



ORGANIZACIÓN
INTERNACIONAL
DEL CAFÉ

“PROGRAMA REGIONAL EN APOYO A LA PROMOCIÓN DEL CONSUMO INTERNO DEL CAFÉ EN LA REGIÓN DE PROMECAFE ”

Informe de Resultados

René León-Gómez
San Salvador, octubre de 2021



Fondo Especial otorgado por la OIC



Ejecutado entre 2018-2021 (4 años)

Objetivo del proyecto

Promover incremento en la demanda de café mediante la promoción del consumo interno en la región PROMECAFE.

- Principios orientadores:

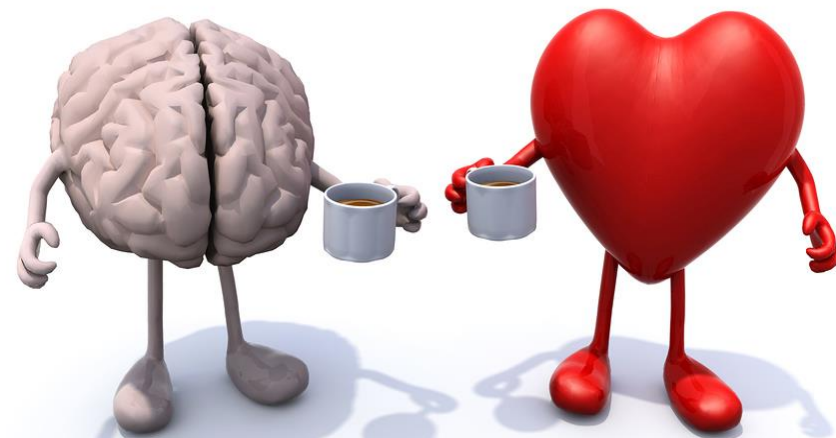
- El incremento de la demanda favorece mejores precios.
- La demanda nacional es más accesible al pequeño productor.
- Valor agregado del café se quede en la región.
- Trabajo colaborativo involucrando distintos actores de la cadena del café.
- Intercambio de experiencias y conocimiento entre países de la región.



Resultados del Proyecto

COMPONENTE 1. Desarrollo de Capacidades

- Capacitados a representantes de la región Basado en la Metodología de OIC.
- Intercambio de experiencias.
- Concientización de los actores involucrados



Resultados del Proyecto



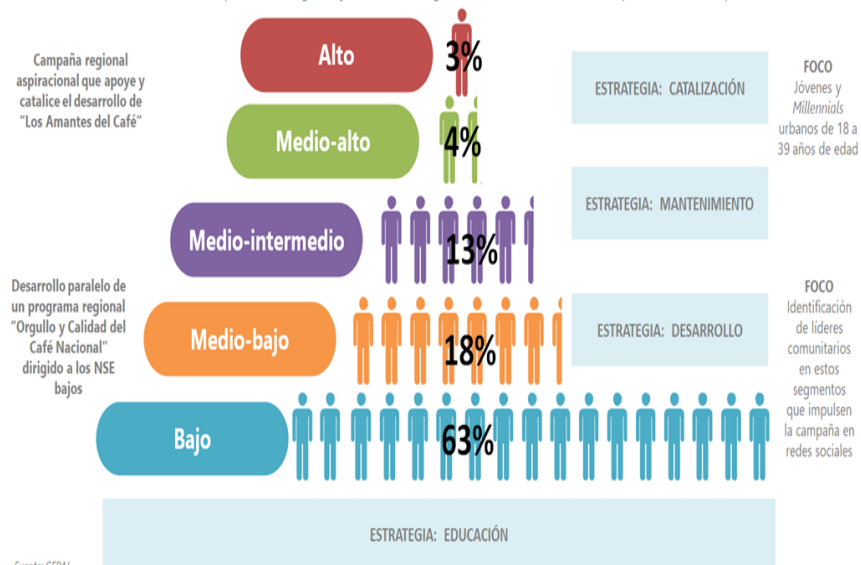
COMPONENTE 2 Diagnostico y Diseño de Planes Nacionales

- Ajuste de planes nacionales para dirigir esfuerzos a la promoción de consumo interno.
- Vinculando el orgullo nacional
- Asociado a Salud y Calidad de Vida.
 - Bienestar, Deportes, Ambiente y Beneficios Sociales.

