



International Coffee Organization  
Organización Internacional del Café  
Organização Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café

ED 2050/08

4 novembro 2008  
Original: inglês

P

## Estratégia de desenvolvimento para o café

1. Com seus cumprimentos, o Diretor-Executivo recorda aos Membros que o Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB) requer uma estratégia de desenvolvimento clara para cada Organismo Internacional de Produto Básico. Essa estratégia deve ser submetida a revisão a cada cinco anos e atualizada quando mudanças de circunstâncias o exigirem (ver Anexo VIII do Manual do FCPB para o preparo e gestão dos projetos para financiamento pelo FCPB). A atual estratégia de desenvolvimento para o café foi revisada e aprovada pelo Conselho em maio de 2004.
2. Os Membros são convidados a, o mais tardar até **19 de dezembro de 2008**, enviar ao Diretor-Executivo suas sugestões para a atualização da estratégia. O objetivo é ajudá-lo a preparar um documento revisado, a ser submetido à apreciação do Conselho em sua 102<sup>a</sup> sessão, no período de 16 a 20 de março de 2008.
3. Para informação, cópias da Estratégia de desenvolvimento para o café (documento EB-3768/01 Rev. 3) e das conclusões do workshop do FCPB e da OIC sobre as prioridades para o desenvolvimento do café (documento CFC/ICO-8/06) foram anexadas a esta comunicação. Cópias do Acordo Internacional do Café de 2007 podem ser baixadas do site da OIC.



Organización Internacional del Café  
Organizaçào Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café  
International Coffee Organization

EB 3768/01 Rev. 3

19 janeiro 2004  
Original: inglês

P

Estratégia de desenvolvimento

Junta Executiva  
254<sup>a</sup> reunião  
29 – 30 janeiro 2004  
Londres, Inglaterra

**Estratégia de desenvolvimento para o café**

## Antecedentes

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 OIPB, também responde pela priorização, formulação e supervisão de projetos e pela busca de interessados em participar e, mais especificamente, de beneficiários aos quais visar.

2. O Manual para o preparo e gestão de projetos para financiamento pelo Fundo Comum para os Produtos Básicos afirma que o processo de formulação de projetos começa pela definição, pelo OIPB designado, de uma estratégia clara de desenvolvimento do respectivo produto básico. *O presente documento contém uma versão atualizada da estratégia de desenvolvimento para o café que o Conselho Internacional do Café aprovou em setembro de 2001 (documento EB-3768/01 Rev. 2). As alterações são indicadas em itálico. A ordem dos itens na Seção V também foi alterada.* São aqui definidas e priorizadas questões de desenvolvimento do café e apontadas medidas para tratar das mesmas, com o intuito de contribuir para o processo de formulação de projetos a serem considerados pelo FCPB. Este documento, contudo, também pode ser visto como uma declaração geral de prioridades estratégicas, independentemente de seu papel específico de referencial para os projetos. O documento da estratégia contém as seguintes seções:

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

### Anexos

- I. Dados estatísticos
- II. Lista de PMDs produtores de café
- III. Lista de idéias para projetos surgidas na mesa-redonda do FCPB na Guatemala
- IV. Lista de idéias para projetos surgidas na mesa-redonda do FCPB na África

## Ação

Solicita-se à Junta Executiva que aprecie a versão revisada da estratégia de desenvolvimento e, se apropriado, recomende sua aprovação pelo Conselho em maio de 2004.

## 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 produzem quantidades significativas de café e, em muitos deles, as receitas geradas pelas exportações de café são de vital importância para os respectivos balanços de pagamentos. *Em 1999, antes do atual colapso dos preços, o café respondia por mais de 20 por cento do total das receitas de exportação de pelo menos nove países e, em vários casos, representava mais de 50 por cento de tais receitas.* Outra característica é que, com pouquíssimas exceções, o café é produzido nos países em desenvolvimento, entre os quais se inscreve um número significativo de países menos desenvolvidos (PMDs). Excetuando o Brasil, onde se registra o segundo maior consumo mundial logo após os EUA, a maior parte do consumo, por outro lado, ocorre nos países industrializados. O café é um importante agente de desenvolvimento, proporciona um meio de vida para cerca de 120 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. O cafeeiro é cultivado em função de seus frutos, que contêm um, ou mais comumente, dois "grãos de café". Depois de vários estágios de benefício, esses grãos são torrados e usados, primariamente, no preparo de uma bebida conhecida nos quatro cantos do mundo. Das numerosas variedades botânicas dos cafeeiros, só duas são cultivadas e utilizadas comercialmente em quantidades em todo o mundo. Uma é o *Coffea arabica*, costumeiramente conhecido como Arábica, que constitui cerca de 70 por cento 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, dois métodos são usados na remoção do invólucro ou casca dos grãos para obter café verde comercializável: o benefício por via seca e o benefício por via úmida.

3. No benefício 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 remoção do pergaminho. No benefício 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, o ano-safra começa em 1º de abril; em outros, começa em 1º de julho ou 1º de outubro (ver Anexo I, quadro 1: Produção total dos países exportadores, anos-safra de 1998/99 a 2002/03).

4. Embora haja uma multiplicidade de qualidades específicas negociadas em todo o mundo, a Organização Internacional do Café reconhece quatro grupos principais (ver Anexo I, quadro 3: Exportações dos países exportadores, 1998/99 a 2002/03):

- 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 produzido 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. Dados sobre os preços conseguidos pelos diversos grupos são apresentados no Anexo I, quadro 6: Preços indicativos de grupo e compostos da OIC, médias mensais e anuais, 1999 a 2003.

## II. COOPERAÇÃO INTERNACIONAL EM QUESTÕES CAFEIRAS

6. As principais questões atinentes ao café são resumidas com clareza no Preâmbulo do Convênio Internacional do Café de 2001, em que os Governos participantes reconhecem:

- a excepcional importância do café para as economias de muitos países que dependem consideravelmente deste produto para suas receitas de exportação e, por conseguinte, para a continuação de seus programas de desenvolvimento econômico e social;
- a importância do setor cafeeiro para a subsistência de milhões de pessoas, sobretudo nos países em desenvolvimento, e tendo em conta que em muitos desses países a produção se faz em pequenas propriedades familiares;
- a necessidade de fomentar o desenvolvimento dos recursos produtivos e de elevar e manter os níveis de emprego e de renda no setor cafeeiro dos países Membros, e assim concorrer para a obtenção de salários justos, padrões de vida mais elevados e melhores condições de trabalho;
- que uma estreita cooperação internacional no comércio de café fomentará a diversificação econômica e o desenvolvimento dos países produtores de café e contribuirá para a melhoria das relações políticas e econômicas entre países exportadores e importadores de café e para o aumento do consumo de café;
- a conveniência de evitar que entre a produção e o consumo haja desequilíbrio capaz de provocar acentuadas flutuações de preço, prejudiciais a produtores e consumidores.

7. O Convênio de 2001 constitui o principal instrumento para a cooperação internacional em questões cafeeiras, assim proporcionando a estrutura mais adequada para o estabelecimento de uma estratégia para o desenvolvimento do café. Por esta razão, vale recordar os objetivos específicos do Convênio, que, fixados no artigo 1º, têm claras implicações estratégicas:

- 1º promover a cooperação internacional em questões cafeeiras;
- 2º proporcionar um foro para consultas e, quando oportuno, negociações intergovernamentais sobre questões cafeeiras e sobre meios de alcançar um equilíbrio razoável entre a oferta e a demanda mundiais, em bases que assegurem, aos consumidores, o abastecimento adequado de café a preços equitativos e, aos produtores, mercados para o café a preços remunerativos, e que contribuam para um equilíbrio de longo prazo entre a produção e o consumo;
- 3º proporcionar um foro para consultas sobre questões cafeeiras com o setor privado;
- 4º facilitar a expansão e a transparência do comércio internacional de café;
- 5º constituir um centro para a coleta, difusão e publicação de informações econômicas e técnicas, dados estatísticos e estudos, bem como para a pesquisa e o desenvolvimento no domínio do café, e fomentar todas essas atividades;
- 6º incentivar os Membros a desenvolverem uma economia cafeeira sustentável;
- 7º promover, incentivar e ampliar o consumo de café;
- 8º propiciar análise e assessoramento no preparo de projetos que beneficiem a economia cafeeira mundial, para subsequente apresentação às agências doadoras ou financiadoras, como apropriado;
- 9º fomentar a qualidade; e
- 10 fomentar programas de informação e treinamento destinados a auxiliar a transferência aos Membros de tecnologias relevantes para o café.

8. Além desses objetivos, diversas funções e atividades são necessárias em virtude de artigos específicos do Convênio.

### **III. PERSPECTIVAS E POTENCIAL**

9. Para atender às exigências de um ambiente econômico externo mutável e de muitas formas hostil, os países que dependem dos produtos primários vêm-se forçados a reestruturar suas economias. É amplamente aceito (ver, por exemplo, a Resolução Número 93 (IV) da UNCTAD) que o objetivo de prazo mais longo do processo de reestruturação deveria ser a diversificação, com um afastamento da excessiva dependência dos produtos primários, rumo ao desenvolvimento industrial. O longo período de depressão dos preços dos produtos básicos, porém, tem constituído uma enorme barreira à consecução desse objetivo, decorrendo, sobretudo, de uma situação de excesso de oferta em relação à demanda, particularmente grave no caso do café. No início de 2004, o preço indicativo composto da OIC era de cerca de 56,00 centavos

de dólar dos EUA por libra-peso de café verde, em contraste com uma faixa de 120 - 140 centavos durante a maior parte da década de 80, representando uma queda de mais de 57 por cento em termos nominais e 70 por cento em termos reais.

10. Porém o café tem diversos pontos fortes duradouros. Em primeiro lugar, ele cria grande número de empregos na zona rural; em segundo lugar, constitui uma cultura quase sempre benéfica para o meio ambiente; em terceiro lugar, ele é um dos poucos produtos agrícolas tropicais capazes de gerar receitas pecuniárias para os cafeicultores e receitas de exportação em moedas fortes; e, por último, no mundo todo seu consumo é muito amplo, na forma de vasta gama de preparações e qualidades, que culmina com os cafés *gourmet* de alto valor. A consciência que se tem desses fatores é desigual, e continua a haver considerável potencial para expandir o consumo em diversos países com populações numerosas.

#### **IV. PROBLEMAS ENFRENTADOS PELO CAFÉ**

11. O café é sujeito a muitas pragas e doenças que precisam ser combatidas, já que podem reduzir tanto o rendimento quanto a qualidade. Além disso, a comercialização de café passou por numerosas mudanças nos últimos 10 anos, durante os quais em muitos países ela foi-se deslocando em direção à sistemas comerciais liberalizados. O desafio consiste na criação de um ambiente comercial saudável e competitivo, em que os interesses comerciais mais fortes do setor, em escala global, não se sobreponham às necessidades dos países em desenvolvimento que gozam de menos vantagens. *Nesta esfera, os baixos níveis dos preços dos anos recentes e seu alto grau de volatilidade são problemas óbvios, particularmente para os milhões de pequenos agricultores que dependem do café para viver.* Finalmente, é preciso monitorizar o número cada vez maior de medidas regulamentares que vêm sendo adotadas em função de preocupações com o meio ambiente ou a saúde pública, bem como as barreiras tarifárias impostas ao café portador de valor acrescido (ou aos produtos acabados), a fim de evitar efeitos que sejam inadequados ou prejudiciais ao comércio de café e seus produtos.

