



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

WP Board No. 978/05

18 agosto 2005  
Original: inglés

C

Proyectos/Fondo Común

Junta Ejecutiva/  
Consejo Internacional del Café  
27 – 29 septiembre 2005  
Salvador, Brasil

**Propuesta de proyecto**

**Sitio en internet de la Guía del Café 2006/07**

### **Antecedentes**

1. El presente documento ha sido presentado por el Centro de Comercio Internacional (CCI) UNCTAD/OMC y en él figura una propuesta de proyecto para el funcionamiento en 2006 y 2007 del sitio en internet de la Guía del Café y la determinación del funcionamiento en 2007 y 2008. El sitio en internet ([www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org)) fue puesto en marcha en marzo de 2005 y en él se encuentra la publicación del CCI titulada “Café: Guía del exportador”, en inglés (330 páginas), francés y español. Pueden hacerse gratuitamente preguntas y respuesta, algunas de las cuales aparecen en el sitio.
2. La reseña de los planes para la ampliación del sitio en internet figura en los documentos WP-Board No. 950/04 y WP-Board No. 956/04, que fueron presentados a la Junta Ejecutiva en mayo y en septiembre, respectivamente. En la serie de reuniones de la Junta de mayo de 2005 se hizo una presentación en directo del nuevo sitio en internet.
3. Se está tratando de obtener financiación por valor de US\$120.000 mediante el procedimiento por vía rápida del Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB).
4. Esta propuesta se hará llegar al Comité Virtual de Revisión para que la someta a evaluación y será examinada por la Junta Ejecutiva en septiembre de 2005.

### **Medidas que se solicitan**

Se pide a la Junta Ejecutiva que examine esta propuesta y las observaciones formuladas por el Comité Virtual de Revisión y, si lo estimare apropiado, recomiende su aprobación por el Consejo.

**PROPUESTA DE PROYECTO PARA FINANCIACIÓN MEDIANTE DONACIÓN  
DEL FONDO COMÚN PARA LOS PRODUCTOS BÁSICOS (FCPB),  
(PROCEDIMIENTO POR VÍA RÁPIDA)**

**SITIO EN INTERNET DE LA GUÍA DEL CAFÉ 2006/07**

**[www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org)**

**PROPUESTA DE PROYECTO**

**JULIO 2005**

## I. Marco lógico

### Título del proyecto: Sitio en internet de la Guía del Café

Fecha estimada de inicio del proyecto: 1 marzo 2006  
 Fecha estimada de conclusión: 28 febrero 2007

Resumen	Indicadores verificables objetivamente	Medios de verificación	Asunciones importantes
<b>Objetivo general</b> Responder a preguntas acerca del comercio cafetero provenientes de los países productores de café.	Número de entradas y visitas al sitio en internet; Número de preguntas que se hacen y se responden.	Se cuentan las entradas y visitas al sitio en internet; Se cuentan las preguntas y respuestas.	La industria del café en los países productores tiene preguntas que hacer sobre cuestiones de comercio cafetero.
<b>Propósito del proyecto</b> Poner en funcionamiento el sitio en internet de la Guía del Café durante un año;  Identificar financiación para dos años de funcionamiento (2007-2008).	Funciona el sitio en internet durante un año;  Se adapta el sitio en internet a la demanda de los usuarios;  Se obtiene financiación para dos años de funcionamiento.	Se puede leer lo que hay en el sitio de internet y se responde a las preguntas que se hacen;  Los donantes confirman el compromiso.	La industria del café en los países productores sigue haciendo preguntas;  Los donantes muestran interés y están dispuestos a ayudar.
<b>Resultados</b> Sitio en internet con la Guía del Café del CCI en inglés, francés y español;  - Ampliación del archivo de preguntas y respuestas;  - Conservación del grupo interactivo de especialistas.	El sitio en internet es accesible en todo momento;  El grupo de especialistas actualiza el contenido y facilita respuestas a las preguntas formuladas.	Puede visitarse el sitio en internet, leer el contenido y hacer preguntas;  Calidad de las respuestas, tiempo que se tarda en responder, etc.  Se pregunta a los usuarios del sitio en internet.	El sitio en internet puede continuar como se estableció (desde el punto de vista técnico, jurídico, práctico...);  Se sigue contando con el grupo de especialistas;  Los especialistas pueden responder a la mayoría de las preguntas.
<b>Aportaciones y actividades</b> - Actualización continua del sitio en internet;  - Introducción de nuevos temas;  - Respuesta a preguntas;  - Traducción de todo el texto nuevo al inglés, francés y español;  - Promoción del sitio de internet en los países productores.	Se actualiza el contenido y se introducen nuevos temas;  Se dan respuestas a las preguntas formuladas en tres idiomas;  Se promueve el sitio de internet en los países productores.	Puede visitarse el sitio en internet, leerse el contenido y hacer preguntas;  Calidad de las respuestas, tiempo que se tarda en responder, etc.;  Se pregunta a los usuarios del sitio en internet;  Se hacen actividades de promoción (presentaciones, artículos).	Se dispone de financiación para el período en cuestión (marzo 2006 – febrero 2007);  Se sigue contando con el grupo de especialistas y es capaz de responder a la mayoría de las preguntas.

