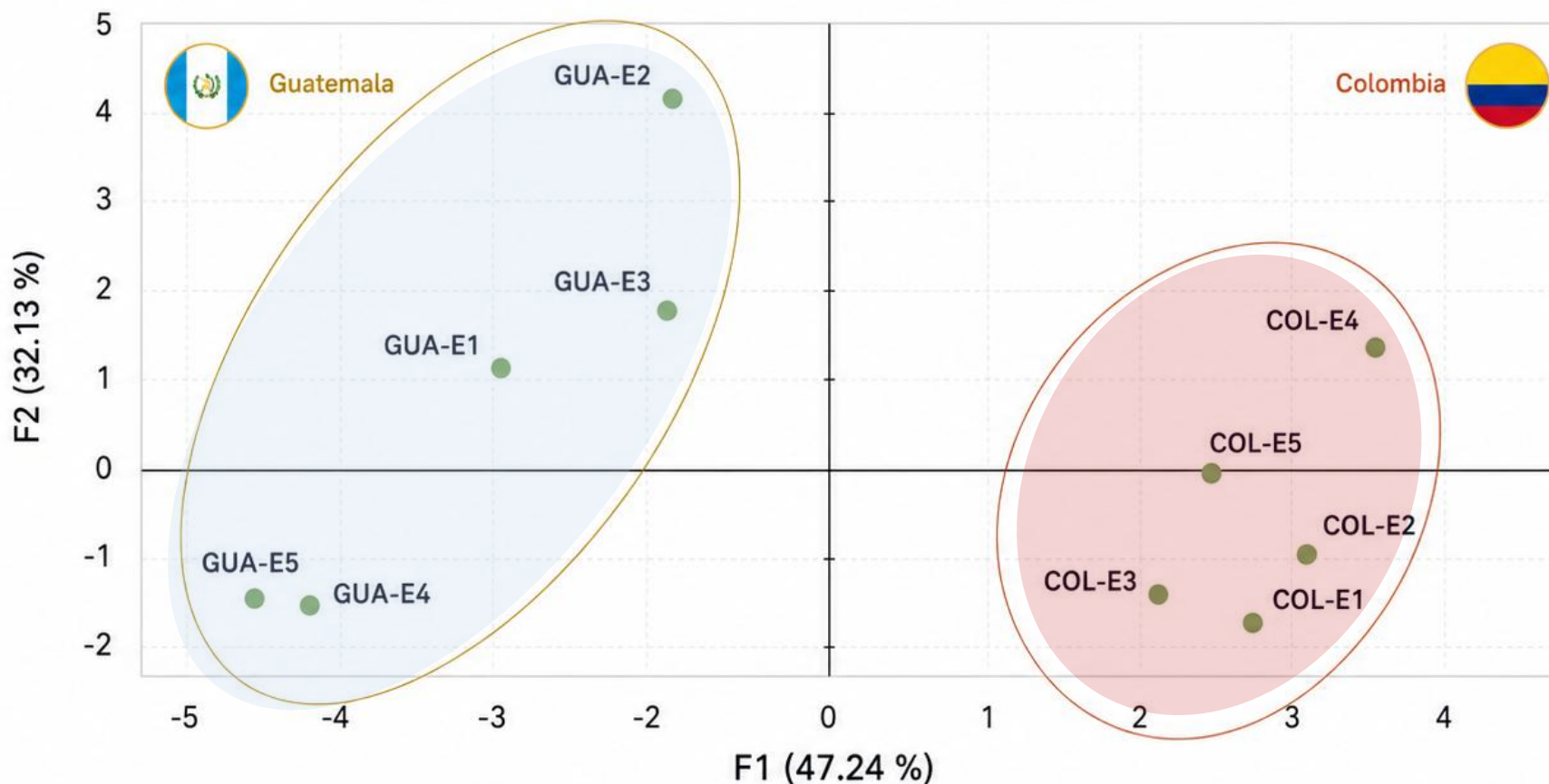
2 El origen afecta
el perfil:
Colombia ↑ furans;
Guatemala ↑ pirazinas.

