



**ORGANIZAÇÃO
INTERNACIONAL
DO CAFÉ**

ICC 105-16 Rev. 1

8 outubro 2014
Original: inglês

P

Conselho Internacional do Café
113.^a sessão
22 – 26 setembro 2014
Londres, Reino Unido

Estratégia de desenvolvimento para o café

Antecedentes

Este documento contém a Estratégia de desenvolvimento para o café, que foi revisada e aprovada pelo Conselho, em sua 113.^a sessão, no período de 22 a 26 de setembro de 2014.

INTRODUÇÃO

1. A OIC proporciona uma plataforma para a convergência de todas as iniciativas destinadas a promover o desenvolvimento da economia cafeeira global, particularmente os projetos de desenvolvimento relacionados com a cadeia de valor do café. Ela também responde pela priorização, formulação e supervisão de projetos. Além disso, ela contribui para a busca de fontes de financiamento para projetos. Embora os mecanismos de financiamento adotados pelo Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB) já não exijam a submissão de projetos através dos organismos internacionais de produtos básicos, a experiência adquirida durante muitos anos pela OIC faz dela o intermediário predileto do Fundo para o preparo, monitoramento e avaliação dos projetos relacionados com o café.

2. O presente documento, em que se define a estratégia de desenvolvimento para o café, identifica e prioriza as principais questões e desafios que existem para a economia cafeeira e indica medidas para enfrentá-los, com o intuito de facilitar a formulação de projetos a serem apreciados pelo FCPB e outros doadores bilaterais e multilaterais, bem como no contexto de parcerias público-privadas. O presente documento, todavia, também pode ser visto como uma declaração de prioridades estratégicas, independentemente de seu papel como marco de referência para projetos. Ele contém as seguintes seções:

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

Anexos

- I. Dados estatísticos
- II. Artigo 1.º (Objetivos) do Acordo Internacional do Café de 2007
- III. Lista de países produtores de café, Membros da Organização Internacional do Café na vigência do Acordo Internacional do Café de 2007 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). O consumo, por outro lado, se concentra nos 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 em média responde por 60% da produção mundial. O outro é o cafeeiro Robusta, derivado da espécie *Coffea canephora* e habitualmente conhecido como Robusta, que em média responde por 40% da produção mundial. Após a colheita das cerejas maduras, a remoção do invólucro ou casca dos grãos para obter café verde comercializável é feita por dois métodos: por via seca e 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 2012/13 é estimada preliminarmente em US\$19,1 bilhões.

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 145 milhões de sacas de 60kg em 2013. 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 95% da produção e 80% 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 cafeeiro. Provêm do FCPB cerca de 53% dos recursos até agora obtidos para financiar 38 projetos, em valor total aproximado de US\$104 milhões. O restante provém de instituições doadoras bilaterais e multilaterais, na forma de co-financiamento, e dos países beneficiários, na forma de contribuições de contrapartida. É preciso notar que o FCPB mudou suas modalidades de financiamento de projetos, que agora se baseiam em empréstimos reembolsáveis, reservados exclusivamente para atividades de geração de lucros diretos. Isso não obstante, a Organização tenciona continuar a colaborar com o FCPB, ao mesmo tempo que diversificando suas fontes de financiamento para projetos.

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 Assembleia-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 Organismos Internacionais de Produtos Básicos (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, frequentemente, 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 E IMPORTANTES DESAFIOS ENFRENTADOS PELO SETOR CAFEIRO

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).

15. Mais especificamente, o desenvolvimento da economia cafeeira se vê diante de uma série de desafios intimamente dependentes, em termos de sua severidade, da situação econômica de cada país Membro. Esses desafios são os seguintes:

- Deterioração da qualidade do café
- Pragas e doenças do café
- Aumentos dos custos de produção
- Escassez de mão de obra agrícola
- Mudanças climáticas
- Degradação ambiental
- Maior pobreza nas áreas de cafeicultura
- Volatilidade dos preços mundiais do café

Pobreza

16. Além disso, o problema dos preços baixos é visto com especial preocupação, por resultar em maior pobreza e menor qualidade. Numa declaração feita à Assembleia-Geral das Nações Unidas em 3 de novembro de 2003, a então 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. A 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 consequências 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. Os preços se recuperaram substancialmente desde então, mas sua tendência baixista no longo prazo (em termos constantes) e a natureza cíclica do mercado cafeeiro configuram uma situação que requer monitoramento constante. Nesse contexto, 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

17. 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;
- incentivar o empreendedorismo nas comunidades rurais; 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.

