



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

ICC 105-16

13 outubro 2010
Original: inglês

P

Conselho Internacional do Café
105^a sessão
21 – 24 setembro 2010
Londres, Inglaterra

Estratégia de desenvolvimento para o café

Antecedentes

Este documento contém a estratégia de desenvolvimento para o café, que foi aprovado pelo Conselho, em sua 105^a sessão, no período de 21 a 24 de setembro de 2010.

INTRODUÇÃO

1. A Organização Internacional do Café, na qualidade de Organismo Internacional de Produto Básico (OIPB) designado para o café, responde pela apresentação formal de projetos ao Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB). Como tal, ela também responde pela priorização, formulação e supervisão de projetos e pela busca dos participantes e, sobretudo, dos beneficiários visados. O FCPB requer que cada OIPB possua uma estratégia clara de desenvolvimento, que passa por revisão a cada cinco anos e, se necessário, é atualizada em função de novas circunstâncias. A presente estratégia de desenvolvimento para o café baseia-se nas conclusões do workshop do FCPB e da OIC sobre prioridades para o desenvolvimento do café (documento CFC/ICO-8/06), no Acordo de 2007, e em outros documentos pertinentes.

2. Segundo o Manual para o preparo e gestão dos projetos a serem financiados pelo FCPB, o processo de formulação de projetos começa pela definição, pelo OIPB designado, de uma estratégia clara para o desenvolvimento do respectivo produto. No caso do café, a estratégia identifica e prioriza questões de desenvolvimento cafeeiro e indica medidas para lidar com elas, assim contribuindo para a formulação dos projetos a serem considerados pelo FCPB. Ela também pode ser considerada uma declaração geral de prioridades estratégicas, independentemente de sua finalidade específica como referência para os projetos. O presente documento contém as seguintes seções:

- I. Breve perfil do café
- II. Cooperação internacional em questões cafeeiras
- III. Perspectivas e potencial
- IV. Problemas
- V. Estratégia de desenvolvimento e programa de ação
- VI. Determinação de beneficiários

Anexos

- I. Dados estatísticos
- II. Artigo 1º (Objetivos) do Acordo Internacional do Café de 2007
- III. Lista de países produtores de café, Membros da Organização Internacional do Café na vigência do Convênio Internacional do Café de 2001 e membros do Fundo Comum para os Produtos Básicos

ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO PARA O CAFÉ

I. BREVE PERFIL DO CAFÉ

1. O café é notável por ser produzido em quase todos os países não-áridos das regiões tropicais. Mais de 50 países o produzem em quantidades significativas, e em muitos deles as receitas geradas pelas exportações de café são de importância vital para os balanços de pagamentos. Outra característica é que, com raras exceções, o café é produzido nos países em desenvolvimento, entre os quais numerosos países menos desenvolvidos (PMDs). A maior parte do consumo, por outro lado, ocorre em países industrializados e no Brasil, o segundo maior consumidor mundial após os EUA. O café é um importante agente de desenvolvimento, proporciona um meio de vida a milhões de pessoas no mundo todo, gera retornos em dinheiro nas economias de subsistência e, como sua produção e colheita exigem mão-de-obra intensiva, constitui uma importante fonte de emprego rural, tanto para homens como para mulheres.

2. Cultiva-se o cafeeiro por seus frutos, que contêm um ou, mais comumente, dois grãos de café. Depois de vários estágios de processamento, os grãos são torrados e usados, basicamente, no preparo da bebida que se conhece nos quatro cantos do mundo. Das numerosas variedades botânicas de cafeeiros, só duas são cultivadas e utilizadas comercialmente em escala global. Uma é o *Coffea arabica*, habitualmente conhecido como Arábica, que responde por mais de 60% da produção mundial. O outro é o cafeeiro Robusta, derivado da espécie *Coffea canephora* e habitualmente conhecido como Robusta. Após a colheita das cerejas maduras, a remoção do invólucro ou casca dos grãos para obter café verde comercializável é feita por um de dois métodos, ou seja, por via seca ou por via úmida.

3. No processamento por via úmida, os grãos são separados das cerejas por operações consecutivas, que envolvem volumes consideráveis de água e consistem no despulpamento, fermentação para remoção da mucilagem, secagem e descasque. No processamento por via seca, as cerejas colhidas são depositadas em plataformas ou terreiros para secar ao sol durante cerca de três semanas, após o quê faz-se o descasque. A época da colheita (ano-safra) depende da área geográfica e do clima. Em alguns países, a colheita começa em abril; em outros, em julho ou outubro. O quadro 1 do Anexo I contém dados sobre a produção total dos países exportadores.

4. O quadro 3 do Anexo I contém dados sobre os volumes totais exportados pelos países exportadores para todos os destinos. Embora muitas classificações específicas sejam negociadas no mundo todo, a Organização Internacional do Café reconhece quatro grupos principais:

- a) *Arábicas Suaves Colombianos*, exportados pela Colômbia, Quênia e Tanzânia;
- b) *Outros Arábicas Suaves*, exportados por outros países produtores de Arábica;

- c) *Arábicas Brasileiros e Outros Arábicas Naturais*, exportados pelo Brasil, Etiópia e Paraguai; e
- d) *Robustas*, geralmente produzidos na África, em alguns países da Ásia e também no Brasil.

5. Cafés excelentes, em termos de suas características organolépticas, podem ser produzidos em todos esses grupos. Porém essas características variam, e certos grupos são preferidos aos demais para uso em produtos ou métodos de preparo específicos. O quadro 4 do Anexo I contém dados sobre os preços obtidos pelos diversos grupos (médias mensais e anuais do preço indicativo composto e dos preços indicativos dos grupos da OIC).

6. Em termos de comércio internacional, o café é o produto agrícola tropical que tem maior valor. A receita de exportação dos países produtores de café no ano cafeeiro de 2008/09 é estimada preliminarmente em US\$13 bilhões, que em termos nominais é mais que o dobro dos montantes registrados nos anos de crise de 2000 a 2004.

7. O consumo mundial de café vem crescendo continuamente a uma taxa de cerca de 2,5% ao ano, e estima-se que foi de cerca de 129 milhões de sacas de 60kg em 2009. O consumo se concentra nos mercados maduros da Europa ocidental e América do Norte, mas agora está crescendo com maior rapidez nos mercados emergentes, tais como os da Europa oriental e Ásia, e nos próprios países produtores de café (ver quadros 2-A, 2-B e 2-C).

II. COOPERAÇÃO INTERNACIONAL EM QUESTÕES CAFEIRAS

8. Sendo o principal organismo intergovernamental a serviço do café, a Organização Internacional do Café (OIC) congrega países produtores e consumidores com a missão de, mediante cooperação internacional enfrentar os desafios que se antepõem ao setor cafeeiro no mundo todo. Ela administra o Acordo Internacional do Café (AIC), cuja expressão mais recente é o Acordo de 2007, concluído em Londres em setembro desse ano. Os Membros da OIC respondem por cerca de 97% da produção e 82% do consumo mundial de café.

9. As principais questões relativas ao café são resumidas no Preâmbulo do Acordo Internacional do Café de 2007, em que os Governos participantes reconhecem:

- a excepcional importância do café para as economias de muitos países que dependem consideravelmente desse produto para obter suas receitas de exportação e realizar seus objetivos de desenvolvimento social e econômico;
- a importância do setor cafeeiro para a subsistência de milhões de pessoas, sobretudo nos países em desenvolvimento, tendo em conta que em muitos desses países a produção se faz em pequenas propriedades familiares;

- a contribuição de um setor cafeeiro sustentável para a consecução de metas de desenvolvimento internacionalmente acordadas, entre as quais as Metas de Desenvolvimento do Milênio (MDMs), em particular com respeito à erradicação da pobreza;
- a necessidade de fomentar o desenvolvimento sustentável do setor cafeeiro, induzindo o incremento do emprego e da renda e melhores padrões de vida e condições de trabalho nos países Membros;
- que a estreita cooperação internacional em questões cafeeiras, no comércio internacional inclusive, pode fomentar um setor cafeeiro global economicamente diversificado, o desenvolvimento econômico e social dos países produtores, o desenvolvimento da produção e do consumo de café e melhores relações entre os países exportadores e importadores de café;
- que a colaboração entre Membros, organizações internacionais, o setor privado e todos os demais interessados pode contribuir para o desenvolvimento do setor cafeeiro; e
- que maior acesso a informações relacionadas com o café e a estratégias de gestão de risco baseadas no mercado pode contribuir para evitar desequilíbrios na produção e no consumo de café capazes de suscitar uma pronunciada volatilidade no mercado, que pode ser prejudicial tanto aos produtores quanto aos consumidores.

