

2022: Juntos para promover el café peruano en el mercado externo

Una invitación a formar un espacio de coordinación para una estrategia articulada



David Gonzáles Cucho

Coordinador de la Cámara Peruana del Café y Cacao

Proyecto Alianza Café Sostenible y Competitivo



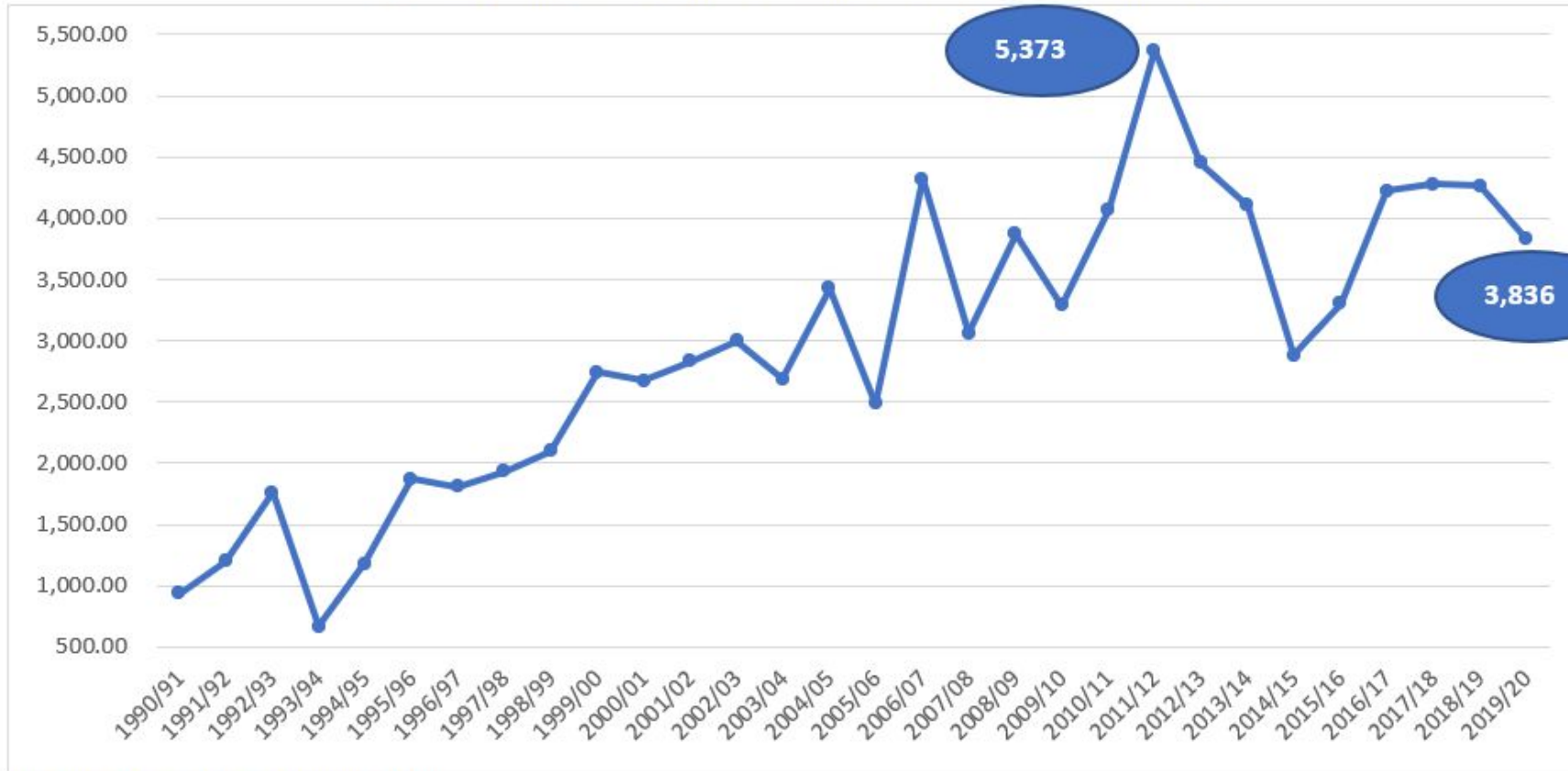
Contenido

- I. El entorno actual
- II. Condiciones para un espacio de coordinación
- III. Actividades clave
- IV. Balance



