

"PROGRAMA REGIONAL DE APOYO A PROYECTOS DE PROMOCION DEL CONSUMO INTERNO DEL CAFÉ EN LOS PAISES DE AMERICA CENTRAL, REPUBLICA DOMINICANA, JAMAICA Y PERU¹"

I. CONTEXTUALIZACION Y OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO DE LA CAFICULTURA Y PROMOCION DEL CONSUMO DEL CAFÉ EN LA REGION

A. Antecedentes

1. El Sector cafetalero de la región presenta condiciones agroecológicas ideales para producir café de alta calidad y de precios atractivos. Además, hay una base institucional y organizacional público y privado consolidada o en proceso de consolidación, con muchos años de experiencia y con representatividad de los actores públicos y privados participantes de los eslabones de la cadena agroproductiva del café, que brindan una serie de servicios a sus beneficiarios o asociados: institutos; consejos; organizaciones de productores, comercializadores, tostadores, exportadores; cooperativas; fundaciones; gremios; fondos; otros.

2. Existen instituciones y organizaciones que brindan servicios técnicos de investigación (control de plagas y enfermedades, mejoramiento genético, nutrición); manejo agronómico; extensión; financiamiento; industrialización (construcción de beneficios, secadoras solares, secado mecánico); control de calidad (certificación de la calidad del café); laboratorios (cultivo de tejidos, suelos); promoción (diferenciación por origen, ferias nacionales e internacionales, cursos de barismo); servicios administrativos y financieros; escuela de catadores y beneficiadores; diversificación productiva.

3. El sector cafetalero de la región fue afectado en el 2012 por una severa crisis causada principalmente por el ataque de una enfermedad conocida como la Roya del Café (*Emileia vastatrix*), este ataque afectó extensas áreas de producción y provocó pérdidas muy importantes producto de la disminución de la producción y consecuentemente las exportaciones, así mismo, se disminuyó las oportunidades de trabajo para corteros y beneficiadores y se evidenció una crisis general en los países y particularmente en las regiones productoras de café. Adicionalmente, coincidió con el ataque de la Roya, una época de bajos precios internacionales del café que limitaron aún más las posibilidades de los productores y sus familias para lograr rentabilidad en el cultivo, en ese sentido, el sector cafetalero ha tenido que hacer ajustes en los sistemas de producción, manejo del cultivo, beneficiado y por supuesto, también se está trabajando en la identificación de nuevos mercados, entre ellos el mercado de consumo interno que se vuelve una oportunidad al generarse mayor demanda y la posibilidad que esta sea atendida directamente por pequeños productores que se distinguen por su alta calidad y emprendedurismo.

4. En ese marco El PROMECAFE² desde el 2013 viene implementando El Plan Estratégico y Programa de Inversión para el Fortalecimiento de la Competitividad del Sector Cafetalero en la Región Centroamericana y Caribe, basado en los valiosos avances que PROMECAFE ha logrado, especialmente en el ámbito tecnológico, a partir de lo cual se han identificado y priorizado

¹ *Esta iniciativa de Programa Regional es promovida por el Consejo Directivo de PROMECAFE, liderado por su Secretaría Ejecutiva, con la participación de los miembros del Comité Técnico y Gerencias de las institucionales nacionales del Café, y actores representativos del sector cafetalero, y cuenta con el apoyo financiero de la Organización Internacional del Café –OIC, y del apoyo técnico del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA.*

² *El PROMECAFE dispone de un Plan Estratégico y Programa de Inversión para el Fortalecimiento de la Competitividad del Sector Cafetalero en la Región Centroamericana y Caribe, concebido para su implementación a largo plazo, 10 años en dos etapas de 5 años cada una, teniendo presente que el mejoramiento genético del café, la industria semillera y la competitividad del café son procesos de largo plazo, que se materializan a través de los instrumentos, medidas, recursos y cartera de proyectos contenida en el Programa de Inversión.*

acciones para los primeros tres años de ejecución focalizado en el mejoramiento de la gestión institucional para el combate de la roya, fortalecimiento de la competitividad del sector cafetalero, promoción, innovación y la sostenibilidad ambiental en todos los eslabones de la cadena agroproductiva del café.