18. 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

19. 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. O impacto sobre a cadeia de valor é uma consideração importante para a intervenção do FCPB, assim como dos programas de assistência com parceiros de desenvolvimento.

20. No caso do café, os objetivos específicos enumerados no Artigo 1.º 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

21. 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.

22. 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

23. Para manter a sustentabilidade de uma economia cafeeira, é importante assegurar que os aumentos da oferta sejam iguados 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. Os programas para promover maior consumo interno nos países Membros precisam ser incentivados e apoiados. Oportunidades semelhantes para a expansão do consumo existem em outros mercados, particularmente nos mercados emergentes. 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

24. 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 dos alimentos, 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

25. Como parte de seus esforços para lidar com os problemas enfrentados pelos produtores de café, 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, bem como em seus critérios para a seleção de projetos, frisando a necessidade de posicionar melhor os produtores na cadeia de agregação de valor.

5. Melhoria dos sistemas de comercialização

26. 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.

27. 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

28. 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

29. 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

30. 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 2007/08 a 2012/13
- 2-A Consumo interno nos países exportadores
Anos-safra de 2007/08 a 2012/13
- 2-B Consumo em Membros importadores
Anos cafeeiros de 2007/08 a 2012/13
- 2-C Consumo em países importadores não-membros
Anos civis de 2007 a 2012
- 3 Exportações de todas as formas de café por países exportadores para todos os destinos
Anos cafeeiros de 2007/08 a 2012/13
- 4 Preço indicativo composto da OIC e preços indicativos dos grupos
Médias mensais e anuais de 2008 a 2013

Table 1
Total production
Crop years 2007/08 to 2012/13
(000 bags)

Country		2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
April group		50 080	63 572	57 076	64 493	59 716	71 311
Angola	(R)	36	38	13	35	29	33
Bolivia	(A)	133	135	142	130	143	115
Brazil	(A/R)	36 070	46 494	39 470	48 095	43 484	50 826
Burundi	(A)	133	412	112	353	204	406
Ecuador	(A/R)	950	771	813	854	825	828
Indonesia	(R/A)	7 777	9 612	11 380	9 129	7 288	13 048
Madagascar	(R)	614	728	457	530	602	522
Malawi	(A)	19	21	17	17	26	22
Papua New Guinea	(A/R)	968	1 028	1 038	870	1 414	717
Paraguay	(A)	28	21	20	20	21	22
Peru	(A)	3 063	3 872	3 286	4 069	5 373	4 453
Rwanda	(A)	224	369	259	323	251	258
Timor-Leste	(A)	36	48	47	60	49	54
Zimbabwe	(A)	31	24	21	10	9	7
July group		2 254	2 948	2 232	1 887	1 678	2 222
Congo, Rep. of	(R)	3	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	110	133	92	108	100	88
Dominican Republic	(A)	465	645	352	378	491	488
Haiti	(A)	359	359	351	350	349	350
Philippines	(R/A)	446	587	730	189	180	177
Tanzania	(A/R)	810	1 186	675	846	544	1 109
Zambia	(A)	61	35	28	13	11	6
October group		67 526	62 740	63 715	66 685	70 617	71 465
Benin	(R)	0	0	0	0	0	0
Cameroon	(R/A)	795	725	902	503	574	366
Central African Republic	(R)	43	60	93	95	86	55
Colombia	(A)	12 516	8 664	8 098	8 523	7 652	10 415
Congo, Dem. Rep. of	(R/A)	416	422	346	305	357	334
Costa Rica	(A)	1 771	1 287	1 304	1 392	1 462	1 571
Côte d'Ivoire	(A)	2 317	2 397	1 795	982	1 886	2 046
El Salvador	(A)	1 505	1 410	1 065	1 814	1 152	1 360
Equatorial Guinea	(R)	0	0	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	5 967	4 949	6 931	7 500	6 798	6 233
Gabon	(R)	1	1	1	1	0	0
Ghana	(R)	31	27	33	60	71	43
Guatemala	(A/R)	4 100	3 785	3 835	3 950	3 840	3 743
Guinea	(R)	323	505	499	386	393	319
Guyana	(R)	2	1	1	1	1	1
Honduras	(A)	3 640	3 450	3 603	4 331	5 903	4 537
India	(R/A)	4 319	3 950	4 806	4 728	4 921	4 977
Jamaica	(A)	20	32	25	21	24	24
Kenya	(A)	652	541	630	641	757	875
Lao, People's Dem. Rep. of	(R)	393	406	434	544	510	521
Liberia	(R)	7	12	13	10	10	10
Mexico	(A)	4 150	4 651	4 109	4 001	4 563	4 327
Nepal	(A)	1	1	1	3	2	2
Nicaragua	(A)	1 906	1 445	1 871	1 634	2 193	1 884
Nigeria	(R)	42	50	34	42	47	41
Panama	(A)	176	149	138	114	106	115
Sierra Leone	(R)	40	86	91	33	78	64
Sri Lanka	(R)	33	31	32	37	36	36
Thailand	(R/A)	650	675	795	828	831	608
Togo	(R)	125	138	202	160	162	78
Trinidad & Tobago	(R)	12	11	11	10	11	11
Uganda	(R/A)	3 449	3 290	2 845	3 203	2 817	3 698
Venezuela, Bol. Rep. of	(A)	1 520	932	1 214	1 202	902	952
Vietnam	(R)	16 405	18 438	17 825	19 467	22 289	22 030
Yemen	(R)	198	220	135	161	182	188
Total		119 860	129 260	123 023	133 065	132 011	144 997