#### ***Pobreza***

12. *Vê-se com especial preocupação o problema dos preços baixos, que resulta em maior pobreza e menor qualidade. Numa declaração feita à 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 produtos básicos como o café, que agora mal obtêm um terço dos preços vigentes nos anos 90, contribui para o aumento da pobreza e torna mais difícil alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio. A queda das receitas de exportação de café também põe em risco a Iniciativa dos Países Pobres Altamente Endividados (Heavily Indebted Poor Countries - HIPC). No documento ICC 89-5 Rev. 1, de 11 de setembro de 2003, a OIC divulgou diversas declarações dos países produtores, em que eles não deixam dúvidas quanto ao impacto da crise no tocante à pobreza. Em vista das dificuldades que*

*impedem o empreendimento bem-sucedido de atividades econômicas alternativas em muitas regiões cafeeiras, esta situação torna inevitavelmente prioritárias as medidas que possibilitam restaurar maior equilíbrio entre a oferta e a demanda para elevar os preços.*

### **Questões estratégicas**

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

- reduzir excessivas flutuações de curto prazo nos preços e receitas de exportação;
- manter os preços em níveis que sejam remunerativos para os produtores, levando ao mesmo tempo em conta os interesses dos consumidores;
- melhorar o acesso ao mercado e a confiabilidade da oferta;
- diversificar a produção e expandir o processamento nos países produtores;
- aprimorar as estruturas do mercado;
- ampliar a participação dos países produtores na comercialização, transporte e distribuição de seus produtos básicos de exportação;
- promover uma imagem favorável do café;
- promover a contribuição do café para o alívio da pobreza e a melhoria das condições de vida dos pequenos agricultores;
- *incentivar o aumento do consumo;*
- *desenvolver uma compreensão de que medidas podem ser necessárias em todos os pontos da cadeia da oferta, entendida como uma cadeia que vai do cafeicultor ao consumidor final, e não apenas do cafeicultor ao importador.*

14. A consecução dos objetivos acima deve estar no centro de qualquer estratégia de desenvolvimento do café.

## **V. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO E PROGRAMA DE AÇÃO**

15. No caso do café, os objetivos específicos alistados no artigo 1º do Convênio de 2001 especificam as principais áreas para consideração geral. Em decorrência desses objetivos, é possível identificar sete áreas estratégicas para a ação, que são alistadas abaixo na ordem aproximada de sua prioridade. Embora neste documento não seja apropriado delinear áreas específicas para projetos, nos Anexos III e IV figura uma lista de idéias para projetos que surgiram na mesa-redonda regional do FCPB sobre desenvolvimento dos produtos básicos na América Latina/Caribe e na África e que servem como exemplos de possíveis áreas de ação.

16. *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. Ela então*

*focaliza diversas questões que têm impacto sobre a cadeia da oferta de café. O conceito de gestão em cadeia, que requer a análise do impacto das ações empreendidas ao longo da cadeia, é de importância crucial. Pelo fato de que 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 do FCPB, também recebem a ênfase apropriada.*

## **1. Promoção de uma economia cafeeira sustentável**

17. *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 particularmente necessário que o clima econômico dê condições de incentivar a estabilidade e assegurar padrões de vida razoáveis para as populações que se ocupam do café, garantindo suficientes retornos para os produtores e, ao mesmo tempo, cuidados adequados para a manutenção da qualidade preferencialmente à quantidade do café produzido. A Organização deseja incentivar a melhoria e a diversificação de velhas lavouras de café a partir de uma orientação mais voltada para o mercado e mais harmonizada com o meio ambiente, como, por exemplo, as lavouras de café orgânico e gourmet e o café cultivado na sombra em áreas anteriormente ocupadas por florestas naturais (ver também o Ponto 4 abaixo). Ela também procura promover o uso de tecnologias benéficas ao meio ambiente em toda a cadeia de produção e benefício, de controle biológico integrado de pragas, e de tecnologia melhorada no processo de lavagem. A Organização igualmente reconhece a importância social das comunidades cafeeicultoras estabelecidas e as dificuldades de encontrar fontes alternativas de renda em muitas zonas de produção cafeeira. A Organização também está estabelecendo parcerias com outras entidades que promovem a sustentabilidade.*

## **2. Incentivo ao consumo**

18. *Para manter uma economia cafeeira sustentável, é importante assegurar que os aumentos da oferta sejam iguados pelo correspondente crescimento da demanda. Em condições de mercado como as que prevalecem desde 1999, nas quais a oferta tem constantemente ultrapassado a demanda, levando a uma crise de preços baixos, é particularmente importante tomar medidas para expandir o consumo. Isto pode ser feito através de melhoria da qualidade (ver abaixo) e através de projetos de promoção e educacionais. A Organização 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. No caso dos próprios países produtores, um consumo local mais significativo traz ainda outros benefícios: torna os produtores mais conscientes das exigências dos consumidores e de fatores relacionados com a qualidade; proporciona um mercado alternativo ao mercado de exportação; e constitui um estímulo para as empresas de pequeno e médio porte.*

### **3. Melhoria da qualidade**

19. A manutenção e melhoria da qualidade são cruciais para sustentar o consumo a longo prazo, adicionar valor ao produto e protegê-lo da contaminação. Isso pode ser conseguido através de conscientização acerca de métodos de comercialização e preparo apropriados ao café de alta qualidade; de melhoria das práticas de cultivo, benefício, armazenamento e transporte; e de proteção contra pragas, doenças e contaminação durante o armazenamento. *A fim de manter a alta qualidade do café, a Organização desestimula o comércio de café com teor equivalente a menos de 95 por cento de café verde como matéria-prima básica. A Organização também promove o Programa de Melhoria da Qualidade do Café, estabelecido pela Resolução número 407 do Conselho Internacional do Café com o objetivo de elevar os padrões comercializáveis e desviar os cafés inferiores para usos alternativos, como um meio de elevar a qualidade em geral para fomentar o consumo e contribuir para um mercado mais equilibrado.*

### **4. Diversificação**

20. *Como parte de seus esforços em busca de soluções para a crise que os produtores de café atualmente enfrentam, a Organização incentiva a diversificação horizontal. Seus programas neste sentido incluem projetos específicos com o objetivo de gerar receitas complementares de 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, tem o potencial de criar benefícios ainda maiores para os produtores. O FCPB, em seu Plano de Ação Quinquenal, tratou da questão ao fazer referência a questões de comercialização, enfatizando a necessidade de dar atenção aos mercados regionais e aos produtos derivados com valor agregado.*

### **5. Melhoria do mercado**

21. Será preciso cuidado, na transição de muitos países exportadores para sistemas de comercialização liberalizados, para que os benefícios trazidos pela maior flexibilidade do mercado não sejam postos em perigo pela eliminação de funções indispensáveis, anteriormente desempenhadas pelas juntas de comercialização e órgãos reguladores análogos e para que haja instituições sólidas, a nível interno e internacional, para desenvolver e implementar as políticas e programas relevantes. Além disso, o setor cafeeiro em muitos países exportadores consiste num grande número de pequenos agricultores que precisam de ajuda para fortalecer organizações de base e desenvolver a capacidade desses agricultores de competir no mercado, obter acesso ao crédito comercial, haver-se com a volatilidade dos preços mediante gestão de risco e gerar benefícios para suas comunidades. Em alguns mercados importadores, a Organização também talvez possa prestar ajuda, através de programas de educação e treinamento, propiciando melhorias dos conhecimentos técnicos e dos métodos de comércio e facilitando contatos com os fornecedores dos países Membros exportadores. No interesse de uma economia comercial

saudável e competitiva, é importante que nos países produtores os comerciantes possuam o grau necessário de perícia comercial, tenham acesso ao crédito e contem com a estrutura jurídica apropriada, para poderem operar com eficácia.

22. Há consideráveis diferenças na capacidade dos países de avaliar questões relacionadas com o comércio de café e subseqüentemente se beneficiar dos resultados. A Organização também procura avaliar e, se apropriado, propor novos instrumentos de cooperação internacional destinados a monitorizar tendências específicas do mercado cafeeiro que possam ser de interesse para os Membros. Essas tarefas poderiam ser empreendidas em colaboração com o Banco Mundial, a Organização Mundial do Comércio e organizações regionais.

23. Em vista da maneira como diversos fatores do mercado operam no processo de determinação dos preços, também é necessário estudar os fatores que afetam o mercado decorrentes da natureza do comércio de futuros e toda a gama das influências exercidas sobre os níveis e as flutuações dos preços, incluindo o modo de operação dos vários participantes dos mercados.

## **6. Pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias**

24. Em diversas áreas estão sendo desenvolvidas novas tecnologias, que incluem: benefício por via úmida mais benéfico ao meio ambiente; reprodução vegetal; material botânico geneticamente modificado; processos melhorados de fabricação de solúvel; e comércio pela Internet. É importante desenvolver, avaliar e difundir os avanços tecnológicos apropriados, para benefício da comunidade cafeeira mundial, bem como fomentar um intercâmbio mais intenso de informações entre os produtores.

## **7. Proteção contra pragas e doenças**

25. As medidas contra pragas e doenças são importantes, para proteger não só as economias dos países produtores e a subsistência das populações agrícolas, como também a qualidade do produto. Quando desenvolvendo programas de proteção, será preciso cuidado para que eles causem os menores prejuízos possíveis ao meio ambiente. Nesses programas poderiam incluir-se a conservação do germoplasma de espécies cafeeiras silvestres ameaçadas pela rápida destruição de florestas naturais; a conservação de importantes características como, por exemplo, resistência a pragas e doenças, tolerância a condições adversas de cultivo e potencial de rendimento; e a qualidade da bebida e da tecnologia.

## **8. Ajuda em situações de emergência**

26. Nos casos de países produtores que sofreram grandes quedas de produção por motivo de força maior, pode *às vezes* ser apropriado incentivar programas que assegurem uma recuperação da capacidade de produzir, sob condição de as proporções dos aumentos não prejudicarem o

equilíbrio entre a oferta e a demanda. Medidas nesse sentido contribuem para assegurar a manutenção da disponibilidade de cafés característicos ao mercado, salvaguardar da exploração de vantagens comparativas e, não menos importante, proporcionar uma importante fonte de emprego, em vista da natureza de mão-de-obra intensiva da cafeicultura. 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 comoções de natureza bélica.

27. Em países em reconstrução, com o propósito de aliviar a pobreza e contribuir para o reassentamento das famílias, a Organização promove a reabilitação das lavouras de café (com apoio especial ao desenvolvimento de variedades botânicas resistentes a doenças e de alta produtividade) e dos sistemas de comercialização.

## **VI. DETERMINAÇÃO DE BENEFICIÁRIOS**

28. A escolha dos grupos visados de beneficiários pode ser determinada por fatores como populações que estão sofrendo pobreza substancial; populações e economias pesadamente dependentes do café; áreas em que há poucas alternativas econômicas viáveis para o café e áreas em que a cafeicultura proporciona emprego rural estável, e que, de outra forma, poderiam ser objeto de deslocamentos problemáticos da população para áreas urbanas ou o cultivo de produtos socialmente nocivos. Muitos países produtores de café são PMDs, como indica a lista do Anexo II, e as medidas em prol do café incluiriam uma concentração eficaz nesse grupo.