5. En la fase actual de PROMECAFE, entre las principales prioridades se incluye el acceso a mercados, innovación tecnológica, promoción del café basado en calidad y la sostenibilidad ambiental en la cadena, considerando que existen amplias posibilidades de adopción de alternativas innovación, y de generar mayor valor agregado, además que existen importantes logros ambientales e incorporación de tecnologías orientadas a mejorar la eficiencia del cultivo de café, incluyendo la promoción del pago de servicios ambientales, la obtención de la Denominaciones de Origen (DO) e Indicaciones Geográficas (IG), y la Promoción y Creación de "rutas del café" para generar ingresos adicionales por turismo rural.

B. JUSTIFICACION

6. En los países de la región, destaca la producción de café de alta calidad derivado de una serie de factores, entre ellos: condiciones agroecológicas favorables para el cultivo, amplia experiencia cultural de cultivo de café, mejoramiento genético, mejora en los procesos de beneficiado del café y capacitación de todos los actores involucrados en la cadena, entre otros. Actualmente existen iniciativas importantes que impulsan la diferenciación por calidad y la diversificación en la venta de café, fomentando el desarrollo de nuevos mercados, basados en la calidad del café, una nueva y positiva percepción de los consumidores y el interés por parte de nuevos segmentos de consumidores y ambientes de consumo (jóvenes, deportistas, escuelas, oficinas, gimnasios, ect.), resaltándose dichos esfuerzos en eventos importantes de promoción tales como: ferias nacionales e internacionales, la taza de la excelencia para cafés especiales, subastas de café de alta calidad, entre otros.

7. Uno de los principales retos es identificar y generar nuevos mercados para la comercialización del café, entre estos destaca las posibilidades de que tiene el mercado interno para incrementar y desarrollar la demanda de café, sin embargo, es necesario realizar un trabajo importante de educación en el consumidor, de tal manera que aprecie y demande de un producto diferenciado, de alta calidad y por el cual esté dispuesto a pagar un valor adicional que le garantice los atributos deseados. En el ámbito interno la educación y promoción del consumo de café se puede lograr mediante el desarrollo de eventos y actividades especiales que tengan como finalidad educar y promover el consumo de café de alta calidad (eventos de barismo, catación, ferias y competencias nacionales).

8. Existen experiencias recientes y lecciones aprendidas sobre la promoción del consumo interno del café en los países productores, que son importantes considerar, ya que constituyen una oportunidad a aprovechar para enfrentar los desafíos de ampliación y dinamización del mercado interno del café en los países de la región.

9. En primer lugar, cabe destacar las iniciativas que ha venido promoviendo la Organización Internacional del Café –OIC- para promover el consumo interno del café en los países productores, además que existen países que ha realizado importantes avances en el tema, entre ellos Brasil que ocupa el primer lugar como referencias de diversas experiencias que han sido replicadas por otros países que ha realizado avances importantes, por ejemplo:

En Colombia Nace el Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia- Toma Café³. En 2008 liderado por la FNC en alianza con la gran industria torrefactora, la cadena cafetera se

³ Fuente: Dinámica del consumo interno de café en Colombia -Programa de Promoción de Consumo Toma Café

reúne en talleres de trabajo alrededor del propósito de reactivar el consumo interno de café de manera sostenible y dan nacimiento al Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia - Toma Café.

En el caso de Costa Rica, los consultores de P&A aplicaron la Guía de la OIC y recogieron un análisis FODA, cuya estrategia general de promoción sugerida, fue promover todos los cafés vendidos en Costa Rica, sin privilegiar tipos de café (tostado y molido o soluble), tipos de producto (café puro o torrefacto), calidades, sistemas de preparación (filtrado, extracción, espresso, etc). La idea es promover el concepto café, la categoría café.

