



LEY QUE INSTITUYE EL DÍA NACIONAL DEL CAFÉ PERUANO EL CUARTO VIERNES DE AGOSTO DE CADA AÑO

El congresista que suscribe, **RAÚL HUAMÁN CORONADO**, integrante del **GRUPO PARLAMENTARIO FUERZA POPULAR**, en el ejercicio, del derecho de iniciativa legislativa que les confiere el artículo 107° de la Constitución Política del Perú y conforme lo establecen los artículos 22° inciso c), 67°, 75° y numeral 2 del artículo 76° del Reglamento del Congreso de la República, presenta el siguiente proyecto de ley:

FÓRMULA LEGAL

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Ha dado la siguiente ley:

LEY QUE INSTITUYE EL DÍA NACIONAL DEL CAFÉ PERUANO EL CUARTO VIERNES DE AGOSTO DE CADA AÑO

Artículo Único. – Día Nacional del Café Peruano

Se instituye el cuarto viernes de agosto de cada año como el Día Nacional del Café Peruano, con la finalidad de reconocer y revalorar su importancia económica, social y cultural para el país, así como para impulsar de forma prioritaria su consumo interno y externo en todo el territorio nacional.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. - Acciones de Promoción

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, promoverá y coordinará las acciones necesarias para la conmemoración y difusión del Día Nacional del Café Peruano, fomentando campañas de sensibilización, ferias y actividades educativas y culturales sobre su valor y la necesidad de su promoción. La implementación de estas acciones se financiará con cargo al presupuesto institucional de las entidades involucradas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.



Dese cuenta,

Lima, marzo de 2026



Firmado digitalmente por:
HUAMÁN CORONADO Raul FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 26/03/2026 15:00:14-0500

RAÚL HUAMÁN CORONADO
Congresista de la República
Documento firmado digitalmente



Firmado digitalmente por:
REVILLA VILLANUEVA Cesar
Manuel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 09/04/2026 15:43:43-0500



Firmado digitalmente por:
ROSPIGLIOSI CAPURRO
Fernando Miguel FAU 20161749126
soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 15/04/2026 16:41:16-0500



Firmado digitalmente por:
INFANTES CASTAÑEDA Mery
Biana FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 15/04/2026 15:23:57-0500



Firmado digitalmente por:
JIMENEZ HEREDIA David
Julio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 14/04/2026 16:25:15-0500



Firmado digitalmente por:
FLORES RUIZ Victor
Seferino FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 16/04/2026 11:02:14-0500



Firmado digitalmente por:
LOPEZ MORALES Jeny Luz
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 15/04/2026 14:15:28-0500

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA PÚBLICO

La presente propuesta busca establecer **el cuarto viernes de agosto de cada año** como una fecha emblemática. Mediante la institución de un día específico por Ley se otorga seguridad jurídica y se facilita que tanto el sector público como el privado puedan alinear sus calendarios de promoción, emulando el éxito de otras fechas nacionales que han logrado posicionar productos bandera de manera más eficiente. De esta manera, elevar esta fecha a rango de Ley garantiza que la promoción del café no dependa de la voluntad política del gobierno de turno

El café peruano se ha consolidado como el principal producto de agroexportación del país, representando una fuente de ingresos vital para la economía nacional. Según datos del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), este sector involucra a más de 223,000 familias de pequeños productores de la agricultura familiar.

A pesar de su relevancia, el sector enfrenta una falta de institucionalización de sus fechas conmemorativas que permita una planificación de largo plazo para su promoción. Actualmente, la celebración del "**Día del Café Peruano**" se rige por la Resolución Ministerial N° 602-2016-MINAGRI, la cual, al ser una norma de menor jerarquía, carece de la fuerza legal necesaria para garantizar políticas de Estado permanentes y transversales entre los distintos niveles de gobierno.

Asimismo, existe una brecha significativa entre la calidad del café exportado y el nivel de consumo interno. Aunque Perú es el primer exportador mundial de café orgánico y ocupa el noveno lugar en producción convencional, el consumo per cápita en el territorio nacional sigue siendo bajo en comparación con países vecinos. El problema público radica en que la población peruana aún no valora plenamente la diversidad y calidad de su café, lo cual limita el crecimiento del mercado doméstico. Sin una ley que priorice la promoción de este grano, los esfuerzos por fomentar el consumo interno quedan dispersos en iniciativas temporales de baja escala.