## II. Resumen del proyecto

1. La Organización Internacional del Café (OIC) presenta la propuesta de proyecto que figura a continuación y la recomienda para su financiación por el Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB) mediante el procedimiento por vía rápida.

1. **Título del proyecto:** Sitio en internet de la Guía del Café 2006/07
2. **Duración:** 12 meses
3. **Ubicación:** Ginebra (Suiza); diálogo con todos los países productores
4. **Naturaleza del proyecto:** Ofrecer respuestas a preguntas sobre el comercio del café formuladas por la industria del café en los países productores.
5. **Descripción sucinta:** La publicación del CCI “Coffee – An exporter’s guide” (330 páginas en inglés) se hizo accesible en un nuevo sitio en internet, [www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org) , en inglés, francés y español en marzo de 2005.

Los usuarios que no encuentren lo que quieran saber pueden enviar una pregunta y esperar una respuesta a esa pregunta concreta por un grupo de especialistas en asuntos cafeteros en el plazo de una semana aproximadamente. La lista de especialistas figura en [www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org).

Algunas de las preguntas y respuestas se ponen en el archivo de preguntas y respuestas del sitio en internet. El servicio es gratis.

Está proyectado usar el contenido del sitio en internet en una publicación en forma de “Comercio del café: 200 preguntas y respuestas” (¿ó 100 ó 365?), alrededor de 2008.

Hay sitios en internet de este tipo en otros sectores, como por ejemplo asesoría médica o jurídica. El primero de este tipo para el sector cafetero es [www.thecoffeeguide.org](http://www.thecoffeeguide.org)

6. **Costo estimado:** US\$120.000
7. **Financiación que se solicita al Fondo:** US\$120.000 (procedimiento por vía rápida)
8. **Modalidad de financiación:** Donación
9. **Cofinanciación:** Ninguna para el período en cuestión (marzo 2006 – febrero 2007)

El Gobierno de Dinamarca financió la Guía del Café (libro) y la elaboración del sitio en internet de la Guía del Café por un valor total de US\$345.000.

Una empresa del sector privado del café financió la traducción de la Guía en 2003.

El Gobierno de Suiza financiará el primer año de funcionamiento del sitio en internet (marzo 2005 – febrero 2006).

10. **Modalidad de cofinanciación:** Toda la financiación recibida hasta la fecha se hizo en forma de donaciones.
11. **Contribución de contrapartida:**
12. **Organismo de ejecución del proyecto:** Centro de Comercio Internacional (CCI)
13. **Organismo de supervisión:** Organización Internacional del Café
14. **Fecha estimada de inicio:** 1 marzo 2006
15. **Fecha estimada de conclusión:** 28 febrero 2007

### **III. Panorama general del producto básico**

#### **III.1. Desarrollo del mercado en estos últimos años**

El café proporciona una gran parte de los ingresos de exportación de muchos de los países en desarrollo. En algunos países, la proporción que corresponde al café puede ser más de la mitad del total de los ingresos de exportación. El mercado del café experimentó un fuerte desequilibrio en los últimos cinco años que dio como resultado una reducción drástica de los precios, aunque se observa una modesta recuperación desde comienzos de 2005. En el decenio de 1990, los ingresos anuales de los países productores de café ascendieron a US\$10-12 miles de millones, pero en estos últimos años fueron de US\$5-6 miles de millones aproximadamente.

Alrededor del 65% de la oferta es café Arábica, el tipo de café con aroma y sabor fino que habitualmente se vende al precio más alto. El café Robusta, que constituye alrededor del 35% del mercado, es más fácil de cultivar, más resistente y por regla general se comercia a la mitad aproximadamente del precio del Arábica. El Robusta constituía únicamente el 25 % del mercado, en volumen, hace 20 años. El Robusta se usa con frecuencia para mezclas y en el café soluble.