México en su Plan Integral de Promoción del Café de México 2012, plantea que, si bien las acciones realizadas con anterioridad en materia de promoción y mejoramiento de la calidad así como de integración de los miembros de la cadena productiva, han contribuido a generar una mejor visión de los consumidores sobre el Café de México como imagen de identidad y han mejorado la percepción de los compradores del mercado internacional sobre los cafés mexicanos, es necesario garantizar por una parte que se siga incrementando el consumo interno y por otro lado, que los cafés que México exporta se coticen mejor; por lo que se requiere atacar ambos segmentos en tanto que el principal beneficio esperado es que los productores y miembros de la cadena productiva en general obtengan mejores ingresos por la comercialización del producto.

Las experiencias y lecciones anteriores y de otros países revelan características y resultados importante para replicar y escalar a nivel de los países de la región, además por los beneficios directos que genera por la mayor demanda por el café del país (mercado cautivo); mejores precios para los productores; oportunidades para agregar valor; e impactos en la generación de empleo, en la expansión de la base fiscal, y en general en el desarrollo económico del país.

II. DESCRIPCION DEL PROGRAMA REGIONAL

10. **Objetivo General:** Contribuir al fortalecimiento del sector cafetalero de América Central, República Dominicana, Jamaica, y Perú, para responder adecuadamente a los desafíos de ampliación del mercado interno, mediante la promoción del consumo del café con enfoque integrado de la cadena del café pertinente con la estrategia del PROMECAFE.

11. **Objetivos Específicos:**

- a) Fortalecer capacidades de organizaciones y entidades públicas y privadas del sector cafetalero, en identificación de oportunidades del mercado consumidor, definición de ejes estratégicos y priorización de líneas de acción de promoción del consumo interno del Café.
- b) Apoyar al sector cafetalero en los países del PROMECAFE en el incremento del consumo de café de calidad mediante el diseño e implementación de proyectos de educación, capacitación y promoción que fomenten el Consumo Interno.
- c) Promover alianzas estratégicas con instituciones y organizaciones nacionales, regionales e internacionales que contribuyan a dinamizar procesos y generar espacios de cooperación horizontal e intercambio entre los países para el mejoramiento y efectividad de programas y proyectos de promoción del consumo interno del café.

- d) Mejorar los sistemas de información, comunicación y gestión del conocimiento entre los institutos de café (icafes) y actores clave de la cadena del sector café vinculado a la promoción del consumo interno del café.

12. BENEFICIARIOS. El Programa Regional de Apoyo a la Promoción del Consumo Interno (PCI) de Café beneficiará a: Los actores participantes de los sectores estratégicos vinculados a los eslabones de la cadena de agregación de valor del café: productores beneficiadores, exportadores, torrefactores, transportistas, proveedores de servicios de apoyo e insumos, comercializadores; funcionarios de las instituciones y organizaciones del sector cafetalero; y consumidores.

13. RESULTADOS ESPERADOS: Al final de los tres años de ejecución del Programa Regional se espera alcanzar los siguientes resultados:

- a) El sector cafetalero en los nueve países ha fortalecido su capacidad de definir e implementar estrategias de promoción del consumo interno del café.
- b) Se han formado cuadros técnicos y multiplicadores nacionales para mejorar las competencias de los distintos actores de la cadena del café y se han desarrollado habilidades para aplicar metodologías, técnicas e instrumentos de promoción del consumo interno del café.
- c) Actores claves de la cadena del café cuentan con programas/proyectos de promoción del consumo interno de café en los cuales han participado en el diseño, gestión e implementación, junto con los equipos técnicos de la cadena.
- d) Se ha aplicado e institucionalizado el uso de la Guía Metodológica de la OIC y capacitado equipos técnicos a nivel regional y nacional, y han recibido curso práctico de elaboración de proyectos de promoción del consumo interno del café.
- e) Los icafes y demás sectores de la cadena del café involucrados en los Proyectos PCI-País, cuentan con un Plan de Acción para el lanzamiento de los proyectos y movilización de recursos ante donantes/financiadores.
- f) PROMECAFE junto con los países han establecido alianzas con instituciones y organizaciones nacionales, regionales e internacionales para apoyar acciones que fortalezcan y mejoren su capacidad de promover el consumo interno del café.
- g) Se lleva a la práctica los conocimientos adquiridos mediante el desarrollo o colaboración en eventos y actividades de promoción de consumo interno de café tales como: eventos de capacitación en barismo y catación, ferias y eventos de degustación de café de alta calidad, capacitación a consumidores, promoción del café como estimulante positivo de la salud y energizante para el trabajo y deportistas, otros.
- h) Los países y actores beneficiados disponen de una estrategia de relacionamiento, temas de promoción del consumo y negociación con los socios estratégicos, y han fortalecido alianzas y redes regionales de especialistas y con la cooperación internacional en la promoción del consumo interno en los países del PROMECAFE.
- i) El PROMECAFE junto a las instituciones y organizaciones participantes disponen de información y conocimiento en apoyo a la toma de decisiones estratégicas, gerenciales y operativas de promoción del consumo del café, específicamente: **i)** Se ha diseñado un sistema moderno de comunicación y gestión de información y conocimiento, **ii)** establecida plataforma regional de promoción del consumo del café y funcionando como red regional; y **iii)** Desarrollados mecanismos e instrumentos en el marco del PROMECAFE para la promoción de encuentros e intercambio de experiencias y lecciones aprendidas en cada país sobre PCI-Café.