**Anexo I – Dados estatísticos**

**Anexo II – Lista de PMDs produtores de café**

**Anexo III – Lista de idéias para projetos surgidas na mesa-redonda do FCPB na Guatemala**

**Anexo IV – Lista de idéias para projetos surgidas na mesa-redonda do FCPB na África**

**DADOS ESTATÍSTICOS****Quadro**

- 1 Produção total dos países exportadores  
Anos-safra de *1998/99 a 2002/03*
- 2-A Consumo interno dos países exportadores  
Anos cafeeiros de *1998/99 a 2002/03*
- 2-B Consumo nos países importadores  
Anos cafeeiros de *1998/99 a 2002/03*
- 2-C Consumo em países não-membros  
Anos civis de *1998 a 2002*
- 3 Exportações dos países exportadores para todos os destinos  
Anos cafeeiros de *1998/99 a 2002/03*
- 4 Importações de todas as origens pelos países importadores  
Anos cafeeiros de *1998/99 a 2002/03*
- 5 Valor das exportações de todas as formas de café por cada país exportador para todos os destinos como porcentagem do valor das exportações de todos os produtos básicos  
Anos civis de *1998 a 2002*
- 6 Preços indicativos  
Preços indicativos de grupo e compostos da OIC  
Médias mensais e anuais de *1999 a 2003*

TABLE 1

**TOTAL PRODUCTION OF EXPORTING COUNTRIES  
CROP YEARS 1998/99 TO 2002/03**

<b>(000 bags)</b>						
<b>Crop year commencing</b>		<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>TOTAL</b>		<b>106 123</b>	<b>114 523</b>	<b>112 334</b>	<b>109 483</b>	<b>119 947</b>
	<i>1 April</i>	<i>49 737</i>	<i>44 776</i>	<i>44 850</i>	<i>46 429</i>	<i>60 405</i>
Angola	(R)	85	55	50	21	56
Bolivia	(A)	150	184	173	124	149 1/
Brazil	(A/R)	34 650	32 345	32 005	33 950	48 480
Burundi	(A/R)	356	501	337	257	433 1/
Ecuador	(A/R)	1 206	1 198	871	893	731
Indonesia	(R/A)	8 458	5 499	6 947	6 731	5 668 1/
Madagascar @	(R/A)	992	427	366	147	445
Malawi	(A)	64	59	63	60	44 1/
Papua New Guinea	(A/R)	1 351	1 387	1 041	1 041	1 108
Paraguay	(A)	34	28	31	31	30 1/
Peru	(A)	2 022	2 663	2 596	2 749	2 900
Rwanda	(A)	222	308	273	307	280 1/
Zimbabwe	(A)	147	122	97	118	81 1/
	<i>1 July</i>	<i>2 633</i>	<i>3 061</i>	<i>2 861</i>	<i>2 601</i>	<i>2 734</i>
Congo, Rep. of @	(R)	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	280	328	313	285	239 1/
Dominican Republic	(A)	422	694	437	432	426
Haiti	(A)	442	402	422	402	413 1/
Philippines	(R/A)	685	739	775	759	721
Tanzania	(A/R)	739	837	821	624	824
Zambia	(A)	62	58	90	96	108
	<i>1 October</i>	<i>53 753</i>	<i>66 686</i>	<i>64 623</i>	<i>60 453</i>	<i>56 808</i>
Benin @	(R)	0	0	0	0	0
Cameroon @	(R/A)	1 114	1 370	1 113	686	801 1/
Central African Rep. @	(R)	214	241	122	75	92 1/
Colombia	(A)	11 024	9 398	10 532	11 999	11 714 1/
Congo, Dem. Rep. of	(R/A)	644	457	433	430	392 1/
Costa Rica	(A)	2 350	2 404	2 253	2 166	1 976
Cote d'Ivoire @	(R)	1 991	6 321	4 846	3 492	2 680 1/
El Salvador	(A)	2 056	2 599	1 706	1 667	1 442
Equatorial Guinea @	(R)	1	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	2 745	3 505	2 768	3 756	3 693
Gabon @	(R)	4	2	0	1	1
Ghana	(R)	45	44	38	17	25 1/
Guatemala	(A/R)	4 893	5 120	4 940	3 669	4 265 1/
Guinea	(R)	140	112	114	101	109 1/
Honduras	(A)	2 195	2 985	2 667	3 036	2 497
India	(A/R)	4 434	5 495	4 526	4 970	4 588 1/
Jamaica	(A)	29	39	37	30	45 1/
Kenya	(A)	1 173	1 502	988	992	899 1/
Liberia	(R)	5	5	5	5	5
Mexico	(A)	4 801	6 219	4 815	4 200	4 000 1/
Nicaragua	(A)	1 073	1 532	1 595	1 116	1 124
Nigeria	(R)	46	43	45	41	48 1/
Panama	(A)	192	167	170	160	140
Sierra Leone	(R)	24	76	28	15	13
Sri Lanka	(R/A)	35	38	43	31	32
Thailand	(R)	916	1 271	1 692	548	707 1/
Togo @	(R)	321	263	197	116	80 1/
Trinidad and Tobago	(R)	17	16	14	14	14
Uganda	(R/A)	3 298	3 097	3 205	3 166	2 910
Venezuela	(A)	1 001	717	956	821	961 1/
Vietnam	(R)	6 972	11 648	14 775	13 133	11 555

1/ Derived on the basis of estimated gross opening stocks in crop year 2003/04

2/ Estimate to be confirmed by the Member

3/ Estimated

TABLE 2-A

**DOMESTIC CONSUMPTION OF EXPORTING COUNTRIES**  
**CROP YEARS 1998/99 TO 2002/03**

<b>(000 bags)</b>						
<b>Crop year commencing</b>		<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>TOTAL</b>		<b>24 841</b>	<b>24 620</b>	<b>25 940</b>	<b>26 873</b>	<b>27 196</b>
	<i>1 April</i>	<i>14 894</i>	<i>14 517</i>	<i>15 188</i>	<i>15 476</i>	<i>15 763</i>
Angola	(R)	30	20	20	20	20
Bolivia	(A)	45	60	60	60	60
Brazil	(A/R)	12 200	12 750	13 000	13 250	13 500
Burundi	(A/R)	2	2	2	2	2
Ecuador	(A/R)	300	230	200	200	150
Indonesia	(R/A)	2 000	1 250	1 667	1 667	1 667
Madagascar @	(R/A)	167	56	90	128	217
Malawi	(A)	2	1	1	1	1
Papua New Guinea	(A/R)	1	2	2	2	2
Paraguay	(A)	20	20	20	20	20
Peru	(A)	120	120	120	120	120
Rwanda	(A)	3	2	2	2	0
Zimbabwe	(A)	4	4	4	4	4
	<i>1 July</i>	<i>1 686</i>	<i>1 745</i>	<i>1 717</i>	<i>1 740</i>	<i>1 752</i>
Congo, Rep. of @	(R)	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	200	200	213	220	224
Dominican Republic	(A)	325	325	325	340	340
Haiti	(A)	330	340	340	340	340
Philippines	(R/A)	810	862	820	821	829
Tanzania	(A/R)	17	14	15	15	15
Zambia	(A)	1	1	1	1	1
	<i>1 October</i>	<i>8 261</i>	<i>8 358</i>	<i>9 035</i>	<i>9 657</i>	<i>9 681</i>
Benin @	(R)	0	0	0	0	0
Cameroon @	(R/A)	100	100	75	69	69
Central African Republic @	(R)	19	21	12	10	4
Colombia	(A)	1 600	1 400	1 400	1 400	1 400
Congo, Democratic Rep. of	(R/A)	200	200	200	200	200
Costa Rica	(A)	223	299	249	255	263
Côte d'Ivoire @	(R)	50	50	317	317	317
El Salvador	(A)	192	153	101	144	153
Equatorial Guinea @	(R)	0	0	0	0	0
Ethiopia	(A)	1 633	1 633	1 667	1 833	1 833
Gabon @	(R)	1	1	0	0	0
Ghana	(R)	1	1	1	1	1
Guatemala	(A/R)	300	300	300	300	300
Guinea	(R)	50	50	50	50	50
Honduras	(A)	138	168	230	200	200
India	(A/R)	895	954	917	1 134	1 134
Jamaica	(A)	15	11	12	10	9
Kenya	(A)	50	50	50	50	50
Liberia	(R)	5	5	5	5	5
Mexico	(A)	1 108	1 150	1 305	1 500	1 500
Nicaragua	(A)	127	130	176	181	185
Nigeria	(R)	40	40	40	40	40
Panama	(A)	67	67	67	67	67
Sierra Leone	(R)	5	5	5	5	5
Sri Lanka	(R/A)	30	30	30	30	30
Thailand	(R)	433	433	500	500	500
Togo @	(R)	2	2	2	2	2
Trinidad and Tobago	(R)	14	14	14	14	14
Uganda	(R/A)	100	120	120	150	160
Venezuela	(A)	613	621	690	690	690
Vietnam	(R)	250	350	500	500	500

TABLE 2-B

DISAPPEARANCE IN IMPORTING COUNTRIES  
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

(000 bags)

	October-September				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
<b>TOTAL 1/</b>	<b>62 143</b>	<b>60 562</b>	<b>62 183</b>	<b>60 611</b>	<b>62 918</b>
<i>All Importing Members</i>	<i>43 086</i>	<i>41 881</i>	<i>42 767</i>	<i>41 907</i>	<i>42 710</i>
U.S.A.	19 057	18 681	19 416	18 704	20 208
<i>European Community</i>	<i>35 164</i>	<i>33 612</i>	<i>34 336</i>	<i>33 419</i>	<i>34 258</i>
Austria	1 105	905	1 123	1 002	855 2/
Belgium/Luxembourg	1 099	1 054	1 358	1 271	1 714
Denmark	841	826	833	827	790
Finland	988	969	961	961	979 2/
France	5 434	5 365	5 358	5 394	5 162
Germany	10 513	9 410	9 651	9 141	9 468
Greece	594	767	688	699	886 2/
Ireland	119	97	128	134	149
Italy	4 977	5 122	5 221	5 212	5 402
Netherlands	1 771	1 677	1 862	1 567	1 834 2/
Portugal	737	769	716	782	738
Spain	3 354	3 131	2 921	2 972	2 812
Sweden	1 267	1 217	1 214	1 253	1 349
United Kingdom	2 365	2 303	2 302	2 204	2 120 2/
<i>Other importing countries</i>	<i>7 922</i>	<i>8 269</i>	<i>8 431</i>	<i>8 488</i>	<i>8 452</i>
Cyprus	56	51	71	49	51 2/
Japan	6 261	6 732	6 826	6 958	6 764
Norway	767	660	687	683	700
Singapore 3/	0	0	0	0	0 2/
Switzerland	838	826	847	798	937

1/ Includes USA and Singapore as monthly information is available

2/ Estimated

3/ Adjusted for net exports when necessary

TABLE 2-C

**CONSUMPTION IN NON-MEMBER COUNTRIES  
(NET IMPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE FROM ALL SOURCES)  
CALENDAR YEARS 1998 TO 2002**

<b>(000 bags)</b>					
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
<b>TOTAL</b>	<b>17 880</b>	<b>17 714</b>	<b>18 686</b>	<b>20 773</b>	<b>21 000 1/</b>
<b>Importing non-members</b>	<b>17 957</b>	<b>17 974</b>	<b>19 235</b>	<b>21 534</b>	
<b>Europe</b>	<b>7 396</b>	<b>7 072</b>	<b>7 648</b>	<b>9 485</b>	
Bosnia and Herzegovina	314	84	63	112	179
Bulgaria	294	357	271	349	338
Croatia	320	337	327	337	356
Czech Republic	523	623	550	655	646
Estonia	90	97	99	110	
Hungary	652	730	733	740	709
Latvia	133	121	112	158	
Lithuania	146	157	172	203	
Poland	1 797	1 768	1 765	1 958	1 952
Romania	584	506	551	631	737
Russian Federation	1 523	1 228	1 729	2 801	3 301
Serbia and Montenegro	460	451	644	671	731
Slovakia	240	266	262	308	298
Slovenia	162	174	177	193	201
Others	156	172	192	261	
<b>Africa</b>	<b>2 614</b>	<b>2 797</b>	<b>3 191</b>	<b>2 828</b>	
Algeria	1 407	1 518	1 778	1 456	
Egypt	116	140	95	79	112
Morocco	445	373	503	490	505
South Africa, Rep. of	236	289	366	298	322
Tunisia	147	164	174	233	230
Others	263	314	275	271	
<b>Asia</b>	<b>3 614</b>	<b>3 665</b>	<b>3 903</b>	<b>4 609</b>	
Armenia	104	115	135	180	172
China	95	83	105	32	25
Israel	457	395	287	358	
Jordan	110	101	157	126	191
Korea, Rep. of	988	1 087	1 246	1 258	1 306
Lebanon	337	315	310	462	
Saudi Arabia	338	358	403	372	446
Syrian Arab Republic	268	277	221	641	
Taiwan	260	303	376	417	446
Turkey	286	265	291	299	408
United Arab Emirates	139	136	95	151	
Others	231	230	275	312	
<b>Latin America</b>	<b>869</b>	<b>885</b>	<b>945</b>	<b>974</b>	
Argentina	640	642	623	636	522
Chile	127	155	218	214	
Others	103	88	105	124	
<b>North America</b>	<b>2 427</b>	<b>2 480</b>	<b>2 526</b>	<b>2 614</b>	
Canada	2 317	2 303	2 377	2 535	2 302
Puerto Rico	95	165	131	66	
Others	15	12	18	14	
<b>Oceania</b>	<b>1 038</b>	<b>1 074</b>	<b>1 021</b>	<b>1 024</b>	
Australia	856	906	832	765	976
New Zealand	183	168	186	257	275
Others	-1	1	2	2	
<b>Producing non-members</b>	<b>-77</b>	<b>-260</b>	<b>-549</b>	<b>-761</b>	
Malaysia	101	-9	-244	-489	-508
Others	-178	-251	-305	-272	

