



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION  
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ  
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ  
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ

ICC 107-1

1 julio 2011  
Original: portugués

C

Consejo Internacional del Café  
107<sup>o</sup> período de sesiones  
26 – 30 septiembre 2011  
Londres, Reino Unido

**Cargo de Director Ejecutivo**

**Presentación del  
Sr. Robério Oliveira Silva, Brasil**

### **Antecedentes**

En su 106<sup>o</sup> período de sesiones de marzo de 2011 el Consejo decidió que los candidatos al cargo de Director Ejecutivo podrían hacer presentaciones por escrito que deberían llegar a la Secretaría antes de la fecha sugerida de 1 de julio de 2011, para que las mismas pudiesen ser traducidas y distribuidas y los Miembros tuviesen tiempo suficiente para examinarlas en sus países (véase el documento ICC-106-15 Rev. 1). Se ha recibido del Sr. Robério Oliveira Silva, del Brasil, la presentación por escrito que se adjunta, además de su candidatura y *Curriculum Vitae* que fueron distribuidos en marzo de 2011 en el documento ICC-106-9.

### **Medidas que se solicitan**

Se pide al Consejo que examine este documento.

## **ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ (OIC)**

### **PROGRAMA DE TRABAJO DEL CANDIDATO DEL BRASIL, ROBÉRIO OLIVEIRA SILVA, PARA EL PUESTO DE DIRECTOR EJECUTIVO DE LA OIC**

#### **CAFÉ: DESARROLLO CON ESTABILIDAD**

En este documento figura un programa de trabajo inicial que formará parte de la presentación que hará el candidato Robério Oliveira Silva el 26 de septiembre de 2011 durante el 107<sup>o</sup> período de sesiones del Consejo Internacional del Café. El candidato agradecerá a los Miembros el envío de sugerencias que puedan ser incorporadas a su presentación hasta el 16 de septiembre de 2011.

El programa de trabajo del candidato fue trazado a partir del plan de acción estratégico de la Organización Internacional del Café (ICC 105-19), que fue debatido a fondo por los Miembros y aprobado por el Consejo en su 105<sup>o</sup> período de sesiones del 21 al 24 de septiembre de 2010. El Plan fue a su vez preparado con base en el Acuerdo Internacional del Café de 2007, y tiene el propósito de establecer rumbos y prioridades generales para la Organización en los términos del Acuerdo.

El candidato se propone utilizar el plan de acción estratégico como directriz para sus actividades al frente de la OIC, con el fin de promover la cooperación entre los Miembros con respecto al crecimiento del sector cafetero mundial en el marco de los tres pilares de la sostenibilidad: económico, social y ambiental.

Por lo que respecta a la sostenibilidad, está bastante claro para el candidato que la OIC deberá debatir el asunto con miras a hacer posible que se atienda a las necesidades de todos los que participan en la cadena del café. Los productores precisan tener precios remuneradores para hacer frente a la demanda del mercado, los negociantes para facilitar la logística y el abastecimiento del sector, los industriales precisan rentabilidad para invertir en el aumento de la demanda y los consumidores no deberán estar expuestos a fluctuaciones de los precios que los lleven a cambiar sus hábitos de consumo y a preferir otras bebidas. Los cafés certificados, que en la actualidad sólo representan el 8% del volumen total, deberán aumentar su participación en el mercado, dada la previsión de crecimiento de la demanda. En el debate sobre la sostenibilidad, de gran importancia para todos los Miembros de la OIC, deberá tenerse en cuenta el riesgo de imposición de obstáculos no arancelarios y el aumento de los costos para el productor además de las posibles ventajas vinculadas al aumento de la calidad y a la obtención de premios.

