

Café Femenino, la marca que llevó a 1.000 caficultoras del nororiente a conquistar el mercado exterior

La marca no solo busca vender e impulsar el consumo del producto local en países de alto consumo, sino luchar contra la desigualdad de género.

 **AGROPECUARIO** | CAFÉ | IGUALDAD | DESARROLLO SOSTENIBLE-AGENDA 2030

 **AMÉRICA** | PERÚ

LIMA 16.03.2021

El café peruano es un producto que por años viene cruzando las fronteras. Y qué mejor si este desarrollo viene de la mano de mujeres bajo una marca que engloba su esencia y con la cual quieren seguir llegando a nuevos mercados.

Se trata de Café Femenino, que viene del trabajo de cientos de mujeres productoras de café del nororiente peruano. María Isabel Uriarte La Torre, representante de Café Femenino Perú, sostiene que la marca, además de tener un fin comercial, contribuye a afirmar el liderazgo de la mujer en la sociedad.

“No solo queremos vender nuestra marca sino luchar contra la desigualdad de género que merma el acceso a la educación, a la salud y a la propiedad, y buscar erradicar la violencia”, dice.

“Esta idea de separar el café producido por mujeres fue una respuesta a lo que veníamos advirtiendo desde el año 2000, que los beneficios económicos del mercado con la Certificación de Comercio Justo que recibía el productor varón y jefe de familia no siempre eran destinados, en su totalidad, a mejorar las condiciones de vida de la familia productora”, explica.

Proyección

Actualmente, Café Femenino es integrado por 1.000 mujeres caficultoras que reciben directamente el valor de su producto y los premios del mercado.

Esta experiencia que nació en el nororiente de Perú se extendió a otros países de América Latina, Asia y África, para atender la creciente demanda del mercado norteamericano, europeo y australiano.

La cadena de valor articulada permite cubrir todas las fases del proceso, desde la finca hasta la exportación, cumpliendo estrictamente las normas de la producción orgánica y la trazabilidad del producto.

Producción

A la fecha, Café Femenino cuenta con 1.870 hectáreas de producto en las regiones de Amazonas, Cajamarca y Lambayeque y su producción anual es de 1.577.017 kilogramos de café pergamino. “Garantizamos que el cultivo esté libre de fertilizantes químicos, con variedades como 100% Arábica, Typica, Borbón, Caturra, Paches, Villa Sarchi, Geisha y Catimor”, señala la ejecutiva.

Actualmente la marca llega a Estados Unidos, Canadá, Australia e Inglaterra. El plan para este año, dice Uriarte, es que Café Femenino -que supera los 83 puntos en el estándar de calidad de exportación, además de contar con la certificación de Comercio Justo- es llegar a países de alto consumo de café como Dinamarca, Bélgica, Suiza y Suecia.

En el caso del mercado local su aliado para la venta es el e-commerce a través de cafefemenino.com.pe, mediante el cual se realizan los envíos de café orgánico a todo el Perú. “Estamos interesados y planteando algunas propuestas para posicionar nuestro café en diferentes marketplaces”, señaló.

Consultada sobre si les interesaría llegar al canal moderno, Uriarte sostuvo que, si bien su producto cumple con todas las exigencias sanitarias y de calidad, han decidido no ingresar a este canal debido a las condiciones económicas que requieren los supermercados (40% del precio, producto a consignación y pagos diferidos, entre otros).