Table 2-A
Domestic consumption in exporting countries
Crop years 2007/08 to 2012/13
(000 bags)

Country		2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
April group		21 414	21 979	22 709	23 454	24 039	24 984
Angola	(R)	30	30	30	30	30	30
Bolivia	(A)	60	60	60	60	60	60
Brazil	(A/R)	17 125	17 660	18 390	19 132	19 720	20 330
Burundi	(A)	1	1	1	2	2	2
Ecuador	(A/R)	150	150	150	150	150	150
Indonesia	(R/A)	3 333	3 333	3 333	3 333	3 333	3 667
Madagascar	(R)	467	467	467	467	467	467
Malawi	(A)	1	1	1	1	1	1
Papua New Guinea	(A/R)	2	2	2	4	1	2
Paraguay	(A)	20	20	20	20	20	20
Peru	(A)	220	250	250	250	250	250
Rwanda	(A)	1	1	1	1	1	1
Timor-Leste	(A)	0	0	0	0	0	0
Zimbabwe	(A)	4	4	4	4	4	4
July group		2 053	2 709	2 808	3 113	3 163	3 163
Congo, Rep. of	(R)	3	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	224	220	220	220	220	220
Dominican Republic	(A)	378	378	378	378	378	378
Haiti	(A)	340	340	340	340	340	340
Philippines	(R/A)	1 060	1 720	1 820	2 125	2 175	2 175
Tanzania	(A/R)	47	47	47	47	47	47
Zambia	(A)	1	1	0	0	0	0
October group		13 407	13 839	14 308	15 308	15 546	15 600
Benin	(R)	0	0	0	0	0	0
Cameroon	(R/A)	69	69	69	69	69	69
Central African Republic	(R)	3	5	8	8	8	8
Colombia	(A)	1 281	1 291	1 270	1 308	1 439	1 441
Congo, Dem. Rep. of	(R/A)	200	200	200	200	200	200
Costa Rica	(A)	274	245	229	282	270	298
Côte d'Ivoire	(R)	317	317	317	317	317	317
El Salvador	(A)	230	232	232	275	271	275
Equatorial Guinea	(R)	0	0	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	2 894	3 048	3 210	3 383	3 383	3 400
Gabon	(R)	0	0	0	0	0	0
Ghana	(R)	2	2	2	2	2	2
Guatemala	(A/R)	300	335	320	340	340	340
Guinea	(R)	50	50	50	50	50	50
Guyana	(R)	0	0	0	0	0	0
Honduras	(A)	245	268	307	345	345	345
India	(R/A)	1 500	1 573	1 700	1 800	1 917	1 917
Jamaica	(A)	9	9	9	9	9	9
Kenya	(A)	50	50	50	50	50	50
Lao, People's Dem. Rep. of	(R)	140	150	150	150	150	150
Liberia	(R)	5	5	5	5	5	5
Mexico	(A)	2 200	2 200	2 200	2 354	2 354	2 354
Nepal	(A)	0	0	0	0	0	0
Nicaragua	(A)	192	194	197	199	205	208
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	35	35	35
Thailand	(R)	500	500	500	500	500	500
Togo	(R)	2	2	2	2	2	2
Trinidad & Tobago	(R)	11	11	11	10	10	10
Uganda	(R/A)	140	140	140	140	140	140
Venezuela, Bol. Rep. of	(A)	1 582	1 649	1 650	1 650	1 650	1 650
Vietnam	(R)	938	1 021	1 208	1 583	1 583	1 583
Yemen	(R)	130	130	130	130	130	130
Total		36 874	38 527	39 826	41 875	42 748	43 747