La importancia social del café es innegable, pues genera empleo para más de dos millones de personas en toda la cadena agro productiva. No obstante, la vulnerabilidad de los pequeños productores en regiones como Cajamarca, San Martín, Junín y Cusco es alta ante las fluctuaciones de los precios internacionales. La falta de una política de fomento consolidada por ley impide que el Estado intervenga de manera más decidida en la creación de una "cultura cafetalera" sólida. Esto genera que el productor dependa casi exclusivamente del mercado externo, desaprovechando el potencial de un mercado interno fortalecido que actúe como soporte económico frente a crisis globales.

Desde una perspectiva regional, la producción de café se extiende por 16 regiones, desde las alturas de Puno hasta las selvas de Amazonas y Huánuco. Sin embargo, la articulación entre los Gobiernos Regionales y el Poder Ejecutivo para la promoción de estas variedades es aún incipiente. El problema reside en que las municipalidades y regiones no cuentan con un mandato legal de alto nivel que los obligue a coordinar acciones de difusión. Mediante la elevación de la jerarquía de esta celebración, se impulsa una gestión descentralizada que reconozca los perfiles de sabor únicos de cada zona, como las notas frutales de Cajamarca o el cuerpo balanceado de Junín.

En el ámbito comercial, el café ha alcanzado cifras de exportación superiores a los 800 millones de dólares, con una proyección de superar los 1,000 millones. A pesar de estos logros, el reconocimiento del café como "Producto Bandera" requiere de un respaldo legislativo que trascienda la mera declaración administrativa. El problema detectado es que el actual marco normativo no vincula de forma obligatoria a sectores clave como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) o PROMPERÚ en una estrategia unificada de posicionamiento de marca país durante una fecha nacional fija, lo que atomiza los recursos destinados a la promoción.

Otro aspecto crítico es la necesidad de revalorar la identidad cultural ligada al cultivo del café. El café no es solo un bien transable; es parte de la historia y el sustento de comunidades rurales y pueblos originarios. La ausencia de un "Día Nacional" instituido por ley desaprovecha la oportunidad de integrar actividades educativas en el calendario escolar y cultural. El problema público es la desconexión entre el ciudadano urbano y el origen del producto que consume, lo que impide generar un sentido de orgullo nacional que impulse la demanda de cafés de especialidad producidos en distritos como Sandia o provincias como Chanchamayo.

A nivel de competitividad, Perú compite con gigantes como Brasil, Colombia y Vietnam. Para mantener el liderazgo en cafés especiales y sostenibles, es imperativo fortalecer la institucionalidad del sector. La Resolución Ministerial vigente ha servido como un primer paso, pero resulta insuficiente para movilizar presupuestos institucionales de manera estratégica y coordinada durante todo el año. La falta de una ley específica limita la capacidad de las entidades para financiar campañas de sensibilización y ferias como la "Expo Café" o el festival "Yo tomo Café Peruano" bajo un paraguas normativo sólido y permanente.

Se observa además una deficiencia en la asistencia técnica y articulación comercial para los productores de variedades finas como Caturra, Geisha o Bourbon. Si bien el MIDAGRI ejecuta planes de renovación de cafetales, estas acciones no siempre se traducen en una mejor posición en el mercado local. El problema radica en que la promoción del consumo no está debidamente anclada a una celebración de alcance nacional que motive al consumidor a preferir el café de sus propios productores frente a sustitutos importados o productos procesados de baja calidad, afectando la salud pública y la economía familiar agraria.

En conclusión, la identificación del problema público se sintetiza en la insuficiente jerarquía normativa para la promoción del café peruano, lo cual deriva en una débil identidad de consumo interno, una descoordinación interinstitucional para la difusión comercial y una limitada valoración de la cadena productiva liderada por pequeños agricultores. Esta propuesta legislativa aborda estas carencias instituyendo el cuarto viernes de agosto como una fecha de celebración nacional, proporcionando el marco jurídico necesario para que el café peruano deje de ser solo un producto de exportación y se convierta en un pilar del desarrollo social y cultural de todos los peruanos.

II. ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LA SITUACIÓN FÁCTICA QUE SE PRETENDE MODIFICAR

El escenario actual del sector cafetalero en el Perú se caracteriza por una marcada dicotomía entre su éxito en los mercados internacionales y su fragilidad institucional en el ámbito interno. A pesar de que el café es el principal producto de agroexportación, involucrando a más de 223,000 familias de la agricultura familiar, la gestión de su promoción nacional carece de un marco legal de alto rango. La dependencia de la Resolución Ministerial N° 602-2016-MINAGRI sitúa la relevancia del grano en un plano administrativo vulnerable, lo que impide que la promoción del café sea asumida como una política de Estado transversal y permanente, limitada por la jerarquía normativa de una disposición sectorial.