14. COMPONENTES:

El Programa de apoyo al Consumo interno del Café, se ejecutará en el ámbito Regional direccionado al sector cafetalero en los países para que dispongan del conocimiento y capacidad de revisar programas y aprender de las experiencias desarrolladas por otros países, beneficiar las tendencias actuales de mercado (café especiales, calidad, nuevas bebidas de café, impactos positivos en la salud; ~~ete~~etc.), y preparar sus programas/proyectos prioritarios. Para lograr este propósito a nivel de los países del PROMECAFE el Programa Regional se desarrollará en 4 componentes, estos son: 1) Desarrollo de capacidades en promoción del consumo del café; 2) Estudios y diseño de proyectos-país de Promoción del Consumo de Café (PCICafé-País; 3) Alianzas Estratégicas de promoción del consumo del café; 4) Gestión de la Información y el Conocimiento.

- a. Componente 1: Desarrollar capacidades orientadas a la promoción del consumo interno del café, con enfoque integral de la cadena de café, involucrando a los actores clave de la cadena en los programas de promoción, las actividades principales son: i) Definir metodología, estrategias y elaborar instrumentos (Guías, manuales, y normativas, etc.) de promoción del consumo interno del café; ii) Mejorar las competencias del capital humano de Institutos del Café y sectores productivos en diseño de proyectos en temas prioritarios de promoción del consumo del café en los países; iii) Capacitación dirigida a los distintos actores de la cadena del café (productores, consumidores, comercializadores, exportadores, técnicos, etc.) con el propósito de fomentar el consumo interno de café de calidad, involucrando nuevos segmentos de mercado (jóvenes) y bajo un enfoque novedoso (bebida energética y saludable).
- b. Componente 2: Diseño de proyectos de Promoción e Incremento del Consumo Interno del Café, el objetivo es apoyar a los países en el proceso de elaboración de un proyecto propio de país que sirva para gestionar recursos y orientar los esfuerzos de incrementar el consumo interno del café, según las prioridades de cada país. Una de las principales acciones a incluir en dichos proyectos es el desarrollo de un plan de sensibilización y de educación al consumidor, a fin de que aprecie y demande de un producto diferenciado, de alta calidad, y por el cual esté dispuesto a pagar un valor adicional que le garantice los atributos deseados. La educación y promoción del consumo de café se logrará mediante el desarrollo de eventos y actividades especiales orientados a educar y promover el consumo de café de alta calidad (eventos de barismo, catación, ferias y competencias nacionales).
- c. Componente 3: Alianzas estratégicas de promoción del consumo del café, cuyo objetivo es promover y consolidar alianzas entre los actores de la cadena de café y con instituciones y organizaciones nacionales, regionales e internacionales que contribuyan a fortalecer, modernizar y mejorar la promoción del consumo del café, en una relación de "ganar-ganar", aprovechando capacidades y experiencias, así como instrumentos de intercambios y de cooperación horizontal. La idea es participar conjuntamente en acciones específicas de promoción del consumo interno, donde todos los actores aporten recursos y capacidades, ampliando la cobertura y logrando sinergias, a la vez, sirviendo como mecanismo para ensayar y aplicar los conocimientos adquiridos en las capacitaciones previas.
- d. Componente 4: Gestión de la Información y el Conocimiento, cuyo objetivo es proveer a las instituciones y organizaciones participantes del Programa Regional información y conocimiento en apoyo a la toma de decisiones gerenciales y operativas de promoción del consumo del café en los países de la región. Sistematizar experiencias exitosas, desarrollar y aplicar conceptos en los diferentes países y entornos, organizar la base