Table 2-B

Consumption in importing Members
Coffee years 2007/08 to 2012/13
(60-kg bags)

Importing Country	October-September					
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
European Union	41 475 337	39 248 144	41 991 374	40 752 274	40 727 421	41 764 054
Austria	814 557	871 560	899 023	1 073 724	1 215 042	1 217 818
Belgium	724 336	876 850	880 402	904 888	935 435	1 197 382
Bulgaria	410 762	410 843	402 462	367 574	372 489	419 865
Croatia	379 440	368 514	361 383	373 102	360 991	385 469
Cyprus	81 059	69 440	76 895	78 767	78 891	91 995
Czech Republic	649 857	521 614	507 690	531 076	659 093	670 810
Denmark	752 084	638 221	805 774	765 709	800 415	835 097
Estonia	139 212	145 584	102 513	65 555	102 855	119 347
Finland	1 088 123	1 119 141	1 060 887	1 073 513	1 041 013	1 138 570
France	5 330 784	5 335 397	5 976 297	5 815 257	5 883 505	5 623 896
Germany	9 912 331	8 406 331	9 837 575	9 257 033	9 059 016	9 148 184
Greece	947 557	977 922	974 779	1 065 638	1 022 625	1 119 979
Hungary	504 857	434 137	383 226	193 130	259 311	224 785
Ireland	165 336	112 257	165 988	173 572	206 513	195 349
Italy	5 918 197	5 751 540	5 788 524	5 853 640	5 624 859	5 656 401
Latvia	120 678	94 757	88 594	105 353	98 613	99 455
Lithuania	240 019	186 180	224 767	187 635	191 272	197 778
Luxembourg	257 603	208 858	254 371	199 263	209 138	241 180
Malta	16 333	22 281	13 020	14 440	19 992	20 668
Netherlands	1 583 653	973 831	1 198 973	1 048 424	1 276 692	1 483 435
Poland	1 671 288	1 897 414	2 170 395	2 065 794	1 934 694	1 697 100
Portugal	727 199	767 180	804 618	837 193	854 170	905 341
Romania	812 243	799 182	811 963	761 135	821 446	891 128
Slovakia	368 706	234 669	318 429	391 450	238 868	269 527
Slovenia	193 896	200 885	201 437	204 839	189 446	187 595
Spain	3 454 269	3 379 097	3 286 836	3 210 669	3 253 014	3 706 193
Sweden	1 211 740	1 177 921	1 233 560	1 175 994	1 105 416	1 199 074
United Kingdom	2 999 215	3 266 537	3 160 996	2 957 910	2 912 608	2 820 633
Norway	717 374	750 697	729 781	781 920	739 957	730 436
Switzerland	1 016 999	1 114 802	1 025 335	1 047 774	1 074 033	1 053 557
Tunisia	301 463	295 917	298 287	386 899	419 696	411 174
Turkey	497 879	511 831	569 329	659 924	656 651	820 569
USA	21 423 182	21 655 512	21 163 840	21 829 156	22 635 496	23 266 955
Total	65 432 233	63 576 903	65 777 946	65 457 948	66 253 254	68 046 746