Note: Table excludes data for the USA and Singapore

A negative sign indicates net exports

1/ Estimated

TABLE 3

EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EXPORTING COUNTRIES TO ALL DESTINATIONS  
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

	Coffee years				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
<b>TOTAL</b>	<b>83 842</b>	<b>89 237</b>	<b>89 965</b>	<b>85 917</b>	<b>87 453</b>
<b><i>Colombian Milds</i></b>	<b>12 071</b>	<b>10 977</b>	<b>11 530</b>	<b>11 998</b>	<b>12 168</b>
Colombia	10 292	9 035	9 437	10 625	10 478
Kenya	1 096	1 196	1 220	794	849
Tanzania	683	747	874	579	841
<b><i>Other Milds</i></b>	<b>25 705</b>	<b>29 083</b>	<b>25 065</b>	<b>22 177</b>	<b>22 621</b>
Bolivia	109	115	73	67	82
Burundi	391	463	314	250	552
Costa Rica	2 092	1 984	2 111	1 881	1 676
Cuba	80	127	90	87	58
Dominican Republic	161	189	102	114	141
Ecuador	901	834	763	567	667
El Salvador	1 812	2 490	1 714	1 473	1 320
Guatemala	4 593	4 901	4 414	3 330	3 965
Haiti	98	62	97	49	73
Honduras	2 086	2 857	2 470	2 617	2 439
India	3 426	4 500	3 715	3 441	3 449
Jamaica	21	30	29	28	25
Malawi	52	55	70	53	39
Mexico	4 136	5 164	3 637	2 893	2 561
Nicaragua	955	1 302	1 445	920	978
Panama	147	78	70	78	84
Papua New Guinea	1 374	1 050	1 060	1 026	1 144
Peru	2 204	2 311	2 418	2 689	2 664
Rwanda	282	304	267	274	275
Venezuela	582	96	26	131	271
Zambia	57	59	88	98	105
Zimbabwe	146	112	92	112	53
<b><i>Brazilian Naturals</i></b>	<b>24 700</b>	<b>20 830</b>	<b>23 041</b>	<b>27 927</b>	<b>29 846</b>
Brazil	22 934	18 816	21 612	25 977	27 559
Ethiopia	1 757	2 005	1 418	1 939	2 277
Paraguay	10	9	11	11	10
<b><i>Robustas</i></b>	<b>21 366</b>	<b>28 347</b>	<b>30 329</b>	<b>23 815</b>	<b>22 818</b>
Angola	58	30	17	10	15
Congo, Dem. Rep. of	448	333	222	171	192
Ghana	78	35	34	16	24
Guinea	74	28	64	48	59
Indonesia	5 430	5 204	5 372	4 118	4 529
Nigeria	6	3	5	1	8
<b><i>OAMCAF</i></b>	<b>4 469</b>	<b>7 851</b>	<b>5 893</b>	<b>4 222</b>	<b>3 400</b>
Benin	0	0	0	0	0
Cameroon	1 027	1 272	1 145	617	732
Central African Rep.	194	188	104	100	38
Congo, Rep. of	0	0	0	0	0
Cote d'Ivoire	2 264	5 834	4 270	3 284	2 363
Equatorial Guinea	1	-	0	0	0
Gabon	3	-	2	1	1
Madagascar	670	277	177	107	188
Togo	310	279	195	114	78
Philippines	9	4	3	6	9
Sierra Leone	19	64	13	10	8
Sri Lanka	16	1	3	1	2
Thailand	417	960	1 184	93	207
Trinidad and Tobago	4	2	-	-	-
Uganda	3 648	2 917	3 075	3 153	2 810
Vietnam	6 689	10 914	14 442	11 966	11 555

TABLE 4

IMPORTS BY IMPORTING COUNTRIES FROM ALL SOURCES  
COFFEE YEARS 1998/99 TO 2002/03

(000 bags)

	October-September				
	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03
<b>TOTAL 1/</b>	<b>79 451</b>	<b>80 874</b>	<b>81 267</b>	<b>81 075</b>	<b>84 629</b>
<i>All Importing Members</i>	<i>56 128</i>	<i>55 417</i>	<i>59 018</i>	<i>59 055</i>	<i>60 336</i>
U.S.A.	22 561	24 540	21 150	20 966	23 365
<i>European Community</i>	<i>47 522</i>	<i>46 739</i>	<i>49 933</i>	<i>49 808</i>	<i>51 278</i>
Austria	1 525	1 251	1 578	1 520	1 444 2/
Belgium/Luxembourg	3 344	3 443	3 722	3 783	3 988
Denmark	1 088	1 054	1 074	1 088	1 044
Finland	1 216	1 112	1 083	1 053	1 084 2/
France	6 725	6 639	6 917	6 943	6 690
Germany	14 776	14 056	15 404	15 514	16 211
Greece	675	842	895	920	1 013 2/
Ireland	128	150	179	171	214
Italy	5 986	6 256	6 501	6 567	6 825
Netherlands	2 802	2 787	3 025	2 718	3 143 2/
Portugal	810	919	828	892	854
Spain	4 008	3 842	4 095	4 126	4 159
Sweden	1 449	1 393	1 404	1 484	1 614
United Kingdom	2 990	2 995	3 228	3 029	2 995
<i>Other importing countries</i>	<i>9 368</i>	<i>9 595</i>	<i>10 184</i>	<i>10 301</i>	<i>9 986 0</i>
Cyprus	57	52	75	53	54 2/
Japan	6 618	6 829	7 073	7 277	6 946
Norway	772	664	695	688	708
Singapore	762	917	1 099	1 054	928 2/
Switzerland	1 159	1 133	1 242	1 229	1 350

1/ Includes USA and Singapore as monthly information is available

2/ Estimated

TABLE 5

**VALUE OF EXPORTS OF ALL FORMS OF COFFEE BY EACH EXPORTING COUNTRY  
TO ALL DESTINATIONS AS A PERCENTAGE OF THE VALUE OF EXPORTS OF ALL COMMODITIES  
CALENDAR YEARS 1998 TO 2002**

(percent)	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Colombian Milds</b>					
Colombia	18.84	12.29	9.17	7.10	7.28
Kenya	10.84	11.03	8.52	4.97	3.61
Tanzania	19.31	14.50	11.89	8.00	3.73
<b>Other Milds</b>					
Bolivia	1.35	1.32	1.16	0.73	0.72
Burundi	81.36	77.29	77.89	52.10	55.13
Costa Rica	7.11	4.95	4.43	3.40	2.99
Cuba	1.66	0.77	1.10	0.68	
Dominican Republic	7.65	2.97	2.30	1.36	1.53
Ecuador	2.41	1.76	0.92	0.95	0.84
El Salvador	19.72	20.80	22.70	9.58	8.52
Guatemala	22.63	24.48	21.18	12.36	12.09
Haiti	6.53	2.36	2.50	2.63	1.24
Honduras	28.03	22.00	24.45	12.20	14.29
India	1.37	1.07	0.98	0.57	0.49
Jamaica	1.33	1.94	2.53	2.52	2.90
Malawi	1.86	1.17	1.20	0.90	0.50
Mexico	0.55	0.43	0.39	0.18	0.14
Nicaragua	31.67	25.83	26.23	17.78	13.50
Panama	3.13	1.85	1.09	0.80	1.18
Papua New Guinea	11.85	8.09	5.10	4.26	4.71
Peru	4.98	4.33	3.16	2.54	2.45
Rwanda	49.79	68.47	67.97	46.14	61.49
Venezuela	0.21	0.28	0.02	0.02	0.06
Zambia	0.66	0.96	1.08	1.15	
Zimbabwe	2.17	1.25	0.72	0.62	
<b>Brazilian Naturals</b>					
Brazil	5.07	5.12	3.22	2.43	2.27
Ethiopia	67.37	56.58	51.66	30.96	33.64
Paraguay	0.11	0.08	0.13	0.13	
<b>Robustas</b>					
Angola	0.15	0.08	0.02	0.01	0.04
Congo, Dem. Rep. of	13.72	6.03	2.75	2.05	
Ghana	0.08	0.37	0.10	0.09	
Guinea	1.93	0.76	0.38	0.61	
Indonesia	1.21	0.90	0.50	0.38	0.45
Nigeria	0.01	-	-	-	-
<b>OAMCAF</b>					
Benin	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cameroon	3.96	5.75	4.24	2.78	
Central African Republic	5.63	9.75	5.69	1.77	
Congo, Rep. of	0.00	0.00	0.00	0.00	
Cote d'Ivoire	8.76	4.97	9.44	4.55	2.73
Equatorial Guinea	0.03	0.01	-	0.00	
Gabon	0.01	0.01	-	-	
Madagascar	26.80	13.77	3.12	0.90	
Togo	1.39	6.44	3.72	1.77	1.44
Philippines	0.01	-	-	-	-
Sierra Leone	57.44	38.15	22.93	0.23	0.71
Sri Lanka	0.04	0.03	-	0.01	-
Thailand	0.12	0.07	0.07	0.05	0.01
Trinidad and Tobago	0.09	0.05	0.02	0.01	-
Uganda	59.02	52.86	27.24	21.44	22.21
Vietnam	6.42	4.89	3.18	2.27	1.83

The percentages contained in this table are derived from the value of exports of all forms of coffee as provided by Members and information on the value of exports of all commodities

TABLE 6

**ICO GROUP AND COMPOSITE INDICATOR PRICES**  
**MONTHLY AND ANNUAL AVERAGES**  
**1999 to 2003**

(US cents/lb)

