

Proyecto de Ley N° _____

LEY QUE PROMUEVE, DIFUNDE E INCENTIVA EL CONSUMO DEL CAFÉ PERUANO – “CAFETEA PERÚ”

El Grupo Parlamentario **ALIANZA PARA EL PROGRESO** a iniciativa de los Congresistas, **LUSMILA PÉREZ ESPÍRITU, IRENE CARCAUSTO HUANCA y ALEXANDER HIDALGO ZAMALLOA** en uso de las facultades conferidas por el artículo 107° de la Constitución Política del Perú y en el inciso c) del Artículo 22°, 67°, 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen el siguiente proyecto de Ley:

LEY QUE PROMUEVE, DIFUNDE E INCENTIVA EL CONSUMO DEL CAFÉ PERUANO –“CAFETEA PERÚ”

Artículo 1.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene por objeto promover, difundir e incentivar el consumo del café peruano – “**Cafetea Perú**”, como una de las bebidas bandera en todo tipo de eventos oficiales y no oficiales, a nivel nacional, regional e internacional y contribuir de manera directa con el desarrollo económico de los productores agrarios de las zonas cafetaleras del territorio nacional y con la reactivación de la economía peruana.

Artículo 2.- Creación del Registro Nacional Único de Productores Cafetaleros

Crease el Registro Nacional Único de Productores Cafetaleros con la finalidad de obtener datos actualizado y conocer el número exacto de agricultores por región, provincia, distrito y comunidades cafetaleras; información que servirá como base para proponer políticas y planes de desarrollo según corresponda.

El registro está a cargo del Ministerio de Agricultura y Riego en coordinación con los gobiernos regionales y locales, DEVIDA e INEI, conforme a sus competencias.

El registro se clasifica en:

- 2.1. Registro Nacional de productores cafetaleros por nivel asociativo
Conformado por las federaciones, cooperativas agrarias, asociaciones, empresas cafetaleras.
- 2.2. Registro Nacional de productores individuales
Conformado por los productores independientes no asociados.

Artículo 3.- Entes responsables

El Ministerio de Agricultura y Riego en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los gobiernos regionales, municipales y las entidades del sector

público y privado, implementan las campañas de promoción, difusión y consumo del café a que se refiere el artículo 3 de la presente ley.

Artículo 4.- Campañas de promoción

Las campañas de promoción, difusión y consumo del café peruano – “Cafetea Perú”, como bebida bandera, son las siguientes:

4.1. A nivel nacional

- 4.1.1. Las instituciones públicas en sus tres niveles de gobierno, los organismos autónomos y cualquier dependencia del Estado, promoverán preferentemente en toda actividad oficial y no oficial la utilización y consumo del café peruano.
- 4.1.2. Campañas de promoción y difusión interna para estimular el consumo de café peruano – Cafetea Perú y posicionar la imagen, la marca la calidad del producto y, sobre todo, la “denominación de origen” del café peruano.
- 4.1.3. Campañas de difusión del café peruano – cafetea Perú, en medios de comunicación televisivo y radial estatales y privados, medios digitales y en las redes sociales, sobre los atributos y beneficios que brinda el café peruano para la salud.
- 4.1.4. Organización de expoferias a nivel nacional, regional, provincial y distrital, distintas de las ferías existentes, para promocionar el barismo, la cata y la preparación del café peruano.
- 4.1.5. Campañas de promoción turística a nivel nacional, regional, provincial y local de la “ruta del café” peruano, en especial, en las regiones productoras de café; incorporando en el tours, la visita a los centros de producción de café, degustación y preparación.
- 4.1.6. Campañas que promuevan el maridaje y el consumo de alimentos a base de ingredientes del café peruano.
- 4.1.7. Difusión y promoción del consumo del café peruano en el portal web de todas las entidades del Estado.

4.2. A nivel internacional

- 4.2.1. Las Embajadas, Consulados y misiones diplomáticas, promoverán preferentemente en toda actividad oficial y no oficial la utilización y consumo del café peruano como bebida bandera.

- 4.2.2. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de sus organismos técnicos especializados, promueve, difunde e incentiva el consumo del café en los eventos internacionales que organiza o en el que participe una representación nacional.
- 4.2.3. Establecer de forma permanente la promoción y difusión mundial de la marca "Cafés del Perú" (Coffees from Peru) a cargo de Promperu.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera.- Adecuación

El Ministerio de agricultura y Riego dentro de los treinta (30) días de su entrada en vigor adecúa el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030, a las disposiciones contenidas en la presente Ley.

Segunda.- Financiamiento

Los costos de implementación de la presente ley, se financian con cargo al presupuesto institucional de las entidades públicas involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

Tercera.- Premio "Cafetea – Perú"

Facultase al Ministerio de Agricultura y Riego a instaurar el Premio Cafetea – Perú a otorgarse al sector privado una vez al año en las categorías que determine.

Cuarta.- Vigencia

La presente Ley entra en vigencia día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

Única.- Derogatoria

Derogase las normas que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

Lima, junio de 2020

I. EXPOSICION DE MOTIVOS

La presente iniciativa legislativa propone promocionar e incentivar el consumo del café peruano - Cafetea Perú, como bebida bandera a nivel nacional e internacional.

Lo que se pretende con esta propuesta es que el café peruano sea una bebida social, una bebida bandera, que forme parte de la vida cotidiana de la sociedad, que este inmiscuidos en las actividades diarias de la población. Para lograr esto es importante promocionar e incentivar el consumo del café peruano.

En nuestro país predomina los cafés elaborados e importados, la mayoría soluble, los supermercados están llenos de cafés importados de diferentes lugares del mundo, hay poca oferta de café peruano y de café de calidad.

La promoción del consumo del café peruano, responde a la ausencia actual de una estrategia concertada de promoción internacional y de promoción interna del café peruano. Así mismo, promueve el desarrollo económico de los pequeños productores de las cuencas cocaleras del VRAE y del Valle Alto Huallaga del territorio nacional.

El Estado, comunidad cafetalera, el sector privado y todas las organizaciones a nivel nacional deben impulsar el consumo del café peruano a través de campañas promocionales que permitirá un desarrollo económico para los caficultores.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA CAFETALERO

En primer término, es necesarios señalar que, "La agricultura en el Perú está compuesta por tres mundos ampliamente distintos. Debido a diferencias espaciales en la dotación de recursos, clima, ubicación, demografía y aplicación de medidas políticas, entre otros factores, las regiones de la costa, sierra y selva ofrecen experiencias ampliamente distintas y presentan desafíos diferentes. En la primera, los desafíos principales son mantener el crecimiento de la productividad, responder efectivamente a la mayor escasez de factores de producción y conservar la competitividad en mercados globales cada vez más demandantes segunda, impulsar la productividad de los alimentos básicos que se vienen sembrando actualmente, permitir la diversificación con cultivos alternativos de alto valor, vincular mejor a los agricultores y ganaderos con los mercados, y generar sistemas agrícolas más resistentes. En la última, encontrar nuevas fuentes de crecimiento de la productividad, mejorar la conectividad y garantizar que la agricultura se desarrolle de manera más ecológica y sostenible"¹.

