

Omar Narrea: Visibilidad, diversidad y alta calidad, los retos para revalorizar el café peruano

El café peruano es uno de los principales productos de exportación y lidera las exportaciones agrícolas, no obstante, su consumo local es reducido. Como cada cuarto viernes de agosto en el marco del Día del Café Peruano, es importante conocer un panorama más completo y los retos pendientes de este importante producto.

Actualmente, el Perú es el noveno productor de café en el mundo y el quinto exportador de de café orgánico a nivel mundial para el 2021/2021 de acuerdo con el estudio de USDA Biennial Report 2021.

En el 2020, las exportaciones de café acumuladas fueron de US\$ 643,4 millones versus a los US\$ 634,9 millones del año anterior; es decir, hubo un pequeño incremento de 1,3%. Sin embargo, en el mismo periodo, el volumen exportado cayó en un 18,6% en comparación al 2019.

Retos del café peruano

Sin embargo, es importante realizarnos la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los principales retos que deben superar los

exportadores de café peruano? Para responder esta pregunta podemos identificar cinco factores muy importantes:

En primer lugar, el reto de **posicionarse en segmentos de alta calidad** que pagan mejores primas. Se puede trabajar en posicionar la marca “Cafés del Perú” (puntaje de taza mayor a 80) y “Café del Perú especialidades únicas” (puntaje de taza mayor a 84).

De acuerdo con Promperú, hay 10 empresas licenciatarias de la marca que tiene como pilares la diversidad, la especialidad y origen. Asimismo, se tiene que trabajar en mantener consistencia y cumplimientos de los contratos para mejorar la imagen de Perú.

En segundo reto, es que actualmente el Perú es conocido como un café orgánico, pero ahora se debe **promover como un café de especialidad**, porque lo “orgánico” ya no es diferencial. Puede ser un instrumento clave para la articulación del plan nacional del café para promocionar el acceso a algunos de sus programas.

Proveedor

El tercer reto es **convertirnos en un proveedor confiable y relevante** para los segmentos de café tradicional que presenta cerca del 80% del total de café exportado. De ser un foco de atención en el corto plazo basándose en la diferenciación.

Esta diferenciación de acuerdo con 40 Brands, se puede trabajar en base a la potenciación del origen como café único, que tienen potencialidades para crecer en áreas y productividad, y articulación, alianzas entre cooperativas y multinacionales para respaldar la calidad del producto.

Visibilidad

Un cuarto reto es la **visibilidad**, el Perú no es aún “top of mind” para el consumidor internacional y tiene que trabajar para ser referente de un mayor número de compradores de café verde, de acuerdo con un estudio realizado por 40 Brands. El quinto reto, y uno de los más importantes es la profesionalización del sector, actualmente existe hay desorganización y debilidad financiera en las cooperativas.

Debemos de recordar que, a nivel de producción, de acuerdo con Promperú, se cultivan 424 mil ha. de grano aromático, lo que representa 4.7 millones de quintales en 10 regiones cafetaleras.

Nuestro país tiene todo lo necesario para cumplir los retos mencionados en esta columna, ¿entonces por qué el camino es difícil para los exportadores? Es momento de revalorizar la importancia del café y todos los beneficios que puede traer para generar empleo, oportunidad de crecimiento y visibilidad en el trabajo de miles de peruanos.