#### **III.2 Motivos del desequilibrio del mercado**

El desequilibrio del mercado está relacionado con cuestiones de calidad (1 y 2 *infra*) y cuestiones de calidad y precio (3 *infra*):

##### **1. Aumento de la oferta:**

- rápida expansión de la producción en Viet Nam (aumentó del 1% al 10% de la producción mundial desde finales del decenio de 1980);
- nuevas plantaciones en Brasil;
- rendimientos más elevados;
- mayor eficiencia; e
- incentivos para aumentar la producción, tales como la subida de los precios causada por las heladas del Brasil en 1994, que llevó en aquellas fechas a un aumento de los ingresos de los productores de café en el marco de la liberalización generalizada del mercado.

##### **2. Demanda estancada:**

- competencia de otras bebidas (bebidas refrescantes, etc.);
- aumento del consumo fuera de la casa, lo que supone (i) un precio en taza más elevado; y

- (ii) preparación profesional con menos desperdicio, por ejemplo dos factores que disminuyen la demanda;
- nuevas técnicas (tueste, mezcla, molido, preparación) que hacen posible extraer más café de un gramo de grano verde y reducen con ello la demanda.

### **3. Uso de grano más barato en el mercado general:**

- la industria del tueste usa cada vez más Robusta en las mezclas a medida que la técnica (por ejemplo limpieza al vapor) ha hecho posible reducir los sabores indeseables aunque sea a costa del carácter del café en taza;
- el creciente uso de sabores tales como vainilla, avellana y frambuesa, en especial en los Estados Unidos, lo que significa también que esos cafés a los que se añaden otros sabores pueden hacerse con grano más barato;
- el mayor uso de leche, nata y hielo en los cafés exige un tueste más oscuro, lo que una vez más permite el uso de grano más barato.

### **III.3 Algunas soluciones que se proponen**

Varias entidades han sugerido posibles soluciones para el desequilibrio.

En una comunicación presentada a la Cumbre del G8 en julio de 2005, la OIC propuso que se emprendiese una actuación encaminada a aumentar la conciencia del peligro que supone alentar la producción sin el correspondiente aumento de la demanda, a promover productos con valor añadido y a conseguir acceso a financiación para la diversificación, teniendo en cuenta que en muchos casos hay una serie de limitaciones a la diversificación tales como la ecología y las condiciones de la infraestructura y que puede haber problemas de acceso a los mercados. La OIC subrayó también el valor de otorgar apoyo a su Programa de Mejora de la Calidad del Café, a la actuación encaminada a aumentar el consumo en los países productores y los grandes mercados emergentes y a la difusión de información positiva en relación con cuestiones de salud, todo ello con miras a aumentar la demanda.

Una organización sin ánimo de lucro, TechnoServe ([www.technoserve.org](http://www.technoserve.org)), con el apoyo de McKinsey & Company, publicó también, a finales de 2003, un informe titulado *Business Solutions to the Coffee Crisis* (Soluciones comerciales a la crisis del café), en el que se examinan una serie de posibles medidas, tres de las cuales fueron clasificadas como las que tenían el mayor potencial para conseguir un efecto sostenible:

- Promoción del consumo de café en los países productores y en los mercados emergentes;
- Apoyo a los productores de cafés selectos para que consigan primas en el mercado;
- Diversificación para los productores marginales sin potencial para ofrecer cafés “selectos”.

El Banco Mundial también publicó un informe detallado en marzo de 2004, *Coffee markets: new paradigms in global supply and demand* (Mercados del café: nuevos paradigmas en la oferta y la demanda mundial). En ese informe se llega a la conclusión de que no hay una solución segura e instantánea. Se recomienda que los productores se organicen y, con el apoyo de la comunidad internacional, encuentren maneras de diversificar su producción de café o se dediquen a otra rama de comercio.

Esas sugerencias son importantes, aunque es probable que varias de ellas sólo puedan servir para algunos de los muchos productores y exportadores afectados. Por ejemplo: los mercados nicho con una serie de especialidades abarcan el 8-10% de la producción total. Se incluye en esto el café con certificado de producción orgánica (menos del 1% de la producción mundial) y el café con certificación de comercio justo (menos del 0.5%, la mitad del cual tiene también certificado de producción orgánica). Aunque la producción en esos nichos de mercado se duplicase o triplicase dentro de algunos años, el efecto sería relativamente pequeño, mientras que la mayor disponibilidad podría resultar en cambio en primas más pequeñas.