La misión de la OIC que se enuncia en el Acuerdo Internacional del Café de 2007 es la de fortalecer el sector cafetero mundial y promover su expansión sostenible en un entorno basado en el mercado para beneficio de todos los participantes en el sector, mediante cuatro metas estratégicas:

- I. **Proporcionar un foro para la formulación de políticas y soluciones que fortalezcan el sector cafetero mundial**, facilitando consultas sobre asuntos relacionados con el café, identificando cuestiones prioritarias, investigando y promoviendo los medios necesarios para conseguir el equilibrio entre la oferta y la demanda, y unos precios que sean justos tanto para los productores como para los consumidores;
- II. **Dar mayor transparencia al mercado cafetero y posibilitar la toma de decisiones económicas basadas en datos precisos y a su debido tiempo**, mediante una cobertura estadística detallada y la elaboración de informes en los que se consideren las cuestiones relacionadas con la producción, el consumo, el comercio, las existencias, los cafés diferenciados, la distribución de valor, las condiciones estructurales en el mercado internacional, las tendencias a largo plazo y las nuevas tendencias de la producción y del consumo que equilibren la oferta y la demanda;
- III. **Incentivar el desarrollo y la divulgación de conocimiento de la economía cafetera mundial**, y convertir a la OIC en un organismo de desarrollo y ejecución de proyectos de interés para los Miembros, que determine estrategias de desarrollo para el café, acompañe a los proyectos que se presenten a donantes pertinentes y supervise su ejecución; y
- IV. **Promover un sector cafetero sostenible**, a fin de contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, en particular con respecto a la erradicación de la pobreza, divulgando información acerca de la sostenibilidad económica, social y ambiental del sector cafetero.

El plan de acción estratégico de la OIC constituye, por tanto, la pieza básica del programa de trabajo del candidato, que considera importante resaltar los siguientes puntos a los que se encaminará su gestión:

1. La OIC deberá ser punto de convergencia de todos los debates relativos al sector cafetero y ejercer un mayor liderazgo para que la Organización sea considerada, de hecho y de derecho, la principal portavoz y autoridad en materia de café;
2. La OIC deberá alentar a los países no miembros a que se hagan Miembros de la Organización;

3. La OIC deberá entablar un proceso de reorganización que la haga más eficaz en estos tiempos nuevos de desregulación, inclusive con una reforma de la estructura de cargos, de forma que se eleve al máximo la eficacia de la Organización y se otorgue prioridad a los sectores más relacionados con las exigencias del mercado cafetero actual;
4. Las finanzas de la OIC serán objeto de escrutinio permanente por parte del Director Ejecutivo y del Comité de Finanzas y Administración, en el sentido de reducir gastos y hacerlos más eficaces;
5. Búsqueda de una solución duradera en cuanto a los gastos de alquiler de los locales de la OIC, con la posibilidad de compartir las instalaciones con otro inquilino o de trasladarse a un lugar menos costoso. El candidato sugiere un plazo de seis meses para que el nuevo Director Ejecutivo pueda presentar sugerencias objetivas a la decisión del Consejo;
6. Producción de material informativo para venta a terceros, como forma de complementar los ingresos de la OIC. Una buena iniciativa podría ser editar un *Coffee Yearbook*, una recopilación de estadísticas, estudios y análisis pertinentes que ya prepara la OIC habitualmente y que estaría disponible para los Miembros de forma gratuita;
7. Ningún papel en las reuniones: estudiar la posibilidad de que los documentos relativos a las reuniones de la OIC estén disponibles por correo electrónico o en el sitio en Internet de la Organización, con lo que se evitaría el costo de los servicios de reprografía;
8. Los comités permanentes de la OIC –el Comité de Finanzas y Administración, el Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado, el Comité de Proyectos y el Comité de Estadística–, podrían reunirse fuera de los períodos de sesiones del Consejo Internacional del Café para preparar los temas que habrá de tratar el Consejo y crear una mayor dinámica en el proceso decisorio de la Organización;
9. Dar inicio, en el ámbito del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado, a un proceso de reflexión en el que participen los Miembros de la Organización y al cual podrían ser invitados los Miembros de la Junta Consultiva del Sector Privado (JCSP) y representantes de los principales actores en el sector cafetero mundial, tales como personas en puestos de mando de los programas de promoción de los países y de las empresas de café, con miras a crear mayor interés en el tema de la promoción del consumo de café y generar consenso para el tratamiento de esta importante cuestión, en especial con respecto al mercado de China;
10. Realizar seminarios entre los períodos de sesiones, en los que se abarquen temas de interés para los Miembros, tales como: mercados de futuros; el café y la salud; fenómenos

climáticos; financiación y organización institucional del sector cafetero. Los seminarios podrían llevarse a cabo utilizando los recursos permanentes de la OIC, tales como personal e instalaciones, sin que acarreen costos adicionales;