Problemática Institucional y gremial

La desarticulación de los tres niveles de gobierno ha generado la duplicidad de esfuerzos en la ejecución de las acciones para el sector agrario nacional, regional y local, el cual ha concebido, en parte, la problemática agraria nacional que es un tema recurrente en todos los sectores agrarios, principalmente por la falta de políticas públicas articuladas con todos los sectores responsables, la falta de acceso al crédito,

¹ Tomando impulso en la agricultura peruana: Oportunidades para aumentar la productividad y mejorar la competitividad del sector. Pág. xx

asesoramiento técnico, acceso a mercados, precios justos, entre otros; por estas razones los agricultores sienten que se encuentran abandonados por el Estado.

Así, tenemos en funciones al Consejo Nacional de Café creado mediante la Resolución Suprema N° 005-2002-AG, encargo de identificar, analizar y proponer el marco legal y los lineamientos de políticas para corto, mediano y largo plazo para el desarrollo de la actividad cafetalera. Este consejo está conformado por el (la) Ministro(a) de Agricultura y Riego o su representante, quien la preside, dos representantes de la Junta Nacional del Café, dos representantes de la Cámara Peruana del Café y Un representante de la Federación Nacional de Cafetaleros y Agricultores del Perú - FENCAAP, este último recientemente incorporado mediante la Resolución Suprema N° 008-2019-MINAGRI.

Sin embargo, esta instancia de gobierno poco o nada ha hecho por el sector cafetalero, debido a que, los que integran dicho Consejo tiene una visión de trabajo asociativo y empresarial que no representan a los pequeños agricultores cafetaleros.

La Cámara Peruana del Café y Cacao, que tiene una visión más empresarial y reúne a las principales empresas privadas del sector (productores, exportadores e industriales) su trabajo está orientado a la difusión y promoción de la actividad cafetalera peruana en el mundo. Por otro lado, en el documento de trabajo titulado "Línea de base del sector café en el Perú" señala que "La Cámara Peruana de Café y Cacao, agrupa al sector empresarial, mantiene una agenda centrada en el negocio de exportación, apuesta principalmente por cafés de volumen, y algunos de sus asociados tienen limitados programas de apoyo a los productores. Por otro lado, su articulación con el sector público solo se da a través del Consejo Nacional del Café, con la perspectiva de construir una agenda de trabajo conjunto".

También lo conforma la Junta Nacional del Café, que está compuesta mayormente por las cooperativas cafetaleras y algunas asociaciones y tiene como visión fortalecer las capacidades de gestión y negociación de las organizaciones peruanas. Asimismo, según el documento de trabajo titulado "Línea de base del sector café en el Perú" señala que, la Junta Nacional del Café representa a los productores organizados (20% del total de productores). La falta de recursos humanos e ingresos financieros la ha llevado a priorizar actividades de asistencia técnica, sin poder brindar apoyo constante a sus bases. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones mantiene un rol de negociación e incidencia política en beneficio de los productores cafetaleros a nivel nacional; además añade, que, la mayoría de las organizaciones afiliadas a la Junta Nacional del Café tiene una limitada participación en el mercado, lo que les impide realizar una gestión eficiente y brindar servicios de calidad a sus socios, que, además, están dispersos y atomizados.

Por otro lado, tenemos a los pequeños agricultores independientes, que son la mayoría y que se mantienen al margen de las organizaciones debido a la desconfianza y la desorganización, por los costos operativos que demanda pertenecer a una organización y finalmente el costo que representa la constitución de una asociación.

Como podemos observar del análisis institucional y asociativo del sector cafetalero, nos reafirmamos en lo señalamos anteriormente y es que el problema radica en la débil articulación sectorial e interinstitucional de los tres niveles de gobierno, la falta de legitimidad en la representación del Consejo Nacional del Café, los pequeños agricultores cafetaleros se sienten excluidos; en suma, el desorden institucional y

gremial son parte del problema principal de este sector que hace los esfuerzos por subsistir en un mercado de desigualdad y competencia de la oferta y la demanda.

Problemática social y económica

La crisis económica y social del sector cafetalero se inició desde la campaña agrícola del año 2012 – 2013, cuando cerca de 272 mil hectáreas de un total de 425 mil fueron afectados por la roya amarilla del cafeto, perjudicando a más de 121 mil productores cafetaleros en las once regiones productoras de café, sumado a esto, el descenso del precio internacional del café y el alto costo de producción, terminaron por quebrar al pequeño agricultor, el cual representa más del 60% de los agricultores no asociados.

El año 2013, cuando el problema de la roya amarilla se agravó y los agricultores estaban a punto de perder sus cosechas por la letalidad de la enfermedad, el Estado mediante Decretos Supremos Nos. 048 y 082- 2013-PCM, declaró el Estado de Emergencia en las zonas cafetaleras de los departamentos de Amazonas, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Junín, Pasco, Puno, San Martín, Ucayali y Piura, incluidos los valles de los ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM), por incremento de la incidencia y severidad de la enfermedad Hemileia Vastatrix o Roya Amarilla del Cafeto.

Por esta circunstancia, la mayoría de los agricultores cafetaleros, en especial los pequeños agricultores, quedaron endeudados con las entidades financieras al no cumplir sus obligaciones crediticias, en consecuencia, fueron objeto de embargos y en muchos casos el remate de sus bienes; por esta razón, el Estado a través del MINAGRI aprobó un programa de financiamiento para la ejecución de un plan denominado "Plan Nacional de Renovación de Cafetos" y la consolidación de las deudas de los productores cafetaleros; mediante la cual, se dispuso dos líneas crediticias financiadas por el Fondo AGROPERÚ administrado por Agro Banco. La primera, estaba referida a la compra de deuda de los agricultores que mantenían con las entidades del sistema crediticio, el cual podía financiarse hasta en seis años con un periodo de gracia de tres años sin amortización ni pago de intereses, luego de este periodo se pagarían el capital más los intereses devengados; La segunda línea, estaba relacionada a la renovación de las plantas de cafetales por un periodo de cuatro años y con el acompañamiento y supervisión de SENASA y del INIA; al igual que la primera línea, el financiamiento estaba a cargo del Fondo Agroperú, pero en este caso el plazo máximo de financiamiento era de ocho años y periodo de gracia de tres años sin amortización ni pago de intereses, luego de este periodo se pagarían el capital más los intereses devengados; es decir, este salvataje ofrecido por el Estado era peor que la solución, **porque el agricultor se estaba comprometiendo a asumir el costo que durante el periodo de gracia, el crédito facilitado por el Estado, devengaba intereses y por consiguiente la deuda a pagar resultaría más alta.**

El referido plan tenía como meta hasta el 2018 la renovación de 80 mil hectáreas de cafés que fueron afectados por la roya amarilla, sin embargo, solo alcanzaron a renovar 40 mil hectáreas de café, con una inversión aproximada de S/ 490 millones, es decir se renovaron un aproximado del 50% de la meta.