I. El entorno actual

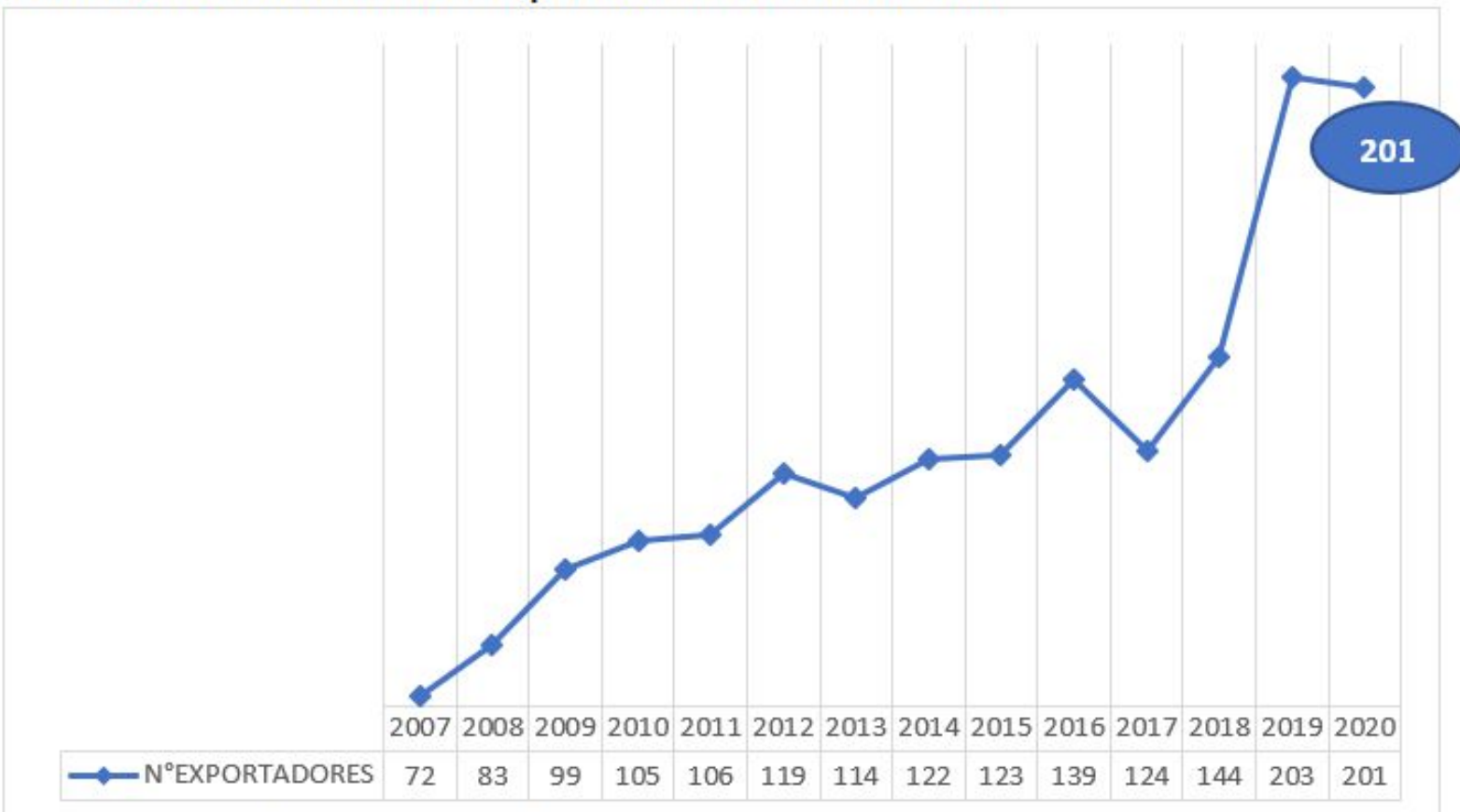
Perú. Producción de café arábica (en miles de sacos de 60 kg.) 1990-20



Fuente. OIC. Elaborado por CPCC

En 2011: 106 empresas exportaron 5,373 sacos
En 2020: 201 empresas exportando 3,836 sacos.

