



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

PC 54/09

1 abril 2009  
Original: inglés

C

## Decisiones y Resoluciones adoptadas por el Comité de Promoción en su 15ª reunión

1. El Comité de Promoción, presidido por el Sr. Mick Wheeler, de Papua Nueva Guinea, celebró su 15ª reunión a tenor del Convenio de 2001 el 17 de marzo de 2009.

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

2. El Comité aprobó el Orden del Día provisional que figura en el documento PC-52/08 Rev. 1.

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

#### **Tema 2.1: Red CoffeeClub de la OIC**

3. El consultor, Sr. Carlos Brando, de P&A International Marketing, hizo una exposición de la puesta en práctica de la Red CoffeeClub de la OIC ([www.coffeeclubnetwork.com](http://www.coffeeclubnetwork.com)), que financió el Fondo de Promoción. El texto de esa exposición puede verse en la sección de exposiciones técnicas del sitio en Internet de la OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation0809.htm>). La Red había estado funcionando desde hacía diez meses y tenía más de 500 miembros y 40 comunidades. Subrayó la necesidad de encontrar mediadores activos, dado que la mediación era esencial para el éxito de la iniciativa, y dijo que el Director Ejecutivo había invitado oficialmente a todos los Miembros a que nombrasen mediadores y estableciesen enlaces con la Red y sus sitios en Internet (véase el documento ED-2048/08). El Sr. Brando también reseñó opciones en cuanto al desarrollo futuro de la Red, entre otras la de incorporar redes que ya existiesen en los países (por ejemplo, la red *Cafés do Brasil*); integrar a la comunidad científica del café estableciendo una comunidad especial para trabajos científicos sobre el café y posibilitando que investigadores y otros interesados debatiesen el café y la ciencia; y crear un “Cafépedia”, al estilo de la Wikipedia. Podría usarse también la Red para hacer comercialización de

llegada (en la que posibles clientes a los que atraigan los blogs, documentos, fotos, etc. que haya en el sitio en Internet encuentren a las organizaciones y empresas, optimización de los buscadores (tecnologías web 2.0) y medios sociales (sitios en Internet de café, otras redes y blogs). Debería pensarse también en integrar el funcionamiento de la Red con el sitio en Internet de la OIC. El reto estaba en atraer jóvenes que se convirtiesen en mediadores, puesto que la juventud sería de importancia decisiva para el éxito futuro de la Red.

4. El Comité tomó nota de ese informe y manifestó su aprecio por la labor que se había realizado. Tomó nota también de que la Red podría ser un instrumento valioso para las empresas, que podrían promover nuevos productos para el sector cafetero.

### **Tema 2.2: Programas para promover el consumo de café**

5. El consultor, Sr. Carlos Brando, de P&A International Marketing, informó acerca de la puesta en práctica de programas para promover el consumo de café basados en la Guía para promover el consumo de café. El texto de su exposición puede verse en la sección de exposiciones técnicas del sitio en Internet de la OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation0809.htm>). Comenzarían en breve actividades en Colombia, en 2009 se idearía una estructura en Costa Rica, y habían tenido lugar conversaciones con Miembros africanos y con Viet Nam. Describió las tendencias en los Miembros productores y dijo que, para la toma de posición del café con respecto a los consumidores, los grupos de bajos ingresos estaban en mayoría y se precisaban enfoques concretos tales como funcionalidad (salud/deportes/atención), placer y socialización. Dio ejemplos de actividades emprendidas por Miembros productores (El Salvador, la India y México) para promover el consumo en sus países, lo que podría ser valioso para los Miembros en estos momentos de crisis económica.

6. En las deliberaciones sobre este tema, el Comité tomó nota de que en Indonesia se calculaba que el consumo interno era de más de 2,5 millones de sacos al año, lo que mostraba la importancia de desarrollar el consumo interno en los países productores, y eso podría beneficiar a los productores cuando los precios de exportación fuesen bajos. En cuanto a la India, el Comité tomó nota de que el Gobierno había introducido un nuevo programa para prestar asistencia a empresarios que querían montar un negocio de café, facilitando un subsidio del 25% de los costos del equipo. Eso había sido muy bien recibido por los empresarios en zonas del norte del país en las que no se toma café. Debería dar como resultado un cambio en las pautas de consumo del país. El Director Ejecutivo subrayó la importancia de recibir datos actualizados sobre el consumo interno y dijo que él escribiría a los Miembros exportadores acerca de eso después de la reunión.

