



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

PC 33/06

13 febrero 2006  
Original: inglés

C

## **Informe del Grupo Rector de Promoción sobre su reunión del 30 de enero de 2006**

1. El Grupo Rector de Promoción, presidido por el Director Ejecutivo, Sr. Néstor Osorio, se reunió el 30 de enero de 2006.

### **Tema 1: Aprobación del Orden del Día**

2. Fue aprobado el Orden del Día provisional que figura en el documento WP-SGP No. 14/05 Rev. 1.

### **Tema 2: Actividades de promoción**

#### **Tema 2.1: Guía para promover el consumo de café**

3. El Director Ejecutivo dijo que se había hecho que la Guía para promover el consumo de café estuviese a disposición del público en general, y que estaba en forma de un CD-Rom que había sido distribuido a los Miembros y que se podía descargar gratis del sitio en Internet de la OIC, en español e inglés. Se estaba preparando en la actualidad la versión en francés y estaría disponible en breve. La Guía era un instrumento valioso para los Miembros que quisieran crear campañas nacionales para promover el café. Carlos Brando, de P&A Marketing International, la firma de consultoría que había hecho la Guía, se había prestado amablemente, más allá de lo que exigía su contrato, a seguir participando en talleres y reuniones para difundir información acerca del uso de la Guía. Era importante que los Miembros hiciesen un uso máximo de la Guía, que podía utilizarse de muchas y muy distintas maneras, como por ejemplo poniéndola a disposición de agencias de publicidad o de relaciones públicas para ayudarles en la labor preparatoria de crear campañas de promoción, o en campañas en los mercados tradicionales y emergentes.

4. El Grupo tomó nota de esa información y tomó nota también de que, como resultado de anteriores exposiciones de la Guía por el Sr. Brando, entre otras la que había hecho en las reuniones de RAMACAFE en septiembre de 2005, se estaban elaborando marcos de referencia para estudios de consumo y para un programa encaminado a aumentar el consumo interno en Nicaragua usando la Guía mientras que en Guatemala una agencia publicitaria utilizará la Guía para desarrollar una campaña.

## **Tema 2.2: China**

5. El Director Ejecutivo presentó la reseña de propuesta para renovar la actividad de promoción en China preparada por el Sr. Paul Hai Wang, consultor con base en China, que figura en el documento WP-SGP No. 15/06. Los Miembros exportadores habían acordado en septiembre de 2005 asignar hasta US\$15.000 para la preparación de esa propuesta. Hasta la fecha se habían comprometido US\$7.000 y el resto únicamente sería asignado si los Miembros acordaban que se elaborase más a fondo. La financiación para el proyecto final podría obtenerse por ejemplo en una reunión de promesa de recursos. Indicó que el Japón había sido anteriormente un país consumidor de té pero era ahora uno de los mayores consumidores de café del mundo como resultado de actividades para promover el café.

6. En las deliberaciones sobre ese tema los Miembros indicaron que la propuesta planteaba una serie de puntos que había que examinar. Estaban entre ellos el elevado nivel de los precios al por menor del café, que tenía un efecto disuasorio en los consumidores y que podía ser el resultado de las elevadas tasas que gravaban las importaciones, asunto que tendría que ser abordado a nivel de gobierno. Habría que examinar también las consecuencias de las actividades del proyecto en los productores y en la industria del tueste del país, para garantizar que no se viesen socavados. Una empresa había descubierto que el placer de tomar café y la interacción social eran puntos positivos que valía la pena realzar en las campañas. Otro delegado señaló que los trabajos de investigación habían indicado que al 45% aproximadamente de los chinos les parecía que el café tenía un sabor amargo, y que podría ser contraproducente usar café más barato. El café y la salud era un importante asunto que había que abordar, como lo era también la identificación de grupos destinatarios en el mercado chino que podían permitirse el lujo de tomar café. Dado que China era por tradición un país consumidor de té, había que realzar las ventajas del consumo de café sobre el de té. Se creía que el té era una fuente de energía, mientras que se sabía poco del café. Un Miembro sugirió que podría llevarse a cabo una campaña de información para promover los elevados niveles de antioxidantes en el café, posiblemente en colaboración con instituciones académicas.