10. O Acordo de 2007 constitui o principal instrumento para a cooperação internacional em questões cafeeiras, proporcionando a estrutura mais apropriada para o estabelecimento de uma estratégia de desenvolvimento para o café. Por isso, vale ter em conta os objetivos específicos do Acordo fixados em seu Artigo 1^o, que têm claras implicações estratégicas (ver Anexo II). Além desses objetivos, diversas funções e atividades são exigidas por artigos específicos do Acordo.

11. A OIC trabalha muito próxima do FCPB na instauração e implementação de projetos de desenvolvimento. Provêm do FCPB cerca de 53% dos recursos até agora obtidos para financiar 33 projetos, em valor total aproximado de US\$101 milhões. O restante provêm de instituições doadoras bilaterais e multilaterais, na forma de co-financiamento, e dos países beneficiários, na forma de contribuições de contrapartida.

III. PERSPECTIVAS E POTENCIAL

12. A maioria dos países que dependem de produtos básicos vê-se forçada a ajustar suas economias para enfrentar os desafios de um clima econômico externo em mudança e, sob muitos aspectos, hostil. É amplamente aceito (ver, por exemplo, a Resolução Número 93 (IV) da UNCTAD) que o objetivo de prazo mais longo desse processo deve ser a diversificação, com um abandono gradual da excessiva dependência dos produtos básicos e uma transição

rumo ao desenvolvimento industrial. A consecução desse objetivo torna-se mais difícil em períodos prolongados de depressão dos preços das commodities, como o que o café atravessou entre 2000 e 2004. Mais recentemente, iniciativas como a adoção da Resolução 61/190 pela Assembléia-Geral das Nações Unidas em fevereiro de 2007 e a Conferência “Iniciativa Global sobre Commodities: Baseando-nos em Interesses Compartilhados”, organizada pela UNCTAD e outras entidades e realizada em maio de 2007, deram destaque tanto à necessidade de ação contínua em relação aos produtos básicos quanto à importância dos OIPBs.

13. Apesar da necessidade de reduzir a dependência dos produtos básicos, o café tem diversos pontos fortes duradouros. Em primeiro lugar, ele cria grande número de empregos na zona rural; em segundo lugar, seu cultivo em geral favorece o meio ambiente; em terceiro lugar, ele é um dos poucos produtos agrícolas tropicais capazes, freqüentemente, de gerar receitas pecuniárias para os cafeicultores e ao mesmo tempo receitas de exportação em moedas fortes; e, por último, no mundo todo seu consumo é muito grande, na forma de vasta gama de preparações e qualidades, culminando com os cafés *gourmet* de valor elevado. Acresce que o potencial para o aumento do consumo de café em diversos países muito populosos é considerável.

IV. PROBLEMAS

14. Diversos problemas afetam o café a nível do produtor, entre as quais: os efeitos negativos de pragas e doenças; os custos cada vez maiores de insumos essenciais como a mão-de-obra e os fertilizantes; a necessidade de desenvolver a capacidade das instituições de apoio aos cafeicultores; a falta de incentivos para melhorar a qualidade; e a necessidade de fazer face ao impacto das mudanças climáticas. Além disso, a comercialização de café passou por numerosas mudanças nos últimos 20 anos, durante os quais, em muitos países, ela foi se deslocando rumo a sistemas comerciais liberalizados. O desafio consiste em garantir um clima comercial saudável e competitivo, no qual os interesses comerciais do setor cafeeiro global não se sobreponham às necessidades dos países em desenvolvimento em condições mais precárias, para, com o tempo, assegurar a sustentabilidade. Neste particular, o comportamento cíclico de longo prazo dos preços e seu alto grau de volatilidade são problemas óbvios, particularmente para os milhões de pequenos cafeicultores que dependem do café para viver. Finalmente, para evitar efeitos impróprios ou prejudiciais ao comércio de café e seus produtos, é preciso monitorizar cuidadosamente não só o número crescente de medidas regulamentares que vêm sendo adotadas para atender a preocupações com o meio ambiente ou a saúde pública, como também a presença de barreiras tarifárias impostas ao café com valor agregado (ou aos produtos acabados).

Pobreza

15. Vê-se com especial preocupação o problema dos preços baixos, que resulta em maior pobreza e menor qualidade. Numa declaração à feita Assembléia-Geral das Nações Unidas em 3 de novembro de 2003, a Secretária-Geral Adjunta da entidade, Louise Frechette, frisou que o declínio dos preços de commodities como o café contribui para o aumento da pobreza e dificulta a consecução das Metas de Desenvolvimento do Milênio. Durante a recente crise do café, que se estendeu de 2000 a 2004, os preços, em termos nominais, caíram para seus níveis mais baixos registrados desde fins dos anos 60. As conseqüências da crise foram muito graves, traduzindo-se em menores receitas rurais, abandono dos cafezais, substituição do café por outros cultivos – inclusive para produção de drogas ilícitas –, e migração das zonas rurais. Desde então, os preços se recuperaram substancialmente, embora só tenham voltado aos níveis de antes da crise (1998) em 2008. Porém tanto a tendência baixista de longo prazo dos preços do café depois de ajustados para levar conta a inflação, quanto a natureza cíclica do mercado cafeeiro apontam para a necessidade contínua de enfrentar esta questão. Nesta situação, as medidas que permitem restaurar maior equilíbrio entre a oferta e a demanda para melhorar os preços tornam-se prioritárias, em vista das dificuldades que impedem a realização bem-sucedida de atividades econômicas alternativas em muitas regiões de cafeicultura.

Questões estratégicas

16. Mais especificamente, para criar uma atmosfera mais favorável à reestruturação econômica e evitar longos períodos de depressão dos preços dos produtos básicos, é essencial:

- promover a contribuição do café ao alívio da pobreza e à melhoria das condições de vida dos pequenos cafeicultores;
- manter os preços em níveis remunerativos para os produtores, levando ao mesmo tempo em conta os interesses dos consumidores;
- estimular a melhoria da qualidade e da produtividade;
- promover uma imagem favorável do café;
- incentivar o aumento do consumo e o desenvolvimento do mercado;
- apoiar a pesquisa e o desenvolvimento de novas tecnologias;
- explorar meios de mitigar os efeitos dos custos cada vez maiores de alguns insumos vitais ao processo produtivo, como mão-de-obra e fertilizantes;
- assegurar a sustentabilidade ambiental da cafeicultura, inclusive no tocante à adaptação aos efeitos das mudanças climáticas e à atenuação desses efeitos;
- melhorar a infraestrutura da produção e logística do café;
- diversificar a produção nos países exportadores;

- reduzir as flutuações excessivas de curto prazo dos preços e receitas de exportação;
- melhorar o acesso ao mercado e a confiabilidade da oferta;
- promover a transparência do mercado mediante provisão de dados precisos e tempestivos a um custo acessível;
- melhorar as estruturas de mercado, inclusive através do acesso a instrumentos financeiros tais como esquemas de gestão de risco dos preços;
- ampliar a participação dos países produtores no processamento, comercialização, transporte e distribuição de seus produtos básicos de exportação; e
- desenvolver uma compreensão de que pode ser necessário agir em todos os pontos da cadeia da oferta, que deve ser entendida como uma cadeia que vai do cafeicultor ao consumidor final, e não apenas do cafeicultor ao importador.

