



Organización Internacional del Café  
Organização Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café

ED 1955/05

17 junio 2005  
Original: inglés

C

## Recursos para promoción

1. El Director Ejecutivo saluda atentamente a los Miembros y, en vista de la importancia de las actividades de promoción a tenor del Convenio de 2001 y de la necesidad de aplicar el Plan de Acción para aumentar el consumo de café que fue aprobado por el Consejo en septiembre de 2003 (documento PC-13/03 Rev. 2), desea consultar a los Miembros acerca de las opciones para conseguir recursos para la promoción que puedan debatirse en las reuniones de la OIC de septiembre de 2005.
2. El Fondo de Promoción (establecido con contribuciones periódicas de los Miembros exportadores en virtud de Convenios anteriores) tiene recursos limitados para promover el consumo de café (alrededor de US\$270.000 al 15 de junio de 2005). El Artículo 34 del Convenio estipula que las actividades de promoción serán financiadas con recursos que podrán ser comprometidos por los Miembros, los países no miembros, otras organizaciones y el sector privado en reuniones del Comité de Promoción, y que también podrán ser financiados proyectos de promoción específicos mediante contribuciones voluntarias de los Miembros y demás.
3. Entre las posibles opciones figuran la posibilidad de que se restablezcan las contribuciones de todos los Miembros a un nuevo Fondo de Promoción, la de que haya una reunión de promesa de recursos, o una financiación o ayuda en especie procedente de las empresas y asociaciones del sector privado, o una cooperación con instituciones donantes multilaterales.
4. Otra opción distinta sería la que se generasen los fondos exclusivamente proyecto por proyecto, y que se facilitase con cada proyecto alguna financiación para supervisión y evaluación. Podrían presentarse entonces los proyectos a las entidades donantes o financieras idóneas. Deberá tenerse en cuenta, sin embargo, que la mayoría de los proyectos requieren financiación inicial para su formulación correcta.
5. Otro asunto que conviene tener en cuenta es la falta de recursos humanos que hay en estos momentos en la Organización para alentar, coordinar y supervisar las actividades de promoción. La experiencia que se obtuvo en la década de 1990 indica que incluso poder contar a tiempo parcial con un funcionario capacitado en esa esfera es muy útil para desarrollar actividades prácticas.
6. Se pide a los Miembros que envíen sus puntos de vista y sugerencias acerca de lo que convendrá hacer al respecto, por escrito o por correo electrónico a [info@ico.org](mailto:info@ico.org), **antes del 15 de agosto de 2005**, para que el Director Ejecutivo pueda comunicar a los Miembros el resultado de esas consultas en la reunión del Comité de Promoción de septiembre de 2005.