3 El proceso genera
diferentes patrones
dentro del mismo
origen

Similares en familias de compuestos volátiles, pero en diferentes proporciones

Relación Procesamiento/Química

Separación por composición de compuestos volátiles



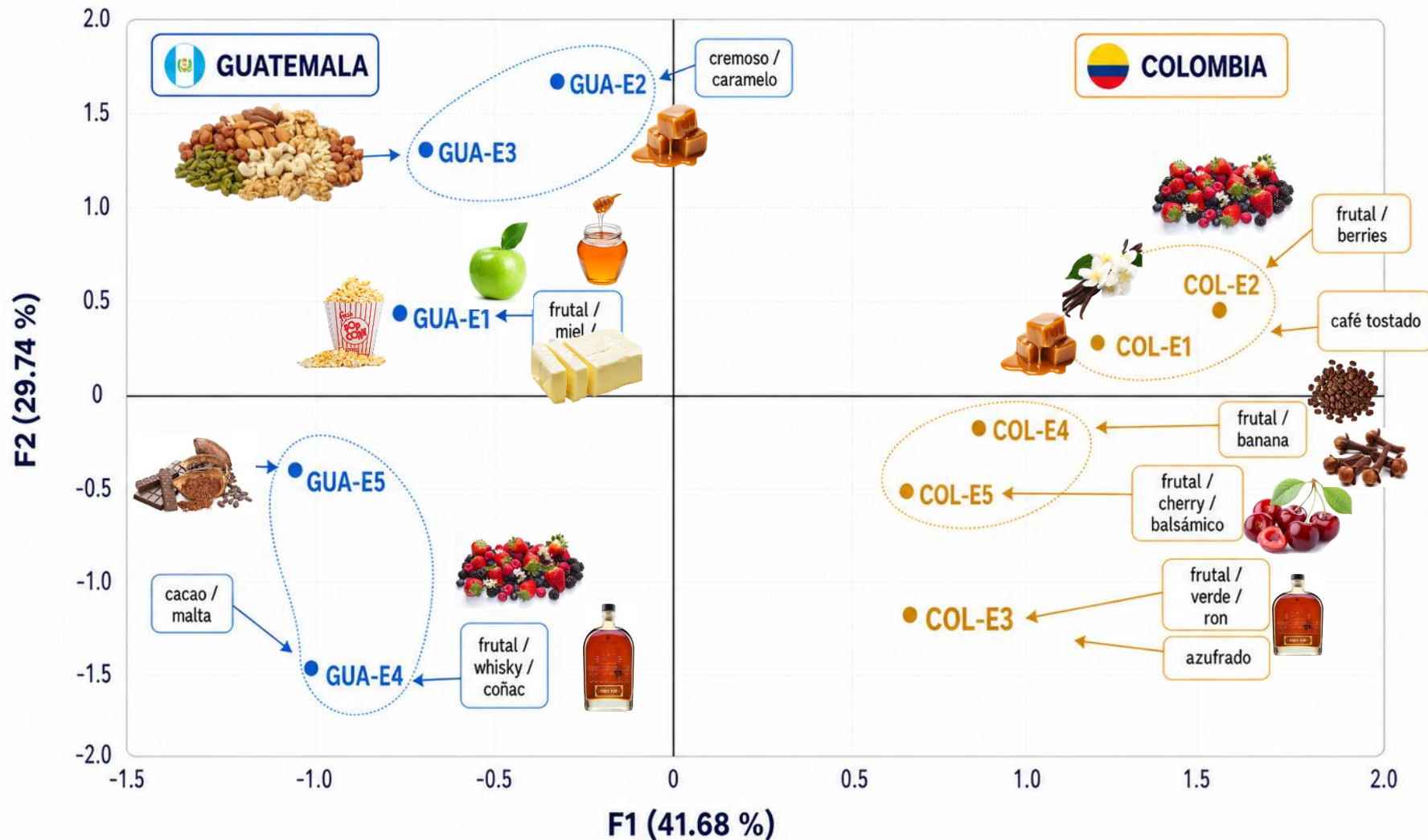
1 La separación dominante ocurre **por origen**.