17. A consecução dos objetivos acima deve estar no centro de qualquer estratégia de desenvolvimento para o café no longo prazo.

V. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO E PROGRAMA DE AÇÃO

18. A estratégia de desenvolvimento parte da premissa de que o objetivo-chave é desenvolver uma economia cafeeira sustentável, dando a devida importância aos aspectos econômicos, ambientais e sociais da sustentabilidade definidos na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento no Rio de Janeiro em 1992 e reforçados na Declaração de Johannesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável, adotada na Cúpula Mundial do Desenvolvimento Sustentável em 2002. Outro propósito desta estratégia é contribuir para a consecução de metas de desenvolvimento internacionalmente acordadas, entre as quais as MDMs, que visam a aliviar a pobreza mundial até 2015 através de alvos que vão do corte da pobreza extrema pela metade à promoção da igualdade entre os sexos e à redução da perda de biodiversidade. A estratégia focaliza diversas questões que afetam a cadeia da oferta de café, pois o conceito de gestão em cadeia, que requer a análise do impacto das medidas tomadas ao longo da cadeia, é crucial. Como a cadeia da oferta é entendida como um processo que se estende ao consumidor final, aspectos da comercialização, que também são reconhecidos como um importante elemento no Plano de Ação Quinquenal (2008-2012) do FCPB, recebem a ênfase apropriada.

19. No caso do café, os objetivos específicos enumerados no Artigo 1º do Acordo de 2007 especificam as principais áreas para consideração geral. A partir desses objetivos, sete áreas estratégicas para ação, que serão objeto de revisões periódicas pelo Conselho Internacional do Café, podem ser identificadas:

1. Promoção de uma economia cafeeira sustentável

20. É vital que, para garantir a sustentabilidade econômica, ambiental e social, os critérios definidos na Agenda 21 das Nações Unidas sejam levados em conta na produção e no processamento de café. É necessário, em especial, que o clima econômico fomente a estabilidade e assegure padrões de vida razoáveis às populações que se ocupam do café, assegurando níveis suficientes de retorno aos produtores e, ao mesmo tempo, possibilitando atentar suficientemente para a manutenção da qualidade, de preferência à quantidade do café produzido. Prevê-se ainda que a questão das mudanças climáticas terá uma influência cada vez maior na produção de café nos próximos anos e exigirá estratégias apropriadas de adaptação e atenuação. A OIC reconhece igualmente a importância social das comunidades cafeeiras tradicionais e a dificuldade de encontrar outras fontes de renda em muitas zonas de produção de café. Além disso, ela procura colaborar com outras entidades que promovem a sustentabilidade.

21. A OIC procura também promover o uso de tecnologias favoráveis ao meio ambiente em toda a cadeia da produção e do processamento, o uso de controle biológico integrado de pragas, e o uso de tecnologias melhoradas nos processos de lavagem. As medidas contra pragas e doenças são importantes para proteger não só as economias dos países produtores e os meios de vida das populações agrícolas, como também a qualidade do produto. Ao desenvolver programas de proteção, são necessários cuidados para que eles favoreçam o meio ambiente ao máximo possível. Esses programas podem abranger a conservação do germoplasma de espécies selvagens de café ameaçadas pela destruição de habitats naturais, assim como a preservação de características essenciais, como resistência a pragas e doenças, tolerância a condições de crescimento adversas, potencial de produtividade, e qualidade da bebida e tecnológica.

2. Maior consumo e desenvolvimento de mercado

22. Para manter a sustentabilidade de uma economia cafeeira, é importante assegurar que os aumentos da oferta sejam igualados pelo aumento correspondente da demanda. Isso pode ser conseguido através de melhoria da qualidade (ver abaixo) e de projetos de promoção e educacionais. A OIC dá especial importância a programas que têm por alvo os mercados novos ou emergentes e os próprios países produtores. Estas são as áreas de maior potencial para o crescimento da demanda. Por exemplo, a Índia, a Indonésia e o México têm uma população conjunta de 1,52 bilhão e, atualmente, um consumo anual conjunto de apenas 7.1 milhões de sacas. Já estão em curso programas de promoção baseados no Guia Detalhado para Promoção do Consumo de Café, que a OIC financiou, cujo objetivo é expandir esse consumo para 7 a 9 milhões de sacas anuais dentro de cinco anos. Oportunidades semelhantes para a expansão do consumo existem em outros mercados. Benefícios adicionais trazidos pelo aumento do consumo interno nos países produtores são que ele torna os produtores mais conscientes das exigências dos consumidores e de fatores relacionados

com a qualidade; proporciona um mercado alternativo ao mercado de exportação; gera experiência na produção e comercialização de produtos com valor agregado; e estimula as empresas de pequeno e médio porte. Convém notar que é possível incentivar o consumo interno através de diversas medidas normalmente não classificadas como de promoção genérica.

3. Melhoria da qualidade

23. A manutenção e melhoria da qualidade são cruciais para sustentar o consumo a longo prazo, adicionar valor ao produto e assegurar o cumprimento de requisitos internacionais de segurança alimentar, assim contribuindo para um equilíbrio mais saudável entre a oferta e a demanda globais. Isso pode ser conseguido através de difusão de conhecimento sobre métodos de comercialização e preparo apropriados aos cafés de alta qualidade; de melhoria das práticas de cultivo, processamento, armazenamento e transporte; e de proteção contra pragas, doenças e contaminação durante o armazenamento. A fim de preservar a qualidade do café, a OIC desencoraja o comércio de café que contenha menos que o equivalente a 95% de café verde como matéria-prima básica. Além disso, a OIC instituiu o Programa de Melhoria da Qualidade do Café (PMQC), uma iniciativa voluntária, que incentiva os Membros a garantir que seus embarques de café verde satisfazem a certos padrões básicos de qualidade.

4. Diversificação

24. Como parte de seus esforços para enfrentar os problemas que os produtores de café enfrentam, a Organização incentiva a diversificação horizontal. Seus programas nesse sentido incluem projetos com o objetivo de gerar receitas complementares para os cafeicultores através, por exemplo, da introdução de novos cultivos, sem eliminar as lavouras de café propriamente ditas. Porém a diversificação vertical, através, por exemplo, da produção de cafés finos, pode trazer benefícios ainda maiores para os produtores. O objetivo deveria ser a criação de um negócio equilibrado para os agricultores, e uma análise cuidadosa das condições de mercado e ecológicas é essencial quando se parte para projetos nesta área. O FCPB trata deste tema ao abordar questões de comercialização em seu Plano de Ação Quinquenal, frisando a necessidade de posicionar melhor os produtores na cadeia de agregação de valor.

5. Melhoria dos sistemas de comercialização

25. Com a transição para sistemas liberalizados de comercialização em muitos países exportadores, será preciso atentar para que os benefícios de um mercado mais flexível não corram o risco da eliminação das funções necessárias antes desempenhadas pelas juntas de comercialização e órgãos reguladores similares, e para que, a nível interno e internacional, haja instituições sólidas incumbidas de desenvolver e implementar as políticas e programas

pertinentes. Em muitos países exportadores, além disso, o setor cafeeiro consiste num grande número de pequenos cafeicultores, que precisam de ajuda para o seguinte: fortalecer as organizações de base e a capacidade das instituições do setor cafeeiro; desenvolver sua capacidade de competir no mercado; obter acesso a crédito comercial e informações técnicas; haver-se com a volatilidade dos preços e outros riscos utilizando os instrumentos financeiros apropriados; e gerar benefícios para suas comunidades. No interesse de uma economia comercial saudável e competitiva, é importante que nos países produtores o comércio de café possua o grau necessário de perícia comercial, tenha acesso a crédito e disponha da estrutura jurídica apropriada para funcionar com eficácia.