7. Varios Miembros indicaron que las anteriores actividades de promoción de la OIC habían tenido mucho éxito. Habían sido organizadas por un gerente capaz y experimentado, con un presupuesto de alrededor de un millón de dólares, y se habían concentrado en

tendencias de vanguardia. La participación de la OIC había hecho que varias empresas del exterior se sintieran alentadas a emprender actividades en el mercado chino, y la OIC había desempeñado una importante función a ese respecto. Era un mercado de primer orden y, si se celebraba una reunión de promesa de recursos, sería importante tener una propuesta para la realización de actividades en China. No obstante, sería preferible examinar la financiación para un programa completo encaminado a desarrollar las actividades más idóneas para aumentar el consumo en ese país en lugar de proceder con esa propuesta. Mientras tanto las actividades de promoción podrían ser emprendidas por empresas comerciales.

8. El Director Ejecutivo indicó que en la actualidad los recursos eran muy limitados y que no parecía haber apoyo para proceder con esa propuesta. Se pondría en contacto con empresas del sector privado para ver si estaban interesadas en participar en actividades de promoción en China, y consultaría también a la coordinadora del Programa Positively Coffee acerca de la posibilidad de crear un programa usando el material del que ya se dispone e informaría a los Miembros en mayo acerca de cómo podrían hacerse avanzar las actividades de promoción. El Grupo tomó nota de esa información.

### **Tema 2.3: Consumo interno**

9. El Grupo tomó nota de que en la reunión del Comité de Promoción de septiembre de 2005, se había pedido a la Secretaría que actualizase la propuesta de proyecto “Expansión y desarrollo del mercado cafetero en los países productores” para su presentación al Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB). Esa propuesta había sido distribuida anteriormente como documento WP-CGP No. 4/02. Dado que entre las prioridades del FCPB figuraba ahora el desarrollo del mercado, se le había presentado una solicitud de servicio de preparación de proyectos para el desarrollo del mercado cafetero en los países productores. El Comité Consultivo del FCPB había examinado esa solicitud en su 37 serie de reuniones del 23 al 28 de enero de 2006, pero no se conocía aún su decisión final. La OIC tenía entendido, a raíz de conversaciones preliminares, que el FCPB pensaba que la OIC debía hacer frente al costo de preparar la propuesta, si bien, una vez que se presentase una propuesta plena de proyecto, estaría dispuesto a hacer un examen favorable.

10. En las deliberaciones sobre ese tema los Miembros tomaron nota de la importancia de ese proyecto, que mejoraría la estructura de la industria del café en los países productores. Se sugirió que la OIC averiguase el costo de contratar a un consultor que pudiese elaborar la propuesta de proyecto, para que pueda tomarse una decisión acerca de la financiación. Un Miembro sugirió que se invitase a Carlos Brando, de P&A Marketing International, y al antiguo Gerente de Promoción de la OIC, Michael Heath, a que trabajasen juntos en la preparación de una propuesta para presentarla al FCPB.

11. El Director Ejecutivo hizo notar que si el FCPB recomendaba que sólo participasen en el proyecto uno o dos países, habría que decidir qué países participarían y si debieran facilitar financiación de contrapartida. Informaría a los Miembros de la decisión final del Comité Consultivo del FCPB una vez que se conociese y examinaría cómo mejor proceder teniendo en cuenta todo lo dicho. El Grupo tomó nota de esa información.

**Tema 2.4: Sello de Aprobación**

12. El Director Ejecutivo indicó que en septiembre de 2005 el Grupo Rector había examinado una propuesta de cooperación con la Asociación Noruega del Café (NKI) en cuanto a un Sello de Aprobación (que figura en el documento WP-SGP No. 11/05) y había llegado a la conclusión de que había que analizar más a fondo esa propuesta, con inclusión de los aspectos jurídicos. Se habían estudiado esas cuestiones con posterioridad y no parecía que hubiese consecuencias legales. Si los Miembros decidían que la OIC aprobase el uso de un Sello de Aprobación para equipo de preparación del café, el Director Ejecutivo procedería a crear un Memorando de Entendimiento con la Asociación Noruega del Café.