Resultados del Proyecto

COMPONENTE 2 Diagnostico y Diseño de Planes Nacionales

El desarrollo de una arquitectura de marca nacional debe contemplar la integración de las bases en la educación, la calidad y la modalidad de consumo. Esto estimula la promoción regional y nacional del orgullo de café como fuente de empleo, turismo e impacto al GDP.



Fuente: CEPAL. Sala91 - Estudio de Mercado de PROMECAFE 2020.

- **ESTUDIO DE MERCADO:** “Medición del consumo de café y análisis de los factores que determinan el crecimiento futuro del consumo de cafés en los países miembros de PROMECAFE”



Tamaños de mercado, consumo y categorías de café



Análisis Socioeconómico y demográfico



Participación y Crecimiento de los Canales de distribución



Análisis de la Competencia, compañías y marcas y campanas de promoción

Resultados del proyecto

COMPONENTE 3- Alianzas Estratégicas

- Plataforma Regional para fomento del Consumo Interno.
- Se ha trabajado con mesas nacionales de trabajo (multi-actores).
 - Representantes de las instituciones de café.
 - Representantes de la industria tostadora.
 - Gobierno, comercializadores, otros



Resultados del proyecto

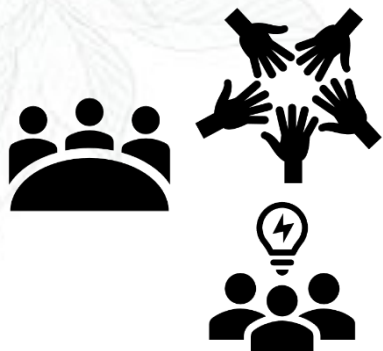
COMPONENTE 4 Gestión de la Información y el Conocimiento

- Desarrollo de campaña para PCI.
 - Videos, infografías, afiches, Kit promocionales
- Campañas en redes sociales y medios digitales
 - Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp
 - Boletín, pagina web
- Sistematización de la experiencia



Lógica del Proyecto- Promoción Consumo Interno

Mesas Nacionales



MÉXICO

PANAMÁ

EL SALVADOR

GUATEMALA

COSTA RICA

REPÚBLICA DOMINICANA

NICARAGUA

HONDURAS

JAMAICA

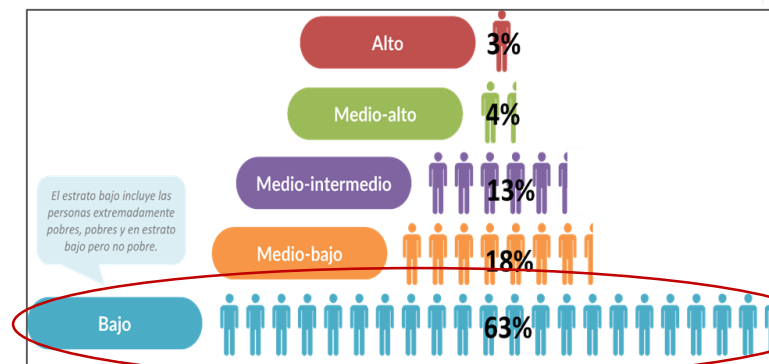


Contenido

Beneficios del Café



Planes Nacionales



Resultados:

- Red especialistas regional.
- Capacitación.
- Planes nacionales.
- Mesas de trabajo.
- Infografías- Salud y Bienestar.
- Estudio de mercado regional.
- Actividad nacional de PCI
- Taller entrega de resultados
- Foro Café, Salud y Bienestar

Lecciones aprendidas

Red de actores
interinstitucional



Enfoque en la base de
la pirámide



Salud y bienestar como
eje transversal



Redes sociales



Medición permanente



Diferenciar estrategias
entre promoción
nacional e
internacional



Orgullo nacional vs
calidad



Oportunidades
(nuevos consumidores,
preparaciones,
momentos)



Recomendaciones

Aprovechar plataformas regionales

Desarrollar redes (interinstitucionales)

Comprender el mercado interno
(limitaciones y oportunidades)

Diferenciar promoción nacional e
internacional.





+ Consumo
+ Demanda
= Mejores Precios



**ORGANIZACIÓN
INTERNACIONAL
DEL CAFÉ**

**Gracias por su
Atención**