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Annual average
<b>ICO composite indicator</b>													
1999	97.63	92.36	89.41	85.72	89.51	86.41	78.21	77.22	71.94	76.36	88.22	95.63	<b>85.72</b>
2000	82.15	76.15	73.49	69.53	69.23	64.56	64.09	57.59	57.31	56.40	52.18	48.27	<b>64.25</b>
2001	49.19	49.39	48.52	47.31	49.38	46.54	43.07	42.77	41.17	42.21	44.24	43.36	<b>45.60</b>
2002	43.46	44.30	49.49	50.19	47.30	45.56	44.70	42.79	47.96	50.79	54.69	51.68	<b>47.74</b>
2003	54.04	54.07	49.61	51.87	53.19	48.90	50.89	52.22	54.10	51.72	49.81	52.44	<b>51.91</b>
<b>Colombian Milds</b>													
1999	123.07	116.92	117.05	114.02	123.95	121.45	107.05	105.28	97.77	103.69	126.76	140.35	<b>116.45</b>
2000	130.13	124.73	119.51	112.67	110.31	100.30	101.67	91.87	89.98	90.25	84.01	75.81	<b>102.60</b>
2001	75.33	76.70	76.94	78.25	80.92	74.38	69.70	73.50	68.80	62.88	64.89	62.33	<b>72.05</b>
2002	62.51	62.67	68.27	69.76	65.95	62.94	60.60	58.10	64.15	67.92	70.70	65.38	<b>64.91</b>
2003	67.27	67.47	62.16	64.4	65.74	61.61	64.87	65.65	67.55	66.17	64.39	66.68	<b>65.33</b>
<b>Other Milds</b>													
1999	112.96	105.48	105.39	102.11	111.07	107.21	94.85	91.37	84.31	94.20	113.38	124.46	<b>103.90</b>
2000	111.11	103.44	100.73	94.61	94.15	86.44	87.35	76.92	75.78	76.66	71.54	66.16	<b>87.07</b>
2001	65.98	67.19	66.50	66.13	69.22	63.90	58.72	59.72	58.07	56.40	58.85	56.72	<b>62.28</b>
2002	58.25	59.12	64.47	65.43	61.40	58.57	56.48	54.27	60.67	65.73	69.87	64.16	<b>61.54</b>
2003	65.57	66.41	61.75	64.69	66.26	61.04	62.95	63.89	66.41	64.3	62.28	64.86	<b>64.20</b>
<b>Brazilian Naturals</b>													
1999	99.43	91.72	88.90	86.14	96.29	91.69	78.13	76.67	70.43	78.74	98.41	109.47	<b>88.84</b>
2000	97.68	91.51	89.93	86.46	87.23	78.32	79.89	70.57	71.14	72.28	68.95	64.39	<b>79.86</b>
2001	62.38	62.50	60.35	55.11	57.19	51.86	46.43	46.49	42.42	38.63	42.82	42.21	<b>50.70</b>
2002	43.14	43.17	48.70	49.70	45.39	43.00	43.31	40.18	44.53	46.08	49.25	46.55	<b>45.25</b>
2003	49.31	48.97	43.77	48.55	51.12	46.88	49.5	52.48	54.86	52.81	50.73	54.79	<b>50.31</b>
<b>Robustas</b>													
1999	82.29	79.23	73.42	69.32	67.94	65.59	61.56	63.07	59.57	58.52	63.05	66.79	<b>67.53</b>
2000	53.18	48.86	46.25	44.45	44.32	42.68	40.82	38.25	38.83	36.14	32.81	30.38	<b>41.41</b>
2001	32.40	31.58	30.52	28.49	29.54	29.17	27.43	25.82	24.27	23.24	23.68	24.35	<b>27.54</b>
2002	22.81	24.37	29.10	29.34	28.32	28.42	28.60	27.88	32.08	33.33	37.93	38.06	<b>30.02</b>
2003	41.18	40.67	37.17	37.42	37.8	34.21	35.35	36.3	37.35	35.88	34.11	35.9	<b>36.95</b>

**LISTA DE PMDs PRODUTORES DE CAFÉ**

PMDs que são Membros do Fundo Comum e da Organização Internacional do Café

<b>País</b>	<b>Região</b>
Angola	África
Benin	África
Burundi	África
Congo, República Democrática do	África
Etiópia	África
Guiné Equatorial	África
Guiné	África
Haiti	América
Madagáscar	África
Malauí	África
República Centro-Africana	África
Ruanda	África
Tanzânia	África
Togo	África
Uganda	África
Zâmbia	África

**LISTA DE IDÉIAS PARA PROJETOS SURGIDAS NA  
MESA-REDONDA DO FCPB NA GUATEMALA**

*Propostas relacionadas com a produção*

1. “Pesquisa em tecnologias de secagem de café” (por exemplo: tecnologia solar)  
Países: Costa Rica, Equador, Jamaica e Guatemala
2. “Estabelecimento de centros de lavagem e processamento de café”  
Países: Haiti, Cuba
3. “Implementação de sistema computadorizado de informações cobrindo todas as atividades da cadeia cafeeira”  
Países: Costa Rica, Equador, Guatemala
4. “Maior intercâmbio de informações entre produtores”  
País: Haiti
5. “Promoção da formação de cooperativas de pequenos agricultores”
6. “Pesquisa sobre como conter novas doenças do café”
7. “Adoção de enfoque agro-ecológico para minimizar o uso de produtos químicos e pesticidas”  
País: Cuba
8. “Melhoria da qualidade do café”  
País: Honduras
9. “Medidas para aumentar a produtividade do café”  
Países: Honduras, Cuba

*Propostas relacionadas com o consumo*

10. “Aumento do consumo de café de qualidade no setor de turismo”  
País: Cuba
11. “Desenvolvimento de políticas e estratégias para superar desequilíbrios do mercado”  
Países: México, Haiti

12. “Estudo sobre os efeitos benéficos do consumo de café para a saúde”  
País: Costa Rica
13. “Desenvolvimento de mercados de nicho”  
País: Cuba
14. “Desenvolvimento do café orgânico e de procedimentos econômicos de certificação”  
País: Cuba

#### **OUTRAS PROPOSTAS**

15. “Medidas para reduzir a longa cadeia de intermediários”  
País: Haiti
16. “Diversificação de culturas”  
País: Honduras
17. “Identificação de medidas agro-florestais apropriadas para a diversificação da produção cafeeira”  
País: Honduras.
18. “Aumento de produtos do café com agregação de valor nos países produtores”
19. “Uso de detritos do café para criar fertilizantes e adubos naturais”
20. “Tratamento da água residual das estações de lavagem de café”
21. “Decomposição da palha do café como adubo de fácil manejo para tratamento do solo”  
País: Jamaica

**LISTA DE IDÉIAS PARA PROJETOS  
SURGIDAS NA MESA-REDONDA DO FCPB NA ÁFRICA  
(Realizada no Cairo, 1999)**

**Grupo de Trabalho II – Café, Cacau e Chá**

Presidente: Sr. Fred Mwesigye, Ministério do Turismo, Comércio e Indústria, Uganda  
Secretário: Sr. Caleb Dengu, Gerente Associado de Projetos, FCPB

Tendo especificado os principais problemas que, segundo se considera, os produtos básicos e os países compartilham, o Grupo de Trabalho identificou possíveis soluções:

**1) Crédito para insumos**

Notou-se com preocupação o colapso ou desaparecimento do crédito para insumos concedido aos pequenos produtores na maioria dos países produtores. As consequências haviam sido um declínio contínuo da produção por hectare, menores rendas e um aumento crescente da pobreza.

Propôs-se que o FCPB planeje e lidere esquemas de créditos para insumos, com custos mínimos de transação. A Tanzânia foi escolhida para desempenhar um papel de liderança nesta área. O título do projeto será **“O planejamento e liderança de esquemas de crédito apropriados para os pequenos produtores em países africanos selecionados”**.

**2) Cooperativas ou organizações de produtores**

Notou-se que, após a abolição das juntas de comercialização, o setor dos pequenos produtores agora está fragmentado e debilitado. Diminuíra a capacidade desses produtores de receber serviços de pesquisa e extensão e informações sobre preços, e eles agora tinham menor acesso ao crédito e menor poder de negociação. Havia aumentado o risco que eles corriam e os custos de suas transações.

Sugeriu-se que o FCPB financie um projeto para mobilizar e estruturar associações de produtores nos diversos setores dos produtos básicos, treinando oficiais de extensão em regime de administração cooperativa. A Nigéria e Uganda gentilmente concordaram em assumir a liderança no desenvolvimento deste projeto, que se chamaria **“A criação e o fortalecimento de organizações de produtores de café em países africanos selecionados”**. Notou-se, contudo, que o FCPB não podia apoiar a construção de instituições.

### 3) Cafezais e cafeicultores em processo de envelhecimento

Notou-se com preocupação que em alguns países os cafezais têm mais de quarenta anos e os cafeicultores mais de sessenta. Em alguns países, jovens agricultores não estão entrando para o setor de produção de café e de cacau.

Propôs-se que, como incentivo aos agricultores, sejam desenvolvidos novos pacotes com materiais genéticos que incluam variedades de alta produtividade e resistentes a doenças, além de um pacote financeiro. A Nigéria gentilmente concordou em assumir a liderança, com a assistência da Organização Interafricana do Café, no desenvolvimento desse projeto, que se chamaria **“Rejuvenescimento dos setores cafeicultor e cacauero através de apoio a jovens agricultores e da promoção do uso de variedades de alta produtividade e resistentes a doenças”**.

### 4) Gestão da demanda

Reconheceu-se que os aumentos da produção devem ser igualados por aumentos do consumo. Notou-se que o consumo interno de café é muito baixo nos mercados africanos, em comparação com outras bebidas caras, como a coca-cola. Sugeriu-se iniciar mais atividades de promoção dentro e fora da África. Os países propuseram que o FCPB financie essas atividades em mercados selecionados da África. O Centro de Comércio Internacional e a Organização Interafricana do Café concordaram em liderar o desenvolvimento deste projeto, que se chamaria **“Promoção do consumo de café na África”**.

### 5) Declínio dos preços do café, do cacau e do chá

O Grupo de Trabalho notou que os preços pagos aos produtores continuam a cair, enquanto que os preços dos produtos finais estão subindo. No parecer do Grupo, um ou mais setores da cadeia estão absorvendo uma parcela desproporcional do preço pago pelo consumidor, e o mercado de referência deveria ser o do consumidor, porque a diferença entre os preços de Nova Iorque e Londres e os preços pagos pelo consumidor é demasiado ampla.

Propôs-se que o FCPB financie um estudo sobre o sistema de preços ou custos na cadeia que vai do produtor ao consumidor e estabeleça quanto está sendo reivindicado por cada segmento da cadeia. A OIC e a ICCO patrocinarão conjuntamente o preparo do projeto, cujo nome será **“Análise da estrutura de preços do café e do cacau da produção até o consumidor final”**.

## 6) **Financiamento**

Notou-se que o financiamento constitui uma grande limitação para a produção, o comércio e a comercialização para os participantes que atuam internamente. Propôs-se que, através de instituições financeiras locais, o FCPB disponibilize facilidades de crédito a organizações internas, a taxas internacionalmente competitivas. Todavia, notou-se que é limitada a capacidade do FCPB de conceder empréstimos para projetos que incluam órgãos privados como tomadores de empréstimo ou que requerem recursos financeiros de grande monta. O Quênia gentilmente concordou em desenvolver este projeto, que se chamaria **“Produção estruturada e concessão de crédito comercial aos setores cafeeiro e cacauero de países africanos selecionados”**.

## 7) **Capacidade de pesquisa e fornecimento de novo material**

Observou-se que a capacidade de pesquisa na África está-se contraindo por falta de apoio. Será preciso fortalecer a capacidade de pesquisa para poder-se fornecer aos produtores africanos mudas de variedades de alto rendimento e resistentes a doenças. Propôs-se que o FCPB financie a produção do novo material mediante fortalecimento de institutos de pesquisa em países produtores selecionados. O Zimbábue e a Organização Interafricana do Café ofereceram-se para desenvolver esta proposta, que se chamaria **“Cultivo de mudas de café de alta produtividade e resistentes a doenças para reabilitar os cafezais africanos”**.

## 8) **Serviço de Preparo de Projetos**

O Grupo de Trabalho propôs que, quando possível, o FCPB disponibilize um Serviço de Preparo de Projetos para facilitar o desenvolvimento destes projetos plurinacionais por países e instituições que se ofereçam para desenvolvê-los.



International Coffee Organization  
Organización Internacional del Café  
Organização Internacional do Café  
Organisation Internationale du Café

CFC/ICO No. 8/06

27 outubro 2006  
Original: inglês

P

Workshop

**Relatório do workshop do FCPB  
e da OIC sobre prioridades para o  
desenvolvimento do café  
realizado em 27 de setembro de 2006**

1. Um workshop organizado pelo Fundo Comum para os Produtos Básicos (FCPB) e a Organização Internacional do Café (OIC) realizou-se na sede da OIC em 27 de setembro de 2006, quarta-feira, sob a presidência da Sr<sup>a</sup> Josefa Sacko, Secretária-Geral da Organização Interafricana do Café (OIAC). Compareceram ao evento 135 participantes registrados, a maioria dos quais delegados presentes aos trabalhos concomitantes do Conselho Internacional do Café, além de alguns observadores. O propósito do workshop foi ajudar o FCPB a desenvolver um Plano de Ação Quinquenal para 2008 a 2012, no que se refere ao café. Como parte deste processo, a OIC, no papel de Organismo Internacional de Produto Básico (OIPB) responsável pelo café, fora convidada a identificar áreas para assistência prioritária, com o propósito de orientar a ação dos dois organismos acerca de projetos cafeeiros a serem apresentados ao FCPB. O Anexo I contém uma lista das contribuições recebidas dos Membros e dos documentos distribuídos no workshop.