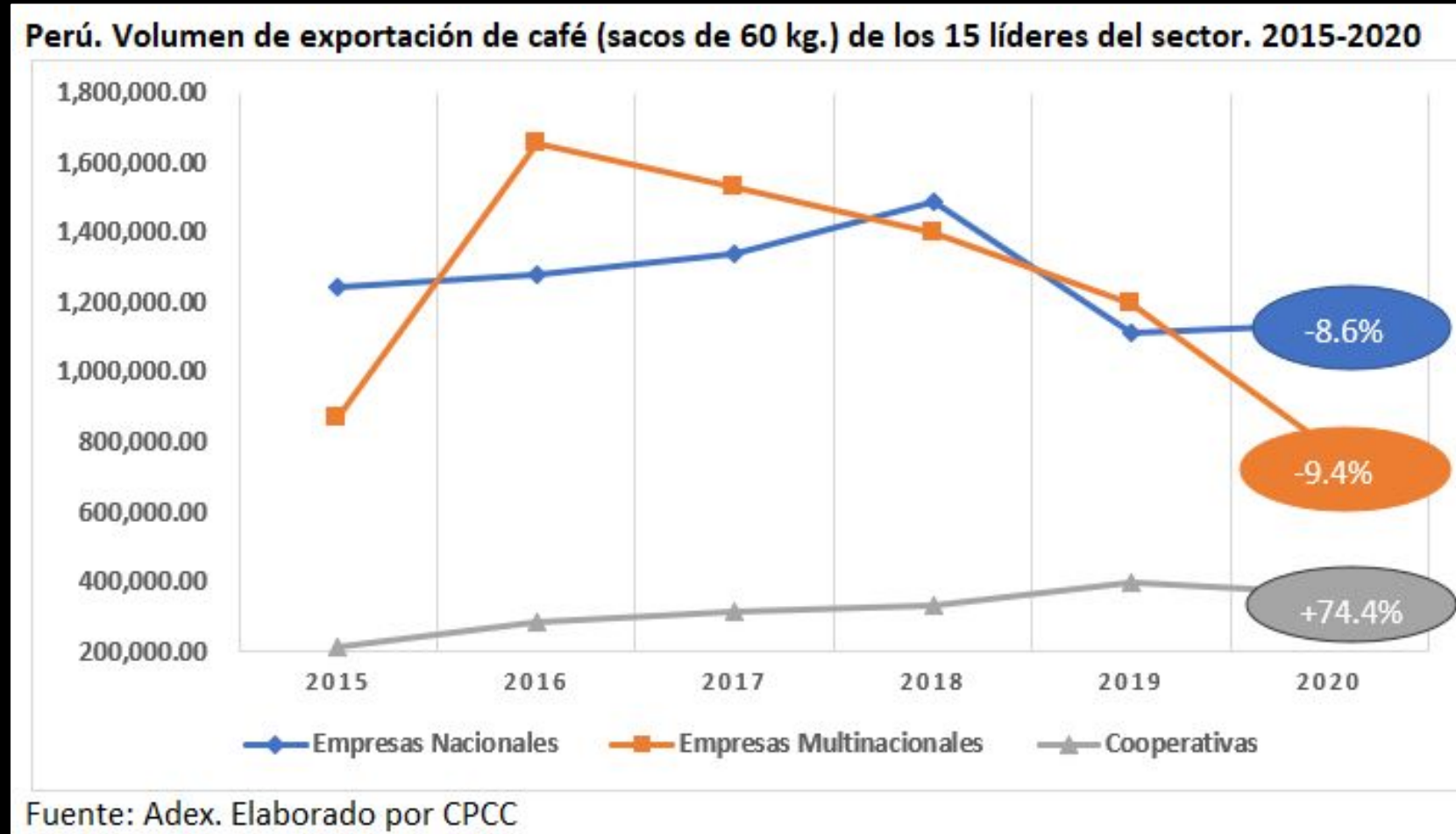
Perú. Evolución del número de exportadores de café .2007-2020



Fuente: SUNAT. Elaborado por CPCC

El mercado competitivo y abierto, las cooperativas han aumentado su participación en la oferta exportable

Varias voces y mensajes al mercado externo.



¿Qué información brindamos?