Table 2-C

**Consumption in importing non-members
Calendar years 2007 to 2012
(60-kg bags)**

Importing Country	January-December					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Albania	105 020	108 463	118 509	112 060	116 218	122 713
Algeria	1 968 355	2 117 517	2 066 212	2 021 405	1 942 310	2 116 564
Argentina	643 389	570 552	558 439	622 794	586 704	756 014
Armenia	68 548	109 238	123 059	166 866	162 947	161 160
Australia	1 031 292	1 144 611	1 222 678	1 370 443	1 406 920	1 630 592
Belarus	251 251	287 077	168 023	178 506	153 115	191 328
Bosnia and Herzegovina	397 385	390 535	324 260	297 362	357 131	382 200
Canada	3 245 064	3 210 129	3 273 151	3 586 085	3 574 216	3 498 334
Chile	228 004	244 876	181 063	318 695	252 915	246 024
China, People's Republic of	173 533	176 992	49 882	222 327	408 973	323 106
Egypt	149 113	333 308	203 761	44 247	67 352	452 123
Georgia	127 691	92 246	134 246	137 693	146 287	153 949
Iran, Islamic Rep. of	34 511	68 497	55 335	113 641	129 330	152 443
Israel	465 682	497 221	429 062	566 649	471 992	557 369
Japan	7 282 083	7 064 685	7 130 403	7 192 398	7 014 854	7 130 947
Jordan	224 841	243 604	302 695	334 272	267 559	342 619
Korea, Rep. of	1 424 785	1 664 642	1 550 781	1 666 153	1 800 668	1 713 728
Lebanon	422 130	383 220	409 873	448 164	406 749	417 527
Libya	75 271	87 038	71 058	103 749	62 748	158 665
Macedonia, FYR	142 705	133 740	144 444	131 657	131 970	143 470
Malaysia	401 387	219 549	-444 002	-488 215	386 224	399 872
Morocco	463 398	428 098	536 131	477 335	464 176	633 044
Myanmar	107 774	157 910	194 371	313 498	255 399	355 408
New Zealand	255 664	256 976	246 149	256 323	243 422	277 083
Puerto Rico	46 934	98 636	154 588	159 874	118 885	174 179
Russian Federation	4 054 990	3 715 707	3 130 865	3 661 341	3 694 532	3 767 105
Saudi Arabia	756 733	807 645	832 061	924 619	999 841	1 185 951
Serbia	614 263	679 968	570 838	548 391	576 234	582 128
South Africa, Rep.of	328 891	520 480	381 339	553 077	537 896	503 975
Sudan	500 523	579 178	564 505	659 421	572 331	675 237
Syrian Arab Republic	587 473	338 941	708 179	495 756	587 678	456 302
Taiwan	322 906	261 944	295 460	387 763	396 939	395 800
Ukraine	1 056 773	1 732 671	1 460 248	1 485 204	1 324 107	1 238 322
United Arab Emirates	280 171	284 024	318 208	249 235	298 544	313 203
All other non-members	270 753	1 053 074	1 247 529	1 195 551	1 141 995	1 111 306
Total	28 509 286	30 062 992	28 713 404	30 514 340	31 059 160	32 719 790

Table 3
Exports of all forms of coffee by exporting countries to all destinations
Coffee years 2007/08 to 2012/13
(60-kg bags)