Asimismo, durante el proceso de renovación de cafetales y el proceso de financiamiento de los agricultores cafetaleros al año 2018, se generaron diversos problemas en ambas líneas de financiamiento, que luego del periodo de gracia los agricultores tenían que afrontar el pago de la deuda principal y los intereses

devengados, el cual, en la mayoría de casos, no fueron afrontados y esto conlleva a que AGROBANCO iniciará los procesos de embargos y remates de las propiedades de los agricultores.

Ante esta situación y frente al mismo problema que había hecho posible la creación del plan y para no distorsionar su objeto, el MINAGRI mediante la Resolución Ministerial N° 0610-2016-MINAGRI, modifica la norma legal que crea el Plan Nacional de Renovación de Cafetos, principalmente en las condiciones de ambas líneas de financiamiento, cambiando los plazos tanto para la compra de deuda como para la renovación de cafetos, estableciendo el financiamiento máximo hasta por 10 años, con un interés de cinco por ciento (5%) anual, accediendo únicamente a este nuevo beneficio los productores cafetaleros que cumplieron con la renovación.

No obstante, a lo señalado y los intentos del Estado en buscar una solución a la problemática de este sector de agricultores, el tema radica en que las buenas intenciones tienen que ir acompañados del soporte y asesoramiento técnico en el proceso de la renovación de los cafetales que permita al agricultor una producción de calidad. En ese sentido, en el CENEAGRO 2012 se menciona que existen escasas políticas por parte del Estado, indicando el dato que, por cada 100 productores, solo 10 reciben asistencia técnica.

PRINCIPALES PROBLEMAS DE LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ A NIVEL NACIONAL

Tras un largo proceso participativo de discusión y análisis con los distintos actores públicos y privados se identificó como problema central el bajo nivel de competitividad y sostenibilidad social y ambiental de la cadena de valor del café.

Entre las causas que explican directamente esta problemática se identificaron los siguientes efectos:

Efectos intermedios

- ✓ Pérdida de ingresos del productor.
- ✓ Reducción y/o estancamiento de las exportaciones.
- ✓ Incremento de los Gases de efecto invernadero.
- ✓ Niveles bajos de Índices de desarrollo humano en las zonas cafetaleras.
- ✓ Incremento de la pobreza rural y desempleo.

Efecto final

- ✓ Bajos ingresos de los actores de la cadena de valor del café.
- ✓ Problema central de la cadena de valor del café peruano.
- ✓ Bajo nivel de competitividad y sostenibilidad social y ambiental de la cadena de valor del café peruano.

Causas directas

- ✓ **Bajos niveles de productividad y manejo técnico.**
- ✓ **Bajo consumo Percápita del café en el mercado interno**
- ✓ Bajo nivel e inconsistencia de la calidad de café.
- ✓ Limitado acceso y uso de servicios financieros por parte de las familias cafetaleras.

- ✓ Limitado posicionamiento del café peruano en el mercado nacional e internacional.
- ✓ Condiciones económicas, logísticas y sociales en las zonas cafetaleras limitan la eficiencia de la cadena de valor del café peruano.
- ✓ Débil gobernanza e institucionalidad de la cadena de valor del café peruano.

A continuación, el análisis de los dos problemas crítico de mayor importancia en la producción y comercialización del café.

Bajos niveles de productividad y manejo técnico del cultivo sin criterios de sostenibilidad ambiental

Los bajos niveles de producción por hectárea que a nivel nacional bordean en promedio los 772 kilos/hectárea de café pergamino, son uno de los factores de mayor preocupación en materia de política agraria. Para el caso del café esta variable cobra aún mayor importancia al tratarse de un producto que se comercializa en el mercado de Commodities, ya que la capacidad que tienen los países productores para negociar los precios de venta es prácticamente nula. Por este motivo, las acciones orientadas a aumentar los ingresos de las familias cafetaleras deben centrarse, principalmente, en mejorar los niveles de producción y eficiencia en el manejo del cultivo.

La escasa capacidad técnica de los productores, la elevada incidencia y severidad de las plagas y la deforestación en fincas cafetaleras han sido identificadas como las causas directas que explican los bajos niveles de productividad y sostenibilidad ambiental del café.

En el primer caso, el limitado uso de tecnologías y el bajo acceso a servicios de asistencia técnica explican el manejo deficiente del cultivo. Asimismo, la ausencia de un sistema articulado de investigación, desarrollo e innovación y el débil consenso para implementar una política de I+D+i que se oriente a la solución de problemas del sector productivo basada en sólidos mecanismos de transferencia tecnológica.

Se refleja en la dispersión de recursos y duplicidad de esfuerzos que terminan debilitando la oferta y el acceso a bienes y servicios tecnológicos por parte de los agentes económicos. Asimismo, la provisión desarticulada de asistencia técnica junto con los bajos niveles de asociatividad y el escaso desarrollo de un mercado de bienes y servicios agrarios de calidad, merman las posibilidades de basar la producción en el desarrollo tecnológico e innovación. A ello se suma la baja predisposición o renuencia al cambio de buena parte de los caficultores que por su avanzada edad y bajo nivel de instrucción promedio se muestran más adversos al cambio tecnológico.

En el segundo caso, la elevada incidencia y severidad de las plagas están mostrando una mayor repercusión sobre los niveles de productividad debido principalmente a la reducción de la efectividad de los métodos de control producto de los efectos del cambio climático, así como a la predominancia de plantaciones antiguas que no han sido renovadas por varias décadas en casi todas las regiones productoras tornándolas más susceptibles de ser atacadas por plagas y, finalmente, al inadecuado manejo sanitario del cultivo como consecuencia del debilitamiento del sistema nacional de prevención y control fitosanitario. El efecto devastador que dejó el ataque de la roya amarilla en el año 2013 cuando impactó en casi la mitad del área total cultivada con café en el país y desapareció 80 mil hectáreas (la quinta parte) que aún se encuentran en proceso de recuperación, es un indicador de esta problemática.

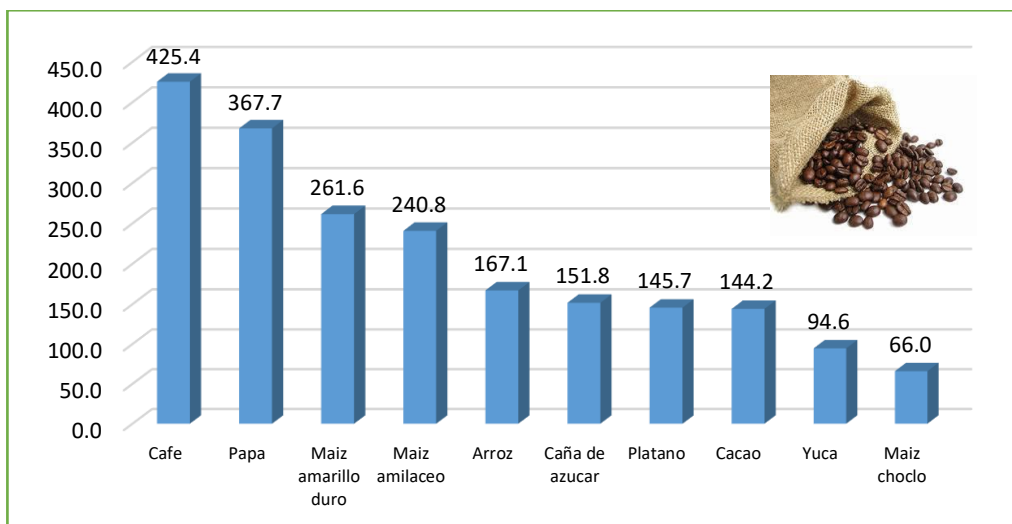
Bajo consumo Percápita del café en el mercado interno