26. Há diferenças consideráveis na capacidade dos países de avaliar questões relacionadas com o comércio de café e depois se beneficiar dos resultados. A OIC se empenha em tornar o mercado mais transparente. Para tanto, ela produz estatísticas, estudos baseados em pesquisa e outras informações sobre a economia cafeeira mundial, além de organizar seminários que cobrem uma vasta gama de tópicos de interesse para a comunidade cafeeira mundial. Com isso, os custos das transações se reduzem, em benefício de todos os componentes da cadeia da oferta de café, e a tomada de decisões econômicas a partir de dados precisos e tempestivos se torna possível. A OIC também procura avaliar e, se apropriado, propor novos instrumentos de cooperação internacional ideados para monitorizar tendências específicas do mercado cafeeiro que sejam de interesse para os Membros. As tarefas que isso envolve podem ser levadas a cabo em colaboração com as organizações internacionais apropriadas.

6. Pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias

27. A pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias para melhorar as condições em que produtores operam são de importância crucial para garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento do setor cafeeiro. Juntamente com as atividades nessas áreas, podem ser vistas as medidas de construção de capacidade e treinamento necessárias para assegurar a divulgação dos resultados da pesquisa. As questões ambientais merecem atenção especial, em vista do impacto positivo da cafeicultura sobre o meio ambiente global. Novas tecnologias estão sendo desenvolvidas em diversas áreas, entre as quais: métodos de processamento pós-colheita ecologicamente mais benéficos; reprodução vegetal; material botânico geneticamente modificado; processos melhorados de fabricação de café solúvel; e comércio pela Internet. É importante desenvolver, avaliar e difundir os avanços tecnológicos apropriados, em benefício da comunidade cafeeira mundial. Também é importante fomentar um intercâmbio mais intenso de informações entre produtores.

7. Reabilitação da capacidade produtiva

28. Nos casos de países produtores onde houve grandes quedas de produção por motivos de força maior, pode ser apropriado incentivar programas que contribuam para a recuperação

da capacidade produtiva, sob condição de o tamanho dos aumentos não afetar negativamente o equilíbrio entre a oferta e a demanda. Essas ações ajudam a garantir a disponibilidade de cafés característicos para o mercado, salvaguardar a exploração de vantagens comparativas e, igualmente, proporcionar uma importante fonte de emprego, em vista do caráter intensivo da mão-de-obra que a cafeicultura emprega. Parte desta estratégia consiste em dar ênfase à promoção de estudos/assistência técnica centrados no desenvolvimento do café em países que sofreram grandes desastres naturais e/ou conflitos armados.

VI. DETERMINAÇÃO DE BENEFICIÁRIOS

29. Na determinação dos grupos de beneficiários visados os seguintes fatores podem ser levados em conta: populações que estão sofrendo pobreza substancial; populações e economias extremamente dependentes do café; áreas onde poucas alternativas econômicas viáveis existem para a cafeicultura, e áreas onde esta proporciona emprego rural estável, e de onde, de outra forma, poderia haver deslocamentos problemáticos da população para as áreas urbanas; migração ilegal; ou cultivo de produtos socialmente nocivos. Muitos países produtores de café são PMDs, como indica a lista do Anexo III, e as medidas em favor do café deveriam incluir ações que se concentrassem com eficácia nessa categoria.

DADOS ESTATÍSTICOS**Quadro**

- 1 Produção total dos países exportadores
Anos-safra de 2003/04 a 2008/09
- 2-A Consumo interno nos países exportadores
Anos-safra de 2003/04 a 2008/09
- 2-B Consumo em Membros importadores
Anos cafeeiros de 2003/04 a 2008/09
- 2-C Consumo em países importadores não-membros
Anos civis de 2003 a 2008
- 3 Exportações de todas as formas de café por países exportadores para todos os destinos
Anos cafeeiros de 2003/04 a 2008/09
- 4 Preço indicativo composto da OIC e preços indicativos dos grupos
Médias mensais e anuais de 2004 a 2009

Table 1
Total production
Crop years 2003/04 to 2008/09
(000 bags)

| Country | | 2003/04 | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 |
|----------------------------|-------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| April group | | 41 266 | 53 946 | 48 283 | 58 097 | 50 235 | 62 984 |
| Angola | (R) | 38 | 15 | 25 | 35 | 36 | 38 |
| Bolivia | (A) | 125 | 170 | 129 | 164 | 133 | 135 |
| Brazil | (A/R) | 28 820 | 39 272 | 32 944 | 42 512 | 36 070 | 45 992 |
| Burundi | (A) | 338 | 437 | 103 | 499 | 133 | 412 |
| Ecuador | (A/R) | 766 | 938 | 1 120 | 1 167 | 1 110 | 691 |
| Indonesia | (R/A) | 6 404 | 7 536 | 9 159 | 7 483 | 7 777 | 9 612 |
| Madagascar | (R) | 435 | 522 | 599 | 587 | 614 | 726 |
| Malawi | (A) | 48 | 21 | 24 | 17 | 19 | 21 |
| Papua New Guinea | (A/R) | 1 155 | 998 | 1 268 | 807 | 968 | 1 028 |
| Paraguay | (A) | 52 | 26 | 45 | 20 | 28 | 21 |
| Peru | (A) | 2 686 | 3 425 | 2 489 | 4 319 | 3 063 | 3 872 |
| Rwanda | (A) | 266 | 450 | 288 | 397 | 218 | 363 |
| Timor-Leste | (A) | 42 | 17 | 24 | 46 | 36 | 47 |
| Zimbabwe | (A) | 92 | 120 | 66 | 45 | 31 | 27 |
| July group | | 1 956 | 2 138 | 2 010 | 2 028 | 2 199 | 2 640 |
| Congo, Rep. of | (R) | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cuba | (A) | 224 | 154 | 125 | 100 | 70 | 127 |
| Dominican Republic | (A) | 351 | 491 | 310 | 387 | 465 | 645 |
| Haiti | (A) | 374 | 365 | 356 | 362 | 359 | 359 |
| Philippines | (R/A) | 293 | 252 | 309 | 298 | 431 | 285 |
| Tanzania | (A/R) | 612 | 763 | 804 | 822 | 810 | 1 186 |
| Zambia | (A) | 100 | 110 | 103 | 56 | 61 | 35 |
| October group | | 61 565 | 59 982 | 60 983 | 69 133 | 66 842 | 62 753 |
| Benin | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cameroon | (R/A) | 900 | 727 | 849 | 836 | 795 | 750 |
| Central African Republic | (R) | 43 | 45 | 39 | 87 | 70 | 64 |
| Colombia | (A) | 11 230 | 11 573 | 12 564 | 12 541 | 12 504 | 8 664 |
| Congo, Dem. Rep. of | (R/A) | 451 | 360 | 336 | 378 | 416 | 415 |
| Costa Rica | (A) | 1 783 | 1 887 | 1 778 | 1 580 | 1 791 | 1 320 |
| Côte d'Ivoire | (R) | 2 689 | 2 301 | 1 962 | 2 847 | 2 598 | 2 316 |
| El Salvador | (A) | 1 477 | 1 437 | 1 502 | 1 371 | 1 621 | 1 547 |
| Equatorial Guinea | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ethiopia | (A) | 3 874 | 4 568 | 4 003 | 4 636 | 4 906 | 4 350 |
| Gabon | (R) | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Ghana | (R) | 13 | 16 | 20 | 29 | 31 | 27 |
| Guatemala | (A/R) | 3 610 | 3 703 | 3 676 | 3 950 | 4 100 | 3 785 |
| Guinea | (R) | 366 | 316 | 525 | 473 | 323 | 498 |
| Guyana | (R) | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Honduras | (A) | 2 968 | 2 575 | 3 204 | 3 461 | 3 842 | 3 450 |
| India | (R/A) | 4 508 | 4 592 | 4 396 | 5 158 | 4 460 | 4 371 |
| Jamaica | (A) | 37 | 21 | 34 | 40 | 20 | 32 |
| Kenya | (A) | 673 | 736 | 660 | 826 | 652 | 541 |
| Lao, People's Dem. Rep. of | (R) | 361 | 379 | 280 | 391 | 386 | 404 |
| Liberia | (R) | 5 | 6 | 5 | 7 | 7 | 7 |
| Mexico | (A) | 4 201 | 3 867 | 4 225 | 4 200 | 4 150 | 4 651 |
| Nicaragua | (A) | 1 547 | 1 130 | 1 718 | 1 300 | 1 700 | 1 615 |
| Nigeria | (R) | 46 | 45 | 69 | 51 | 42 | 50 |
| Panama | (A) | 172 | 90 | 176 | 173 | 176 | 149 |
| Sierra Leone | (R) | 36 | 15 | 60 | 31 | 40 | 86 |
| Sri Lanka | (R) | 37 | 32 | 35 | 33 | 33 | 31 |
| Thailand | (R) | 827 | 884 | 999 | 766 | 653 | 675 |
| Togo | (R) | 144 | 166 | 140 | 134 | 125 | 138 |
| Trinidad & Tobago | (R) | 16 | 15 | 15 | 12 | 1 | 1 |
| Uganda | (R/A) | 2 599 | 2 593 | 2 159 | 2 700 | 3 250 | 3 200 |
| Venezuela, Bol. Rep. of | (A) | 1 421 | 1 327 | 1 506 | 1 571 | 1 520 | 929 |
| Vietnam | (R) | 15 337 | 14 370 | 13 842 | 19 340 | 16 467 | 18 500 |
| Yemen | (R) | 193 | 206 | 203 | 207 | 161 | 185 |
| Total | | 104 787 | 116 067 | 111 277 | 129 257 | 119 276 | 128 377 |