#### **IV. Instituciones participantes y responsabilidades**

El sitio en internet de la Guía del Café recibe valiosa ayuda de la Organización Internacional del Café en forma de estadísticas, uso del servicio de biblioteca y asesoría general, y promoción.

El CCI organiza el sitio en internet en su sede de Ginebra y tiene contratos con cuatro especialistas en asuntos cafeteros, un diseñador de internet y dos traductores. Varias organizaciones del café ofrecen ayuda ad hoc, como por ejemplo la Federación Europea del Café, la Asociación Nacional del Café de los EE UU, distintas asociaciones de cafés selectos, la Cámara de Comercio de Nueva York, Euronext-Liffe, y otras. A ello hay que añadir un fuerte apoyo procedente de alrededor de 25 personalidades de la industria del café en los países de origen y en los países importadores. La mayoría de esas personalidades estuvieron entre las 100 personas o más que ofrecieron valiosa ayuda gratis durante la preparación de la Guía del Café (libro) en 2002/03.

#### **V. Objetivos generales y concretos del proyecto**

##### **V.1 Objetivos generales del proyecto**

El sitio en internet ofrece información y orientación práctica acerca de cómo optimizar el comercio en todas las etapas en los países productores. La atención se concentra en el mercado general de café (más del 90% del comercio), aunque se dedica alguna a mercados especializados como el de café orgánico y el de comercio justo. La atención se concentra en

prácticas comerciales de importancia para los exportadores, pero el contenido tiene también interés para los productores de café, las autoridades cafeteras, los bancos comerciales, las autoridades de aduana, las empresas navieras, las instituciones docentes y otros.

## **V.2 Objetivos concretos del proyecto**

En estos últimos años el entorno y las condiciones comerciales se han vuelto cada vez más difíciles para los productores y exportadores. Durante muchos años los parámetros comerciales fueron principalmente la calidad del producto, el precio de venta, los costos del producción y las relaciones con los asociados internacionales. La competencia se ha agudizado después de cuatro años de exceso de oferta, bajos precios y márgenes muy pequeños y han surgido nuevos parámetros. Entre esos parámetros cabe citar la demanda por una calidad aún más alta; la coherencia (la misma calidad para el suministro repetido); el poder rastrear el origen; la transparencia (económica, social y ambiental); la capacidad de ajustar el suministro a la demanda; y la capacidad para forjar asociaciones a largo plazo directamente entre el productor y el industrial.

A ello hay que añadir que los elementos contractuales y logísticos del propio comercio se han hecho más complejos con la introducción de varias normas y certificados, y la mayor transparencia y volatilidad de los precios que exigen nuevos tipos de gestión del riesgo, una forma distinta de resolver desacuerdos, distintas vías de comercio electrónico, etc.

Esto significa que todos los que participan en el comercio tienen que hacer frente con frecuencia a las cuestiones que se les plantean. La Guía del Café del CCI y en especial el sitio en internet ofrecen una cantidad inmensa de información, pero en muchos casos no es precisamente la respuesta exacta a una pregunta concreta. Un análisis que hizo el CCI de lo que se encuentra en casi un centenar de sitios en internet relacionados con el café demostró, entre otras cosas, que:

1. El idioma inglés es el que impera casi por completo, mientras que para la mayoría de los usuarios de los países productores el inglés no es su lengua materna y muchos ni siquiera pueden usarlo.
2. Es difícil navegar por muchos sitios en internet por varias razones, entre las que destacan un exceso de información que no tiene nada que ver con el café y un gran volumen de ilustraciones, imágenes, publicidad, etc. Esto hace difícil el uso de los sitios para muchos usuarios que tienen una infraestructura modesta o una experiencia limitada de internet.
3. Unos cuantos sitios de internet tienen secciones muy pequeñas de preguntas que se hacen con frecuencia o foros de debate, pero no son muy activos y ninguno de ellos ofrece un servicio interactivo de preguntas y respuestas.

El sitio en internet de la Guía del Café pone remedio a esas deficiencias. El sitio está en inglés, francés y español. Tiene una estructura muy sencilla y ofrece únicamente dos tipos de información:

1. La Guía del Café del CCI (500 recuadros de texto en tres idiomas, adaptados y actualizados continuamente), y
2. Un archivo de preguntas y respuestas (también en tres idiomas) que va aumentando a medida que los usuarios hacen más preguntas.