Country of origin	October-September					
	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Angola	7 275	5 825	3 670	7 620	8 120	5 445
Benin	0	0	0	0	0	0
Bolivia	65 865	76 740	82 964	69 780	72 159	53 773
Brazil	27 979 550	31 657 850	30 924 691	34 373 857	28 853 244	31 315 301
Burundi	184 731	370 371	191 210	310 424	305 909	266 047
Cameroon	549 088	539 900	821 531	544 819	484 369	323 698
Central African Republic	36 801	59 616	88 259	87 312	77 692	47 367
Colombia	11 556 563	8 716 160	7 195 824	8 064 453	7 298 848	8 842 080
Congo, Dem. Rep. of	215 929	172 958	162 837	132 114	157 582	134 045
Congo, Rep. of	0	0	0	0	0	0
Costa Rica	1 402 137	1 300 873	1 170 256	1 209 493	1 384 008	1 380 096
Côte d'Ivoire	1 665 499	1 615 812	2 029 448	958 344	1 643 589	1 738 786
Cuba	3 850	7 462	5 260	6 755	16 772	12 023
Dominican Republic	74 276	109 354	37 361	90 035	105 316	100 077
Ecuador	897 341	1 051 513	1 164 661	1 421 041	1 615 842	1 362 143
El Salvador	1 430 291	1 343 326	978 930	1 903 869	1 054 573	1 145 375
Equatorial Guinea	0	0	0	0	0	0
Ethiopia	2 805 680	1 867 987	2 904 199	3 022 385	2 832 410	3 166 007
Gabon	421	675	810	752	0	0
Ghana	31 553	20 123	27 743	60 570	70 954	41 623
Guatemala	3 821 677	3 455 966	3 445 787	3 653 933	3 721 388	3 706 933
Guinea	275 689	360 782	462 247	358 461	387 844	273 622
Guyana	1 617	1 405	944	643	1 481	1 285
Haiti	18 741	16 736	10 495	8 457	9 543	8 903
Honduras	3 394 793	3 020 880	3 160 852	3 866 318	5 473 872	4 340 364
India	3 388 659	2 953 666	4 273 652	5 593 973	5 171 172	4 835 134
Indonesia	5 510 512	6 786 331	6 592 862	6 057 171	8 648 922	11 814 810
Jamaica	23 923	24 891	16 084	16 555	15 007	14 716
Kenya	627 105	541 075	506 740	654 874	727 315	819 446
Lao, People's Dem. Rep. of	253 123	256 610	290 869	400 362	360 477	371 439
Liberia	1 851	7 412	7 692	5 439	5 235	5 121
Madagascar	216 674	56 656	69 117	119 445	95 144	108 183
Malawi	26 155	15 367	14 122	24 390	20 929	26 326
Mexico	2 555 318	2 774 649	2 566 624	2 727 432	3 392 058	3 352 942
Nepal	1 257	1 462	1 108	3 083	1 994	1 520
Nicaragua	1 639 964	1 432 518	1 695 804	1 535 669	1 675 531	1 974 364
Nigeria	2 166	2 005	2 269	2 055	6 874	713
Panama	119 055	65 161	63 739	55 850	48 594	47 978
Papua New Guinea	1 107 622	987 841	1 031 044	1 048 715	1 140 257	743 187
Paraguay	1 769	219	8	1	1 067	2 100
Peru	3 233 530	3 433 062	3 479 421	4 231 258	4 687 329	3 868 192
Philippines	7 144	6 471	5 083	10 505	4 809	2 286
Rwanda	269 714	351 753	290 842	283 959	242 393	264 971
Sierra Leone	37 001	66 286	97 702	27 915	74 298	59 047
Sri Lanka	3 491	864	1 503	2 088	1 273	1 060
Tanzania	747 357	1 200 566	542 326	823 137	602 682	1 045 593
Thailand	150 421	183 563	288 797	328 173	329 275	113 095
Timor-Leste	40 937	42 024	58 610	60 939	36 773	70 117
Togo	134 131	141 753	201 979	159 145	151 254	82 883
Trinidad & Tobago	1 135	419	407	359	575	556
Uganda	3 209 995	3 053 688	2 668 971	3 150 090	2 726 949	3 583 259
Venezuela, Bol. Rep. of	146 121	22 162	19 248	2 134	2 072	2 087
Vietnam	15 774 099	17 386 120	14 591 345	16 850 000	21 705 611	19 997 470
Yemen	67 954	46 797	43 182	36 167	52 456	58 219
Zambia	52 973	31 354	27 930	8 965	9 649	9 214
Zimbabwe	22 691	22 449	8 830	4 991	4 207	3 113
Total	95 793 214	97 667 510	94 327 890	104 376 272	107 517 696	111 544 133

Table 4

ICO Composite and Group indicator prices
Monthly and annual averages: 2008 to 2013
(US cents/lb)