2. Em suas observações iniciais, a Sr<sup>a</sup> Sacko, acolhendo a oportunidade dada aos Membros da OIC de exporem suas prioridades em matéria de projetos, lembrou que o FCPB usava duas contas para financiar projetos de desenvolvimento: a primeira, para o financiamento de projetos relacionados com os sistemas de mercado, e a segunda, de projetos relacionados com o desenvolvimento de produtos básicos. O Diretor-Executivo da OIC, Sr. Néstor Osorio, agradeceu ao FCPB sua disposição de considerar as sugestões dos Membros da OIC, que poderiam ajudar a garantir a eficácia da colaboração entre os dois organismos. Ele observou que o FCPB, um dos principais financiadores de projetos de desenvolvimento na área do café, fizera uma contribuição notável à melhoria das condições no setor cafeeiro. Os dois organismos teriam de encarar as novas prioridades do setor, entre as quais o aumento do consumo nos países produtores, que constituía uma prioridade especial na busca de um equilíbrio entre a oferta e a demanda.

3. O Sr. Getachew Gebre-Medhin, Chefe de Políticas, Unidade de Gestão e Avaliação de Programas, FCPB, apresentou uma comunicação sobre o enfoque adotado nos programas do FCPB em apoio de produtos básicos específicos, que leva em conta as respectivas necessidades prioritárias em matéria de desenvolvimento (ver documento CFC/ICO No. 6/06). O Sr. Caleb Dengu, Primeiro Gestor de Projetos, FCPB, discorreu sobre “Os principais motores da competitividade no setor cafeeiro – uma perspectiva de desenvolvimento”, e o Sr. Pablo Dubois, Chefe de Operações, OIC, falou sobre as prioridades do desenvolvimento do café da perspectiva da OIC (ver documento CFC/ICO No. 5/06).

4. Diversos delegados sublinharam a importância de desenvolver o consumo, como, por exemplo, no mercado interno, como meio de equilibrar a oferta e a demanda. Precisava-se fazer mais para ajudar os países produtores a agregar valor a seu produto. Esta questão também era relevante para o desenvolvimento de infra-estruturas, que, para o FCPB, constituía uma área prioritária. Os delegados destacaram a necessidade de as políticas e prioridades do café serem determinados pelos Membros da OIC, pois eram eles que tinham competência nesta área, e observaram que o FCPB não deveria ter uma idéia preconcebida das prioridades. Observou-se que alguns projetos contavam com significativo apoio dos Membros produtores da OIC, que gostariam que o FCPB considerasse financiá-los, apesar de às vezes parecer que o FCPB julgava que eles eram alheios a sua competência. Sugeriu-se que o FCPB usasse consultores nacionais e regionais para os projetos.

5. Em resposta aos pontos acima, o Sr. Getachew observou que, na experiência do FCPB, a promoção genérica não resultara em melhoras mensuráveis à comercialização de produtos básicos específicos, e o financiamento de propostas para expandir o consumo poderia exceder os recursos do FCPB, que eram limitados. A tarefa do FCPB era conseguir resultados mensuráveis no tocante ao alívio da pobreza, e a promoção não resultaria numa melhora direta das condições de vida dos pobres. No entanto, alguns aspectos poderiam receber apoio, como o desenvolvimento de mercados de nicho por países particularmente afetados pela liberalização do comércio, ou a agregação de valor, através, por exemplo, de embalagem e distribuição nos mercados internos. Com respeito a treinamento, tratava-se de um aspecto importante, mas o FCPB não podia financiar projetos de treinamento que não tivessem a ver com o desenvolvimento de produtos básicos; havia outras instituições que poderiam auxiliar no desenvolvimento de recursos humanos. O Sr. Getachew instou os Membros a se certificarem de que suas propostas se coadunavam com as prioridades do FCPB e satisfaziam os critérios de seleção, para evitar desperdício de recursos da OIC e do FCPB. O FCPB estava disposto a tratar das questões com que os países produtores tinham de se haver para poder participar eficaz e eficientemente do sistema de comércio internacional, entre as quais qualidade, acesso aos mercados, segurança alimentar, diversificação ou variedades de café de melhor qualidade. Finalmente, ele frisou que o FCPB não tencionava impor suas opiniões aos OIPBs, mas era limitado por seu mandato.

6. O Chefe de Operações acrescentou que, sob muitos pontos de vista, havia poucas divergências entre o FCPB e a OIC. O aumento do consumo nos países produtores era uma estratégia importante, que podia surtir efeitos multiplicadores, em termos do desenvolvimento de novas atividades econômicas e da criação de emprego, pela expansão das indústrias desses países. Com o aumento, eles também ganhavam uma experiência valiosa antes de se lançar à exportação de café processado. O Chefe de Operações também frisou que era importante priorizar os projetos para o setor cafeeiro segundo as políticas desenvolvidas pelos Membros da OIC, que seriam expostas no workshop em curso.

## **ÁFRICA**

7. O representante da Côte d'Ivoire notou que, no tocante a áreas de trabalho prioritárias, o mandato da OIC fora estabelecido no Convênio de 2001, incluindo os estudos e pesquisas previstos no artigo 31. Segundo esse mandato, todas as atividades relacionadas com projetos deveriam visar à consecução de uma economia cafeeira sustentável a nível mundial. Isso subentendia que os projetos deveriam se dirigir às condições econômicas da produção e distribuição de café. Ele frisou a importância das medidas tomadas nos países produtores e consumidores para expandir tanto o consumo tradicional como novas formas de consumo. Os pequenos agricultores eram importantes não só na cafeicultura, como também na economia cafeeira global. Os projetos deveriam conscientizá-los do conceito de uma economia cafeeira sustentável e, produzindo resultados positivos, levariam ao aprimoramento das práticas agrícolas dos cafeicultores. Nem todos eles participavam de cooperativas ou associações. Deveria levar-se isso em conta na formulação e implementação de projetos, dando também atenção à construção de capacidade, para que o número de cafeicultores organizados em cooperativas pudesse crescer. A implementação eficaz de projetos dependia não só de uma infra-estrutura física e institucional básica, que compreendia estradas e comunicações, como também de uma infra-estrutura social, que incluía educação, água potável e saúde. As atividades empreendidas para conseguir sustentabilidade econômica deveriam estar ligadas a atividades que visassem ao reforço da sustentabilidade social. O Grupo Africano propunha as seguintes áreas prioritárias:

- Apoio aos pequenos cafeicultores da África: Esta área deveria incluir a identificação de novos modelos para capacitação dos produtores, para que, com o apoio do FCPB, eles consigam se organizar melhor. Ela poderia incluir a produção de melhor qualidade pelos produtores de Robusta, para conseguir mercados de nicho.
- Capacitação do setor privado: Causavam preocupação o acentuado enfraquecimento da maioria das instituições cafeeiras após a liberalização e o fato de que, em muitos países, só havia um setor privado embriônico.
- Produção sustentável de café: Os principais objetivos da área de projetos seriam melhorar a qualidade do café e garantir a diversificação do café, para tornar o café mais competitivo e melhorar as receitas dos cafeicultores.

- **Diversificação:** Era preciso perguntar se a inclusão desta área realmente valia a pena, em vista do maior número de barreiras comerciais e de novos desafios como a segurança alimentar e os problemas éticos. Era preciso considerar a viabilidade da questão no longo prazo.
- **Promoção do consumo:** O FCPB deveria entender a importância da promoção do consumo através de informações objetivas sobre saúde e nutrição. Ele deveria reconsiderar sua posição, para poder apoiar a promoção e, em particular, o desenvolvimento do consumo interno nos países produtores. Dizia-se com frequência que o setor privado deveria se encarregar desta atividade, mas em alguns países ele era praticamente inexistente. O Grupo Africano recomendava enfaticamente que a promoção do consumo fosse levada em conta, e que o Diretor-Gerente do FCPB fosse informado de sua recomendação.
- **Reabilitação do café:** A produção cafeeira caíra muito na África. Não se propunha fazer novos plantios, mas, sim, possibilitar a reabilitação das lavouras já existentes em países afetados por guerra civil ou crises internas. O FCPB deveria poder ajudar esses países e contribuir para que eles recuperassem seus níveis de produção, levando as crises na devida conta.
- **Preços rentáveis:** O FCPB estava em condições de financiar projetos relacionados com a gestão de risco e poderia fazer mais para ajudar os produtores nesta área, mediante assistência especial, utilizando recursos da Primeira Conta.
- **Os projetos deveriam provir dos países recipientes:** Projetos às vezes apareciam nos países, mas as autoridades e gestores de projetos locais não estavam cientes de sua existência, e por isso tornava-se difícil garantir seu impacto local. O FCPB deveria se assegurar de que os projetos realmente se originam nos países recipientes.

8. Em resposta aos pontos acima, o representante do FCPB observou que a ênfase dada aos pequenos agricultores era consistente com a política do FCPB e com sua meta de reduzir a pobreza. Embora a saúde e a nutrição fossem questões importantes, não era possível apoiar projetos envolvendo pesquisa básica, que podiam resultar em fracasso ou sucesso parcial e exigir pesquisa adicional. A Segunda Conta do FCPB era para pesquisa aplicada, como na disseminação de variedades melhoradas de germoplasma. No caso da reabilitação, o FCPB procurava fazer com que os projetos não desequilibrassem a oferta no mercado. A OIC precisava justificar as circunstâncias excepcionais de tais propostas, embora não houvesse garantia de que elas seriam aprovadas, em vista da crise recente de excesso de oferta de café.

## **ÁSIA E OCEANIA**

9. O delegado da Índia observou que era preciso apoiar o desenvolvimento de mercado, pois, se pudessem vender café em seus países, os produtores poderiam agregar valor a seu produto e obter melhor remuneração. A questão da exportação de produtos com valor agregado poderia então ser considerada. Os países produtores também deveriam estar

dispostos a investir nesta área. Era importante considerar como alcançar os melhores resultados e conseguir fontes de financiamento, e ele instava o FCPB a manter esses fatores em mente. Não havia questões importantes a suscitar além das que já haviam sido discutidas e da necessidade de concentração nos pequenos produtores do mundo todo.

## **AMÉRICA CENTRAL**

10. O representante da Guatemala deu destaque a diversas questões que poderiam ser de interesse para a região centro-americana. Como outros delegados haviam notado, não cabia ao FCPB definir as políticas de uma organização de produtos básicos, mas levá-las em conta ao definir políticas para apoiar projetos; de outra forma, o FCPB poderia aprovar projetos que não tinham a ver com a estratégia do setor. Também era importante coordenar as atividades dos projetos em vários países, para maximizar seu impacto e evitar o desperdício de recursos. Ele recomendava atenção para as seguintes áreas:

- **Melhoria da qualidade:** A melhoria da qualidade era importante e deveria ser combinada com boa produtividade. Na Guatemala, entre outras medidas, introduzira-se o registro das altitudes em que o café era cultivado, e isso resultava em melhor qualidade. Um enfoque regional viera em seguida, e os sabores e aromas dos cafés especiais agora eram importantes. Tratava-se de um enfoque que se podia recomendar, pois o mercado exigia produtos desse tipo.
- **Agregação de valor:** Valor agregado era conseguido não só através de industrialização, mas também, no caso da Guatemala, de uma estratégia de qualidade regional e qualidades diferenciadas de café para cada país. Estratégias podiam ser desenvolvidas com sucesso segundo esse modelo. A questão de origens também era relevante, pois diferentes países produziam produtos distintos.
- **Questões ambientais:** As questões ambientais eram importantes, não só para conseguir um processamento correto, mas também do ponto de vista dos benefícios que o café traz ao meio ambiente (geração de oxigênio; seqüestro de carbono; proteção de nascentes; e como energia alternativa à lenha), ajudando a assegurar a preservação dos recursos naturais ou das matas.
- **Pequenos produtores:** O apoio específico aos pequenos produtores como se sugeria requeria promoção especializada, identificação de nichos de mercado e inteligência de mercado.
- **Diversificação da renda:** Havia muitas opções para melhorar e diversificar a renda nas áreas de cafeicultura. Embora o FCPB não houvesse considerado que o financiamento de um projeto de turismo fosse relevante, a proposta em questão dizia respeito ao café e ao turismo, e não ao turismo como atividade isolada, e geraria valor agregado, na forma, por exemplo, de oportunidades de emprego, além de fazer uma contribuição ao meio ambiente.