El 95% de la producción nacional se exporta, lo que genera una gran dependencia del mercado internacional con precios altamente volátiles. **Además, la baja cultura cafetalera hace que el 70% del café que se consume en el país sea importado, el 28% está compuesto por segundas y descartes, solo un 2% de la oferta de café tostado tiene algún estándar de calidad.**

SITUACIÓN ACTUAL DEL CAFÉ EN EL PAÍS

El Café es el primer producto agrícola peruano de exportación; no solo lidera las exportaciones agrícolas, sino está dentro de los 10 principales productos de exportación, después de algunos minerales, petróleo, gas natural, harina de pescado, entre otros. Y a nivel mundial, el Perú ocupa el séptimo lugar como país exportador de café. Según el CENAGRO 2012, la superficie del cultivo de **Café** fue de 425,415.86 hectáreas las cuales representan el 6% del área agrícola nacional, seguido por papa con 367,656.69 hectáreas, entre otros.

SUPERFICIE DE LOS PRINCIPALES CULTIVOS DEL PERÚ (EN MILES DE HÉCTAREAS)



Fuente: INEI - IV Censo Nacional Agropecuario 2012. Elaboración propia.

Las plantaciones de café se localizan en 17 regiones, 67 provincias y 338 distritos e involucran a 223,482 familias, de los cuales el 95% son pequeños agricultores, con 5 hectáreas o menos del producto². Perú produce casi exclusivamente café Arábica, de esa producción más del 70% es de la variedad típica, seguida de caturra (20%) y otras variedades (10%). Aproximadamente el 75% del cultivo de café peruano se produce entre 1,000 y 1,800 metros sobre el nivel del mar³.

En el 2018, el valor de producción del café ascendió a 1 770.6 millones de soles a precios de 2007, aportó el 8,0% y ocupó el tercer lugar, después del arroz y papa,

² <http://minagri.gob.pe/portal/485-feria-scaa/10775-el-cafe-peruano>

³ <https://gestion.pe/economia/usda-preve-leve-aumento-produccion-cafe-peruano-265436-noticia/>

dentro del Valor Bruto de la Producción Agrícola del país.

Según información de la Junta Nacional del Café (JNC), el 2018 se han conducido 440 mil hectáreas de café, en un área que representan el 6% del total del área agrícola nacional, cumpliendo un rol decisivo en el desarrollo y la inclusión social en beneficio mayormente de la Pequeña Agricultura Familiar en los departamentos de: Piura, Amazonas, Cajamarca, San Martín, Junín, Pasco, Huánuco, Ayacucho, Cusco y Puno⁴.

Es importante resaltar que, en el aspecto social, la caficultura genera empleo por más de 50 millones de jornales directos y 5 millones de jornales indirectos en la cadena productiva de café; en total dos millones de peruanos dependen de esta actividad y un tercio del empleo agrícola está relacionado con el mercado del café.

Por otro lado, en cuanto a la superficie del cultivo, en la campaña agrícola 2018 se cosecharon 446,1 mil hectáreas, alcanzando ese año el primer lugar dentro del conjunto de cultivos monitoreados estadísticamente en el país, la superficie del cultivo fue superior en 4,9% respecto de la que se registró en el IV CENAGRO-2012.

Actualmente, la tendencia de la oferta nacional, es de un mayor crecimiento para los próximos años, ya que hay la producción todavía se está recuperando de un brote de roya de la hoja de café, la cual hace cinco años afectó al 50% de la cosecha⁵.

En cuanto al sector de cafés especiales. Es importante resaltar que el 85% de los caficultores son parte de la agricultura familiar y el Perú es considerado a nivel mundial como un referente en Cafés Especiales y segundo productor y exportador de café orgánico a nivel mundial. Además, es el principal abastecedor de EE.UU. de café especial bajo el sello de Fair Trade (Comercio Justo) con predominio del 25% del mercado internacional⁶.

La situación actual del sector cafetalero, en el contexto de la pandemia se viene agravando debido a diversos factores que ocasionan la implementación de las medidas del gobierno para hacer frente la pandemia; sin embargo, es importante mencionar que esto ya viene de hace más de 10 años atrás. Al respecto, Tomás Córdova, presidente de la Junta Nacional del Café (JNC)⁷, incluso ya había manifestado que los envíos del grano aromático cayeron 11,43% en el último año, bajando de 5 millones 661 mil quintales en 2018 a solo 5 millones 14 mil quintales en 2019, situación que habría provocado la caída de las ventas en 7,79%, al sumar solo 627 millones de dólares con relación al periodo 2018. Frente al cual, la perspectiva del gremio para el 2020 y lo cual concuerda con las tendencias de la baja en el mercado internacional son de caída de

⁴ <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/76484-el-2020-se-dara-mayor-impulso-a-la-marca-de-cafe-peruano-para-conquistar-nuevos-mercados>

⁵ Plan Nacional de Cultivos 2019-2020.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/471867/Plan_Nacional_de_Cultivos_2019_2020b.pdf

⁶ <https://andina.pe/agencia/noticia-promoveran-marca-cafe-peruano-para-conquistar-nuevos-mercados-780422.aspx>

⁷ Junta Nacional del Café <https://juntadelcafe.org.pe/>

la producción en relación a la obtenida el 2019, "toda vez que muy pocos productores lograron créditos para fertilizantes y herramientas, debido a la incertidumbre de precios bajos". Asimismo "Miles de productores están abandonando los cafetales debido a los bajos precios, incremento de costos de producción y desorden en la promoción que realizan las entidades públicas, tanto del gobierno central, como gobiernos regionales y municipalidades".