7. El Comité tomó nota de esa información y también de que la inversión inicial del Fondo de Promoción había dado como resultado una inversión hasta la fecha de más de US\$30 millones en programas de promoción, y que estaban en tramitación más recursos.

**Tema 2.3: El café y la salud**

8. El Director Ejecutivo dijo que la Sra. Joanna Scott era la nueva coordinadora del Programa Positively Coffee y del Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud, y que había hecho una exposición de los dos programas en la reunión de la Junta Consultiva del Sector Privado (JCSP) del 16 de marzo de 2009. El Instituto de Información Científica sobre el Café (ISIC) y los Miembros exportadores habían aportado financiación para 2008/09 para el Programa Positively Coffee (US\$50.000 del Fondo de Promoción por lo que respecta a los Miembros exportadores). El ISIC examinaría el futuro del programa en una reunión venidera, y él invitaba a los Miembros a pensar en si la OIC debería seguir colaborando en ello o desarrollar el programa por sí sola, teniendo en cuenta que los recursos que quedaban en el Fondo de Promoción (alrededor de US\$17.000) eran muy limitados.

9. El Comité tomó nota de ese informe y también de que el Presidente del Comité de Promoción representaba a los Miembros productores en el Grupo Rector del Café y la Salud. El programa había sido muy beneficioso para los Miembros productores, que tenían que debatir el futuro del programa en su grupo, y en qué medida y forma podría ser la participación de la OIC.

10. Se sugirió que, dado que el Fondo de Promoción estaba casi agotado, podría pensarse en recapitalizarlo. El Presidente indicó que, si bien eso podría incluirse en el Orden del Día, el Comité necesitaría una propuesta acerca de cómo podría conseguirse la recapitalización. Invitó a todos los Miembros a que pensasen en ello y presentasen una propuesta para examen en la próxima reunión.

**Tema 3: Cuestiones financieras**

**Tema 3.1: Cuentas del Fondo de Promoción para el ejercicio económico 2007/08 e Informe de Auditoría**

11. El Jefe de Finanzas y Administración presentó el documento PC-53/09 en el que figuran las Cuentas del Fondo de Promoción para el ejercicio económico 2007/08 y el Informe de Auditoría. En respuesta a una pregunta acerca de un préstamo de US\$40.000 del Fondo de Promoción a la Universidad Vanderbilt, confirmó que había sido reembolsado e incluido de nuevo en las Cuentas. Los Miembros exportadores aprobaron las Cuentas del Fondo de Promoción para el ejercicio económico 2007/08 y el Informe de Auditoría que figuran en el documento PC-53/09.

**Tema 3.2: Cuentas del Fondo Especial para el ejercicio económico 2007/08 e Informe de Auditoría**

12. Los Miembros exportadores aprobaron las Cuentas del Fondo Especial y el Informe de Auditoría para el ejercicio económico 2007/08 que figuran en el documento SF-41/09.

13. El Director Ejecutivo invitó a los Miembros a que examinasen una propuesta formulada en una reunión anterior de usar algunos de los intereses devengados en el Fondo Especial para financiar programas de promoción específicos, tales como seminarios y otras actividades de interés para los Miembros productores.

14. En las deliberaciones sobre ese tema se hizo referencia al hecho de que el Fondo Especial había sido establecido para un fin específico. La legislación de algunos de los países podría no permitir que los recursos asignados para una finalidad se usasen para otra actividad. Algunos países que habían contribuido al Fondo ya no eran miembros de la Organización. Se sugirió que sería preferible esperar hasta que un proyecto importante hubiese sido identificado, en vez de gastar los recursos en una serie de actividades más pequeñas. La promoción beneficiaba tanto a los Miembros productores como a los consumidores, y generaba beneficios considerables en relación con la cantidad de recursos que se dedicaban a ello, y todos los Miembros deberían pensar en contribuir a esa actividad. Los Miembros exportadores podrían tener que pensar en si un proyecto en sus países podría ser más apropiado si no cabía esperar una contribución de los Miembros consumidores. Se tomó nota también del valor de usar algunos de los recursos para actividades tales como las relacionadas con la salud, o de invertirlos en un proyecto de consumo interno que fuese importante en estos momentos de crisis económica.

15. El Comité tomó nota de esa información.

**Tema 4: Otros asuntos**

16. No hubo ningún otro asunto que examinar.

**Tema 5: Fecha de la próxima reunión**

17. El Comité tomó nota de que la próxima reunión del Comité de Promoción tendría lugar durante el 103<sup>o</sup> período de sesiones del Consejo en la semana del 21 al 25 de septiembre de 2009.