Table 2-A
Domestic consumption in exporting countries
Crop years 2003/04 to 2008/09
(000 bags)

| Country | | 2003/04 | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 |
|----------------------------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| April group | | 16 840 | 17 888 | 18 982 | 20 121 | 21 414 | 21 979 |
| Angola | (R) | 15 | 15 | 15 | 30 | 30 | 30 |
| Bolivia | (A) | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 | 60 |
| Brazil | (A/R) | 14 200 | 14 946 | 15 540 | 16 331 | 17 125 | 17 660 |
| Burundi | (A) | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Ecuador | (A/R) | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Indonesia | (R/A) | 1 833 | 2 000 | 2 500 | 2 833 | 3 333 | 3 333 |
| Madagascar | (R) | 333 | 467 | 467 | 467 | 467 | 467 |
| Malawi | (A) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Papua New Guinea | (A/R) | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Paraguay | (A) | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Peru | (A) | 220 | 220 | 220 | 220 | 220 | 250 |
| Rwanda | (A) | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Timor-Leste | (A) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Zimbabwe | (A) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| July group | | 1 852 | 1 900 | 1 910 | 1 910 | 2 053 | 2 069 |
| Congo, Rep. of | (R) | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Cuba | (A) | 224 | 224 | 224 | 224 | 224 | 220 |
| Dominican Republic | (A) | 340 | 378 | 378 | 378 | 378 | 378 |
| Haiti | (A) | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 | 340 |
| Philippines | (R/A) | 917 | 917 | 917 | 917 | 1 060 | 1 080 |
| Tanzania | (A/R) | 27 | 37 | 47 | 47 | 47 | 47 |
| Zambia | (A) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| October group | | 10 706 | 11 105 | 11 624 | 12 144 | 12 744 | 12 979 |
| Benin | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cameroon | (R/A) | 69 | 69 | 69 | 69 | 69 | 69 |
| Central African Republic | (R) | 4 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| Colombia | (A) | 1 400 | 1 400 | 1 400 | 1 400 | 1 400 | 1 400 |
| Congo, Dem. Rep. of | (R/A) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Costa Rica | (A) | 272 | 366 | 358 | 324 | 274 | 245 |
| Côte d'Ivoire | (R) | 317 | 317 | 317 | 317 | 317 | 317 |
| El Salvador | (A) | 153 | 173 | 203 | 222 | 230 | 230 |
| Equatorial Guinea | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ethiopia | (A) | 1 833 | 1 833 | 1 833 | 1 833 | 1 833 | 1 833 |
| Gabon | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ghana | (R) | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| Guatemala | (A/R) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 335 |
| Guinea | (R) | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Guyana | (R) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Honduras | (A) | 200 | 230 | 230 | 230 | 460 | 460 |
| India | (R/A) | 1 167 | 1 250 | 1 337 | 1 417 | 1 500 | 1 573 |
| Jamaica | (A) | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Kenya | (A) | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Lao, People's Dem. Rep. of | (R) | 103 | 135 | 140 | 140 | 140 | 150 |
| Liberia | (R) | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 0 |
| Mexico | (A) | 1 500 | 1 500 | 1 725 | 2 000 | 2 200 | 2 200 |
| Nicaragua | (A) | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 | 190 |
| Nigeria | (R) | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| Panama | (A) | 67 | 67 | 67 | 67 | 67 | 67 |
| Sierra Leone | (R) | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Sri Lanka | (R) | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Thailand | (R) | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Togo | (R) | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Trinidad & Tobago | (R) | 14 | 14 | 14 | 11 | 0 | 0 |
| Uganda | (R/A) | 131 | 120 | 135 | 140 | 140 | 140 |
| Venezuela, Bol. Rep. of | (A) | 1 341 | 1 397 | 1 457 | 1 518 | 1 582 | 1 649 |
| Vietnam | (R) | 607 | 696 | 800 | 917 | 1 000 | 1 083 |
| Yemen | (R) | 146 | 136 | 138 | 138 | 130 | 130 |
| Total | | 29 398 | 30 893 | 32 516 | 34 174 | 36 212 | 37 027 |

Table 2-B

Consumption in importing Members
Coffee years 2003/04 to 2008/09
(60-kg bags)

| Importing Country | October-September | | | | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2003/04 | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 |
| <i>European Union</i> | <i>39 980 479</i> | <i>39 779 762</i> | <i>40 686 715</i> | <i>41 122 547</i> | <i>40 623 131</i> | <i>38 066 535</i> |
| Austria | 948 943 | 794 942 | 640 996 | 901 105 | 814 557 | 871 560 |
| Belgium | 1 456 337 | 1 233 520 | 1 485 601 | 1 195 965 | 724 336 | 876 850 |
| Bulgaria | 372 472 | 402 458 | 418 516 | 408 607 | 410 762 | 410 843 |
| Cyprus | 58 513 | 66 843 | 56 682 | 68 373 | 81 059 | 69 440 |
| Czech Republic | 602 566 | 668 089 | 592 977 | 673 015 | 649 857 | 521 614 |
| Denmark | 814 508 | 803 508 | 794 766 | 779 769 | 750 918 | 678 293 |
| Estonia | 124 876 | 129 389 | 188 004 | 101 978 | 139 212 | 145 584 |
| Finland | 984 743 | 1 065 931 | 1 078 313 | 1 072 953 | 1 088 123 | 1 119 141 |
| France | 5 038 167 | 4 772 951 | 5 112 753 | 5 581 447 | 5 330 784 | 5 335 396 |
| Germany | 9 135 548 | 9 182 619 | 8 914 648 | 9 081 631 | 9 912 331 | 8 406 331 |
| Greece | 889 711 | 887 307 | 901 268 | 940 574 | 947 557 | 977 922 |
| Hungary | 707 053 | 592 558 | 589 061 | 558 086 | 504 857 | 434 137 |
| Ireland | 197 566 | 237 365 | 216 073 | 218 868 | 165 336 | 112 257 |
| Italy | 5 524 574 | 5 626 387 | 5 484 244 | 5 839 811 | 5 918 197 | 5 751 981 |
| Latvia | 164 718 | 143 789 | 175 597 | 143 866 | 120 678 | 94 757 |
| Lithuania | 192 431 | 186 074 | 216 118 | 220 756 | 240 019 | 186 180 |
| Luxembourg | 217 760 | 216 445 | 229 861 | 244 331 | 257 603 | 208 858 |
| Malta | 12 503 | 16 321 | 26 435 | 17 835 | 16 333 | 22 281 |
| Netherlands | 1 933 645 | 1 880 406 | 2 067 819 | 2 257 073 | 1 583 653 | 973 831 |
| Poland | 2 302 292 | 2 257 465 | 2 058 533 | 1 642 271 | 1 253 769 | 1 064 722 |
| Portugal | 672 821 | 665 142 | 656 359 | 718 268 | 673 120 | 746 265 |
| Romania | 825 459 | 831 679 | 824 208 | 834 464 | 812 243 | 799 182 |
| Slovakia | 276 410 | 282 497 | 295 600 | 331 384 | 368 706 | 234 669 |
| Slovenia | 181 386 | 188 569 | 172 230 | 187 934 | 193 896 | 200 885 |
| Spain | 2 680 357 | 2 909 482 | 3 130 425 | 3 011 402 | 3 454 269 | 3 379 097 |
| Sweden | 1 232 426 | 1 214 020 | 1 233 709 | 1 294 506 | 1 211 740 | 1 177 921 |
| United Kingdom | 2 432 695 | 2 524 005 | 3 125 919 | 2 796 275 | 2 999 215 | 3 266 537 |
| Norway | 699 762 | 765 525 | 678 936 | 773 457 | 717 374 | 750 697 |
| Switzerland | 708 454 | 1 048 100 | 892 145 | 1 003 900 | 1 016 999 | 1 114 802 |
| USA | 20 728 972 | 20 634 069 | 21 328 145 | 21 198 845 | 21 423 182 | 21 655 512 |
| Total | 62 117 668 | 62 227 455 | 63 585 941 | 64 098 749 | 63 780 686 | 61 587 546 |