Frente a la situación del sector cafetalero, las acciones del gobierno han quedado relegadas a medidas de alivio; sin embargo, es importante resaltar las acciones que continúa emprendiendo la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA), entidad que promueve la instalación y mantenimiento de plantaciones de café en Valles Cocaleros; por otro lado, queda en propuestas las acciones estratégicas del Plan Nacional de Acción del Café⁸ (PNA-Café). El cual, contempla poner en marcha el Instituto Nacional del Café, para el desarrollo de la cadena de valor, poniendo énfasis en el trabajo con los pequeños productores. Así mismo, establece, elevar el posicionamiento y comercialización del café; mejorar los procesos de articulación del MINAGRI con los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales, **en la inversión pública en la cadena cafetalera, así como el fortalecimiento de la gobernanza e institucionalidad de la actividad cafetalera.**

Asimismo, a través del PNA-Café propone la elaboración de agendas regionales, orientadas a dar respuesta a las necesidades de las familias cafetaleras y demás actores de la cadena, así como promover la participación equitativa de hombres y mujeres en los programas de capacitación y asistencia técnica en café. **Además, de ello la creación de un Registro Nacional Único de Productores Cafetaleros y Carnetización para focalizar con mayor detalle la atención de los productores a nivel nacional. Del mismo modo, fomentar alianzas público-privadas para ampliar la infraestructura de servicios financieros en las principales zonas cafetaleras, y desarrollar mecanismos de ampliación de la cobertura de seguros agrarios, que permita a los agricultores afrontar con éxito los embates de la naturaleza. Finalmente, entre otros retos del PNA-Café, propone incrementar el consumo per cápita de café en el país, que llega apenas a 650 gramos al año, donde la meta del sector Agricultura es superar un kilogramo por persona a través de una masiva campaña de promoción de las bondades del café nacional.**

Por su parte, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha iniciado campañas para aumentar el consumo nacional de café, igualmente sin acciones y estrategias para enfrentar la promoción en el exterior, lo cual se prevé que prácticamente este año será nula. **Frente a ello, la solución que proponen los agricultores son promover e incentivar el consumo interno del café con la finalidad de incrementar el consumo per-cápita nacional al menos a 1kg y con ello contrarrestar los efectos de la crisis por del COVID-19, la fluctuación de precios del mercado y la alta fragmentación del mercado internacional.**

⁸ Decreto Supremo que aprueba el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019- 2030.
<https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-aprueba-el-plan-nacional-de-accion-del-c-decreto-supremo-n-010-2019-minagri-1840243-1>

PROMOCIÓN Y CONSUMO INTERNO DEL CAFÉ

En relación a la promoción y consumo del café se ha ido avanzando, pero aún falta mucho que hacer y en ese sentido, desde el gobierno nacional, regional, provincial y local se deben articular y fortalecer políticas sectoriales orientadas a la promoción difusión y consumo nacional del café como producto bandera.

En ese sentido, desde el año 2008 se festeja el último viernes del mes de agosto, el "Día del Café Peruano", sin embargo, no se percibe de parte del Estado y los entes responsables acciones concretas para su promoción y difusión; lo resaltante de este día especial del café peruano es la celebración que realizan todas las regiones productoras de café que promocionan sus productos de forma local y su impacto solamente es regional.

Por otro lado, existen esfuerzos independientes para la promoción y difusión del consumo del café de parte de las organizaciones cafetaleras, como, la Central de Café y Cacao del Perú que viene organizando desde el 2013 el Campeonato Nacional de Catadores, y desde el 2015, el Campeonato Nacional de Arte Latte, ambos con muy buena acogida del público y una amplia difusión en los diferentes medios de comunicación y redes sociales.

También está el FICAPE, que es la principal feria nacional en nuestro país, donde los caficultores tienen la oportunidad de dar a conocer las principales cualidades de sus productos. Además de interactuar tanto con compradores nacionales como internacionales, con el objetivo de desarrollar estrategias en el mercado y poder dar buenas condiciones y vías de distribución para su comercialización.

Por otro parte, tenemos los festivales del Café que se organizan en todas las regiones cafetaleras con el objeto de promocionar y difundir la calidad de sus productos. Estos esfuerzos locales de los agricultores tienen que tener el acompañamiento de las instituciones públicas y privadas para trascender más allá de las regiones y aperturar mercados nacionales e internacionales.

Otro aspecto que debemos valorar, es el entusiasmo personal que le ponen los productores de café hacia los visitantes que llegan sus regiones, porque han considerado como parte del tours la ruta del café, ofreciéndoles información y degustación del café que producen, el proceso de tostado, el tipo de café hasta la cata del mismo; esta detalle le da el valor agregado y le enseña al visitante el valor cultural que tiene este producto para los agricultores.

De lo dicho anteriormente, vale la pena agregar que, en la mayoría de ciudades productoras de café los productores tienen cafeterías muy bien implementadas que no tienen nada que envidiar a las grandes cafeterías del mundo, donde ponen en vitrina los tipos de cafés que producen. Estos locales en su mayoría están liderados por los hijos (jóvenes) de los cafetaleros que se especializan como baristas y promoción la producción local.

Por el lado del mercado interno, si bien el consumo de café se ha incrementado en los últimos años, este aún sigue siendo relativamente bajo. Su promoción requerirá conocer con más detalle el mercado. La cadena de valor no cuenta con un estudio actualizado que brinde esta información ni con datos confiables

sobre el nivel de consumo per-cápita. Tampoco se cuenta con información sobre el nivel de calidad de los productos comercializados en el mercado interno.

Así mismo, la oferta está segmentada en café instantáneo y café tostado. Este último es el de mejor calidad y hacia donde debe dirigirse la promoción del consumo interno. Esto, debido a la ausencia de una estrategia articulada de promoción del consumo interno de café. Es cierto que abundan eventos dispersos y acciones desarticuladas como los mencionados anteriormente, por lo mismo, estas no logran establecer sinergias ni complementariedad bajo un objetivo claro; en consecuencia existe poca articulación y coordinación entre el sector público, las organizaciones de productores, gremios y las empresas privadas; mientras tanto, se fortalecen las cadenas de valor de cafés solubles importados a precios muy por debajo de los cafés peruanos de calidad, los cuales van ganando espacio en las preferencias del consumidor.

La Actividad Estratégica comentada se orienta a desarrollar cuatro aspectos, la primera, realizar un estudio de línea de base de consumo interno de café; la segunda, es la elaboración de una estrategia país de promoción del consumo interno del café; la tercera, desarrollar campañas y acciones orientadas a generar una cultura de consumo del café asociada a la gastronomía y turismo (ruta del café); finalmente, la cuarta, la promoción del consumo de café peruano en el conjunto de instituciones públicas y privadas.

No obstante a que el plan en comentario tiene estrategias proyectadas al 2030, también tiene objetivos de corto plazo proyectados al 2020 los cuales están encaminados a seguir impulsando a través del Consejo Nacional del Café, acciones para promover el consumo nacional del café, tales como: la potenciación de la Feria Internacional de Cafés Especiales (FICAPE); la realización de campeonatos de café; congresos cafetaleros; conferencias internacionales; ruedas de negocios; y exposiciones de tecnologías, materiales e insumos para fortalecer la cadena y mejorar la oferta de cafés especiales; desarrollo de campañas y acciones orientados a generar una cultura del consumo del café, asociado a la gastronomía y el turismo, entre otros.

Sin embargo, a la fecha las proyecciones de mediano plazo del citado plan no se han materializado en favor de los caficultores, por el contrario, se reflejan una realidad de crisis en dicho sector, sumado a esto, la pandemia que estamos viviendo a paralizado el comercio y la exportación de la producción cafetalera.

En tal virtud es oportuna la propuesta legislativa que concuerda objetivamente con las estrategias formuladas por el Plan Nacional de Acción Café, por consiguiente, la necesidad de aprobar el marco legal que permita impulsar el sector cafetalero a través de la promoción, difusión y el consumo consumo del café.

