



**Informe del Comité de Promoción y
Desarrollo del Mercado sobre la reunión
celebrada el 19 de septiembre de 2016**

Tema 1:	Aprobación del Orden del Día	2
Tema 2:	Informe sobre la reunión del 10 de marzo de 2016.....	2
Tema 3:	Día Internacional del Café	2
Tema 4:	Encuesta sobre las tendencias nacionales del consumo de café en 2016	4
Tema 5:	Acontecimientos del sector cafetero	4
Tema 6:	Revisión estratégica.....	5
Tema 7:	Otros asuntos.....	5
Tema 8:	Fecha de la próxima reunión	5

1. La 12ª reunión del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado tuvo lugar en Londres (Reino Unido) el 19 de septiembre de 2016. La reunión estuvo presidida por la Sra. Vera Espíndola, de México.

Tema 1: Aprobación del Orden del Día

2. El Comité aprobó el Orden del Día provisional que figura en el documento [PM-49/16 Rev. 1](#).

Tema 2: Informe sobre la reunión del 10 de marzo de 2016

3. El Comité aprobó el informe de la reunión anterior, que se celebró el 10 de marzo de 2016 y figura en el documento [PM-48/16](#).

Tema 3: Día Internacional del Café

4. El Director Ejecutivo informó acerca del Día Internacional del Café de 2016. La campaña se centraría en hacer del Día una auténtica celebración mundial del viaje del café desde la finca hasta la taza. El eslogan de la campaña sería “Por el amor al café”, y el Día ofrecería la oportunidad de rendir homenaje a las mujeres y los hombres que cultivan y cosechan el café del que disfrutan los consumidores de todo el mundo.

5. Como medio de revigorizar y fortalecer la marca del Día Internacional del Café, el Director Ejecutivo indicó al Comité que se había diseñado en los cuatro idiomas oficiales un nuevo logotipo en el que figuraba una taza y gotas de café, y ese sería el emblema que se usaría en todo el material de comercialización. El nuevo logotipo era animado para atraer más la atención de los internautas y usuarios de medios sociales.

6. Cuando el Comité celebró su reunión quedaban dos semanas hasta el Día Internacional del Café. Se habían añadido al sitio en Internet 28 eventos de alrededor de 20 países, y se estaban añadiendo más todos los días. Eran todos eventos independientes organizados por personas, empresas y organizaciones de todo el mundo. El sitio en Internet del Día se había vuelto a diseñar también para la campaña de 2016, con el fin de darle un aspecto más nuevo y más profesional.

7. Se estaba haciendo promoción de la campaña en todos los medios sociales con cuatro videos cortos en los que se hacía un llamamiento directo al sector para que creasen y presentasen pormenores de sus eventos de celebración del Día Internacional del Café. Los videos estaban también dirigidos a los consumidores de café, a los que se animaba a que

visitasen el sitio en Internet y celebrasen la ocasión. El Comité vio el video que contenía la versión larga de la campaña de 2016 y felicitó a la Secretaría por la labor que se había estado realizando por el Día Internacional del Café.

8. Durante los comentarios sobre el Día, la Jefe de Operaciones explicó que el papel de la Secretaría y, por tanto, la inversión financiera, se centraba en cuatro actividades:

- a) El sitio en Internet rediseñado se usaría cada año desde ahora para promover el Día Internacional del Café y serviría de depositario de todos los eventos que se presentasen de todo el mundo para celebrarlo.
- b) El nuevo logotipo pensado para que coincidiese con el aspecto y estilo del sitio en Internet rediseñado.
- c) Cinco nuevos videos: cuatro videos cortos de promoción y un video más largo.
- d) Publicidad en los medios sociales.

9. Dados los recursos de la Secretaría, la actividad se centraría en la campaña en línea, que tenía la posibilidad de llegar a miles de personas a muy poco costo. La Jefe de Operaciones mencionó, sin embargo, que la Secretaría examinaría nuevos flujos de ingresos con miras a aumentar su presupuesto para el Día Internacional del Café. Crear más alianzas y vínculos con el sector podría ayudar también en esa cuestión.

10. Sugirió que en el futuro:

- a) El Día Internacional del Café podría llegar a ser el día en que el sector cafetero informase acerca de sus avances en cuanto a convertirse en un sector sostenible.
- b) A partir de cada 1 de octubre la OIC podría adoptar un tema central para el sector que durase todo el año.
- c) El Día Internacional del Café podría ser usado para promover el consumo interno en los países productores y consumidores.

11. La campaña del Día Internacional del Café de 2017 continuaría las actividades ya emprendidas en los dos años anteriores y se propondría en particular aumentar alianzas dentro del sector, entre otros con los comerciantes de café al por menor.