13. El Grupo tomó nota de esa información. En las deliberaciones sobre ese asunto, los Miembros reiteraron la necesidad de ser claros acerca de los beneficios y las consecuencias financieras que pudiera tener que la OIC aprobase ese sello, que se vendería a los fabricantes del equipo de preparación de café. Esta era una propuesta que tenía consecuencias comerciales, y no sería apropiado que la OIC se involucrase en ello.

**Tema 2.5: Salon International de l'Agriculture, 2006**

14. El Director Ejecutivo dijo que en la última reunión se había distribuido información acerca del Salon International de l'Agriculture, que tendría lugar del 26 de febrero al 6 de marzo de 2006 (documento WP-SGP No. 13/05), para que los Miembros pudiesen decidir si deseaban participar en ese evento formando parte de un espacio general de la OIC dedicado al café. Agro Business Consulting Development (ABCD) había consultado a varios de los países productores acerca de esa propuesta. Dado que ya no era posible coordinar eso para 2006, se estaba ahora pensando en la posibilidad de que participasen los Miembros en 2007, si bien el Grupo tomó nota de que los Miembros no apoyaban esa sugerencia.

**Tema 3: Café y salud**

15. El Grupo tomó nota de que la Junta Consultiva del Sector Privado (JCSP) había recibido informes acerca del Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud y del Programa Positively Coffee en su reunión del 30 de enero de 2006. Podía solicitarse el texto de esos informes. Se crearía durante el año un dossier de las lecciones aprendidas (tanto positivas como negativas) con el Programa de educación cafetera. El representante de la Asociación Nacional del Café de los EE UU había informado

sobre un programa de relaciones públicas sobre el café y la salud en los Estados Unidos y había sido invitado a ofrecer un informe completo sobre esa iniciativa en la próxima reunión, en mayo de 2006. Con respecto a la financiación, la Junta del Instituto de Información Científica sobre el Café (ISIC) había acordado que seguiría financiando el Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud a plazo medio. El Presidente del Comité de Promoción dijo que el ISIC había aumentado su presupuesto para investigación sobre el café y la salud en 150.000 euros, hasta alrededor de 450.000 euros al año. Con esto se conseguiría información que podría usarse en el futuro en el Programa Positively Coffee y en el Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud.

16. El Director Ejecutivo indicó que, a raíz de la decisión de los Miembros exportadores en septiembre de 2005 de aportar US\$150.000 a lo largo de tres años al Programa Positively Coffee, el Programa había recibido el primer pago de US\$50.000 para 2005/06. Sería útil que los Miembros exportadores nombrasen a un representante que participase oficialmente en el Grupo de Trabajo Positively Coffee y él trataría de eso con los Miembros exportadores.

17. El Grupo tomó nota de esa información.

**Tema 4: Recursos para promoción y reunión de promesa de recursos**

18. El Director Ejecutivo dijo que sólo debiera pensarse en concertar disposiciones para convocar una reunión de promesa de recursos una vez que hubiese propuestas de proyecto concretas para examen. Hasta que hubiese propuestas concretas que necesitasen recursos, no sería provechoso convocar a representantes del gobierno y de la industria para una reunión de promesa de recursos. El Grupo tomó nota de esa información.

**Tema 5: Otros asuntos**

**Association Scientifique Internationale du Café (ASIC)**

19. El Director Ejecutivo informó al Grupo acerca de una petición de la ASIC de ayuda a la 21<sup>a</sup> Conferencia de la ASIC que tendrá lugar en Montpellier (Francia) del 11 al 15 de septiembre de 2006. Invitó a los Miembros exportadores a que examinasen la posibilidad de hacer una aportación del Fondo de Promoción a la Conferencia. El Grupo tomó nota de que los Miembros exportadores estudiarían esa propuesta y de que se tomaría una decisión en mayo de 2006.

**Tema 6: Fecha de la próxima reunión**

20. El Grupo tomó nota de que su próxima reunión se celebrará en la semana del 22 al 26 de mayo de 2006, y de que el Director Ejecutivo confirmaría la fecha definitiva después de la presente reunión.