En términos de consumo, la realidad fáctica muestra una brecha alarmante: mientras el Perú lidera la exportación mundial de café orgánico, el consumo interno per cápita sigue siendo uno de los más bajos de la región. La población peruana consume mayoritariamente productos sustitutos o café importado de baja calidad, desconociendo la excelencia de la producción local de regiones como Cajamarca, San Martín o Cusco. Esta desvalorización del producto bandera en su propio territorio limita el crecimiento del mercado doméstico, dejando a los productores a merced de la volatilidad de los precios internacionales sin un "colchón" de demanda interna que asegure su estabilidad económica.

La cadena agroproductiva del café sostiene a más de dos millones de personas, pero esta fuerza laboral se encuentra en un estado de desarticulación promocional. Actualmente, los esfuerzos de los Gobiernos Regionales y Locales por impulsar sus marcas de origen son iniciativas aisladas y temporales. No existe un mandato legal que obligue a la coordinación sistémica entre el Poder Ejecutivo y los gobiernos descentralizados. Esta falta de cohesión estructural provoca que la riqueza de los diversos perfiles de taza del país no sea comunicada de manera efectiva, perdiéndose oportunidades de desarrollo económico en las 16 regiones cafetaleras.

Desde el análisis comercial, el café peruano ha demostrado un potencial exportador que supera los 800 millones de dólares anuales, proyectándose hacia los 1,000 millones. Sin embargo, este éxito externo no se traduce en un posicionamiento robusto de la "Marca País" en el mercado local debido a la atomización de recursos. En la actualidad, instituciones como PROMPERÚ y el MINCETUR operan bajo estrategias que no siempre convergen en una fecha unificada de alto impacto nacional. El vacío legal de una Ley de la República hace que la asignación presupuestal para ferias y campañas de sensibilización sea facultativa y no una prioridad estratégica vinculante.

El factor cultural también presenta una situación fáctica deficitaria. El café no es solo un activo económico; es un patrimonio de las comunidades rurales y pueblos originarios de la selva y los andes. No obstante, la ausencia de una ley conmemorativa ha impedido la integración de este valor en los sectores educativos y culturales. Existe una desconexión entre el ciudadano urbano y la realidad del productor en distritos como Chanchamayo o Sandia. Sin un reconocimiento oficial de rango legislativo, se desaprovecha la oportunidad de fomentar un orgullo nacional que incentive al ciudadano a elegir café de especialidad, fortaleciendo así la identidad cultural peruana.

En cuanto a la competitividad internacional, el Perú enfrenta la presión de potencias cafetaleras como Colombia y Brasil, que poseen marcos normativos e institucionales mucho más sólidos para la defensa y promoción de sus productos. La situación actual en el país muestra una institucionalidad "de baja intensidad" que dificulta la movilización de fondos públicos para eventos de gran escala como la "Expo Café". La normativa vigente, al ser de rango ministerial, no brinda la seguridad jurídica necesaria para atraer inversiones de largo plazo o patrocinios que requieran un respaldo estatal firme y permanente.

Asimismo, se detecta una deficiencia en la transferencia del valor de los cafés finos (variedades como Geisha o Bourbon) hacia el mercado interno. Aunque el MIDAGRI realiza esfuerzos en asistencia técnica para la renovación de cafetales, estos no se ven complementados con una estrategia de demanda efectiva. El consumidor peruano promedio no diferencia las calidades del café, lo que desincentiva al productor a invertir en procesos de postcosecha más sofisticados para el mercado local. El escenario actual fomenta que lo mejor de nuestra tierra se exporte obligatoriamente, privando al mercado nacional de productos de alta calidad por falta de una cultura de consumo fomentada desde el Estado.

La gestión presupuestaria para la promoción del café bajo el esquema actual es reactiva y no proactiva. Las entidades involucradas a menudo carecen de la base legal suficiente para priorizar partidas presupuestarias institucionales en la difusión del grano sin que esto sea cuestionado como un gasto no esencial. La ausencia de una ley nacional limita la capacidad de los funcionarios para diseñar programas de largo aliento que abarquen desde la

educación escolar hasta la promoción turística cafetalera, dejando estas acciones al arbitrio de la voluntad política de turno en cada institución.

Finalmente, la situación fáctica que se pretende modificar es la de un sector estratégico que opera por debajo de su potencial debido a la precariedad de su reconocimiento oficial. **La transición de una resolución ministerial a una Ley** no es un mero trámite formal, sino la corrección de una omisión legislativa que permitirá al café peruano consolidarse como un motor de desarrollo social, económico y cultural, alineando a todos los niveles de gobierno bajo un mismo objetivo nacional.