Month	2008					2009				
	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas
	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
Month	2010					2011				
	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas
	147.24	225.46	195.96	153.68	78.74	210.39	283.84	271.07	247.62	109.21
January	126.85	207.51	158.90	131.67	70.08	197.35	279.88	263.77	219.77	101.09
February	123.37	204.71	157.86	124.57	67.88	216.03	296.44	287.89	247.00	109.35
March	125.30	205.71	164.50	126.21	67.25	224.33	300.68	292.07	260.98	118.13
April	126.89	199.50	169.24	125.71	71.52	231.24	312.95	300.12	273.40	117.37
May	128.10	200.33	173.28	127.32	70.61	227.97	302.17	291.09	268.66	121.98
June	142.20	224.49	190.90	143.20	76.92	215.58	287.95	274.98	250.59	117.95
July	153.41	235.52	203.21	156.87	85.27	210.36	285.21	268.02	245.69	112.73
August	157.46	243.98	211.59	163.21	82.68	212.19	286.97	270.44	249.83	112.07
September	163.61	247.77	222.71	175.15	81.28	213.04	287.54	274.88	255.64	106.06
October	161.56	230.02	217.64	175.38	85.27	193.90	257.66	247.82	234.28	98.10
November	173.90	244.02	233.48	190.62	92.04	193.66	256.99	245.09	236.75	97.24
December	184.26	261.97	248.17	204.25	94.09	189.02	251.60	236.71	228.79	98.41
Month	2012					2013				
	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas	Composite indicator	Colombian Milds	Other Milds	Brazilian Naturals	Robustas
	156.34	202.08	186.47	174.97	102.82	119.51	147.87	139.53	122.23	94.16
January	188.90	255.91	237.21	228.21	96.72	135.38	169.19	157.29	145.17	99.69
February	182.29	244.14	224.16	215.40	101.93	131.51	161.70	149.46	136.63	104.03
March	167.77	222.84	201.26	192.03	103.57	131.38	161.53	149.78	133.61	106.26
April	160.46	214.46	191.45	180.90	101.80	129.55	161.76	149.81	132.62	101.68
May	157.68	207.32	184.65	174.17	106.88	126.96	158.35	147.19	130.29	99.18
June	145.31	184.67	168.69	156.17	105.70	117.58	147.55	138.26	120.01	90.79
July	159.07	202.56	190.45	175.98	107.06	118.93	147.46	138.39	119.47	95.21
August	148.50	187.14	174.82	160.05	106.52	116.45	143.26	135.15	116.81	94.01
September	151.28	190.10	178.98	166.53	104.95	111.82	138.60	132.28	112.65	87.78
October	147.12	181.39	173.32	161.20	104.47	107.03	133.83	128.70	109.57	83.70
November	136.35	170.08	159.91	148.25	97.67	100.99	124.65	122.02	102.57	79.71
December	131.31	164.40	152.74	140.69	96.59	106.56	126.54	125.97	107.40	87.89

ARTIGO 1.º (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;
- 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.

**LISTA DE PAÍSES PRODUTORES DE CAFÉ, MEMBROS DA
ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ NA VIGÊNCIA DO
ACORDO INTERNACIONAL DO CAFÉ DE 2007 E MEMBROS DO
FUNDO COMUM PARA OS PRODUTOS BÁSICOS**

	PMDs ¹	Membro do FCPB
Angola	√	√
Benin	√	√
Bolívia		
Brasil		√
Burundi	√	√
Camarões		√
Colômbia		√
Congo, República Democrática do	√	√
Congo, República do		
Costa Rica		√
Côte d'Ivoire		√
Cuba		√
El Salvador		
Equador		√
Etiópia	√	√
Filipinas		√
Gabão		√
Gana		√
Guatemala		√
Guiné	√	√
Haiti	√	√
Honduras		√
Iêmen	√	√
Índia		√
Indonésia		√
Jamaica		√
Libéria	√	
Madagáscar	√	√
Malauí	√	√
México		√
Nicarágua		√
Nigéria		√
Panamá		
Papua Nova Guiné		√
Paraguai		
Quênia		√
República Centro-Africana	√	√
República Dominicana		
Ruanda	√	√
Tailândia		√
Tanzânia		√
Timor-Leste	√	
Togo	√	√
Uganda	√	√
Venezuela, República Bolivariana da		√
Vietnã		
Zâmbia	√	√
Zimbábue		√

¹ Classificações provenientes do site das Nações Unidas (http://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/ldc/ldc_list.pdf).