Table 2-C

**Consumption in importing non-members
Calendar years 2003 to 2008
(60-kg bags)**

| Importing Country | January-December | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Algeria | 1 752 310 | 2 159 262 | 1 891 620 | 1 836 224 | 1 968 355 | 2 117 517 |
| Argentina | 626 613 | 580 947 | 589 812 | 570 055 | 643 389 | 570 552 |
| Armenia | 145 169 | 118 760 | 109 465 | 68 622 | 68 548 | 109 238 |
| Australia | 873 406 | 864 164 | 1 039 442 | 991 641 | 1 031 292 | 1 144 611 |
| Belarus | 56 430 | 89 471 | 160 657 | 200 451 | 251 251 | 287 077 |
| Bosnia and Herzegovina | 393 179 | 388 239 | 359 021 | 399 470 | 397 385 | 390 535 |
| Canada | 2 146 329 | 2 746 724 | 2 794 363 | 3 066 067 | 3 245 064 | 3 210 293 |
| Chile | 193 817 | 204 923 | 191 662 | 206 573 | 228 004 | 244 876 |
| Croatia | 375 428 | 370 010 | 373 753 | 386 133 | 386 334 | 377 142 |
| Egypt | 104 848 | 116 578 | 125 384 | 107 562 | 149 113 | 333 308 |
| Israel | 414 320 | 426 588 | 463 491 | 438 135 | 477 277 | 448 996 |
| Japan | 6 769 772 | 7 116 980 | 7 127 951 | 7 268 186 | 7 282 083 | 7 064 685 |
| Jordan | 140 942 | 197 498 | 153 502 | 178 196 | 224 841 | 243 604 |
| Korea, Republic of | 1 304 686 | 1 400 837 | 1 394 106 | 1 437 254 | 1 424 785 | 1 664 642 |
| Lebanon | 306 773 | 407 221 | 348 048 | 303 701 | 422 130 | 383 220 |
| Macedonia, FYR | 124 855 | 129 607 | 134 732 | 131 001 | 142 705 | 133 740 |
| Morocco | 414 873 | 401 267 | 388 289 | 437 229 | 463 398 | 428 098 |
| New Zealand | 219 389 | 232 789 | 237 689 | 256 184 | 255 664 | 256 976 |
| Russian Federation | 3 581 885 | 3 086 195 | 3 212 469 | 3 262 864 | 4 054 990 | 3 715 707 |
| Saudi Arabia | 467 447 | 565 594 | 594 229 | 639 722 | 756 733 | 547 949 |
| Serbia | 755 608 | 851 248 | 650 637 | 607 719 | 614 263 | 679 968 |
| Singapore | -1 069 548 | -505 750 | -1 067 190 | -873 590 | -694 578 | 53 542 |
| South Africa, Republic of | 373 641 | 401 956 | 436 420 | 484 423 | 328 891 | 520 480 |
| Sudan | 118 649 | 390 484 | 399 099 | 362 650 | 500 523 | 528 819 |
| Syrian Arab Republic | 225 493 | 341 127 | 402 565 | 275 101 | 591 177 | 409 594 |
| Taiwan | 458 872 | 340 411 | 320 401 | 290 066 | 322 906 | 261 944 |
| Tunisia | 120 872 | 262 975 | 189 796 | 200 404 | 253 396 | 317 485 |
| Turkey | 482 469 | 402 147 | 464 160 | 497 011 | 515 863 | 483 679 |
| Ukraine | 647 297 | 739 476 | 1 024 529 | 968 163 | 1 056 773 | 1 732 671 |
| United Arab Emirates | 187 933 | 235 033 | 288 808 | 271 978 | 280 171 | 289 736 |
| All other non-members | 347 674 | 274 748 | 1 154 567 | 1 426 399 | 1 898 335 | 1 678 808 |
| Total | 23 061 431 | 25 337 510 | 25 953 478 | 26 695 594 | 29 541 061 | 30 629 493 |

Table 3
Exports of all forms of coffee by exporting countries to all destinations
Coffee years 2003/04 to 2008/09
(60-kg bags)