Con respecto a la promoción internacional del café peruano en el mundo, no podemos negar que el Estado ha venido trabajando intensamente en la promoción del café y así lo demuestran las exportaciones con resultados importantes en favor de la economía de los agricultores y de la economía nacional.

En cuanto a este punto hay que resaltar algunas experiencias sectoriales importantes que se han trabajado de forma coordinada y articulada entre el sector público y privado, con resultados positivos para el posicionamiento del café en el mundo.

El año 2017 nuestro país participo en el World of Coffee y Expo 2017 el cual se logró gracias al trabajo conjunto entre MINAGRI, ADEX, CCL, la Junta Nacional del Café y PROMPERÚ, con el objeto de promocionar el café peruano a escala internacional.

Por otro parte, Promperú, organismo adscrito al MINCETUR, en agosto del año 2018 lanzó a nivel nacional y mundial la marca "Cafés del Perú" (Coffees from Peru), **"...que fue presentada para distinguir al café peruano por su diversidad, especialidad y origen y ser así reconocido por el mercado nacional e internacional como un país cafetalero, capaz de producir las variedades más finas y selectas del mundo"**⁹.

En ese sentido consideramos importante establecer de forma permanente la promoción y difusión mundial de la marca "Cafés del Perú" (Coffees from Peru) a cargo de Promperu, **"...con el objetivo de incrementar las exportaciones y también aumentar el consumo del mercado nacional, estimado en medio kilo de café al año per cápita, muy por debajo de países vecinos como Colombia y Brasil, gigantes del continente en el sector cafetalero"**.

CALIDAD Y PREMIOS OTORGADOS AL CAFÉ PERUANO

Perú posee uno de los mejores cafés del mundo. Somos un país cafetalero con cerca de 100 años de historia y aunque el cultivo de su grano selecto está cosechando medallas en escenarios internacionales, su consumo interno per cápita es muy bajo en relación con otros países productores, incluso aquellos que no tienen producción cafetalera en el mundo.

El Perú destaca a nivel mundial por la alta calidad del café nacional. Es grande la satisfacción nacional y logros consecutivos, durante los años 2017, 2018 y 2019, en los cuales el Café peruano se coronó como el mejor del mundo en los premios Cafés Especiales **SPP (Símbolo de Pequeños Productores)**.

El año 2017, el café cultivado en Puno, fue reconocido como el "Mejor Café de Calidad" en feria de Estados Unidos. El agricultor cafetalero Raúl Mamani, del distrito de Putina Punco (Puno), ganó el premio mundial del "Mejor Café de Calidad" en la feria internacional de Global Specialty Coffee EXPO Seattle 2017, desarrollado en Estados Unidos.

El año 2018, El grano producido por la agricultora Vicentina Phocco Palero, socia de la Cooperativa Túpac Amaru del distrito de Alto Inambari, en Sandía, Puno, ganó el Premio Mundial al Mejor Café de Calidad, en la categoría pequeños productores, de la feria Global Specialty Coffee EXPO Seattle 2018, que se realizó en Estados Unidos.

⁹ <https://gestion.pe/economia/marca-cafes-peru-nace-distinguir-origen-especialidad-241082-noticia/>

El año 2019, el café peruano nuevamente obtiene un nuevo reconocimiento internacional. Esta vez, la Cooperativa Agraria Cafetalera Valle de Incahuasi, que dirige Lucio Luque Vásquez, logró el primer lugar, en los Premios de Café SPP - Símbolo de Pequeños Productores, con sus variedades Bourbón y Geisha, con perfiles de calidad de 97.70 puntos, según estándares de la Specialty Coffee Association of America (SCAA), dejando en segundo lugar a Honduras y en tercer lugar a Colombia.



Sin embargo, a pesar de que el éxito de nuestro café es ampliamente reconocido en el extranjero, en el interior de nuestro país cambia esta situación, pues al contrario de Finlandia que se posiciona como el primer país del mundo en consumo de café, el Perú se ubica en la posición 139, unas 40 tazas de café per cápita anual.

Sin embargo, se divisa un posible crecimiento de estas cifras gracias a un mercado que vive el "boom" de las cafeterías de especialidad, una redefinición de las cafeterías tradicionales, en las que se valora a grandes rasgos el producto peruano y se promueve con dedicada y estrictamente especializada preparación, los cuales se requieren incentivar.

BENEFICIOS DEL CAFÉ

El café está compuesto por más de 1,000 sustancias químicas distintas incluyendo aminoácidos y otros compuestos nitrogenados, polisacáridos, azúcares, triglicéridos, ácido linoleico, diterpenos (cafestol y kahweol), ácidos volátiles (fórmico y acético) y no volátiles (láctico, tartárico, pirúvico, cítrico), compuestos fenólicos (ácido clorogénico), cafeína, sustancias volátiles (sobre 800 identificadas de las cuales 60-80 contribuyen al aroma del café), vitaminas, minerales. Otros constituyentes como las melanoidinas derivan de las reacciones de pardeamiento no enzimático o de la caramelización de carbohidratos que ocurren durante el tostado. Existen variaciones importantes en la concentración de estos componentes según la variedad de café y el grado de tostado¹⁰.

Varios estudios epidemiológicos realizados en la última década muestran en forma consistente la existencia de una correlación inversa entre el consumo de café y el riesgo de diabetes de tipo 2, de daño hepático y de enfermedades neurodegenerativas como el Parkinson. Los mecanismos que podrían explicar estas observaciones aún no se conocen con certeza, pero es probable que estén asociados con el alto contenido en antioxidantes del café, y en particular en ácido clorogénico. Los estudios que evaluaron al café como un factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades cardiovasculares han entregado resultados contradictorios, sugiriendo un eventual efecto negativo con un consumo alto, mayor a 9 tazas por día.

Los potenciales efectos del consumo de café sobre el riesgo de muerte fetal, cáncer gástrico, cáncer colorrectal, cáncer mamario premenopáusico, fracturas

¹⁰ Martín Gotteland (1), Saturnino de Pablo V. (2). Revista Chilena de Nutrición. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182007000200002

osteoporósicas, artritis reumatoidea, entre otras, han sido también descritos en la literatura (23). Sin embargo, los antecedentes reportados son generalmente contradictorios o a veces anecdóticos, por lo cual son insuficientes para establecer conclusiones sólidas en cuanto al papel real del café en estas patologías, y requieren mayor investigación. Por otra parte, los estudios epidemiológicos en relación con el parto prematuro, defectos de nacimiento y lactancia materna no han concluido en el efecto negativo del consumo de café en estas enfermedades.

Entre los efectos negativos del consumo de café que han sido científicamente demostrados y que son considerados dentro de esta revisión están el aumento de los niveles séricos de homocisteína y en el caso del café no filtrado, la elevación de los niveles circulantes de colesterol y triglicéridos.