III. NUEVO ESTADO QUE GENERA LA PROPUESTA NORMATIVA

La aprobación de la presente iniciativa legislativa transformará el actual escenario de promoción del café, elevando su reconocimiento, el cuarto viernes de agosto de cada año, de una disposición administrativa de nivel ministerial a rango de Ley. Este cambio jerárquico otorgará al sector una estabilidad institucional sin precedentes, convirtiendo la conmemoración del café en una política de Estado obligatoria y permanente.

La elevación a rango de Ley del Día Nacional del Café Peruano no es un acto simbólico, sino una herramienta de justicia social y reactivación económica. Busca reconocer el esfuerzo del caficultor peruano, asegurar el posicionamiento de nuestro grano en el mundo y garantizar que el Estado asuma un compromiso permanente con el desarrollo sostenible de la Amazonía y los Andes. El nuevo estado jurídico permitirá que las entidades públicas de todos los niveles de gobierno cuenten con un mandato legal sólido para planificar, presupuestar y ejecutar acciones de promoción con una visión de largo plazo, trascendiendo las gestiones políticas de turno.

Mediante el establecimiento del cuarto viernes de agosto, la propuesta normativa genera un nuevo estado de predictibilidad comercial y social. Esta medida facilitará que las empresas, cooperativas y emprendedores cafetaleros sincronicen sus lanzamientos de productos y campañas de marketing con una fecha grabada en el imaginario colectivo nacional. Esta fijeza temporal es un factor crítico para el éxito de las marcas regionales, ya que permite que ferias como la "Expo Café" o festivales locales se consoliden en el calendario turístico nacional, atrayendo tanto a consumidores locales como a visitantes extranjeros.

En el ámbito de la gestión pública, la ley crea un ecosistema de intervención articulada entre el MIDAGRI, MINCETUR, PROMPERÚ y los Gobiernos Descentralizados. A diferencia del estado actual, donde la coordinación es a menudo facultativa o dispersa, la normativa establece un marco de corresponsabilidad. Esto generará una optimización del gasto público, evitando la duplicidad de esfuerzos y permitiendo que los recursos institucionales se unifiquen bajo una sola marca nacional. El nuevo estado será uno de sinergia institucional, donde el café se promocionará no solo

como un producto agrario, sino también como un activo turístico y cultural de exportación.

La propuesta normativa generará un cambio significativo en la identidad del consumo interno. A través de la promoción del café en todo el territorio nacional, se proyecta un incremento sostenido en el consumo per cápita de la población peruana. El nuevo estado aspiracional es que el ciudadano reconozca y valore la diversidad de las 16 regiones cafetaleras, prefiriendo el café de especialidad local frente a los productos instantáneos o importados. Este fortalecimiento del mercado doméstico actuará como una barrera de protección económica para el pequeño productor, reduciendo su vulnerabilidad frente a las crisis de precios en la bolsa internacional.

Desde la perspectiva del desarrollo social, la ley dignifica el trabajo de las más de 223,000 familias dedicadas a la agricultura familiar. La institución de un Día Nacional con fuerza de ley permite al Estado enviar un mensaje de reconocimiento a la cadena productiva, fomentando el sentido de pertenencia y orgullo en el campo. El nuevo escenario facilitará la inserción de jóvenes en la caficultura bajo modelos de emprendimiento y barismo, mitigando la migración del campo a la ciudad. El café dejará de ser percibido únicamente como un "commodity" para ser valorado como un motor de desarrollo humano y cohesión social en las zonas rurales.

En términos de competitividad internacional, la norma posicionará al Perú a la par de sus competidores regionales que ya cuentan con marcos legales robustos para sus productos bandera. Este nuevo estado de fortalecimiento de marca país permitirá a las misiones comerciales y a los agregados comerciales en el exterior utilizar la Ley del Día Nacional como una herramienta de respaldo institucional. La oficialización de la fecha servirá como plataforma para anunciar premios de calidad y concursos de tazas de excelencia, proyectando una imagen de país organizado y comprometido con la calidad de sus productos sostenibles y orgánicos.

La ley habilitará además un nuevo estado en la educación y cultura cafetalera. Con el respaldo legal, se podrán integrar actividades de sensibilización en el calendario cívico escolar, permitiendo que las nuevas generaciones comprendan la importancia de la agrobiodiversidad peruana. El objetivo es que el café se convierta en un símbolo de identidad cultural, similar a la gastronomía, donde el conocimiento sobre los tipos de procesos (lavados, naturales o honeys) y las regiones de origen (como Jaén, Villa Rica o Quillabamba) se convierta en parte del bagaje cultural común del ciudadano peruano.