| Country of origin | October-September | | | | | |
|----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2003/04 | 2004/05 | 2005/06 | 2006/07 | 2007/08 | 2008/09 |
| Angola | 6 825 | 4 980 | 5 710 | 3 901 | 7 275 | 5 825 |
| Benin | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bolivia | 75 737 | 101 489 | 77 846 | 95 338 | 65 865 | 76 740 |
| Brazil | 25 468 662 | 27 364 694 | 25 512 295 | 29 020 360 | 27 970 183 | 31 638 666 |
| Burundi | 220 783 | 490 442 | 177 908 | 458 172 | 184 731 | 370 371 |
| Cameroon | 831 282 | 658 382 | 757 655 | 760 381 | 549 104 | 539 914 |
| Central African Republic | 68 276 | 41 715 | 20 164 | 81 014 | 50 899 | 10 585 |
| Colombia | 10 154 157 | 11 004 523 | 10 751 234 | 11 176 547 | 11 556 563 | 8 716 149 |
| Congo, Dem. Rep. of | 273 177 | 168 878 | 136 198 | 177 523 | 215 929 | 165 643 |
| Congo, Rep. of | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Costa Rica | 1 505 432 | 1 509 840 | 1 317 529 | 1 371 073 | 1 402 137 | 1 301 017 |
| Côte d'Ivoire | 2 604 325 | 1 958 239 | 2 079 047 | 2 688 821 | 1 946 550 | 1 535 391 |
| Cuba | 28 738 | 34 184 | 15 033 | 18 040 | 3 850 | 7 462 |
| Dominican Republic | 51 868 | 41 071 | 126 104 | 75 465 | 74 276 | 109 354 |
| Ecuador | 640 159 | 953 555 | 943 129 | 1 035 601 | 897 341 | 1 051 513 |
| El Salvador | 1 346 897 | 1 311 973 | 1 268 587 | 1 193 761 | 1 430 291 | 1 343 327 |
| Equatorial Guinea | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ethiopia | 2 373 717 | 2 619 951 | 2 702 486 | 2 769 740 | 2 805 680 | 1 867 987 |
| Gabon | 0 | 0 | 391 | 1 103 | 421 | 675 |
| Ghana | 13 848 | 16 918 | 18 737 | 30 435 | 31 540 | 19 884 |
| Guatemala | 3 305 931 | 3 457 359 | 3 348 197 | 3 747 330 | 3 821 677 | 3 455 966 |
| Guinea | 345 529 | 266 116 | 495 884 | 426 948 | 275 689 | 354 356 |
| Guyana | 675 | 556 | 1 414 | 1 863 | 1 617 | 685 |
| Haiti | 32 402 | 25 739 | 24 758 | 19 879 | 18 741 | 17 141 |
| Honduras | 2 793 760 | 2 395 233 | 2 928 560 | 3 215 472 | 3 394 793 | 3 020 880 |
| India | 3 826 272 | 2 790 010 | 3 410 290 | 3 393 073 | 3 388 659 | 2 949 643 |
| Indonesia | 5 342 037 | 6 456 816 | 5 744 610 | 4 206 023 | 5 510 512 | 6 786 331 |
| Jamaica | 26 631 | 20 958 | 20 546 | 21 935 | 23 923 | 24 891 |
| Kenya | 820 405 | 658 746 | 620 135 | 791 080 | 627 105 | 541 075 |
| Lao, People's Dem. Rep. of | 258 462 | 244 442 | 139 646 | 251 099 | 245 923 | 254 708 |
| Liberia | 80 | 780 | 361 | 1 728 | 1 851 | 7 472 |
| Madagascar | 142 784 | 63 463 | 165 973 | 100 792 | 214 888 | 56 343 |
| Malawi | 40 503 | 17 643 | 20 115 | 13 921 | 26 155 | 15 367 |
| Mexico | 2 423 019 | 1 907 347 | 2 507 664 | 2 893 338 | 2 555 318 | 2 774 649 |
| Nicaragua | 1 270 364 | 1 015 113 | 1 427 026 | 1 212 600 | 1 639 964 | 1 432 518 |
| Nigeria | 6 150 | 5 138 | 28 572 | 10 735 | 2 166 | 2 005 |
| Panama | 104 931 | 81 389 | 109 331 | 112 102 | 119 055 | 65 005 |
| Papua New Guinea | 1 120 333 | 1 120 487 | 994 205 | 778 719 | 1 107 633 | 954 344 |
| Paraguay | 23 369 | 20 971 | 6 744 | 20 710 | 1 769 | 219 |
| Peru | 2 610 258 | 2 921 528 | 3 099 085 | 3 542 250 | 3 233 530 | 3 433 062 |
| Philippines | 24 724 | 36 172 | 37 056 | 37 352 | 7 144 | 6 471 |
| Rwanda | 405 864 | 299 100 | 294 613 | 256 075 | 264 801 | 349 078 |
| Sierra Leone | 30 516 | 16 526 | 54 966 | 34 472 | 37 001 | 66 252 |
| Sri Lanka | 7 894 | 2 644 | 5 943 | 3 875 | 3 491 | 754 |
| Tanzania | 560 885 | 747 320 | 740 282 | 797 311 | 747 357 | 1 200 566 |
| Thailand | 348 600 | 342 100 | 558 617 | 328 068 | 153 400 | 184 400 |
| Timor-Leste | 35 162 | 16 860 | 37 295 | 38 867 | 40 937 | 41 262 |
| Togo | 151 509 | 149 587 | 126 393 | 146 950 | 134 131 | 141 753 |
| Trinidad & Tobago | 2 097 | 1 124 | 862 | 698 | 1 130 | 1 213 |
| Uganda | 2 523 062 | 2 488 819 | 2 001 974 | 2 704 236 | 3 209 995 | 3 057 320 |
| Venezuela, Bol. Rep. of | 179 845 | 29 144 | 47 801 | 67 786 | 146 121 | 18 758 |
| Vietnam | 14 497 173 | 13 994 097 | 13 121 836 | 18 089 750 | 15 774 099 | 17 386 120 |
| Yemen | 47 303 | 69 559 | 65 181 | 69 234 | 31 353 | 12 127 |
| Zambia | 100 958 | 105 850 | 95 928 | 59 952 | 52 973 | 31 354 |
| Zimbabwe | 109 690 | 89 398 | 54 266 | 34 074 | 22 691 | 29 623 |
| Total | 89 183 061 | 90 138 968 | 88 246 181 | 98 387 571 | 96 030 228 | 97 434 217 |

Table 4

ICO Composite and Group indicator prices
Monthly and annual averages: 2004 to 2009
(US cents/lb)

| | 2004 | | | | | 2005 | | | | |
|--------------|---------------------|-----------------|---------------|--------------------|---------------|---------------------|-----------------|---------------|--------------------|--------------|
| | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas |
| Month | 62.15 | 81.44 | 80.47 | 68.97 | 35.99 | 89.36 | 115.73 | 114.86 | 102.29 | 50.55 |
| January | 58.68 | 73.76 | 72.73 | 62.06 | 39.84 | 79.35 | 108.22 | 107.16 | 93.63 | 36.96 |
| February | 59.87 | 76.53 | 76.20 | 65.52 | 37.05 | 89.40 | 121.56 | 120.86 | 106.11 | 41.24 |
| March | 60.80 | 77.97 | 78.06 | 66.97 | 36.70 | 101.44 | 135.54 | 135.03 | 120.12 | 49.51 |
| April | 58.80 | 75.22 | 75.44 | 63.70 | 36.37 | 98.20 | 129.51 | 129.53 | 114.48 | 50.75 |
| May | 59.91 | 77.17 | 76.99 | 65.16 | 36.56 | 99.78 | 128.87 | 128.37 | 114.96 | 56.07 |
| June | 64.28 | 82.51 | 82.21 | 69.61 | 39.87 | 96.29 | 121.29 | 121.16 | 107.23 | 60.02 |
| July | 58.46 | 76.13 | 74.94 | 62.89 | 36.02 | 88.48 | 110.79 | 109.93 | 96.56 | 57.88 |
| August | 56.98 | 75.35 | 73.61 | 61.75 | 33.91 | 85.31 | 108.94 | 108.20 | 94.98 | 51.97 |
| September | 61.47 | 81.02 | 80.47 | 68.90 | 34.24 | 78.79 | 101.15 | 99.49 | 89.48 | 46.87 |
| October | 61.10 | 83.02 | 80.55 | 69.91 | 31.67 | 82.55 | 106.21 | 105.05 | 94.40 | 47.53 |
| November | 67.74 | 92.83 | 90.27 | 79.39 | 32.71 | 85.93 | 109.00 | 107.74 | 97.96 | 51.45 |
| December | 77.72 | 105.75 | 104.12 | 91.76 | 36.92 | 86.85 | 107.69 | 105.77 | 97.57 | 56.39 |
| | | | | | | | | | | |
| | 2006 | | | | | 2007 | | | | |
| | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas |
| Month | 95.75 | 116.80 | 114.40 | 103.92 | 67.55 | 107.68 | 125.57 | 123.55 | 111.79 | 86.60 |
| January | 101.20 | 126.92 | 124.20 | 114.98 | 63.39 | 105.81 | 126.07 | 124.53 | 112.50 | 79.13 |
| February | 97.39 | 121.31 | 119.12 | 109.01 | 62.98 | 104.18 | 123.82 | 122.03 | 110.03 | 79.08 |
| March | 92.76 | 116.01 | 113.66 | 103.92 | 59.60 | 100.09 | 118.33 | 117.08 | 104.91 | 77.00 |
| April | 94.20 | 117.87 | 115.42 | 105.49 | 60.55 | 99.30 | 116.11 | 114.60 | 102.22 | 79.58 |
| May | 90.00 | 111.81 | 109.36 | 99.29 | 60.08 | 100.09 | 115.01 | 113.24 | 101.49 | 83.89 |
| June | 86.04 | 105.83 | 103.15 | 93.27 | 60.23 | 107.03 | 121.20 | 119.33 | 107.32 | 92.68 |
| July | 88.57 | 107.85 | 105.00 | 94.56 | 64.49 | 106.20 | 120.78 | 117.63 | 106.24 | 92.51 |
| August | 95.78 | 114.14 | 111.73 | 100.37 | 73.59 | 107.98 | 125.22 | 123.19 | 111.73 | 87.44 |
| September | 95.98 | 111.88 | 109.83 | 99.53 | 77.11 | 113.20 | 130.37 | 128.04 | 117.14 | 92.78 |
| October | 95.53 | 112.67 | 110.63 | 99.23 | 75.17 | 115.71 | 136.49 | 134.29 | 122.12 | 91.10 |
| November | 103.48 | 123.95 | 122.27 | 110.04 | 76.79 | 114.43 | 133.32 | 131.00 | 119.87 | 92.59 |
| December | 108.01 | 131.41 | 128.44 | 117.36 | 76.67 | 118.16 | 140.12 | 137.58 | 125.93 | 91.39 |
| | | | | | | | | | | |
| | 2008 | | | | | 2009 | | | | |
| | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas | Composite indicator | Colombian Milds | Other Milds | Brazilian Naturals | Robustas |
| Month | 124.25 | 144.32 | 139.78 | 126.59 | 105.28 | 115.67 | 177.43 | 143.84 | 115.33 | 74.58 |
| January | 122.33 | 142.66 | 139.86 | 127.93 | 99.21 | 108.39 | 142.32 | 128.30 | 109.18 | 82.74 |
| February | 138.82 | 159.90 | 157.29 | 143.78 | 115.45 | 107.60 | 144.55 | 129.48 | 107.69 | 80.22 |
| March | 136.17 | 151.64 | 149.89 | 136.41 | 121.92 | 105.87 | 154.16 | 128.52 | 102.81 | 76.31 |
| April | 126.55 | 142.04 | 140.70 | 127.67 | 111.29 | 111.61 | 181.10 | 134.88 | 105.95 | 75.53 |
| May | 126.76 | 143.60 | 141.95 | 129.52 | 108.88 | 123.05 | 212.05 | 150.99 | 118.40 | 75.62 |
| June | 130.51 | 149.15 | 146.15 | 133.65 | 111.34 | 119.05 | 196.32 | 149.79 | 115.42 | 73.79 |
| July | 132.78 | 151.18 | 147.36 | 134.88 | 115.23 | 112.90 | 187.29 | 140.90 | 107.80 | 71.68 |
| August | 131.14 | 151.03 | 146.43 | 133.28 | 112.56 | 117.45 | 185.39 | 149.76 | 116.86 | 72.35 |
| September | 126.69 | 148.36 | 143.27 | 130.26 | 105.38 | 116.40 | 177.45 | 148.53 | 116.16 | 73.82 |
| October | 108.30 | 130.99 | 123.56 | 110.27 | 88.77 | 121.09 | 178.13 | 154.57 | 124.62 | 73.51 |
| November | 107.88 | 130.45 | 121.89 | 107.96 | 90.76 | 119.67 | 178.33 | 152.21 | 126.17 | 69.48 |
| December | 103.07 | 130.89 | 118.97 | 103.46 | 82.51 | 124.96 | 192.11 | 158.16 | 132.84 | 69.89 |