conceptual y formular metodología con un marco de análisis y matriz de acciones, contenido en un manual de promoción del consumo interno del café.

15. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCION: La ejecución del Programa Regional será responsabilidad de la Secretaría Ejecutiva de PROMECAFE con su unidad técnica, unidad administrativa y las instituciones cafetaleras, bajo el marco de su estructura actual con su Consejo Directivo, el Comité Técnico y los Comités de Dirección. Se han presupuestado recursos para la gestión del Programa durante los tres primeros años y recursos para la cooperación técnica correspondiente, además de los recursos para ejecución de los cuatro componentes incluido los proyectos específicos a nivel nacional diseñados a nivel de idea avanzada y/o de perfil.

La Secretaría Ejecutiva tendrá el apoyo de las Redes Regionales de Especialistas de las instituciones que forman parte de PROMECAFE (catadores, baristas, promoción). Para cada proyecto (uno por país) se formará un Comité de Dirección con un coordinador de proyecto que es un especialista que por competencia técnica asume el liderazgo para la elaboración y gestión del proyecto correspondiente.

16. FINANCIAMIENTO ESTIMADO DEL PROGRAMA REGIONAL: El costo total del Programa Regional para los primeros tres años de ejecución se estima en US\$458,556.00, que incluye los 4 componentes: a) Desarrollo de Capacidades b) Diseño y elaboración de proyectos-país de Promoción del Consumo de Café c) Alianzas Estratégicas de promoción del consumo del café; d) Gestión de la Información y el Conocimiento.

Presupuesto Proyecto por años de ejecución por Componente

Componente	Costo Total	Año 1	Año 2	Año 3
1. Desarrollo de Capacidades nacionales en promoción del consumo del café	\$92,000.00	\$55,000.00	\$25,000.00	\$12,000.00
2. Diagnostico y diseño del proyectos-país de Promoción del Consumo de Café	\$147,156.00	\$67,156.00	\$50,000.00	\$30,000.00
3. Alianzas estratégicas de promoción del consumo del café	\$64,000.00	\$28,000.00	\$24,000.00	\$12,000.00
4. Gestión de la Información y el Conomiento	\$83,400.00	\$20,000.00	\$25,000.00	\$38,400.00
5. Gestión del Programa	\$72,000.00	\$35,000.00	\$25,000.00	\$12,000.00
	\$458,556.00	\$205,156.00	\$149,000.00	\$104,400.00

III. ESTRATEGIA DE INTERVENCION DE PROYECTOS DE PCI-CAFÉ EN LOS PAISES DEL PROMECAFE

17. Los nuevos perfiles de proyectos PCI-Café por país constituyen la cartera del Programa Regional de PCI de Café, que tienen como principal objetivo contribuir a materializar la estrategia del PROMECAFE mediante el apoyo a iniciativas de promoción del consumo interno del café que impulsan los países de la región.

Este es un proceso dinámico y participativo que se ha iniciado mediante consulta con el apoyo a los Institutos del Café en la fase de preinversión (identificación-elaboración y lanzamiento de los proyectos/país) por parte de la Secretaría Ejecutiva de PROMECAFE y los miembros de su Comité Técnico.

Serán nueve los proyectos a ser formulados a nivel de idea avanzada y/o perfil, con el objetivo que en la medida que se vayan identificando potenciales donantes y/o financiadores de los