2 Los procesos E1-E5 **no ocupan la misma región** en ambos países.

El proceso actúa sobre una base condicionada por el origen (+ variedad)

Relación Sensorial & Química

Una misma fermentación no se expresa igual en todos los orígenes



1 El origen explica la separación dominante.

2 El proceso modifica la expresión dentro de cada país.

3 Más volátiles totales ≠ más aroma.

Lo que esta evidencia nos enseña



*La taza por si solo no explica. **El proceso solo no basta.** Los datos solos no deciden.*

Proteger, diseñar y comunicar el valor

Los tres caminos de construcción de valor.



CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS

1. Proteger el valor

La primera forma de agregar valor es dejar de perderlo.

1



Madurez
y sanidad

2



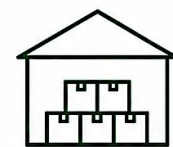
Fermentación
con propósito

3



Secado
uniforme

4



Almacenamiento
estable



No todo valor se crea; mucho valor se conserva.



CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS

Donde nace el potencial

El sabor (la taza) no comienza en la fermentación.
El potencial y el riesgo se están construyendo antes.



Todo detalle importa porque cada decisión puede proteger, transformar o perder potencial.

2. Diseñar valor

*Diseñar valor significa decidir **antes** de experimentar.*



Experimentar no es improvisar. Es cambiar algo con intención y aprender

2. Diseñar valor

Un resultado extraordinario puede ser suerte. La repetibilidad construye capacidad



1 resultado

puede ser una excepción



Repetir con control

el patrón empieza a aparecer



Confirmar en el tiempo

se comprende y maneja la variación



Confianza

el resultado puede sostener
una propuesta de valor

La repetibilidad no exige uniformidad absoluta; exige evidencia suficiente para tomar decisiones.



La diferencia entre innovación y azar es el aprendizaje.

Si no podemos comparar, registrar o repetir, no sabemos si agregamos valor o solo generamos ruido.



CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS

Experimentar sin perder el control

Propósito, control, trazabilidad, evaluación y repetibilidad.