12. Un Miembro comentó que la actividad en los medios sociales debería tener lugar todo el año para promover la celebración y que la OIC debería estar presente en las ferias y eventos cafeteros durante todo el año. Él quería también plantear la idea de que el Día Internacional del Café se usase como plataforma para aumentar la toma de conciencia en todo el mundo de las dificultades con que se enfrentaba el sector cafetero.

Tema 4: Encuesta sobre tendencias nacionales del consumo de café en 2016

13. El Presidente y Director General de la Asociación Nacional del Café de los EE UU (ANC) presentó los resultados de la última encuesta nacional sobre consumo de café, que no solo aparecían en un informe impreso, sino también en un sitio en Internet dedicado a ello en el que los usuarios podían usar los datos para producir sus propios informes dependiendo de sus intereses específicos. Entre las tendencias generales que la ANC había extraído de la encuesta estaban que el consumo general de café había disminuido comparado con el de 65 años atrás, pero que el descenso se había estabilizado; que había diferencias considerables entre las distintas generaciones en el consumo de café; y que a los consumidores les importaba cómo se producía el café que tomaban. Puede encontrarse el texto de este informe en el [sitio en Internet de la OIC](#).

Tema 5: Acontecimientos del sector cafetero

14. El Comité escuchó las palabras del Director Ejecutivo de la Asociación Europea de Cafés de Calidad Especial (SCAE), que explicó la premisa del Mundo del Café y cómo con el tiempo se había convertido en el acontecimiento cafetero más importante de Europa. Puso de relieve el carácter amplio de las actividades que tenían lugar en el Mundo del Café, que hacían que no fuese simplemente una feria comercial, sino también que albergase otros eventos tales como el Campeonato de Baristas, seminarios educativos, oportunidades sociales y, por primera vez este año, un foro de sostenibilidad. En este informe, que puede encontrarse en el [sitio en Internet de la OIC](#), figuran cifras relativas a los resultados del acontecimiento.

15. El Comité también escuchó las palabras del Director Ejecutivo de la SCAE y del Director General de la Asociación Estadounidense de Cafés de Calidad Especial (SCAA) acerca de Re:co (abreviatura de “Respecto al Café”) que en 2015 reemplazó al simposio de la SCAA. El Director General explicó que el objetivo del evento era siempre plantear cuestiones provocativas que llevasen a debate entre los participantes, especialmente al margen de la conferencia principal.

16. La Jefe de Operaciones habló al Comité de las dos últimas sesiones de la serie “Sesiones Cafeteras” que la OIC organiza conjuntamente con la SCAE. La primera sesión fue sobre gusto, aroma y sabor en el resultado sensorial y la segunda fue sobre macro y micro variables en el tueste del café. Puede encontrarse más información sobre todo ello, incluidos videos de las sesiones, en el [sitio en Internet de la OIC](#).

Tema 6: Revisión estratégica

17. Los Miembros tomaron nota del resultado de la revisión estratégica y se centraron en particular en las recomendaciones relativas a promoción y desarrollo del mercado, tal como figuran en el documento [WP-Council 269/16 Rev. 1](#).

Tema 7: Otros asuntos

18. La Presidente apoyó la sugerencia de que se usase el Día Internacional del Café como plataforma para aumentar la toma de conciencia de las dificultades con que se enfrenta el sector cafetero. Mencionó, sin embargo, que ella creía que esa era la función del Comité. El Comité debería ser usado como plataforma para expresar cuestiones del sector cafetero y como espacio para compartir cuestiones que después pudiesen usarse para ejercer presión y propugnación en el sector.

19. La Presidente puso de relieve también varias dificultades a las que ella había tenido que hacer frente como Presidente del Comité. Indicó que el primer problema estaba relacionado con los mandatos de los Presidentes. En los períodos de sesiones de marzo se elegía a todos los Presidentes y se esperaba que presidiesen su primera reunión sin darles tiempo a que la preparasen. El resultado era que sólo tenían las reuniones de septiembre para ofrecer al Consejo su pericia. Para ayudar a remediar esto, ella sugería que el mandato de los Presidentes se prorrogase a dos años. Otro punto que puso de relieve fue el de la necesidad de que los Miembros que fuesen nombrados para integrar el Comité participasen plenamente y se involucrasen no solo durante las reuniones, sino también entre reuniones. Subrayó que la aportación de los Miembros del Comité era clave para la elaboración del Orden del Día, los debates que tenían lugar durante las reuniones y también las actividades que realizaba la Secretaría en nombre de los Miembros.

Tema 8: Fecha de la próxima reunión

20. El Comité tomó nota de que la próxima reunión del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado tendría lugar durante el 118º período de sesiones del Consejo que se celebraría en Londres del 13 al 17 de marzo de 2017.