



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

PM 14/12

20 marzo 2012
Original: inglés

C

**Informe del Comité de Promoción y
Desarrollo del Mercado sobre la reunión
celebrada el 8 de marzo de 2012**

1. El Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado celebró en Londres, el 8 de marzo de 2012, su tercera reunión a tenor del Acuerdo Internacional del Café de 2007.

Tema 1: Aprobación del Orden del Día

2. El Comité aprobó el Orden del Día provisional que figura en el documento PM-11/11 Rev. 2.

Tema 2: Elección de Presidente y Vicepresidente para 2011/12

3. El Comité decidió nombrar Presidente al Sr. Andrea Illy, de la Unión Europea – Italia, y Vicepresidente al Sr. Rodolfo Trampe, de México, para 2011/12.

**Tema 3: Promoción y desarrollo del mercado
a tenor del Acuerdo Internacional del Café de 2007**

4. El Sr. Andrea Illy presentó ante el Comité una propuesta de programa para 2012-2015. El texto de esa presentación se encuentra en la sección de presentaciones técnicas del sitio en Internet de la OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>). Bosquejó los antecedentes históricos de los programas de promoción de la OIC y la positiva contribución que habían hecho al desarrollo del sector cafetero en los 10 años siguientes a la crisis de precios bajos de 2001. Desde entonces la situación había cambiado y se caracterizaba por un déficit en la producción, continuos precios altos, descomercialización, aumento de la diferenciación y del valor añadido, incertidumbre acerca de cómo se satisfaría la futura demanda y crecimiento dinámico del consumo en los países en

desarrollo. Para prevenir una nueva crisis, mejorar los medios de vida en los países en desarrollo, consolidar los resultados ya logrados y atraer recursos para la promoción, él recomendaba que continuasen las actividades del Comité con unos objetivos renovados y un enfoque pluriparticipativo y holístico. El objetivo debería cambiar y pasar de promover el consumo de café a promover el valor y la diferenciación mediante una red pluriparticipativa de asociados con dos objetivos estratégicos. El primer objetivo debería ser el de promover el valor mediante la calidad, la salud, la sostenibilidad y la diferenciación creando una red pluriparticipativa de asociados. Posibles actividades podrían ser la de calcular el impacto de los principales componentes del valor en el consumo de café; continuar con los programas de difusión de conocimiento existentes, tales como el Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud, y estimular otros nuevos; e incluir afirmaciones holísticas en las comunicaciones. El segundo objetivo sería el de apoyar a los países productores en la descomercialización del café mediante programas encaminados a aumentar los rendimientos, concentrándose en especial en los productores en pequeña escala y los países emergentes y con la OIC actuando como facilitadora y proveedora de conocimiento. Posibles actividades podrían ser la creación de un manual de marco común sobre mejores prácticas y trabajar en asociación con otras instituciones y organizaciones no gubernamentales que se ocupan de la agricultura. Los próximos pasos serían preparar un estudio de viabilidad incluyendo participantes consultivos, buscar asociados, asignar recursos y elaborar un plan para aprobación por el Consejo en septiembre de 2012.

5. En las deliberaciones sobre este tema los Miembros manifestaron su aprecio al Sr. Illy por la presentación y tomaron nota de la importancia de las actividades en la promoción y el desarrollo del mercado. Se señaló que el café hacía una importante contribución al desarrollo económico. Sería útil tener más información acerca de los factores principales relativos al consumo y los efectos de distintos impulsores, y esta era una esfera en la que la OIC podría prestar asistencia. Si bien los precios habían aumentado, los rendimientos en términos reales para los productores eran más bajos que en la década de 1970. Aunque algunos tostadores habían tenido pérdidas el pasado año debido al clima económico que había hecho difícil pasar los aumentos de precio en la materia prima, el café sólo representaba una parte relativamente pequeña del precio al por menor, y otros factores, tales como el empaquetado y envasado y la comercialización representaban una proporción mayor. La crisis económica había tenido efectos en los mercados de consumo más grandes. Era demasiado pronto para decir cómo afectaría eso al sector y a los aumentos o recortes de precio en algunos segmentos de la cadena de valor, pero era probable que el mercado más bien se reorganizase a sí mismo como un reloj de arena, con un mayor mercado diferenciado y también una mayor producción de bajo costo. Los Miembros exportadores tenían claras estrategias con respecto a sus ventajas competitivas y factores estructurales, y se adaptarían a esto. En cuanto al café certificado, si bien eso había

