

Retos

¿Usted consume café?

Wilfredo Armando Gálvez Carrasco

Ingeniero Industrial
Reg. CIP N° 108954



Hago esta pregunta generalmente a muchas personas con las que interactúo día a día. Y, reitero de la manera más precisa ¿Consumen usted café pasado? Me refiero al café que se puede adquirir tostado entero o molido y preparado en su casa u oficina.

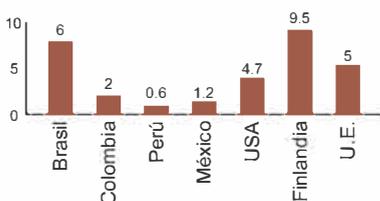
El consumo de café en el Perú es muy bajo. Producimos nuestro café y no lo consumimos, prácticamente más del 95% de la producción se exporta sin darle el valor agregado a café tostado.

Si comparamos nuestro consumo con otros países de la región y en el mundo (ver Gráfico 1), podemos visualizar esa gran brecha de consumo de café con otros países. Finlandia tiene el mayor consumo per cápita del mundo con 9.5 kg; nuestros vecinos Brasil, con un consumo per cápita de 6 kg, en segundo lugar, y aunque parezca mentira Colombia está en quinto lugar, con un consumo per cápita de 2 kg, respectivamente. ¿Cuánto consumimos nosotros? Sólo 0.6 kg per cápita.

A nivel mundial el consumo de café no solo está limitado a un café caliente, sino como refresco frío. Es así que en la Feria Anual de la Asociación de Cafés Especiales (SCAA siglas en inglés) realizada en la ciudad de Seattle, Estados Unidos (abril 2017) se promocionó "café frío" en diversas presentaciones. Incluso una empresa presentó el café en botellas de 300 ml (con chapa metálica), para tomarlo como un refresco energético. Y ello nos da un indicador de que, a nivel mundial, el consumo de café irá en aumento.

Gráfico 1.

Consumo per cápita del café 2015-2016 (kg)



Fuente: Organización Internacional del Café/WGC

Lamentablemente, nuestro país sigue siendo un exportador de materias primas, incluyendo al café como producto de exportación tradicional (por no darle un valor agregado). Y el mercado mundial en los últimos años mantiene precios bajos del café verde (como materia prima) por la gran competencia de los países productores a nivel mundial, lo que viene empobreciendo a este sector, sumado a la plaga de la roya amarilla que afectó la producción hace dos años.

Por ese motivo, es crucial elevar el consumo interno del café, para mejorar la calidad de vida de las comunidades cafetaleras e incrementar los ingresos de los productores.

El Estado peruano (Gobierno central, regionales y locales), a través de sus diversos programas conjuntamente con las organizaciones privadas, ha realizado diversos esfuerzos promocionales para incrementar el consumo interno del café. Si bien se ha logrado un incremento a 0,6 kg per cápita (de los 0,4 kg per cápita del año 2012), aún es insuficiente y muy bajo este consumo.

Conociendo esta problemática, busquemos ideas innovadoras para elevar este consumo interno. Y es aquí donde, basados en el modelo americano que promociona productos en sus parques temáticos y diferentes atractivos turísticos bajo la premisa "Diviértete y pasea". Y al final ofrece sus atractivos turísticos y productos referidos a la visita que se ha realizado, en este sentido va el planteamiento de este proyecto.

Título de la Idea innovadora: Turismo productivo e investigativo del café.

Lugar: Selva central (y otras zonas cafetaleras).

Población objetivo: Jóvenes de instituciones educativas.

Participantes: Organizaciones cafetaleras, instituciones educativas.

- **Proceso:** Promocionar el turismo en grupos a jóvenes a las zonas productoras de café. Ejemplo: Selva Central.



Es crucial elevar el consumo interno del café, para mejorar la calidad de vida de las comunidades cafetaleras e incrementar los ingresos de los productores”.

- Dar a conocer que realizarán y serán partícipes del proceso de café, desde la cosecha hasta el tostado del café.
- Realizar las visitas turísticas en los lugares específicos de producción cafetalera, involucrando a los grupos.
- Visita a las fincas cafetaleras: se explica los procesos en campo (semilla, fertilización, tipos de café), los tipos de certificación (Comercio Justo Orgánico) y la realización de la cosecha del café cerezo. Los grupos deben involucrarse en realizar la cosecha selectiva de 3 a 5 kg.
- El grupo procede a realizar el proceso de despulpado del café cerezo. Se le explica los usos de la pulpa para el compostaje.
- Se lleva el café despulpado a la zona de poscosecha, para realizar el proceso de secado y posterior pilado (utilizando las diversas máquinas que poseen las organizaciones cafetaleras). Este proceso dura un mínimo de dos días.
- Una vez obtenido el café verde se lleva al laboratorio para realizar el proceso de tostado.

Los grupos visitantes obtendrán su café tostado y envasado, el cual fue cosechado por ellos mismos. Si llegaron a cosechar 5 kg de café cerezo obtendrán un promedio de 0.5 kg de café tostado.

- En todo el proceso se resaltarán las diversas propiedades medicinales del café, el cual estimula el sistema nervioso, mejora el rendimiento físico y mental, estimula el metabolismo, quema grasas, además es un potente antioxidante y analgésico.

- Al final del recorrido turístico se hace entrega a cada turista: del café tostado en un envase aluminizado y etiquetado con la marca de café peruano, hecho en la respectiva organización promotora y el nombre del participante, además de un pack de fotografías que evidencian su participación en el proceso productivo. La identificación de la marca trabajada con expertos en marketing, por la gran importancia que debe dar para la recordación del consumidor.
- Por la experiencia vivida y llevarse un producto donde el mismo joven ha participado, se espera contribuir a un mayor consumo del café tostado y un sostenimiento en la demanda futura.

En esta tarea nos involucramos todos, Gobierno, universidades, empresa privada y buscamos establecer una meta: duplicar nuestro actual consumo; se espera que al 2021 se consuma 1,2 kg de café per cápita ■



El sector cafetalero peruano:

Un enfoque de la CTI para su competitividad (Fondo Editorial UC, 2017) de Josué Dilas y Ofelia Cernaqué

Venta en librerías y en la Universidad Continental.

fondoeditorial.continental.edu.pe