La carencia de uniformidad afecta credibilidad del dato

Exportaciones de café en grano verde (sacos de 60 kilos). Enero-julio.2021

	Adex	Agrodata	Web Aduanas	Coefficiente de variación CV*
Enero	174,499	150,383	77,606	38%
Febrero	82,081	85,370	48,110	29%
Marzo	59,747	52,465	31,401	31%
Abril	47,521	49,616	22,471	38%
Mayo	61,194	91,630	14,202	70%
Junio	140,037	147,039	45,112	51%
Julio	247,929	243,282	64,642	56%
Total	813,008	819,784	303,544	46%

Fuentes: ADEX, Agrodata y Aduanas. *CV=Desviación estándar/ promedio.

¿Existe un milagro productivo en el cultivo?

Perú: indicadores básicos de producción		café		
		2010	2020	cambio
Superficie	ha	349,633	328,637	-6%
Producción	ton	279,199	371,757	33%
Exportación	ton	229,408	212,690	-7%
rendimientos	t/ha	0.799	1.131	42%

Fuente MIDAGRI

¿Quién norma y asegura la consistencia de las reglas de juego?

Café

NTP 209.312: 2015 CAFÉ. Buenas Prácticas Agrícolas para prevenir la formación de mohos

Esta Norma Técnica Peruana establece las buenas prácticas en la cadena de café (producción, beneficio, acopio, proceso, transporte, almacenamiento y comercialización) con objeto de brindar orientación básica sobre cómo minimizar el riesgo de formación de mohos y por lo tanto a la posible presencia de la ocratoxina A (OTA).

Ver »

Café Verde

NTP ISO 9116 2006 (revisada el 2015) Café verde. Lineamientos sobre métodos de especificación

La presente Norma Técnica Peruana proporciona lineamientos sobre métodos a utilizar para describir el café verde para compra y venta y se basa en los términos contractuales utilizados en el comercio internacional del café.

Ver »

PROYECTO DE NORMA TÉCNICA PERUANA

Dirección de Normalización - INACAL
Calle Las Camelias 817, San Isidro (Lima 27)