sido útil para aliviar el efecto de los precios bajos en los productores, aunque los consumidores pagaban más, obtenían un producto de la misma calidad y por tanto tendían a consumir ese tipo de café con irregularidad y volvían a sus mezclas preferidas; mejorar el valor y la calidad de lo que se ofrecía sería útil. Aunque no era posible controlar el mercado, podrían crearse estrategias para tener más información sobre él y facilitar el consumo y mejorar los niveles de desarrollo.

6. El Comité tomó nota de esa información y acordó que pensaría en un plan en septiembre de 2012 y lo presentaría al Consejo.

7. El Sr. Ric Rhinehart, de la Asociación Estadounidense de Cafés de Calidad Especial (SCAA) hizo una presentación sobre la importancia de entablar un compromiso temprano con los consumidores de café e indicó que, de 157 millones de personas en los EE UU que tomaban café, alrededor del 84% empezaban a tomarlo antes de tener 25 años y la mayoría de estas personas seguirían tomándolo toda la vida, mientras que sólo el 4% se convertían en consumidores de café después de los 35 años de edad. Un estudio entre los de 18 a 24 años habían mostrado que la calidad del café era un fuerte elemento de fidelidad a la marca y que alrededor del 47% de los de esa edad consumían café gourmet, en comparación con el 34% de los que tenían más de 40 años. Factores clave eran empezar de jóvenes, empezar con calidad y conservar la autenticidad. El texto de su presentación se encuentra en la sección de presentaciones técnicas del sitio en Internet de la OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>). El Comité tomó nota de esa información.

Tema 4: Actividades de promoción

Tema 4.1: CoffeeClub

8. El Director Ejecutivo indicó que la renovación de CoffeeClub para hacerlo compatible con otras redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn estaría finalizada en marzo de 2012. Habría que intensificar y diversificar la mediación para ampliar el número de socios una vez que estuviese funcionando el CoffeeClub mejorado, y él alentaba a los Miembros y al sector privado a que participasen en ello de forma más activa. El Comité tomó nota de esa información.

Tema 4.2: El café y la salud

9. El Comité tomó nota de que el Programa de educación cafetera para las profesiones relacionadas con la salud, que había sido cofundado por el Instituto de Información Científica sobre el Café (ISIC) y los sectores cafeteros de los países, había tenido éxito y demostrado

beneficios tangibles, en España, por ejemplo, donde el nivel de consumo diario de café que recomendaban los médicos, que era antes del programa de 1 a 2 tazas, había pasado a ser de 4 a 5 tazas. El ISIC consideraba que había llegado el momento de que los sectores cafeteros de los países continuasen con esa labor por sí solos, aunque seguiría facilitando apoyo mediante investigación y análisis y el sitio en Internet sobre el café y la salud. El Comité también tomó nota de que la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) había evaluado tres afirmaciones positivas de los efectos del café en la salud, sobre la hidratación, la actitud alerta y el rendimiento físico. Con relación a la hidratación, se habían eliminado todas las bebidas que no eran agua, mientras que la decisión sobre la actitud alerta y el rendimiento físico estaba en compás de espera en estos momentos, a pesar del respaldo científico de que gozaban, y convendría ponerse más en contacto con la EFSA respecto a esas dos cuestiones.