En el ámbito financiero y de inversión, la propuesta normativa generará un clima de mayor seguridad jurídica para el sector privado. Gracias a la existencia de una fecha fija protegida por ley, las empresas de la cadena de valor (tostadurías, cafeterías de especialidad y exportadoras) podrán invertir en activos fijos y campañas plurianuales con menor riesgo.

Este nuevo entorno fomentará la creación de franquicias de café peruano y la expansión de cafeterías de origen en las principales ciudades del país, dinamizando la economía urbana y generando empleos directos en el sector servicios.

El nuevo estado normativo también contempla una gestión descentralizada y participativa. La obligatoriedad de que los Gobiernos Regionales y Locales promuevan actividades en su jurisdicción permitirá que cada provincia cafetalera resalte sus atributos únicos. Esto generará una competencia positiva entre regiones por ofrecer el mejor café del año, incentivando la mejora continua de la calidad y la innovación en los procesos de postcosecha. El Perú pasará de ser un productor masivo de café a ser reconocido como un mosaico de microclimas y sabores protegidos por un marco legal soberano.

Finalmente, la instauración de esta ley generará un estado de sostenibilidad y resiliencia para el sector. Debido a que no demanda recursos adicionales al Tesoro Público y se basa en la optimización presupuestal de las entidades ya existentes, la propuesta asegura su viabilidad económica. El resultado final será un sector cafetalero más robusto, con una identidad nacional consolidada, un mercado interno dinámico y una estructura institucional que garantiza que el café peruano siga siendo el orgullo de los agricultores y el motor de la agroindustria nacional por las próximas décadas.

Por las consideraciones expuestas, la aprobación de esta ley representa un acto de reivindicación histórica para el campo peruano. **Mediante la institucionalización del cuarto viernes de agosto, el Estado peruano deja atrás la dispersión administrativa para asumir un mandato claro de fomento, promoción y defensa de nuestra caficultura.** Esta norma no solo dignifica el trabajo de miles de familias rurales, sino que sienta las bases para un mercado interno robusto y una presencia internacional competitiva, garantizando que el café peruano sea, hoy y siempre, el corazón de nuestra biodiversidad y el motor de nuestro desarrollo sostenible.

IV. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LA PROPUESTA

La presente propuesta legislativa se sustenta, en primer término, en el Artículo 2, inciso 22, de la Constitución Política del Perú, el cual consagra el derecho fundamental de toda persona a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida. El café, como cultivo sostenible y eje de la reforestación en zonas de selva alta, constituye un elemento fáctico que materializa este derecho, por lo que su promoción legal fortalece el marco de protección de los recursos naturales y la biodiversidad que el Estado está obligado a tutelar.

Asimismo, encuentra su base en el Artículo 88 de la Carta Magna, que establece que el Estado apoya preferentemente el desarrollo agrario. Puesto que el café representa el principal producto de agroexportación y el motor de la agricultura familiar en 16 regiones, la presente iniciativa se alinea con el

mandato constitucional de dictar normas que garanticen el crecimiento económico y la competitividad de los productores rurales, otorgándoles un marco jurídico de reconocimiento nacional que trasciende la mera asistencia técnica.

Desde la perspectiva de las competencias del Poder Legislativo, la propuesta se ampara en el Artículo 102, inciso 1, de la Constitución, que confiere al Congreso la atribución de dar leyes y velar por el respeto de la Constitución y las leyes. La facultad de instituir días nacionales mediante ley es una prerrogativa parlamentaria orientada a consolidar la identidad nacional y priorizar sectores estratégicos que, por su relevancia socioeconómica, requieren una jerarquía normativa superior a la de un decreto o resolución ministerial.

En concordancia con lo anterior, la iniciativa guarda estrecha relación con la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, específicamente en lo referente a las funciones de los Ministerios. Mediante el involucramiento del MIDAGRI y el MINCETUR, la norma propone una articulación intersectorial técnica que respeta las competencias de cada cartera, promoviendo la eficiencia administrativa y la optimización de los servicios públicos en favor de la promoción comercial, tal como lo exige el principio de legalidad y modernización del Estado.

Un pilar jurídico fundamental es la Ley N° 28298, Ley Marco para el Desarrollo Económico de los Sectores Productivos, la cual establece que el Estado debe fomentar la competitividad de los productos bandera. La institucionalización del cuarto viernes de agosto como fecha dota de seguridad jurídica a la cadena de valor del café, permitiendo que el marco normativo nacional actúe como un catalizador para la inversión privada y la formalización de las micro y pequeñas empresas (MYPE) dedicadas al procesamiento y comercialización del grano.