- O FCPB deveria refletir sobre o potencial do café para gerar valor agregado e a contribuição que o FCPB poderia fazer para desenvolvê-lo. Na Guatemala, realizara-se um estudo sobre o potencial hidroelétrico das regiões cafeeiras, que também acenava com oportunidades para a diversificação da renda.
- Os tópicos relacionados com o treinamento iam da qualidade, questões agronômicas, comercialização e valor agregado a questões empresariais e organizacionais. Para poderem planejar e tirar proveito de economias de escala, os pequenos produtores precisavam tanto do apoio de uma visão empresarial mais consistente quanto de uma infra-estrutura organizacional.
- Da perspectiva do café e da saúde, o consumo interno era muito importante e bastante avançado em países como o Brasil. Meios de conseguir que os consumidores não tivessem preocupações com a saúde e de elevar os padrões do café poderiam ser considerados.
- Finalmente, a questão da segurança alimentar era importante, e medidas haviam sido tomadas no Japão e em outros países a esse respeito. A conscientização de mais produtores sobre o uso racional de agroquímicos era muito importante.

11. O representante de Honduras disse que uma prioridade fundamental era a melhoria da qualidade no mundo todo. Com base nessa idéia, os países poderiam se dedicar a outras prioridades, como a promoção, a diversificação e a reabilitação de lavouras de café. Tratava-se de questões importantes para o futuro do setor cafeeiro. Ele notou a necessidade de o FCPB atualizar suas prioridades para refletir mudanças no mercado cafeeiro global e levar em conta essas questões em seu próximo Plano de Ação Quinquenal para 2008 a 2012.

12. O representante do México disse que, à luz das futuras mudanças na OIC, surgia o desafio de assegurar a plena compatibilidade dos projetos com a política do FCPB. No caso dos projetos de desenvolvimento de mercado, convinha que os pequenos produtores entrassem gradualmente na cadeia do valor agregado. Essa era uma das principais tarefas que se apresentava onde anteriormente não se desenvolvera o mercado interno. Enquanto não houvesse um mercado interno, os produtores se viam numa situação de implacável concorrência. Era importante não só assegurar a harmonia dos projetos com a política do FCPB, como também articular uma mensagem política clara, que fosse parte do enfoque estratégico da OIC.

13. Em resposta aos pontos acima, o representante do FCPB, observando que a questão do meio ambiente deveria estar vinculada ao desenvolvimento dos produtos básicos, deu exemplos de projetos nos Camarões e na Guatemala, cujas propostas o FCPB apoiara, nos quais os agricultores estavam usando a floresta para conseguir o desenvolvimento sustentável de determinados produtos agrícolas. Ele afirmou que, no contexto da produção de commodities, a sustentabilidade era aceitável, e que, no contexto da agregação de valor, o FCPB também financiara diversos projetos relacionados com efluentes industriais.

## AMÉRICA DO SUL

14. O representante do Brasil destacou os seguintes aspectos como importantes para uma estratégia de projetos:

- **Importância de programas de pesquisa, desenvolvimento, investimento em tecnologia e treinamento:** O Brasil havia acumulado muita experiência nessas áreas, e isso explicava o sucesso de sua economia cafeeira.
- **Pequenos produtores:** A questão dos pequenos produtores deveria ser encarada em termos gerais, e não como uma questão exclusiva dos países mais pobres ou regiões específicas, pois os pequenos produtores respondiam por quase 90% da produção mundial de café. Mesmo em países como o Brasil, onde o papel da agricultura comercial era importante, eles respondiam por cerca de 75% ou 80% da produção.
- **Promoção:** O consumo de café no Brasil dobrou na última década, graças a um programa nacional que incluía aspectos como o café e a saúde, o emprego de um selo de qualidade e a agregação de valor ao longo de toda a cadeia produtiva. Este enfoque poderia ser importante para o aumento do consumo e transcendia o debate sobre o caráter prioritário ou não-prioritário da promoção. A expansão do consumo era fundamental para os países produtores, e a experiência brasileira, que fora objeto de uma exposição ao Comitê de Promoção, era importante a esse respeito.

15. O representante da Colômbia disse que havia interesse por tópicos como a sustentabilidade ambiental, social e econômica. A qualidade era importante, e outra prioridade era a adoção de novas tecnologias de secagem e lavagem e de tecnologia benéfica ao meio ambiente. O desenvolvimento organizacional era importantíssimo, pois sem ele era muito difícil fazer trabalho de extensão e dar apoio aos pequenos produtores. Os pequenos produtores precisavam de instrumentos e, nesse contexto, a análise custo-benefício das diferentes iniciativas de sustentabilidade poderia se revelar muito importante. Informações e conhecimento também eram muito importantes. O site do Guia do Café do Centro de Comércio Internacional era uma iniciativa interessante, embora o FCPB não a considerasse compatível com suas prioridades, como também ocorrera no caso do Compêndio do Café do CABI, que conteria informações e conhecimentos técnicos, especialmente preparado para os pequenos produtores.

16. Em resposta aos pontos acima, o representante do FCPB disse que, em diversas ocasiões, o Brasil ajudara o FCPB na realização de projetos e desenvolvimento de capacidade. Com respeito ao projeto de análise custo-benefício, ele disse que, embora o mandato do FCPB não se estendesse a estudos desse tipo, se o projeto fosse empreendido e resultasse em recomendações concretas que precisassem ser implementadas, o FCPB talvez pudesse ajudar (ver também parágrafo 5 sobre treinamento). O FCPB gostaria de prestar ajuda, mas tinha finanças limitadas para apoiar projetos e tinha de decidir entre o uso de seus recursos para estudos que custavam vários milhões de dólares, mas poderiam não ter impacto

direto sobre a pobreza, e o financiamento de projetos com impacto direto, como os de ajuda a países afetados por crises. O FCPB recentemente financiara um estudo de US\$120.000 da Organização Internacional do Cacau (ICCO), na forma de uma análise da cadeia de valor em alguns países produtores africanos e no Brasil. A apresentação de propostas como essa seria mais apropriada.

## **CONSUMIDORES**

17. O representante da Comunidade Européia (Finlândia) notou que a discussão facilitara uma troca construtiva de opiniões. Havia necessidade de estreita cooperação entre os dois órgãos no planejamento e preparo de projetos. Era importante continuar esse diálogo e adotar um enfoque construtivo. Ele esperava que o FCPB transmitisse as preocupações dos Membros a seus órgãos decisórios.

18. O representante dos EUA falou na importância da relação entre a OIC e o FCPB. O workshop se realizava numa altura em que os Membros discutiam o papel e as prioridades da OIC no futuro e, inclusive, o Convênio de 2001. Esse processo, que teria implicações para os objetivos futuros da OIC e seus projetos e prioridades estratégicas, completar-se-ia no próximo ano e informaria a relação entre a OIC e o FCPB e outras organizações. Tanto a OIC como suas prioridades provavelmente mudariam, e era importante ter em mente que, nesta altura, as prioridades na área de projetos não poderiam ser definitivas, e talvez mudassem nos próximos meses.

19. O Presidente do Comitê de Promoção apresentou o documento CFC/ICO No. 2/06, frisando que a satisfação do consumidor era importante, e que o apoio a programas de seleção (Genética aplicada) para controlar defeitos do café poderiam contribuir para consegui-la. A agregação de valor pelo uso dos defeitos do café também era importante. Outras prioridades eram o manuseio pós-colheita e a proteção da qualidade em operações como o despulpamento, a fermentação, a lavagem, a secagem e o armazenamento. A secagem, em especial, era uma fase crítica na cadeia do café, e técnicas de campo apropriadas e conhecimentos sobre processamento precisavam ser divulgados. O acesso ao mercado e o desenvolvimento de mercado também eram importantes, e a produção de café de mais alta qualidade tinham relevância do ponto de vista da satisfação do consumidor. Com referência à relação entre a OIC e o FCPB, ele sugeriu que seleção das propostas a serem apresentadas ao FCPB fosse feita pela OIC. O FCPB deveria apoiar projetos pilotos e, se esses projetos produzissem resultados positivos, o Banco Mundial deveria considerar transformá-los em projetos de larga escala (ver também parágrafo 23 abaixo). Com referência à avaliação, convinha adotar um sistema de análise dos resultados dos projetos. Esse trabalho poderia ser feito por terceiros independentes, que submeteriam os projetos a auditorias técnicas. Ele pediu atenção para o grande risco que a propagação da traqueomicose do café representava para os países produtores, e explicou que ela poderia ser transportada pelo ar para outros continentes. Seria importante explorar a possibilidade de cooperação com centros de

pesquisa como o Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agronômica para o Desenvolvimento (CIRAD), que estava tentando identificar genes com resistência à doença. Por último, ele disse que o projeto “Melhoria da qualidade do café na África oriental e central através de melhores práticas de processamento” visava a tornar independentes dos intermediários alguns pequenos produtores, pela melhoria dos métodos de processamento primário a nível das vilas. Se bem-sucedido, esse projeto constituiria um importante modelo para os pequenos cafeicultores do mundo todo.

20. O delegado da Suíça disse que era importante que o FCPB compreendesse as preocupações dos Membros, e que a OIC, por sua vez, compreendesse as limitações enfrentadas pelo FCPB. Conviria as duas Secretarias trabalharem juntas para harmonizar o que os Membros da OIC queriam com o que o FCPB podia fazer. O documento do Presidente do Comitê de Promoção era útil, particularmente no tocante à relação entre a OIC e o FCPB.

## **OBSERVADORES**

21. O representante do CABI, numa exposição sobre o café africano, mencionou, entre outros, os problemas que os agricultores e os formuladores de política estavam enfrentando. A África precisava reavaliar seu setor cafeeiro, tanto à luz de problemas da produção como a fertilidade do solo, a escassez de água, e as perdas causadas por pragas e doenças, como à luz de novas realidades externas, como o aquecimento global, a competição tecnológica e a competição econômica. As instituições precisavam fomentar soluções numa gama de áreas, tais como novos conhecimentos, micronegócios e melhoria da qualidade. A experiência adquirida nos últimos tempos com projetos indicava que as soluções incluíam o trabalho participatório com cafeicultores e institutos nacionais, as pesquisas que possam ser adaptadas sobre as principais limitações da produção, o treinamento, a divulgação, etc. A experiência do CABI sugeria que a África precisava replanejar seus métodos de cultivo de café para enfrentar os desafios deste século. Ação concertada, usando todas as técnicas disponíveis, era necessária: campanhas de alto perfil, usando mensagens inteligentes em variados meios de comunicação, fortalecimento constante das instituições, e um leque de iniciativas envolvendo os micronegócios. Bons exemplos de solução eram proporcionados pelo projeto da traqueomicose do café do FCPB e da OIC e pelo projeto do FCPB, da Illy e da OIC para elevar a qualidade do café na África oriental e central através de melhores práticas de processamento.

