



**Informe del Comité de Promoción y  
Desarrollo del Mercado sobre la reunión  
celebrada el 26 de septiembre de 2017**

Tema 1:	Aprobación del Orden del Día .....	2
Tema 2:	Informe sobre la reunión del 15 de marzo de 2017 .....	2
Tema 3:	Plan de acción quinquenal de la OIC .....	2
Tema 4:	Proyectos de promoción del consumo .....	2
Tema 5:	Día Internacional del Café .....	4
Tema 6:	Miembros del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado y titulares de cargo.....	4
Tema 7:	Otros asuntos .....	4
Tema 8:	Fecha de la próxima reunión .....	4

1. El Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado, presidido por la Sra. Vera Espíndola Rafael, de México, celebró su 14ª reunión en Yamoussoukro (Côte d'Ivoire) el 26 de septiembre de 2017.

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

2. El Comité aprobó el Orden del Día provisional que figuraba en el documento [PM-53/17 Rev. 1](#).

**Tema 2: Informe sobre la reunión del 15 de marzo de 2017**

3. El Comité aprobó el informe de la última reunión, celebrada el 15 de marzo de 2017, que figuraba en el documento [PM-52/17](#).

**Tema 3: Plan de acción quinquenal de la OIC**

4. El Director Ejecutivo indicó que el pasado año cafetero, el Grupo de Trabajo sobre la revisión estratégica, presidido por el Sr. Aly Touré, de Côte d'Ivoire, se había reunido varias veces con el fin de transformar las recomendaciones de la revisión estratégica en un plan de acción quinquenal (documento [WP-Council 280/17](#)). El plan ofrecía orientación práctica para la labor de la OIC y contenía una serie de acciones prioritarias encaminadas a estimular programas de promoción mediante asociaciones público-privadas, que incluían la de hacer una promoción eficaz del Día Internacional del Café y reforzar con ello la categoría de la OIC como la principal organización intergubernamental que se ocupaba de asuntos cafeteros; alentar actividades relacionadas con la promoción y el consumo de café; y fortalecer la asociación con el sector privado para organizar eventos cafeteros pertinentes. El Director Ejecutivo dio las gracias a todos los miembros del Grupo de Trabajo por la ardua labor que habían realizado.

**Tema 4: Proyectos de promoción del consumo**

5. La Presidente recordó al Comité que uno de los objetivos del mismo era promover el consumo de café para aumentar la demanda. Dijo que el consumo había estado aumentando principalmente en los mercados tradicionales, pero también se notaba el crecimiento en los países productores.

6. La delegada de México presentó infografías sobre el consumo en México de café tostado y soluble y tendencias actuales del consumo, que estaba aumentando. La oleada de establecimientos locales de café era de gran importancia, dado que el 90% del café que se vendía a esos establecimientos se cultivaba en México. Se estaba haciendo en el país promoción de los beneficios del café para la salud, basándose en estudios científicos, para

combatir el mito de que el café podía ser perjudicial. El objetivo de la campaña era educar al público en que tomar café con moderación era beneficioso. Las infografías estaban disponibles en inglés y español, y serían traducidas al francés y al portugués.

7. El Director Ejecutivo había visto de primera mano, en una visita reciente a México, el vigor del mercado cafetero, y felicitó a México por haber aumentado su consumo interno. Ese era el tipo de evolución positiva que propugnaba la OIC como factor clave para estabilizar el mercado de café.

8. En respuesta a preguntas acerca de cómo ese crecimiento del consumo estaba teniendo efecto en los precios que se pagaban a los agricultores, la representante de México explicó que su país estaba habitualmente influenciado por su vecino, los Estados Unidos de América, en el que los establecimientos de café habían alcanzado gran popularidad. En la Ciudad de México, por ejemplo, las cafeterías Starbucks y Juan Valdez competían por puntos clave de la ciudad. Esa tendencia a las cafeterías había ayudado también a que floreciesen los establecimientos de café independientes, y una cadena mexicana llamada “Cielito Querido Café” había abierto varias tiendas en la ciudad. Los mexicanos estaban muy orgullosos de todos sus productos, incluido el café, y la delegada recordó al Comité que México no tenía una Junta del Café y por tanto era la propia industria la que estaba detrás de la promoción y los eventos cafeteros. El Plan Nacional del Café Mexicano había ayudado también a los productores a obtener valor añadido, mediante el aumento del consumo interno con dos estrategias clave: incremento de las exportaciones por medio de la mejora de la calidad del Robusta y del café soluble; y el hecho de que el consumidor mexicano buscase café mexicano de alta calidad. Los precios eran competitivos y muchos productores preferían vender su café en el mercado interno, dado que podían obtener mejor ganancia vendiendo directamente a los tostadores del país. Estaba comprobado que esa estrategia beneficiaba a los agricultores en pequeña escala, en especial en tiempos de crisis de los precios internacionales del café.

9. El Director Ejecutivo aprovechó la oportunidad para recordar a los Miembros que durante muchos años la OIC había estado haciendo hincapié en la importancia de aumentar el consumo interno en los países productores. Buen ejemplo de ello era la Guía para promover el consumo de café, que era muy completa y todavía tenía validez, y que era también un punto de partida excelente de cualquier campaña para aumentar el consumo interno.

10. Se recordó al Comité que los efectos positivos del café para conservar la buena salud habían sido ratificados por estudios de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Era fundamental informar a los agricultores de que lo que cultivaban era un producto muy importante y que tomar café era bueno para la salud de uno.

**Tema 5: Día Internacional del Café**

11. El Director Ejecutivo ofreció un informe sobre el Día Internacional del Café, una iniciativa muy importante de la OIC que se proponía alentar a los aficionados al café de todo el mundo, así como a otros interesados, a organizar sus propios eventos para celebrar el café, y a usar los medios sociales y el sitio web dedicado a ello. La tercera edición del Día Internacional del Café se llamaba “Café para ti y para mí” con el fin de subrayar la capacidad del café de reunir a familias y amigos, y se había escogido el tema para poner de relieve la importancia del café, tanto para los productores como para los consumidores. Después presentó el video de la campaña, que fue bien recibido por los Miembros del Comité.

12. El Director indicó también que se celebrarían docenas de actos de promoción en puntos de venta de café y en otros eventos de todo el mundo. Hasta la fecha se habían recibido y anunciado en el sitio web del Día pormenores de eventos que tendrían lugar en más de 30 países, lo que era señal de reconocimiento de que el Día Internacional del Café estaba creciendo. En el evento de este año habría también un concurso de fotografía con premios en efectivo, y se anunciarían cuáles habían sido los ganadores más adelante en la semana, durante el período de sesiones del Consejo.

13. El Director Ejecutivo manifestó la gratitud de la OIC por el apoyo financiero de la Asociación Nacional Japonesa del Café (AJCA) y el apoyo logístico de SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) de México, que habían hecho posible el evento.

**Tema 6: Miembros del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado y titulares de cargo**

14. Los Miembros indicaron la necesidad de pensar en la composición del Comité, así como en la elección de una nueva Presidencia y Vicepresidencia para el año cafetero 2017/18. El Director Ejecutivo indicó a los Miembros que los pormenores del procedimiento se exponían en el documento [WP-Council 285/17](#).

**Tema 7: Otros asuntos**

15. No se trataron otros asuntos.

**Tema 8: Fecha de la próxima reunión**

16. El Comité tomó nota de que la próxima reunión del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado tendría lugar durante el 121º período de sesiones del Consejo que se celebraría del 9 al 13 de abril de 2018.