La Fundación Española para la Salud¹¹, publica que el café es una de las bebidas más consumidas en todo el mundo por su efecto estimulante en el sistema nervioso central, así como su rico sabor y aroma. Las dos principales semillas de café son: café Arábica y café Rústica. El café es una mezcla compleja de más de 800 compuestos volátiles con propiedades antiinflamatorias, antifibroticas y antioxidantes.

La cafeína y los ácidos clorogénicos son los compuestos más conocidos. Asimismo, este es rico en vitamina B3, magnesio y potasio. De media, una taza de café contiene entre 65 y 120 mg de cafeína. La vida media de la cafeína es de entre 3 y 4 horas, sin embargo, esta puede variar; por ejemplo, en mujeres tomando anticonceptivos orales, esta aumenta hasta las 10 horas.

El consumo regular de esta bebida ayuda a prevenir ciertas enfermedades crónicas como la diabetes mellitus tipo II y la enfermedad hepática.

Café y diabetes tipo II

En estudios recientes se ha demostrado una relación inversa entre el consumo de café y el riesgo de diabetes. Un meta análisis reciente encontró que las personas que consumen 6 tazas de café al día tienen un 33% menor riesgo a desarrollar DM2 en comparación con aquellas que no toman café. El café descafeinado tiene los mismos efectos protectores que el café cafeinado, lo que sugiere que no es la cafeína la que aporta todos estos beneficios, sino el conjunto de compuestos contenidos en la bebida. Se ha visto que el consumo de café mejora tanto la secreción de insulina como su sensibilidad. Se cree que los compuestos responsables de esto son los polifenoles y otros compuestos bioactivos.

Café y enfermedad hepática

En dos metaanálisis se vio claramente que el consumo de más de 2 tazas diarias de café en pacientes con enfermedad hepática, se asocia a una menor incidencia de fibrosis, cirrosis y hepatocarcinoma, así como mortalidad. El consumo de café disminuye la rigidez provocada por Enfermedad Hepática No Alcohólica (EHNA) y la hepatitis B y C.

Efectos del café en el sistema cardiovascular.

Existe controversia en este tema ya que antes se creía que el consumo de café se asociaba a un mayor riesgo cardiovascular. Sin embargo, en estudios más recientes

¹¹ Portal de la Fundación Española para la Salud. <https://www.fen.org.es/blog/el-cafe-y-sus-beneficios/>

no se ha encontrado ninguna asociación de este tipo. Al contrario, ahora se sabe que no hay evidencia científica que demuestre una asociación entre el consumo moderado de café y la enfermedad cardiovascular, incluyendo infartos. Finalmente, como recomendación general, refiere que el consumo de hasta 4 tazas diarias de café (400 mg cafeína) puede ser parte de una dieta saludable y balanceada, así como de un estilo de vida activo. La recomendación de cafeína cambia en mujeres embarazadas y niños. Según la EFSA, las mujeres embarazadas pueden consumir hasta 200 mg de cafeína sin implicar riesgos para el feto. En cuanto a los niños y adolescentes, no existe información suficiente para hacer una recomendación de ingesta segura. Los beneficios en la salud han sido corroborados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), institución mundial que resaltó que el beber de tres a cinco tazas de café al día reduce la mortalidad prematura¹². "El café es beneficioso pues reduce en 15% las posibilidades de padecer enfermedades del corazón, 18% de desarrollar cáncer y disminuye en 19% los índices de mortalidad por enfermedades del corazón. Por su parte, quienes toman café tiene 17% menos riesgo de muerte que los que no lo consumen".

SOBRE EL REGISTRO NACIONAL DE CAFETALEROS

De acuerdo al documento de trabajo "La Línea de Base del Sector Café" respecto a los "Aspectos Organizativos" de la cafetaleros, señala que, de acuerdo con la prospección de campo realizada por el equipo del Programa Nacional de Renovación de Cafetales (PNRC), el 80% de los productores no están organizados. En términos generales, se han identificado y definido cuatro grandes grupos de productores:

1. Agrupados en cooperativas y asociaciones

Este grupo es el que, por lo general, recibe más apoyo, tanto de la cooperación internacional como de los programas del gobierno (central, regional y local). Cuentan con equipos técnicos pequeños, manejan sus cafetales con mejores criterios técnicos, incluyen prácticas de podas y abonamiento, y han sido menos impactados por la roya. Son reticentes a trabajar con catimores y, por el contrario, apuestan por cafés especiales, ya que están ligados a procesos de certificación, exportación, comercio justo y premios por calidad. El sistema cooperativo y las asociaciones enfrentan serios problemas, y algunas de ellas están en crisis por dificultades de gerencia, mercado y temas vinculados con el comercio justo.

2. Federaciones

Surgen en distintos niveles (distritales, provinciales y departamentales), pero son bastante débiles y volátiles porque se organizan solo a partir de demandas concretas. Sin embargo, en el último semestre algunos líderes de la selva central han iniciado el proceso de organización de la Federación Nacional de Cafetaleros del Perú.

3. Articulados comercialmente a empresas

Trabajan directamente para algunas empresas exportadoras nacionales e internacionales. El contacto se hace a través de las empresas, ya que no existen

¹² La Organización Mundial de la Salud sugiere que el consumo de café no supere las 3 o 4 tazas al día. <https://rpp.pe/vital/comer-bien/el-cafe-tiene-efectos-positivos-en-el-cerebro-y-el-corazon-noticia-1072575>

medios alternos para conectarse directamente con ellos. Se desconoce el número total de este grupo de productores.

4. No articulados ni organizados

Es el grupo más numeroso y difícil para trabajar, debido a que existen pocos medios para interactuar con ellos y, así, aplicar los lineamientos de los programas de asistencia técnica, asociatividad y articulación comercial. En el futuro, es probable que se logre un mejor acercamiento a ellos mediante una adecuada coordinación con los gobiernos locales.

Asimismo, la estrategia seis del Plana Nacional de Acción del Café tiene como objetivo estratégico el de fortalecer la gobernanza e institucionalidad multisectorial, cuya acción estratégica 6.2 está referido a la promoción de la asociatividad y fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional y representación gremial en el que se establece como acciones operativa, entre otras acciones, la construcción del **Registro Nacional Único de Productores Cafetaleros y Carnetización**, designando como ente responsable al Ministerio de Agricultura y Riego y como socios estratégicos al INEI, PRODUCE, DEVIDA, GGRR, GGLL, universidades y otros.

Por otro lado, el Ministerio de Agricultura el julio del año 2019 inicio el empadronamiento de los productores cafetaleros con el objetivo de conocer el número de agricultores que se dedican a esta actividad, dicho registro se realizó en durante un mes; para lo cual, los productores debían acercarse a sus municipalidades distritales para registrar sus datos a través de la Ficha de Registro Único del Productor Cafetalero. Sin embargo, a la fecha, no se conoce de forma oficial ni extraoficial el consolidado de dicho padrón.

El mencionado registro se realizó como parte de los acuerdos a los que llegó la submesa técnica de Café, perteneciente a la Mesa Técnica N°2: Producción Nacional y Comercio de la "Mesa de Diálogo Multisectorial para el Análisis e Identificación de Alternativas de Solución a la Problemática del Sector Agrario", cuyo fin es el diagnóstico y propuestas de solución de la problemática del sector agrario.