La propuesta también se alinea con la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, y la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales. Estas normas otorgan competencias a los gobiernos descentralizados para promover el desarrollo económico local y la identidad cultural. Dado que se eleva el Día del Café Peruano a rango de Ley, se genera un título habilitante con mayor fuerza jurídica que permite a las regiones y municipios justificar la asignación presupuestal en actividades de difusión y ferias, bajo los principios de descentralización y subsidiariedad.

Asimismo, se fundamenta en la Política Nacional Agraria, aprobada mediante Decreto Supremo, que busca incrementar la competitividad agraria y el acceso a mercados. Esta ley actúa como una norma de desarrollo que instrumentaliza los objetivos de dicha política, proporcionando la herramienta legislativa necesaria para que el objetivo de "posicionamiento de productos en el mercado interno" pase de ser un enunciado técnico a una celebración

nacional con respaldo legal, garantizando su cumplimiento sistemático año tras año.

En el ámbito del derecho internacional y compromisos comerciales, la ley se sustenta en los Tratados de Libre Comercio (TLC) suscritos por el Perú. Estos acuerdos exigen que el país fortalezca la institucionalidad de sus sectores exportadores. Tras consolidar legalmente el Día Nacional del Café Peruano, el Estado peruano cumple con fortalecer la gobernanza de un sector que es pieza clave en los intercambios comerciales con la Unión Europea, Estados Unidos y Asia, proyectando una imagen de solidez institucional ante la comunidad internacional.

Desde el análisis de la técnica legislativa y la Ley de Procedimiento Administrativo General (Ley N° 27444), la propuesta busca corregir la inestabilidad generada por una norma de menor jerarquía (Resolución Ministerial). El principio de jerarquía normativa dicta que una Ley de la República ofrece mayor estabilidad y permanencia que un acto administrativo sectorial, el cual puede ser modificado con facilidad. Por ello, este proyecto garantiza el principio de predictibilidad, esencial para que los actores económicos puedan planificar sus actividades sin temor a cambios súbitos en el calendario oficial.

Finalmente, la propuesta se fundamenta en el deber del Estado de promover la identidad cultural y el patrimonio nacional. El café, al estar intrínsecamente ligado a la historia y las costumbres de los pueblos andino- amazónicos, constituye un elemento del patrimonio inmaterial. Bajo este fundamento jurídico, la ley no solo busca un impacto económico, sino que cumple con la función social de preservar y difundir los valores que definen la peruanidad, asegurando que el marco legal proteja y exalte la labor de los peruanos que, con su esfuerzo, sostienen este producto emblemático.

V. MARCO NORMATIVO

- Constitución Política del Perú, artículos 2°, inc 22 , 88°y 102° inc. 1
- Reglamento del Congreso de la República
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo
- Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales
- Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades
- Ley N° 31071, Ley de Compras Estatales de Alimentos de Origen en la Agricultura Familiar
- Ley N° 28298, Ley Marco para el Desarrollo Económico de los Sectores Productivos
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General
- Política Nacional Agraria (Decreto Supremo N° 017-2021-MIDAGRI): Instrumento de gestión que prioriza la inserción de productores en el mercado.

- Resolución Ministerial N° 602-2016-MINAGRI: Norma de menor jerarquía que actualmente rige la celebración

VI. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

Tras una exhaustiva revisión de los antecedentes parlamentarios alojados en el repositorio digital del Congreso de la República, se hace constar la inexistencia de iniciativas legislativas previas que guarden identidad sustancial o conexidad temática con el objeto de la presente propuesta. En consecuencia, el proyecto se presenta como una propuesta inédita en el marco del ordenamiento jurídico nacional.

VII. EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA QUE SE PROPONE SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

En primer lugar, cabe precisar que la presente iniciativa legislativa no colisiona con la Constitución Política del Perú ni con el marco jurídico vigente. Por el contrario, se fundamenta en el respeto irrestricto a la jerarquía de normas y se encuadra dentro de las facultades legislativas conferidas al Congreso de la República. La propuesta no contraviene ninguna disposición constitucional, toda vez que no vulnera derechos fundamentales ni altera la estructura del Estado; más bien, desarrolla y operativiza los mandatos constitucionales referidos al apoyo al sector agrario y la promoción del bienestar general. Asimismo, como no genera un gasto adicional al Tesoro Público y respeta las competencias de los sectores involucrados, la norma guarda absoluta armonía con las leyes de presupuesto, de descentralización y de organización de las entidades del Poder Ejecutivo, fortaleciendo el ordenamiento legal al brindar mayor predictibilidad y estabilidad al sector cafetalero nacional.