Tema 4.3: Investigación

10. El Director Ejecutivo indicó que la 24^a Conferencia de la ASIC tendría lugar en Costa Rica en noviembre de 2012. Podía encontrarse información en el sitio en Internet (asic2012costarica.org) y él alentaba a los Miembros a que informasen a representantes del sector cafetero de sus países acerca de este evento. En años anteriores los Miembros exportadores habían acordado hacer contribuciones a las Conferencias de la ASIC del Fondo de Promoción, que habían sido, desde US\$2.000 para la Conferencia celebrada en Indonesia en 2010, hasta US\$10.000 para la celebrada en Brasil en 2008. En el Fondo de Promoción sólo quedaban ahora US\$9.150 y él proponía que esto se asignase a facilitar apoyo para la Conferencia de 2012. El Comité tomó nota del apoyo manifestado por los Miembros exportadores a esta propuesta y de que se informaría a la ASIC acerca de esto¹.

Tema 5: Aplicación del Programa de Mejora de la Calidad del Café

11. El Jefe de Operaciones presentó el documento PM-13/12 en el que figura un informe sobre el Programa de Mejora de la Calidad del Café en los años civiles 2005 a 2011. Dijo que 22 de los 33 Miembros del Acuerdo de 2007 estaban aplicando plenamente la Resolución Número 420, lo que representaba alrededor del 65% de las exportaciones mundiales efectuadas en ese tiempo. En ese período el volumen de café verde exportado por Miembros que facilitaban información con regularidad había sido por término medio de 57,3 millones de sacos, de un total de exportaciones mundiales de café verde de 88,2 millones de sacos, y de 61,2 millones de sacos (65,3%) en 2011.

¹ La cantidad de US\$9.150 fue posteriormente revisada (véase el párrafo 29 del documento ICC-108-10).

12. El Jefe de Operaciones presentó también el documento PM-12/12, en el que figura un informe sobre las clasificaciones de cafés Arábica y Robusta en los años civiles 2005 a 2011. Con respecto al café Arábica clasificado por ICE en el período del informe, los niveles de aprobado descendieron por primera vez, del 92,2% en 2010 a por debajo del 80% en 2011, y los resultados del análisis en taza descendieron del 85,7% al 78,9% en el mismo período. Los niveles de aprobado en el análisis de color aumentaron, sin embargo, del 86,3% en 2010 al 89,8% en 2011. El volumen de café Robusta clasificado por NYSE Euronext de 2005 a 2011 que se juzgó estar por debajo de las normas de la Resolución Número 420 fue de 9,97 millones de sacos (53,9%), de un total de 18,48 millones de sacos clasificados en ese período. Desde que se introdujo el grado "P" de calidad superior en 2009, lo habían recibido 442.667 sacos, y alrededor del 75% procedía de Viet Nam y la India. Viet Nam era el país de origen con el volumen más elevado de café rechazado, el 69,3% en 2011 y el 71% de todo el café por debajo de las normas desde 2005.

13. Con respecto a la solicitud del Director Ejecutivo de que se enviase información sobre normas nacionales de calidad del café (véase el documento ED-2124/11), Brasil y la República Checa habían enviado recientemente respuestas, que se sumaban a las recibidas anteriormente de Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Haití y México. Se recordaba a todos los Miembros que era preciso que enviaran información, con miras a pensar en volver a examinar las normas de calidad en un período de sesiones futuro del Consejo.

14. El Comité tomó nota de esa información.

Tema 6: Cuestiones fitosanitarias

15. El Comité tomó nota de que la Junta Consultiva del Sector Privado (JCSP) había recibido actualizaciones y presentaciones sobre cuestiones fitosanitarias, que incluían la Ocratoxina A (OTA), la acrilamida, la legislación en materia de niveles máximos de residuos, así como sobre la ampliación de información al consumidor en etiquetas relativa a la nutrición y el origen. El texto de esas presentaciones se encuentra en la sección de presentaciones técnicas del sitio en Internet de la OIC (<http://dev.ico.org/presents/presentation1112.htm>).

Tema 7: Otros asuntos

16. No se examinaron otros asuntos.

Tema 8: Fecha de la próxima reunión

17. El Comité tomó nota de que la próxima reunión tendría lugar en Londres durante el 109º período de sesiones del Consejo, del 24 al 28 de septiembre de 2012. El Comité tomó nota también de que sería útil que las reuniones se programasen más cercanas a las de la JCSP, para que las asociaciones del sector privado que estuviesen interesadas pudiesen participar en las dos reuniones.