Por un lado podemos ver que, por la existencia de distintas organizaciones que agrupan a los cafetaleros es difícil tener un registro real del total de agricultores y, por otro lado, en relación a las acciones ejecutadas por el Ministerio de Agricultura y Riego con respecto al empadronamiento debemos señalar que es imposible que en un mes los agricultores se hayan empadronado en sus municipios, dado el acceso, geografía, lejanía y otros factores que haya impedido al agricultor su empadronamiento.

Por tal razón, consideramos que para crear el registro nacional de cafetaleros se debe realizar un trabajo de campo, articulado y coordinado entre el Ministerio de Agricultura y Riego, DEVIDA, INEI, los gobiernos regionales y gobiernos locales que, mediante las direcciones regionales agrarias, agencias agrarias y los que hagan sus veces y, en el caso de los gobiernos locales a través de sus oficina de desarrollo económico o los que hagan sus veces, ejecuten acciones destinadas a la creación del registro de los cafetaleros.

Finalmente cabe señalar que la estrategia 6.3 del Plan Nacional de Acción del Café, referido al Desarrollo de un Sistema Nacional de Información del café peruano,

establecía como meta al 2020, un Censo Cafetalero a nivel nacional, para dicho fin tenía asignado un monto de 10 millones 150 mil soles en el presupuesto del año 2019.

En conclusión, no existe un padrón de productores cafetaleros, por tal motivo, la propuesta normativa en este extremo cobra mayor importancia, ya que sin estos datos el Estado no podría articular políticas sectoriales integrales en favor de los cafetaleros del Perú.

Financiamiento

La propuesta legislativa tiene correspondencia con el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2019-MINAGRI, que en su artículo 5, establece que los costos de implementación del Plan se realizan con cargo al presupuesto de cada entidad involucrada.

El citado Plan en su numeral 4.6 Financiamiento señala:

“4.6. FINANCIAMIENTO

El PNA - Café será financiado principalmente por el sector público, pudiendo recurrir al apoyo de la cooperación internacional. Para tal fin, se gestionará la formulación de proyectos de cooperación y se fomentará la inversión privada a través de mecanismos como el de obras por impuestos, entre otros. Por parte del sector público, los planes operativos correspondientes y la programación presupuestal deberán realizarse el primer trimestre de cada año para lograr incorporar en el Plan Operativo Institucional Multianual las metas que se esperan cumplir en el marco del PNA-Café. Asimismo, el MINAGRI y los otros sectores públicos involucrados promoverán la gestión por resultados fomentando la programación y ejecución presupuestal a través de los Programas Presupuestales ya establecidos.

Las entidades públicas responsables de la ejecución de las acciones operativas deberán incluirlas en sus respectivos planes operativos institucionales.

La gestión articulada que se fomentará durante la implementación del PNA-Café buscará que parte importante del financiamiento se ejecute también con presupuestos regionales y locales.”

Por lo que, las distintas entidades encargadas de implementar la norma que se propone ya tienen un presupuesto previsto para la realización de campañas en los distintos medios.

Asimismo, tenemos organizaciones del sector privado como por ejemplo la Junta Nacional de Café, que también realiza campañas para promover y difundir el consumo del Café.

Además, se prevé la adecuación del Plan Nacional de Acción del Café 2019-2030 a las disposiciones de la norma que proponemos.

II. EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACION NACIONAL

La propuesta legislativa pretende promocionar e incentivar el consumo del Café Peruano - Cafetea Perú, como una de las bebidas bandera a nivel nacional e internacional, durante todo el año.

Con el incremento del consumo del café peruano permitirá mejorar el desarrollo económico y social de la comunidad cafetalera del país.

Se precisa que se implementarán campañas de promoción interna a nivel nacional para estimular el consumo del café peruano. También campañas de información sobre los beneficios que brinda el Café Peruano para la salud y a través de las redes sociales se dará a conocer sobre los atributos que tiene el Café Peruano.

Además, se harán campañas que promuevan el consumo de alimentos, postres y bebidas que tengan como ingrediente el Café Peruano, maridaje del Café Peruano con alimentos, postres, entre otros, campañas de preparación del café y en los portales web de todas las entidades del Estado se promueven el consumo del Café Peruano.

Asimismo, se indica que a nivel internacional el café peruano estará presente en toda reunión o evento organizado o en que participe una representación nacional, se promueve el consumo del Café Peruano y todo material, ilustrativo, propagandístico, recordatorio o presente, se promueve el consumo del Café Peruano.

También se prevé que el Ministerio de agricultura y Riego dentro de los treinta (30) días de su entrada en vigor adecúe el Plan Nacional de Acción del Café Peruano 2019-2030, a las disposiciones contenidas en la ley que se propone.

Asimismo, en virtud a lo ya señalado en la exposición de motivos de la propuesta, y lo señalado en el párrafo precedente, los costos de implementación de la norma que se propone, se financian con cargo al presupuesto institucional de las entidades públicas involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

Asimismo, se faculta al Ministerio de Agricultura y Riego a instaurar el Premio Cafetea - Perú a otorgarse al sector privado una vez al año en las categorías que determine.

III. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa no irroga ningún gasto al erario nacional, al contrario, con el incremento del consumo del café por la población generará el desarrollo económico y bienestar social a miles de caficultores a nivel nacional.

El consumo del café peruano por los ciudadanos será un impacto positivo en la economía de la comunidad cafetalera, sobre todo para los agricultores rurales.

Con el incremento del consumo interno del café peruano generará empleo a miles de caficultores a nivel nacional, en especial a aquellos caficultores que dedican su vida al cultivo de la semilla del café. Esto permitirá reducir la pobreza.

El desarrollo económico a la comunidad cafetalera brindará bienestar social, mejorará la calidad de vida de los pequeños agricultores de todas las regiones del Perú.

IV. VINCULACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL

La presente iniciativa legislativa se encuentra enmarcada en las políticas de Estado contenidas en el Acuerdo Nacional.

- **DEMOCRACIA Y ESTADO DE DERECHO**
 - ✓ 04. Institucionalización del Diálogo y la Concertación.
- **EQUIDAD Y JUSTICIA SOCIAL**
 - ✓ 10. Reducción de la Pobreza.
 - ✓ 14. Acceso al Empleo Digno y Productivo.
 - ✓ 15. Promoción de la seguridad alimentaria y nutrición.
- **COMPETITIVIDAD DEL PAÍS**
 - ✓ 17. Afirmación de la Economía Social de Mercado.
 - ✓ 18. Búsqueda de la Competitividad, Productividad y Formalización de la Actividad Económica.
 - ✓ 23. Política de desarrollo agrario y rural.
- **ESTADO EFICIENTE, TRANSPARENTE Y DESCENTRALIZADO**
 - ✓ 24. Afirmación de un estado eficiente y transparente.
 - ✓ 27. Erradicación de la producción, el tráfico y el consumo ilegal de drogas