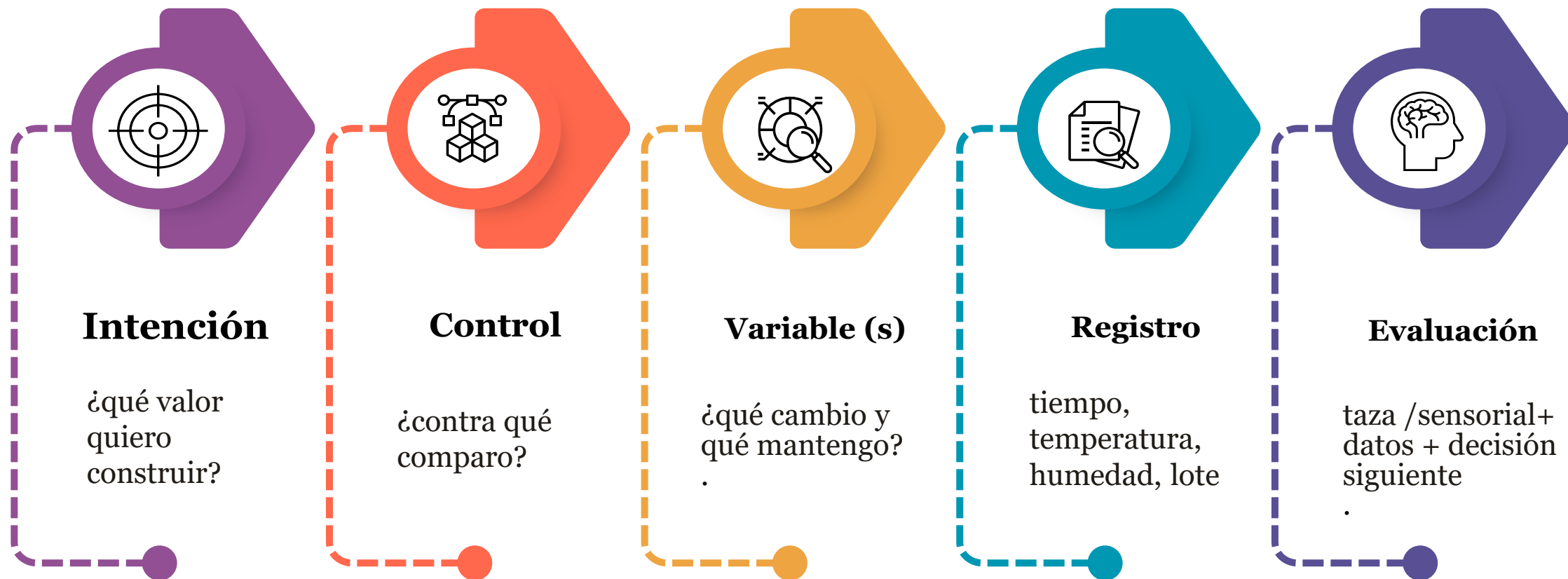


CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS

Un experimento útil cabe en una hoja.



El objetivo no es llenar formatos. Es hacer que la experiencia se vuelva conocimiento transferible.

3. Comunicar valor

Es hacer visible la diferencia que importa.



Diferencia clara

qué hace distinto al café



Evidencia

datos, registros, comparación



Relevancia

por qué importa para
ese comprador



Coherencia

que la promesa coincida
con la taza

No comunicar todo: comunicar la diferencia (s) central que se puede demostrar (confianza/coherencia)

3. Comunicar valor

No todos los lotes necesitan el mismo destino

Comunicar valor es orientar cada café hacia el destino donde mejor funcione.



Identidad

microlotes y experiencias premium



Consistencia

programas y relaciones



Intensidad

espresso, leche, concentrados



Estabilidad

RTD y aplicaciones

Diversificar valor no es bajar la calidad; es encontrar el destino donde sus atributos son más relevantes

3. Comunicar valor

Un café no tiene un único valor. El valor cambia según la experiencia que debe crear



Filtrado

claridad •
complejidad aromática •
limpieza



Espresso

intensidad •
balance •
persistencia



Con leche

integración •
cuerpo •
dulzor



Cold brew

frescura •
baja astringencia •
identidad en frío



RTD

estabilidad •
consistencia •
compatibilidad



Concentrado

intensidad •
funcionalidad •
desempeño en dilución

La pregunta no siempre es “cuál es el mejor café”; a veces es “cuál café es adecuado para esta experiencia”.

3. Comunicar valor

El café ya no solo se vende como producto.

Café clásico ideal

Tradición, ritual y consumo directo



Valor principal:
experiencia en taza

Cultura contemporánea del café

Formato flexible, personalización y estilo de vida



Valor principal:
funcionalidad, conveniencia
y nuevas aplicaciones

Nuevas formas de valor: intensidad, estabilidad, compatibilidad, conveniencia y diferenciación.

3. Comunicar valor

Del producto al ingrediente: el café expande su valor.

Hoy el café no solo se sirve: también se integra, se transforma y se diseña para nuevas experiencias



más
formatos,
más
ocasiones,
más valor.



ritual



simplicidad



experiencia
directa



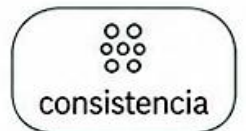
intensidad



estabilidad



compatibilidad



consistencia

Cuando el café entra en aplicaciones, el valor ya no depende solo de la taza:
depende de cómo funciona dentro de la experiencia.

¿En qué momento la calidad se convierte realmente en valor?



1 Territorio



2 Proceso e ingeniería



3 Química y ciencia sensorial / percepción



4 Innovación y productos



5 Sistemas



La calidad se construye con decisiones.



Se vuelve visible en atributos y experiencias.



Se convierte en valor cuando esa diferencia importa y genera confianza.



Se captura cuando produce un beneficio real.



**Cada decisión deja una
huella en la taza.**

Pero no toda huella se convierte en valor.



CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



ANACAFÉ
GUATEMALA

65
AÑOS

Herramienta Práctica

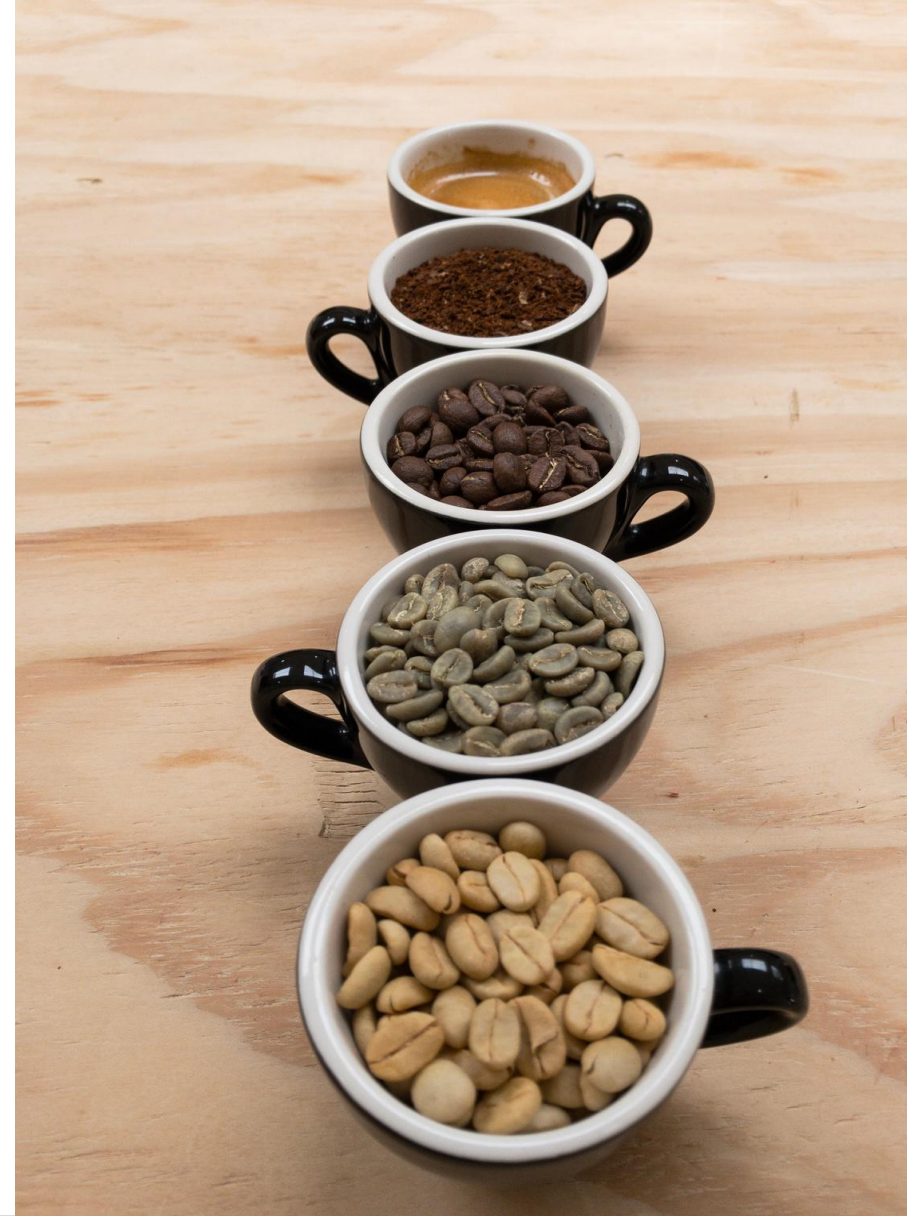
Antes de cambiar un proceso, haga cinco preguntas



**Para el próximo lote,
no empiece por la moda.**

Empiece por una pregunta:

***¿Qué diferencia quiero construir,
cómo la voy a demostrar
y quién la va a reconocer?***



CAFEX
35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA



65
AÑOS



CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA

Gracias!

Dra. Nancy Cordoba
@cafebrainiacs





CAFEX

35 CONGRESO DE LA CAFICULTURA
GUATEMALA

Dra. Nancy Cordoba

@cafebrainiacs

**Principal Scientist, R&D+i
Westrock Coffee, USA**

ANACAFÉ

GUATEMALA