ARTIGO 1º (OBJETIVOS)
DO ACORDO INTERNACIONAL DO CAFÉ DE 2007

O objetivo do presente Acordo é fortalecer o setor cafeeiro global num contexto de mercado, promovendo sua expansão sustentável em benefício de todos os participantes do setor, e para tanto:

- 1) promover a cooperação internacional em questões cafeeiras;
- 2) proporcionar um fórum para consultas sobre questões cafeeiras entre Governos e com o setor privado;
- 3) incentivar os Membros a desenvolver um setor cafeeiro sustentável em termos econômicos, sociais e ambientais;
- 4) proporcionar um fórum para consultas, buscando entendimento com relação a condições estruturais dos mercados internacionais e das tendências de longo prazo da produção e do consumo que equilibram a oferta e a demanda e resultam em preços equitativos tanto para os consumidores quanto para os produtores;
- 5) facilitar a expansão e a transparência do comércio internacional de todos os tipos e formas de café, e promover a eliminação de obstáculos ao comércio;
- 6) coletar, difundir e publicar informações econômicas, técnicas e científicas, dados estatísticos e estudos, assim como resultados de pesquisa e desenvolvimento em questões cafeeiras;
- 7) promover o desenvolvimento do consumo e de mercados para todos os tipos e formas de café, inclusive nos países produtores de café;
- 8) desenvolver, avaliar e buscar financiamento para projetos que beneficiem os Membros e a economia cafeeira mundial;
- 9) promover a qualidade do café com vistas a proporcionar maior satisfação aos consumidores e maiores benefícios aos produtores;
- 10) incentivar os Membros a desenvolver procedimentos apropriados de segurança alimentar no setor cafeeiro;
- 11) promover programas de informação e treinamento destinados a auxiliar a transferência aos Membros de tecnologias relevantes para o café;

II-2

12) incentivar os Membros a desenvolver e implementar estratégias que ampliem a capacidade das comunidades locais e dos pequenos produtores para se beneficiarem da produção cafeeira, que pode contribuir para aliviar a pobreza; e

13) facilitar a disponibilização de informações sobre instrumentos e serviços financeiros capazes de ajudar os produtores de café, inclusive com respeito a acesso a crédito e métodos de gestão de risco.

**LIST OF COFFEE PRODUCING COUNTRIES
MEMBERS OF THE INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION
UNDER THE INTERNATIONAL COFFEE AGREEMENT 2001
AND MEMBERS OF THE COMMON FUND FOR COMMODITIES**

| | Developing Country ¹ | LDC ² | CFC Member |
|---|------------------------------------|------------------|------------|
| Angola | √ | √ | √ |
| Benin | √ | √ | √ |
| Bolivia | √ | | |
| Brazil | √ | | √ |
| Burundi | √ | √ | √ |
| Cameroon | √ | | √ |
| Central African Republic | √ | √ | √ |
| Colombia | √ | | √ |
| Congo, Democratic Republic of | √ | √ | √ |
| Congo, Republic of | √ | | √ |
| Costa Rica | √ | | √ |
| Côte d'Ivoire | √ | | √ |
| Cuba | √ | | √ |
| Dominican Republic | √ | | |
| Ecuador | √ | | √ |
| El Salvador | √ | | |
| Ethiopia | √ | √ | √ |
| Gabon | √ | | √ |
| Ghana | √ | | √ |
| Guatemala | √ | | √ |
| Guinea | √ | √ | √ |
| Haiti | √ | √ | √ |
| Honduras | √ | | √ |
| India | √ | | √ |
| Indonesia | √ | | √ |
| Jamaica | √ | | √ |
| Kenya | √ | | √ |
| Madagascar | √ | √ | √ |
| Malawi | √ | √ | √ |
| Mexico | √ | | √ |
| Nicaragua | √ | | √ |
| Nigeria | √ | | √ |
| Panama | √ | | |
| Papua New Guinea | √ | | √ |
| Paraguay | √ | | |
| Philippines | √ | | √ |
| Rwanda | √ | √ | √ |
| Tanzania | √ | √ | √ |
| Thailand | √ | | √ |
| Togo | √ | √ | √ |
| Uganda | √ | √ | √ |
| Venezuela, Bol. Rep. of | √ | | √ |
| Vietnam | √ | | |
| Zambia | √ | √ | √ |
| Zimbabwe | √ | | √ |
| | | | |
| NEW EXPORTING MEMBERS OF THE ICO UNDER THE INTERNATIONAL COFFEE AGREEMENT 2007 | | | |
| Liberia | √ | √ | |
| Timor-Leste | √ | √ | |
| Yemen | √ | √ | √ |

¹ Classifications are taken from the United Nations Statistics Division website at http://unstats.un.org/unsd/mdg/Resources/Static/Data/MDGRegionCodes_200611.xls

² Ibid.