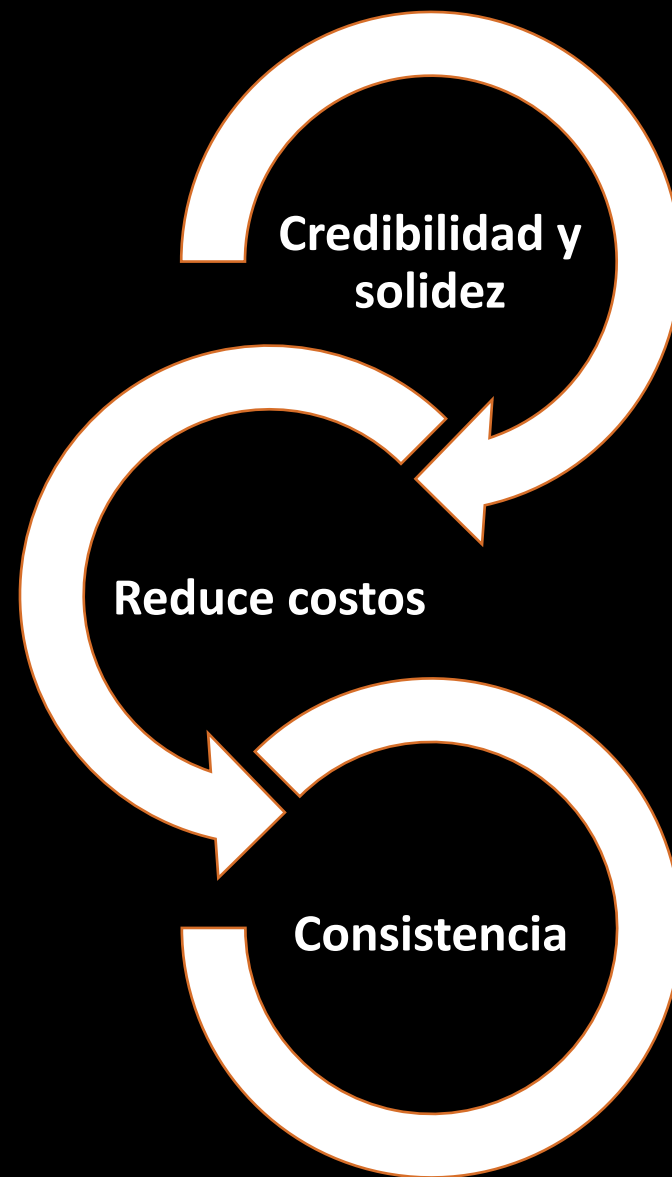
**PNTN 209.319
2021**

Lima, Perú

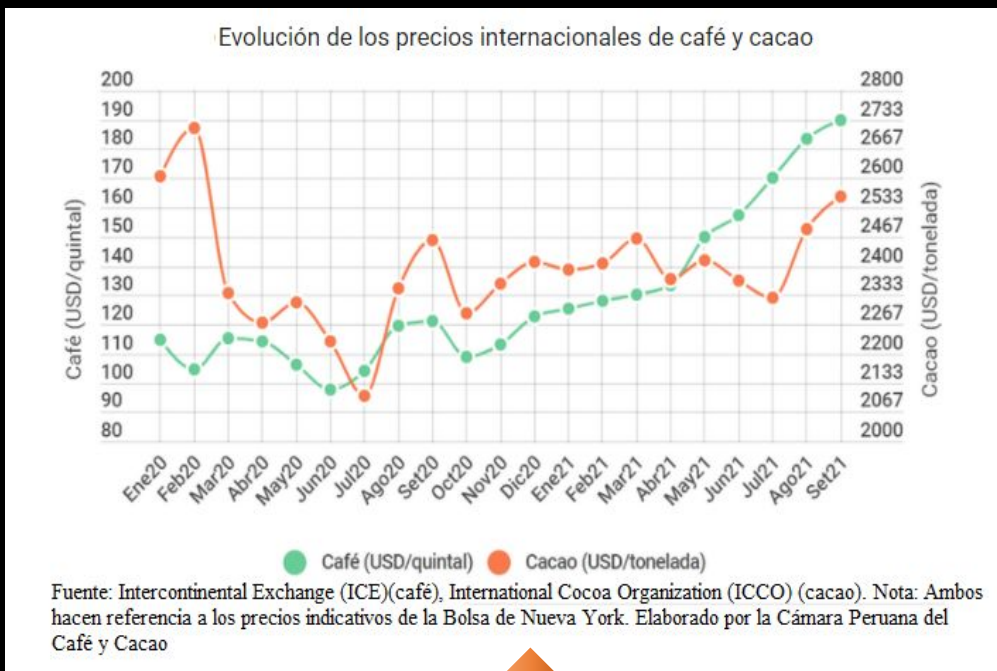
MANEJO ECOSISTÉMICO Y DE RECURSOS NATURALES. Buenas prácticas de manejo ecosistémico en la cadena de valor del café

ECOSYSTEM AND NATURAL RESOURCES MANAGEMENT. Good ecosystem management practices in the coffee value chain

**2021-xxxxx
1ª Edición**



¿Oportunidad de precio?



Reto: ¿Qué hacemos cuando el ciclo cambié la tendencia?



Corto plazo, precios altos y buenas perspectivas inmediatas, bonitas fotos.

En el largo plazo aún no llegamos a precios picos.

Luego de los altos precios vienen las contracciones, el ciclo 97-98 fue extremadamente volátil

II. Condiciones para un espacio de coordinación

✓ Necesidad común

Estrategia articulada: el hilo conductor que respalda una imagen de la cadena de valor peruana de café

Un evento cada 3 semanas

Specialty Coffee Expo

Canadian Coffee and Tea Expo

Danish Coffee Festival

Ruedas de negocio

SCAJ World Specialty Coffee Conference and Exhibition

Workshop de café en Bruselas y Escandinavia B2B

Misiones

World Coffee

Peru Cupping Event

Workshops

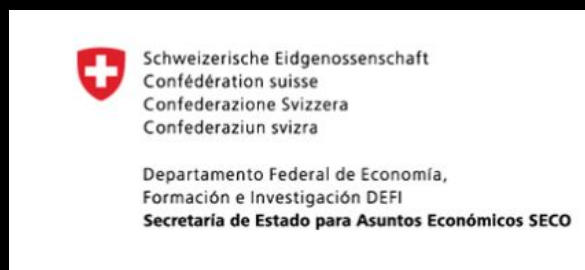
Feria&Coffee Tea Expo

Ámsterdam Coffee Festival

Ferias

Caffé Culture Show-Ehibición

✓ Actores clave



✓ Oportunidad de sinergia

Existe una corriente de concientización sobre la importancia de la institucionalidad y gobernanza para la implementación articulada de mejoras en la cadena de valor de café hacia la conquista del mercado internacional