11. Se otorgará especial atención al funcionamiento del Foro Consultivo sobre Financiación del Sector Cafetero, encargado de facilitar consultas sobre temas relacionados con la financiación y la gestión del riesgo del sector. El candidato se propone aprovechar su experiencia como gestor del Fondo de Defensa de la Economía Cafetera (FUNCAFÉ) en el Brasil para difundir información y proponer políticas en las que se tenga en cuenta a los demás países productores. Los bancos que actúan en *Trade Finance* y operaciones estructuradas podrían participar en proyectos de esclarecimiento dirigidos a los países productores;

12. De acuerdo con el interés de los Miembros, promover la profundización del debate sobre la sostenibilidad de la cadena productiva de café, teniendo en cuenta la interdependencia que existe entre sus pilares social, económico y ambiental, con miras a favorecer el desarrollo de la actividad cafetera, generando un aumento de la calidad y agregación de valor;

13. Dar continuidad al debate sobre la certificación del café y profundizarlo, buscando formas de ampliar las ventajas y reducir las desventajas en los diferentes eslabones de la cadena productiva del café;

14. Seguir promoviendo y otorgando prioridad a la relación de la OIC con el Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB), otorgando prerrogativa a opciones que permitan al Fondo desempeñar un papel más activo en la captación de recursos y posibles donantes. De ese modo el Fondo podría seguir fomentando el desarrollo de cadenas relacionadas con productos básicos específicos, sin tener que hacer aportaciones significativas de recursos propios;

15. Reforzar el papel de la Junta Consultiva del Sector Privado (JCSP) para promover una mayor participación de la iniciativa privada en la OIC, especialmente en asuntos tales como promoción, eliminación de obstáculos al consumo, de obstáculos al libre comercio y demás. La Junta podría reunirse fuera del período de sesiones del Consejo y contar con una participación más amplia de entidades representativas de los países productores y consumidores, a fin de proponer políticas y examinar temas que sean de interés para el sector cafetero;

16. La OIC deberá promover la cooperación entre los organismos de investigación de los países productores, en especial con el propósito de lograr la sostenibilidad de la actividad y

una visión equilibrada de la distribución geográfica y de los costos de producción del café, encontrar usos alternativos para los cafés de baja calidad y mejorar las variedades actuales del café haciéndolas más productivas y más resistentes a la intemperie;

17. La OIC deberá funcionar con una visión de creación de capacidad de las comunidades locales y de los caficultores en pequeña escala, en el sentido de promover la divulgación de información acerca de la necesidad de creación de instituciones sólidas en los países productores, capaces de auscultar a los diversos segmentos del sector cafetero y de tomar decisiones basadas en datos técnicos para la sostenibilidad de la actividad a largo plazo, respetando los principios del mercado;

18. Creación de un grupo de tarea, coordinado por la OIC e integrado por los países exportadores, para lograr un mejor desempeño en la emisión de los certificados de origen, con la puesta en práctica en los países productores de un sistema informatizado de producción, emisión y envío a la OIC de los informes relativos a los certificados de origen;

19. Institución de un Programa de jóvenes profesionales del café, para permitir un inicio de carrera en la OIC a jóvenes que tengan pasión por el café y potencial para llegar a ser futuros líderes del sector cafetero;

20. Enlace con instituciones universitarias de los países productores y consumidores, con el objetivo de que se establezcan cursos sobre la economía cafetera mundial;

21. Crear, en el ámbito de la OIC, un censo mundial de participantes en el sector cafetero, por países, en el que figuren productores, exportadores, comerciantes, tostadores y proveedores de servicios; y

22. Elaborar periódicamente un informe sobre cafés especiales, en el que figuren los productores, las empresas de comercialización, los tostadores y, en definitiva, todos los que participan en ese mercado, que está creciendo a un ritmo más rápido que el del mercado en general.