



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

WP Board No. 1012/06

11 septiembre 2006
Original: inglés

C

Proyectos/Fondo Común

Junta Ejecutiva/
Consejo Internacional del Café
25 – 29 septiembre 2006
Londres, Inglaterra

Desarrollo de un sistema innovador de comercialización del café, del que sean titulares los productores y que esté basado en un café producido de forma sostenible y viable desde el punto de vista económico y ambiental.

Propuesta de proyecto presentada por Papúa Nueva Guinea

Antecedentes

1. En el presente documento figura una reseña de la propuesta de proyecto presentada por Papúa Nueva Guinea de desarrollar un sistema innovador de comercialización del café para pequeños grupos y cooperativas rurales de productores, que los lleve a lograr un mayor acceso al mercado y a optimizar los beneficios que se deriven de su participación en el cultivo de café.
2. Esta propuesta será examinada por el Comité Virtual de Revisión y las recomendaciones del Comité serán examinadas por la Junta Ejecutiva en enero de 2007.

Medidas que se solicitan

Se pide a la Junta Ejecutiva que tome nota de esta propuesta.

RESEÑA DEL PROYECTO

Título del proyecto:	Desarrollo de un sistema innovador de comercialización del café, del que sean titulares los productores y que esté basado en un café producido de forma sostenible y viable desde el punto de vista económico y ambiental.
Duración:	3 años
Ubicación:	Papúa Nueva Guinea
Descripción sucinta:	<p>Este proyecto está encaminado a desarrollar un sistema innovador de comercialización del café para pequeños grupos y cooperativas rurales de productores, con el cual puedan lograr un mayor acceso al mercado y optimizar los beneficios de su participación en el cultivo de café. El proyecto integrará elementos estratégicos clave tales como:</p> <ul style="list-style-type: none">i) incorporar en el modelo de cadena de la oferta un programa de mejora de la calidad basado en métodos de producción sostenibles desde el punto de vista ambiental y viables desde el punto de vista económico;ii) registro en los organismos de certificación apropiados;iii) mejora de la manipulación, transformación y logística del producto aplicable a esos grupos de pequeños productores;iv) proporcionar formación completa en métodos de control de la calidad, con inclusión de técnicas de evaluación sensorial tales como catación del café;v) creación de grados y calidades del café que hayan sido desarrollados como resultado de asociaciones estratégicas con empresas del tueste y otros usuarios finales;vi) desarrollo de un mayor conocimiento del mercado cafetero y en especial de la demanda del mercado, impulsando un proceso formal de reacción informativa acerca del desempeño continuo del grupo;vii) creación y registro de nombres comerciales y de marcas registradas;viii) creación de una cámara de compensación u organismo intermediario neutral que supervise, coordine y ejecute envíos a los

compradores en nombre de los grupos; y
ix) desarrollo y ejecución de un plan completo de
comercialización para esos cafés producidos por los
grupos.

Costo estimado total:	US\$982.000
Financiación solicitada del Fondo:	US\$832.000
Modalidad de financiación:	Se busca financiación en forma de préstamo
Cofinanciación:	Pendiente de decisión
Modalidad de cofinanciación:	Pendiente de decisión
Contribución de contrapartida:	US\$150.000
Organismo de ejecución del proyecto:	Pendiente de decisión
Organismo de supervisión:	Organización Internacional del Café
Fecha estimada de inicio:	1 abril 2007

Antecedentes

1. El caficultor que actúa por separado tiene poca voz en el mercado. La cantidad muy pequeña que tiene para vender significa inevitablemente que tiene muy poco poder cuando llega el momento de negociar los precios con los compradores, en especial con los compradores que operan al borde de la carretera o viajan entre los pueblos más aislados. Además, la manera en que la industria está estructurada y financiada significa que, incluso cuando el productor consigue llevar el café que produce a la fábrica para venderlo, son muy pocos los que recompensan al productor con una prima por el café bueno, y en vez de eso suelen concentrarse en el volumen y no en la calidad. El resultado es que hay un buen número de productores que están muy frustrados con esa situación, y se nota que está surgiendo el interés entre los productores de café, en especial en Papúa Nueva Guinea, en sistemas de comercialización coordinada manejados por el productor.

2. Las iniciativas que hubo en el pasado de centralizar la comercialización del café para beneficio de los pequeños productores de Papúa Nueva Guinea fracasaron en su mayor parte o, como mucho, tuvieron resultados bastante diversos. Las razones de que así fuera son múltiples, pero lo que parecen haber tenido fundamentalmente en común es que no se derivó para los productores ningún beneficio real a largo plazo de ese tipo de asociación; por ejemplo, no se identificaron con el café que producían y lo vieron meramente como una materia prima que, sin tener en cuenta la calidad, había que vender al mejor postor. Los intentos más recientes de cooperar, sin embargo, están mostrando señales de promesa, y está claro que éste es un buen momento para hacer un intento bien planeado y ejecutado con profesionalidad de crear un sistema de comercialización basado en cooperativas o grupos que se centre en desarrollar una alianza y asociación estratégica con los industriales y otros usuarios finales mediante la marca del café producido por el grupo o los grupos. Ese café tendría que ser de la calidad más alta posible y estar producido de una manera viable desde el punto de vista económico y sostenible desde el punto de vista ambiental.

