



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

PC 45/07

11 octubre 2007
Original: inglés

C

Decisiones y Resoluciones adoptadas por el Comité de Promoción en su 12ª reunión

1. El Comité de Promoción, presidido por el Dr. Ernesto Illy, celebró su 12ª reunión en virtud del Convenio de 2001 el 28 de septiembre de 2007.

Tema 1: Aprobación del Orden del Día

2. El Comité aprobó el Orden del Día provisional que figura en el documento PC-44/07 Rev. 1.

Tema 2: Actividades y propuestas de promoción

Tema 2.1: Red de la OIC para promover el consumo de café

3. El Comité tomó nota de que la propuesta de la OIC sobre la red de promoción del café, que supone un costo de 114.500 dólares EE UU, había sido aprobada por la Junta Ejecutiva en enero de 2007 y había sido iniciada en junio de 2007 tras una exposición al Comité en mayo de 2007 de los hitos y marcadores del proyecto (véase el documento WP-SGP 17/07 y su addendum). El consultor, Sr. Carlos Brando, de P&A International Marketing, dijo que la red usaría los últimos instrumentos facilitados por Internet 2.0. Se basaba en una comunidad que colaboraba en Internet, en la que podía haber interacción entre las personas, que podían desarrollar maneras de promover el consumo de café. En la comunidad habría foros de debate y recursos tales como videos, fotos, artículos, estudios de casos prácticos de programas de promoción y enlaces con los sitios que vinieran al caso, además de un área de encuestas. Los participantes podrían recibir las últimas noticias, entrar en foros de debate, poner estudios, exposiciones de temas y fotos, y crear conjuntamente maneras de promover el consumo de café. Habría tres comunidades de debate: países productores, mercados incipientes y mercados tradicionales. Se había emprendido la planeación estratégica de la operación de la red enviando un cuestionario a personas con experiencia en la promoción del consumo de café. Había habido un alto nivel de respuestas y la reacción recibida ayudaría a guiar la mediación de las

tres comunidades. Estaba a disposición de los delegados interesados información acerca del cuestionario y las respuestas recibidas. Se había registrado un dominio para la red: **www.coffeepromotionnetwork.com** y se habían identificado cuestiones clave para cada comunidad de la red valiéndose del resumen de respuestas al cuestionario.

4. El Sr. Brando señaló que habría concentración en los jóvenes, lo que ya estaba implícito en el hecho de que fuese Internet el medio usado. La red contaría con mediadores expertos, cuya aportación estaría relacionada estrechamente con el éxito que alcanzara. La capacitación de los mediadores era una tarea crítica y tres entidades (una universidad, un instituto técnico y una escuela técnica) estaban en la actualidad elaborando un programa de formación, y se haría una prueba de enfoque virtual en línea. En resumen, se había emprendido el planeamiento estratégico de la red, se había preparado material para formar a los mediadores y se pondría en marcha en octubre o noviembre una operación restringida como prueba. Para poner en marcha la red, era necesaria la participación de Miembros de la OIC y otros con conocimiento de la promoción del consumo de café. Invitó a todos los Miembros a que enviasen sus direcciones electrónicas a **peamarketing@peamarketing.com.br**, y a que alentasen a otras partes interesadas a que también lo hiciesen. El Comité de Promoción tomó nota de esa exposición, cuyo texto había sido distribuido a los Miembros en la reunión.

Tema 2.2: Consumo interno

5. El Comité tomó nota de que la propuesta de un proyecto piloto para desarrollar mercados internos de café en la India, Indonesia y México (que figura en el documento WP-Board 1031/07) había sido presentada para examen al Comité Consultivo del Fondo Común para los Productos Básicos (FCPB) en julio de 2007, tras haber interpuesto el Director Ejecutivo una formulación en la que había comunicado el punto de vista de los Miembros en cuanto a la urgencia de examinar la propuesta lo más pronto posible. El Director Ejecutivo se había reunido también con el Director Gerente del FCPB para resaltar la importancia de ese proyecto para el sector cafetero. A pesar de esos esfuerzos, el Comité Consultivo había reiterado la posición adoptada en su 37ª serie de reuniones y había rechazado el proyecto, señalando que, a tenor de la política adoptada en el examen de mitad de período del Plan de Acción Quinquenal, un proyecto sólo podía ser examinado dos veces.

6. El Comité tomó nota de que los tres países que habían invertido recursos en la elaboración de esa propuesta estaban decepcionados y frustrados con la decisión del FCPB. En las deliberaciones sobre ese tema, los delegados señalaron, entre otras cosas, las enormes posibilidades para desarrollar los mercados de los países productores y aumentar la cooperación internacional. Era difícil comprender por qué había sido rechazado el proyecto, dada su gran importancia para el sector cafetero. Si no había cooperación en esa esfera, eso podría llevar a que los países productores se preguntaran si los aranceles reducidos, que permitían productos con valor añadido en sus mercados, serían más apropiados una vez que ellos hubiesen desarrollado sus propios mercados y establecido unas reglas de juego

uniformes. La OIC era el organismo internacional oficial de producto básico para el café y consideraba que ese proyecto era de la mayor prioridad para el sector cafetero, y aun así su pericia y sus opiniones habían sido desatendidas por el FCPB. La OIC era demasiado dependiente del FCPB como fuente de financiación de proyectos cafeteros y no era fácil obtener financiación de otras fuentes. Con respecto a seguir actuando en ese sentido, se opinó en general que no sería productivo hacer más esfuerzos para obtener financiación para la propuesta del FCPB. Los países en cuestión habían empezado a dar pasos en la esfera de desarrollo del mercado y estaba en curso una campaña en México, que estaba dispuesto a compartir su pericia con la India e Indonesia. En el caso de Indonesia, el asunto sería debatido al más alto nivel. Se sugirió que los Miembros deberían considerar cómo podría desarrollarse mejor esa esfera mediante cooperación en el marco de la OIC y se señaló también la opción de que los Miembros se esforzasen por modelar la política del FCPB en su calidad de Miembros del FCPB.