La presente propuesta busca establecer el cuarto viernes de agosto de cada año como una fecha emblemática, fundamentándose en que, situándose la conmemoración en la antesala del fin de semana, se mitiga el impacto negativo de la dispersión de ventas y se asegura que las campañas de promoción, ferias y ventas directas capitalicen el pico natural en el flujo de consumidores. Bajo esta lógica, la iniciativa facilita una articulación orgánica con el sector privado y potencia el consumo interno sin demandar una mayor inversión de recursos públicos; de este modo, se maximiza el impacto de las acciones de promoción y se dinamiza el mercado, fortaleciendo directamente los ingresos de productores y MYPES. En última instancia, esta medida contribuye a la sostenibilidad del sector al armonizar la política pública con la psicología y el comportamiento real del consumidor moderno.

La vigencia de la presente norma producirá un efecto de consolidación jurídica dentro del ordenamiento nacional, al elevar a rango de Ley lo que actualmente se encuentra regulado de manera dispersa por normas de menor jerarquía. El principal impacto será la superación de la Resolución Ministerial N° 602-2016-MINAGRI, la cual, al ser una disposición sectorial, resultaba insuficiente para obligar a la articulación interinstitucional.

Con esta Ley, se establece un mandato superior que otorga seguridad jurídica y permanencia a la política de promoción del café, evitando que la conmemoración dependa de la discrecionalidad administrativa del ministro de turno.

En cuanto a la coherencia normativa, la ley se integra de manera armónica con la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo. La facultad expresa otorgada al MIDAGRI y al MINCETUR para coordinar acciones de promoción asegura que la norma no cree duplicidad de funciones, sino que operativice las competencias ya existentes de dichas carteras bajo un objetivo nacional específico. Este efecto de precisión competencial permitirá una ejecución presupuestaria más eficiente, ya que las entidades contarán con un título legal habilitante para destinar recursos a la difusión de la fecha sin incurrir en malversación o gastos no programados.

El efecto sobre la legislación de descentralización será de carácter fortalecedor. Al instituir una fecha nacional inamovible, se brinda un marco de referencia legal para que los Gobiernos Regionales y Locales adecúen sus ordenanzas y planes de desarrollo concertado. Las municipalidades podrán emitir normas locales que declaren de interés distrital las actividades del cuarto viernes de agosto, amparándose en la jerarquía de esta Ley Nacional. Esto generará un despliegue normativo en cascada que alinearán las prioridades de los tres niveles de gobierno hacia un mismo fin productivo.

Respecto a la Ley General de Presupuesto, la vigencia de esta norma no contraviene el principio de equilibrio financiero, ya que las Disposiciones Complementarias Finales establecen que las acciones se financiarán con cargo al presupuesto institucional de las entidades involucradas. El efecto jurídico es la reorientación estratégica de los recursos existentes. Al existir un mandato legal, las oficinas de planificación y presupuesto tendrán el sustento normativo necesario para incluir el "Día Nacional del Café Peruano" en el Plan Operativo Institucional (POI) y en el Plan Estratégico Institucional (PEI) de manera recurrente.

En el ámbito de la legislación agraria, la propuesta actúa como una norma de desarrollo que materializa el apoyo preferente al agro establecido en la Constitución. La ley complementa la Ley N° 31071 (Ley de Compras Estatales de Alimentos de Origen en la Agricultura Familiar), pues al fomentar el consumo interno, crea un entorno de mercado favorable que se alinea con el espíritu de protección al pequeño productor. Se genera así un bloque normativo de protección al campo que fortalece la posición del agricultor frente a los grandes intermediarios y comercializadores de café importado.

Sobre la normatividad de comercio exterior y turismo, la ley tendrá un efecto multiplicador. Al involucrar a PROMPERÚ en la difusión de la fecha, se integra la promoción del café con las normas de marca país y fomento del agroturismo. Esto permitirá que los instrumentos legales de promoción de exportaciones utilicen el cuarto viernes de agosto de cada año como una plataforma oficial para el lanzamiento de misiones comerciales.

La ley crea una "ventana normativa" anual que el MINCETUR podrá utilizar para consolidar las Rutas del Café como destinos turísticos prioritarios bajo el amparo de una declaración nacional.