El sitio en internet se ha organizado de tal manera que tenga una cantidad mínima de ilustraciones y que no haya ningún elemento que obstaculice el uso que puedan hacer los usuarios con instalaciones modestas o un conocimiento limitado de cómo funciona la internet.

Se ofrecen también respuestas a preguntas procedentes de los países importadores, siempre que cumplan dos condiciones: (1) que sean pertinentes para los usuarios de los países productores, y (2) que no demoren las respuestas a la preguntas procedentes de los países productores.

Es un objetivo complementario a largo plazo usar la biblioteca de preguntas y respuestas que se fue formando poco a poco para hacer una publicación en forma de “*El comercio del café: 200 preguntas y respuestas*” (¿ó 100 ó 365 ó....?). No obstante, se pensará en eso en 2008 más o menos y no forma parte de este proyecto.

El nuevo sitio en internet fue promovido en 2005, en varias conferencias y seminarios, y en artículos. Las presentaciones también sirvieron para aprender al hacerlo, es decir, para adaptar el contenido y la estructura del sitio en internet a las sugerencias de los usuarios.

El uso del sitio en internet, con inclusión del servicio de preguntas y respuestas, es gratis, por lo que es preciso obtener financiación para su funcionamiento. El costo del funcionamiento depende sobre todo del servicio que se ofrece (número de respuestas que se dan, tiempo que se tarda en dar la respuesta, frecuencia de la actualización del contenido, promoción, etc.). Forma parte de este proyecto (2006/07) identificar la ayuda financiera para 2007-2008.

## **VI Proyectos conexos y labor anterior**

El CCI publicó su primera versión del “*Coffee – An exporter’s guide*” en 1992. La demanda de la Guía fue muy elevada durante casi una década y la versión que se publicó a finales de 2002 (francés/español, 2003) está también muy solicitada.

La Guía del Café (libro) tiene 12 capítulos sobre los siguientes temas del comercio:

1. Comercio mundial del café: panorama general
2. El mercado general del café
3. Mercados nicho, aspectos ambientales y sociales
4. Contratos – concertación y ejecución
5. Logística y seguros
6. Comercio electrónico y gestión de la cadena de suministro
7. Solución de controversias: el arbitraje
8. Mercados de futuros
9. Operaciones de cobertura y otras operaciones
10. El riesgo y su relación con el crédito comercial
11. Calidad del café
12. Sistemas de comercialización y reseñas por países.

Al igual que otras publicaciones del CCI, la Guía del Café (libro) se vende a US\$70 + US\$10. No obstante, las asociaciones de cafeteros, productores, exportadores y otros participantes de la industria del café de los países en desarrollo pueden solicitar ejemplares gratuitos en cantidad limitada. El sitio en internet es una manera obvia de difundir el contenido de la Guía del Café y hacerla llegar a un público más amplio, y en una versión continuamente actualizada.

La OIC, el CCI y el Fondo colaboraron también juntos en el Proyecto del café gourmet (1997-2000) que se ejecutó en Brasil, Burundi, Etiopía, Papua Nueva Guinea y Uganda. Ese proyecto puso a prueba muchos métodos nuevos de producir, elaborar y comercializar cafés gourmet. Formó parte del proyecto la primera subasta de café por internet del mundo, que se realizó en Brasil en 1999 y llevó a la creación de la Taza de Excelencia ® y un programa de concurso y subasta, [www.cupofexcellence.com](http://www.cupofexcellence.com), que se usa ahora en varios países. El costo total del Proyecto de café gourmet fue de US\$1,4 millones, de los que el Fondo proporcionó US\$1.018.000 (73%).

## **VII. Presupuesto**

Presupuesto para el período 1 marzo 2006 – 28 febrero 2007 (12 meses).

Las partidas presupuestarias son las que usa el CCI para proyectos de fondo fiduciario.

<b>Partida Presupuestaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>Meses de trabajo</b>	<b>US\$</b>
11.51	Asesores internacionales (cuatro especialistas en café, traducción, viajes,...)	10	83.000
16.01	Viajes personal del CCI (presentaciones, promoción,...)		10.000
21.01	Subcontratos (apoyo técnico del sitio en internet, traducción,...)		7.200
41.01	Equipo reemplazable (CD-ROMs, libros,...)		1.000
53.01	Gastos diversos (telecomunicaciones, correo postal, imprenta,...)		<u>5.000</u>
	Subtotal		106.200
56.13	Costos de apoyo del CCI		<u>13.800</u>
	<b>TOTAL</b>		<b>120.000</b>