22. O representante do Banco Mundial acolhia de bom grado a oportunidade de participar. O Banco também acolheria de bom grado a oportunidade de tomar parte numa reunião informal para discutir idéias sobre projetos e empecilhos. Por diversos anos, o Grupo de Gestão de Risco dos Produtos Básicos (CRMG) do Banco trabalhara de perto com a OIC e o FCPB no desenvolvimento de estratégias para reduzir a distância entre os produtores, que eram vulneráveis à volatilidade dos preços, e os mercados financeiros internacionais, que

dispunham de produtos para minorar a exposição a riscos de preços e para melhorar a rentabilidade e a habilitação para a obtenção de crédito. O Banco cooperara com a OIC e o FCPB em programas sobre o café e outros produtos básicos na África, e em outros programas que vinham sendo implementados na América Latina. Progresso considerável havia sido feito, e importantes lições haviam sido tiradas de projetos em El Salvador e na Tanzânia. O trabalho do Banco Mundial fora avaliado positivamente em 2005 e, em consequência, o CRMG estava pronto para expandir seu trabalho, usando pessoal de projetos de cada país e construindo parcerias locais para levar a cabo atividades de treinamento e capacitação.

23. O representante da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) disse que o FCPB era um parceiro importante e a única organização que se dedicava ao financiamento de produtos básicos, e que a OIC era um ator-chave na economia cafeeira. Embora a UNCTAD no momento não estivesse levando a cabo projetos específicos ao café, essa situação poderia mudar no futuro. Seu trabalho sobre diversificação, qualidade, financiamento – incluindo financiamento estruturado para os produtores – e análise geral era importante para o setor cafeeiro. No caso do financiamento, o enfoque inovador adotado pela UNCTAD baseava-se na cadeia de valor e usava os elos mais fortes da cadeia como meio de financiar os elos mais fracos.

## **SUGESTÕES PARA MELHORIA DOS PROCEDIMENTOS RELATIVOS AOS PROJETOS**

24. A Sr<sup>a</sup> Lilian Volcán, Oficial de Projetos da OIC, fazendo uma exposição, delineou o papel desempenhado no ciclo de projetos pelo Comitê Virtual de Revisão (CVR), que contribuía significativamente para racionalizar o exame de novas propostas de projetos antes de elas serem submetidas à aprovação da OIC. Ela frisou que demoras na reformulação de propostas pelos proponentes podiam atrasar o processamento de projetos, e pediu atenção para o fato de que a seleção de propostas pela OIC tinha também a finalidade de ajudar, através de recomendações técnicas que seguiam os pontos enumerados no projeto de lista de verificação para a seleção de propostas de projetos cafeeiros (documento CFC/ICO No. 4/06). Esse documento ainda estava aberto às sugestões dos Membros<sup>1</sup>. A Junta Executiva solicitara ao Diretor-Executivo que considerasse a revisão dos termos de referência do CVR, que poderiam incorporar a tarefa de recomendar se as propostas deveriam ou não ser aprovadas. A OIC consideraria as sugestões feitas pelos Membros e procuraria aprimorar o processo de exame de projetos. Com respeito ao financiamento pelo FCPB, diversas questões precisavam ser consideradas à luz dos novos procedimentos do Plano de Ação Quinquenal a ser adotado pelo FCPB. Entre elas estava a questão de até que ponto o FCPB poderia ajudar os países recipientes, oferecendo-lhes Serviços de Preparo de Projetos quando novas propostas precisassem de reformulação. Estava também a questão das políticas do

---

<sup>1</sup> *Comentários sobre o projeto de lista de verificação para a seleção de propostas de projetos cafeeiros, que figura no documento CFC/ICO No. 4/06, podem ser encaminhados por email a: volcan@ico.org até 15 de novembro de 2006.*

FCPB acerca de financiamento misto por empréstimo e doação ou de co-financiamento. Com respeito a reformulações, a OIC também estava examinando a possibilidade de desenvolver elos com agências multilaterais que pudessem ajudar, como a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO), com a qual um Memorando de Entendimento havia sido firmado.

25. Na discussão deste item, preocupação foi externada com demoras na implementação de projetos a partir de sua concepção e aprovação pelo FCPB. Longos atrasos podiam acarretar a perda de relevância de um projeto. O aspecto temporal era essencial, e deveria dar-se atenção ao lapso entre a aprovação e a implementação do projeto, para evitar o desperdício de recursos. Observou-se que, na área de procedimentos relativos a projetos, havia propostas concretas no sentido de emendar o Convênio e fortalecer esta área, através, inclusive, de monitoramento e avaliação. Seria útil se a Secretaria e os Membros discutissem esta questão. Também seria útil saber do FCPB como ele via o papel dos OIPBs na avaliação e aprovação de projetos.

26. Em resposta aos pontos acima, o representante do FCPB observou que o FCPB estava considerando a possibilidade de aclarar documentos sobre os procedimentos a observar com respeito a projetos e sobre política, num workshop em que os representantes dos OIPBs pudessem apresentar sugestões. A Junta Executiva do FCPB ainda teria de aprovar a realização desse evento, e o FCPB avisaria a OIC sobre ele na devida altura.

### **OBSERVAÇÕES FINAIS / PRÓXIMAS ETAPAS**

27. A Presidente, encerrando a reunião, agradeceu aos Membros e observadores suas contribuições e recomendou que as Secretarias do FCPB e da OIC trabalhassem juntas para harmonizar as questões suscitadas neste workshop. Em seguida, ela reiterou a solicitação de que o FCPB considerasse incluir a expansão do consumo em seu Plano de Ação Quinquenal, pois, como todos os Membros haviam frisado, tratava-se de uma prioridade especial e de uma forma importante de assegurar equilíbrio entre a oferta e a demanda. A questão dos pequenos cafeicultores fazia parte do mandato do FCPB, e os projetos deveriam ser orientados pela demanda. Por último, ela afirmou que a questão de auditoria técnica era muito importante, dada a necessidade de avaliar os resultados concretos dos projetos.

### **CONCLUSÕES**

28. A OIC considerava que as discussões haviam proporcionado uma importante plataforma para suscitar e acordar prioridades básicas para o desenvolvimento do setor cafeeiro, que refletiam as políticas dos Membros da OIC. Os Membros externaram seus sinceros agradecimentos ao FCPB por seu valioso apoio a projetos e pela oportunidade de delinear-se neste workshop uma estratégia progressista para lidar com as questões centrais do desenvolvimento do setor cafeeiro.

29. Como a África notara, as instituições cafeeiras haviam-se enfraquecido no período pós-liberalização, e por isso a construção de capacidade era particularmente importante. A OIC sempre enfatizara a necessidade de fortalecer as instituições cafeeiras em favor de uma economia comercial sustentável e competitiva, em condições de proporcionar aos países produtores a necessária medida de perícia comercial e acesso ao crédito e a estrutura jurídica apropriada para funcionar efetivamente. De forma geral, todos os projetos cafeeiros deveriam ser analisados em termos de sua contribuição para a sustentabilidade do setor cafeeiro, tendo em mente os aspectos econômico, ambiental e social da sustentabilidade.

30. À luz destas considerações, as seguintes prioridades estratégicas foram acordadas pelos participantes:

- **Desenvolvimento de mercado:** Os projetos de incentivo ao consumo interno nos países produtores são fundamentais para o desenvolvimento da sustentabilidade econômica. Eles não só estimulam o desenvolvimento de pequenas e médias empresas, conscientizam os produtores das necessidades dos consumidores e trazem progresso tecnológico, mas também contribuem para a criação de produtos com valor agregado. A comercialização interna desses produtos resulta em experiência que se torna importante para o futuro desenvolvimento das exportações de café com valor agregado. Pode-se estimular o consumo interno através de diversos programas de ação, que normalmente não incluem a promoção genérica como tal. É preciso reconhecer, além disso, que o crescimento do consumo interno contribui para um equilíbrio global mais saudável entre a oferta e a demanda e pode proporcionar um vantajoso mercado alternativo para os produtores.
- **Melhoria da qualidade:** A melhoria da qualidade é vista como um ingrediente básico do incentivo à sustentabilidade do consumo e do aumento de valor. Esta área inclui as técnicas de secagem e outras técnicas de processamento, assim como a certificação.
- **Limitações à produção:** Monitorização e controle das pragas e doenças do café; divulgação do uso de variedades resistentes a doenças e de alta qualidade e de novas tecnologias; construção de capacidade nas instituições dos países produtores (particularmente importante para os pequenos produtores, que respondem por quase 90% da produção mundial de café); medidas para fazer face ao impacto das mudanças climáticas; e observância das exigências internacionais de segurança alimentar. Reabilitação da produção de café em áreas adequadas afetadas por grandes eventos climáticos ou políticos que resultaram em destruição.

- **Melhoria dos sistemas de comercialização:** Acesso a instrumentos de crédito e de seguros, como esquemas de gestão de risco de preços, acesso ao mercado e informações técnicas para os pequenos produtores.
- **Diversificação:** Tanto a diversificação vertical ao longo da cadeia de valor quanto a diversificação horizontal em outros produtos básicos ou outras atividades são instrumentos úteis para promover a sustentabilidade econômica quando as condições são apropriadas. A finalidade deveria ser criar empreendimentos equilibrados para os cafeicultores, sem, em consequência, eliminar totalmente a cafeicultura. Ao iniciar projetos nesta área, uma análise cuidadosa das condições de mercado e ecológicas é essencial.
- **Pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias:** A pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias para melhorar as condições dos produtores podem contribuir para a materialização de um setor cafeeiro saudável. Ambos deveriam ser vistos como parte de um conjunto que deve incluir as medidas de construção de capacidade e treinamento necessárias para garantir a divulgação dos resultados de pesquisa. Especial atenção deve ser dada às questões ambientais, em vista do impacto positivo da cafeicultura sobre o meio ambiente global.

31. Finalmente, destacou-se que as prioridades acima seriam submetidas a análise periódica pelo Conselho Internacional do Café, particularmente à luz do desenvolvimento das idéias sobre o futuro do Convênio Internacional do Café.

**Documentos distribuídos para o workshop do FCPB e da OIC realizado em  
27 de setembro de 2006**

(Cópias de todos os documentos encontram-se disponíveis na seção  
*Meetings/Events/ICO workshops* do site da OIC)

ED-1995/06 Rev. 1	Programa revisado do workshop (com anexo e questionário)
CFC-ICO 1/06	Nota conceitual apresentada pelo Instituto da Qualidade do Café
CFC-ICO 2/06	Comunicação do Presidente do Comitê de Promoção
CFC-ICO 3/06	Contribuição de Angola
CFC-ICO 4/06	Lista de verificação do CVR da OIC para a seleção de propostas de projetos cafeeiros
CFC-ICO 5/06	Projetos de desenvolvimento cafeeiro – Perspectiva da OIC
CFC-ICO 6/06	Enfoque dos programas do FCPB para o apoio a produtos básicos específicos, levando em conta suas necessidades prioritárias de desenvolvimento
CFC-ICO 7/06	Comunicação da República da Guiné
EB-3768/01 Rev. 3	Estratégia da OIC de desenvolvimento do café
ED-1996/06	Prazos para a entrega de propostas de projetos em 2006/07
EB-3854/03	Diretrizes para o monitoramento, pela OIC, dos projetos cafeeiros financiados pelo FCPB
EB-3312/91	Relatório do Presidente do Grupo Trabalho sobre Relações com o Fundo Comum
EB-3573/96 Rev. 4	Informações básicas sobre a apresentação ao FCPB de pedidos de apoio financeiro para atividades relacionadas com o café
WP-Board No. 955/04 Rev. 1	Comitê Virtual de Revisão – Projeto de termos de referência

- Apresentação do FCPB pelo Sr. Caleb Dengu: Os principais motores da competitividade no setor cafeeiro – uma perspectiva de desenvolvimento
- FCPB – critérios para seleção e lista de verificação de indicadores-chave para a seleção de projetos
- Mesa-Redonda Regional do FCPB, Camarões (18 – 21 setembro 2006) – Grupo de Trabalho 1 (Café, cacau e chá)
- Apresentação do Sr. Dennis Rangì, Diretor-Executivo, CABI: O café na África

Outras contribuições recebidas e apresentadas ao FCPB mas não distribuídas formalmente:

**Membros:**

- Burundi
- Côte d'Ivoire
- Madagáscar

**Observadores:**

- Café África
- Fundação ETEA