La vigencia de la norma también impactará positivamente en la legislación educativa y cultural. El carácter de Ley de la República permite que el Ministerio de Educación y el Ministerio de Cultura incorporen actividades alusivas en el calendario cívico escolar y en las agendas culturales nacionales.

Este efecto de transversalidad jurídica permitirá que la "cultura cafetalera" sea tratada como un bien de interés nacional, facilitando que instituciones públicas utilicen sus espacios para ferias y campañas de sensibilización bajo el marco de una celebración instituida por el Congreso.

En términos de técnica legislativa, el efecto inmediato será la actualización de las agendas oficiales y la unificación de los criterios de conmemoración en toda la administración pública, facilitando la labor de los órganos de control al tener una norma clara y precisa sobre cuándo y cómo deben realizarse estas acciones de promoción.

Asimismo, la norma fortalece el Derecho a la Información del Consumidor, tutelado por el Código de Protección y Defensa del Consumidor. A través del fomento de campañas de sensibilización sobre la calidad del café peruano, la ley impulsa una mayor transparencia en el mercado nacional. La promoción estatal mandatada por ley permitirá que la ciudadanía tenga mayor acceso a información sobre el origen y las propiedades del producto, reduciendo las asimetrías de información y combatiendo la publicidad de productos sucedáneos que pretenden pasar por café auténtico.

En conclusión, el efecto de la vigencia de la norma sobre la legislación nacional es de ordenamiento y potenciación. No se crean conflictos normativos con leyes preexistentes, sino que se llena un vacío legal que mantenía al sector cafetalero bajo una protección administrativa precaria. La ley se constituye como la piedra angular de un nuevo marco jurídico que reconoce al café no solo como un grano, sino como un pilar del desarrollo nacional, garantizando que el Estado cumpla de manera sistemática y coherente con su rol promotor del bienestar general y el desarrollo económico sostenible.

VIII. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO EXPRESADAS EN EL ACUERDO NACIONAL

El presente proyecto no solo se ajusta al marco legal vigente, sino que garantiza una estricta observancia de los lineamientos del Acuerdo Nacional. Su diseño y ejecución están intrínsecamente vinculados con las Políticas de Estado y los objetivos estratégicos nacionales, consolidándose como una herramienta clave para el desarrollo del país en los siguientes términos:

ACUERDO NACIONAL	
OBJETIVOS	POLÍTICAS DE ESTADO
I. DEMOCRACIA Y ESTADO DE DERECHO	3. AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD NACIONAL
IV. ESTADO EFICIENTE, TRANSPARENTE Y DESCENTRALIZADO	19. DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN AMBIENTAL
	22. POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR PARA LA AMPLIACIÓN DE MERCADOS CON RECIPROCIDAD
	23. POLÍTICA DE DESARROLLO AGRARIO Y RURAL

IX. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LA AGENDA LEGISLATIVA

En cumplimiento de lo dispuesto por la Resolución Legislativa N° 006-2024-2025-CR, la propuesta se ajusta a la Agenda Legislativa. Esta articulación ratifica su pertinencia dentro de las prioridades parlamentarias para el periodo anual de sesiones, específicamente en cuanto a:

Tema **9**. FOMENTO DE LA IDENTIDAD NACIONAL Y PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL.

Tema **80**. SOBRE EL TURISMO.

Tema **88**. COMERCIO EXTERIOR Y ZONAS ECONÓMICAS ESPECIALES.

Tema **89**. PROMOCIÓN DE DETERMINADOS CULTIVOS AGRÍCOLAS.

Tema **91**. IMPULSO, MODERNIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE LA AGRICULTURA Y ACUICULTURA.

X. ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

SUJETOS	BENEFICIO	COSTO
Pequeños Productores (223,000 familias)	Incremento de la demanda interna, estabilidad de precios por menor dependencia externa y revalorización de su labor.	La presente iniciativa legislativa no implica egresos adicionales para el Tesoro Público, toda vez que las acciones de promoción se ejecutan bajo los presupuestos ya asignados a las carteras de Desarrollo Agrario, Comercio Exterior y Gobiernos Regionales.
Estado (MIDAGRI, MINCETUR, PROMPERÚ)	Eficiencia en la inversión publicitaria, mejores indicadores de exportación y cumplimiento de metas de desarrollo agrario.	
Consumidores Nacionales	Acceso a mejor información sobre calidad del café, fomento de hábitos saludables y fortalecimiento de la identidad cultural.	
Sector Privado (Cafeterías, Tostadurías y Exportadores)	Predictibilidad para inversiones, marco legal sólido para campañas de marketing y dinamización del consumo urbano.	