III. Actividades clave

- ✓ **Definir y comunicar el valor estratégico** de la marca a los usuarios según sus necesidades (una de ellas: exportar más **volumen**)
- ✓ **Incrementar el alcance** de la marca más allá de los usuarios en el segmento de café de especialidad (aquellos con **calidad consistente**)
- ✓ **Agregar valor a la marca** con un **discurso de negocio a negocio** (hacia la **economía de escala**)

“La palabra clave entre el proveedor y el tostador es la consistencia. Para la venta de cafés diferenciados es importante mezclar cafés con las mismas características para proveer calidades consistentes con volúmenes importantes” Carlos Brando. -coordinador de las exportaciones de Pinhalense y Carmomaq. 23cnc

“El volumen es básico. Se requiere del sector exportador, cooperativas, productores, para superar el impase de la productividad. Se necesita trabajar con un objetivo nacional de productividad. Este es el punto de partida de la estrategia”. Antonio Vildoso-gerente de Volcafe. 23cnc



Panel. El café peruano en el mercado internacional. 23CNC.

La oferta es variada, la promoción debe articular

- Perú tiene una oferta variada
- Es parte del top ten mundial
- Jugar relevante en suaves lavados
- Cosecha Marzo
- Atributos transversales como acidez, altura y sostenibilidad.
- No todo es orgánico, ni especial ni certificado: 78% convencional

Sacos exportados 2019	Convencional	Certificado	Alta calidad	
Cooperativa	613,838	332,400	96,824	27.2%
Empresa Nacional	1,428,291	173,950	57,583	43.3%
Multinacional	956,898	157,415	14,757	29.5%
Total	2,999,027	663,766	169,164	
	78.3%	17.3%	4.4%	

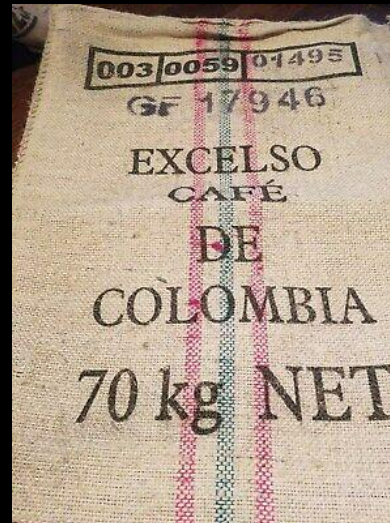
Caso de referencia

La cohesión de la cadena es un atributo

...Arduo trabajo de cerca de **600 mil familias caficultoras** en una industria que lleva más de 200 años de historia y tradición....



Un producto, una imagen, una distinción



...Aunque se generan diferencias en los perfiles de sabor de los lotes según su provincia, variedades y métodos, este país ha logrado conformar **un producto con un sello distintivo de calidad...**

La asistencia técnica respalda los atributos de sostenibilidad

... Avances están enfocados en el desarrollo y **fortalecimiento de las variedades** de café que se cultivan para adaptarlas a los climas específicos de cada región y hacerlas resistentes a plagas y patógenos que puedan dañar las producciones...

¿B2B?

¿Todos los cafés?

¿Qué atributos?

¿Qué comunicamos?

¿Qué esperamos?



**La marca sectorial café y estrategia de
promoción del café peruano**

IV. Balance

Información de la marca Cafés del Perú.

Lineamientos estratégicos para la promoción del café peruano.

Espacio de coordinación periódica para alineamiento de intereses y objetivos.

Estadística confiable y oportuna para respaldar la toma de decisiones en el espacio

Estrategia articulada para la promoción del consumo del café peruano

Hoja de ruta para la implementación de la estrategia

Condiciones favorables para trabajar una estrategia de manera articulada que permita fortalecer el café peruano, para su diferenciación entre marcas de países productores de la región y posicionamiento en el portafolio de los compradores internacionales relevantes.