Reseña del proyecto

3. En este proyecto piloto participará un pequeño número de grupos autosuficientes. Han sido identificados seis grupos que tienen mucho interés en participar. Se propone ofrecer asistencia en cuanto a planificación, formación y ejecución, con miras a establecer esos grupos como entidades conocidas en el comercio del café, creando asociaciones estratégicas con compradores del exterior y creando sus propias marcas registradas únicas. Ello supondrá:

- La elaboración de normas firmes conducentes a producir un producto de buena calidad, viable desde el punto de vista económico y sostenible desde el punto de vista ambiental, con plena obligación de rendir cuentas en cada etapa del proceso;
- la provisión de servicios apropiados de capacitación y formación de políticas;

- la creación de un canal de comercialización alternativo; y
- la presentación a probables compradores y asociados estratégicos. A ese respecto, el proyecto incorporará también un número limitado de incentivos encaminados a conseguir la participación activa de compradores y empresas del tueste.

4. Los grupos cuya posible participación se está examinando son Tribal Aromas Cooperatives Ltd (Cooperativas Aromas Tribales Ltd.) y la Asociación Finschachafen de Productores de Café Orgánico. [Está pendiente de confirmación la participación de otros grupos].

5. Una vez que los grupos funcionen con arreglo a lo planeado, como entidades cooperativas registradas, harán operaciones comerciales usando los contactos que hayan hecho durante el proyecto y enviarán un café que esté de acuerdo con descripciones establecidas respaldadas por marcas registradas. Esos grupos se fijarán como meta el “sector de cafés de calidad especial”, en el que se pagan primas por la buena calidad y la rastreabilidad hasta el origen, y también por lo que cabría describir como el “factor de novedad”. Constituirán una matriz central desde la cual la comercialización de café de la que sean dueños los productores pueda ser expandida con arreglo a la demanda. Actuando de una manera coordinada y usando normas bien fundadas y orientación experta, los grupos lograrán el propósito del proyecto de optimizar los beneficios que obtengan de sus actividades caficultoras. Este proyecto será importante como ejemplo y guía para otros sectores de agricultores en pequeña escala, no sólo en Papúa Nueva Guinea, sino también en muchos otros países productores de café.

Costos y financiación
(en US\$)

	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Actividad 1: Mejora de la producción				
Estudio básico	7.500			7.500
Asesor agrónomo	25.000	25.000	15.000	65.000
– transporte y otros imprevistos	2.000	2.000	1.000	5.000
Beneficio por vía húmeda: despulpadores a mano	30.000			30.000
– Instalación(es) central(es) de beneficio por vía húmeda	75.000			75.000
Mejora del acceso al mercado/logística	100.000			100.000
Actividad 2: Formación				
6 talleres de formación inicial	30.000			30.000
Tostadores de muestras y otro equipo de catación	18.000			18.000
Entrenador de evaluación sensorial (cuerpo del café)	10.000			10.000
Talleres generales	12.000	12.000	12.000	36.000
Actividad 3: Certificación				
Evaluación por organismo de certificación		60.000	20.000	80.000
Administración en curso	3.000	3.500	4.000	10.500
Actividad 4: Asociación estratégica con compradores				
Asesor de comercialización	12.500			12.500
Recogida y envío de muestras	1.500	1.500		3.000
Actividad 5: Especificación del producto				
Asesor de comercialización		7.500		7.500
Actividad 6: Programa de familiarización				
Viajes y alojamiento		45.000	45.000	90.000
Actividad 7: Registro de marcas				
Diseño		12.000	4.000	16.000
Labor jurídica		12.000	4.000	16.000
Actividad 8: Cámara de compensación				
Infraestructura	10.000			10.000
Personal	10.000	20.000	20.000	50.000
Capital de explotación inicial		150.000		150.000*
Actividad 9: Plan de comercialización				
Asesor de comercialización		10.000	5.000	15.000
Diseño y producción de material de promoción		25.000	10.000	35.000
Otras iniciativas de promoción		10.000	25.000	35.000
Actividad 10: Administración, etc.				
Coordinador del proyecto	20.000	20.000	20.000	60.000
Evaluación de mitad de período		15.000		15.000
Total	366.500	430.500	185.000	982.000

* denota contribución de contrapartida