7. El Presidente del Comité de Promoción indicó que aumentar el consumo interno podría ayudar a los países productores a evitar la volatilidad del mercado, volverse menos dependientes de las exportaciones y desarrollar infraestructura. Él comunicaría los puntos de vista de los Miembros al Consejo y estudiaría posibles maneras de ir hacia adelante.

8. El Comité tomó nota de esa información y de que Viet Nam, que tenía una población de 85 millones de habitantes, consumía sólo un millón de sacos al año, y pedía una mayor cooperación con la OIC en el campo de la promoción y del aumento del consumo interno. Se organizaría un Festival del Café en Viet Nam a finales de octubre y todos los Miembros estaban invitados a participar.

Tema 2.3: Café y salud

9. La Sra. Silvia Robert-Sargeant informó sobre el Programa Positively Coffee y dijo que estaban disponibles tres nuevos temas: el café y la hidratación, el café y sus componentes y el café y la presión arterial. El Programa también ayudaba a los sectores cafeteros a utilizar recursos tales como seminarios y exposiciones, noticieros y el estandarte, apoyo en sitios de Internet y proyectos hechos a medida. El último noticiero estaba disponible en los cuatro idiomas oficiales en el sitio en Internet y se habían reproducido artículos sobre el café y la salud en publicaciones tales como el “Tea and Coffee Trade Journal” y el boletín informativo de la Asociación Europea de Cafés de Calidad Especial (SCAE). En el sitio en Internet había un podcast de una entrevista con el Dr. Astrid Nehlig sobre el café y el rendimiento mental, y el material gráfico para el estandarte podía bajarse del sitio en Internet y reproducirse según fuese necesario. Con respecto al Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud, participarían en él tres nuevos países (Alemania, España y Portugal). En el CD-Rom que se había distribuido a los Miembros en la presente reunión: “Communicating the current consensus”, se ofrecía un informe completo de ese Programa, incluidos el alcance del proyecto, casos prácticos detallados de cada país, y nombres y direcciones de contacto útiles. En el documento PSCB-104/07 figuraba un resumen del informe del proyecto.

10. El Comité de Promoción tomó nota de esa información y tomó nota también de que el Profesor Darcy Lima, de la Universidad de Rio de Janeiro, había concluido un nuevo libro sobre el café y la salud que abarcaba investigación realizada en los últimos 25 años. Sería publicado por Random House y sería de interés tanto para el público general como para la profesión médica. Además, en Colombia se había hecho una reseña de más de 1.000 artículos sobre el café y la salud, entre los que figuraban conclusiones acerca de la aportación positiva del café al desarrollo educativo de los niños de entre 9 y 11 años. Los resultados de esa reseña bibliográfica se pondrían a disposición del Programa Positively Coffee.

11. El Sr. Nathan Herszkowicz, Director Ejecutivo de la Asociación Brasileña de la Industria del Café (ABIC), y el Sr. Lucas Tadeu Ferreira, Director del Departamento del Café del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento del Brasil, hicieron una exposición de algunas novedades en las actividades sobre café y salud en el Brasil. Se puso un DVD con una película corta acerca de los beneficios que reporta el programa (uno de los cinco producidos con fines de comercialización); la campaña de promoción durante los Juegos Panamericanos de Rio de Janeiro, que difundió un mensaje positivo acerca del café y la salud; y una nueva iniciativa relativa al café y la salud en las escuelas que habían sido creadas como programa piloto y proporcionaba café y leche gratis para los escolares. Los resultados habían sido positivos y podrían llevar a un programa ampliado. El Comité tomó nota de esa información y tomó nota también de que se había creado un juego de postales en relación con la campaña de los Juegos Panamericanos. Las postales eran de atletas y en ellas había mensajes acerca de los beneficios que reportaba el programa, iniciativa que podría ser usada por el sector cafetero mundial.

12. El Presidente del Instituto de Información Científica sobre el Café (ISIC) dijo que continuaba la investigación acerca de la función del café en la prevención de la diabetes (enfermedad asociada con la obesidad y el envejecimiento) y acerca del café y la memoria.

13. El Comité de Promoción tomó nota de los informes presentados bajo este tema y manifestó su aprecio por las exposiciones que se habían hecho.

Tema 3: Otros asuntos

14. No se hicieron más informes acerca de otros asuntos.

Tema 4: Fecha de la próxima reunión

15. El Comité tomó nota de que la próxima reunión del Comité de Promoción tendría lugar durante el 100^o período de sesiones del Consejo que se celebraría en Londres, en la sede de la Organización, en la semana del 19 al 23 de mayo de 2008.