



Conselho Internacional do Café
138ª Sessão
12 setembro 2024
Londres, Reino Unido

**Uso do Fundo Especial da OIC para
promover o consumo interno de café
em países exportadores selecionados**

Antecedentes

1. O Fundo Especial da OIC, criado nos termos dos Acordos Internacionais do Café de 1976 e 1983, tem como objetivo financiar medidas adicionais para apoiar disposições econômicas de mecanismos de intervenção no mercado com contribuições de Membros exportadores. Como todas as atividades do Fundo Especial cessaram com o fim do sistema de controle de mercado, em setembro de 2016, os Membros decidiram distribuir os ativos restantes entre três regiões – América Latina, África e Ásia – para aumentar o consumo local de café e tornar as indústrias de café nos países exportadores mais resistentes a choques externos.
2. Os Membros foram, portanto, convidados a apresentar um um pedido contendo informações sobre o uso planejado dos recursos disponibilizados para poder acessá-los. Atualizações sobre as atividades realizadas e resultados alcançados podem ser encontradas no Anexo I.

Ação

Solicita-se aos Membros que considerem o Anexo I do presente documento.

I. Promoção do consumo interno na região do PROMECAFE

A primeira região a receber fundos em 2018 foi a América Latina, por meio de uma transferência de **US\$ 458.566** para o Instituto Interamericano de Cooperação Agrícola (IICA) em nome do PROMECAFE, a agência executora do programa para a região. O PROMECAFE executou o projeto entre 2018 e 2021 e cobriu **Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicarágua, Panamá e Peru**. A população estimada desses países era de 227 milhões de pessoas em 2022. A produção total durante o ano cafeeiro 2022/23 foi de 22,9 milhões de sacas e as exportações totais foram de 15,1 milhões de sacas, sendo o consumo interno total do mesmo período estimado em 5,8 milhões de sacas. O consumo per capita é baixo, com média de 2 kg, com o maior nível para a Costa Rica (6,6 kg) em 2022. Os países participantes da região importaram cerca de 1,9 milhão de sacas. Quatro áreas principais de intervenção para o projeto incluíram: (1) o aumento das capacidades nacionais relacionadas à promoção do consumo doméstico, (2) o diagnóstico e o desenho de planos de consumo doméstico, (3) a promoção de alianças estratégicas para incentivar o consumo doméstico de café e (4) a gestão da informação e do conhecimento.

Conforme relatado pela agência executora, os principais resultados foram as seguintes:

- O estabelecimento de uma linha de base para o estudo de mercado em cada país
- O estabelecimento do compartilhamento de experiências entre os países
- A criação de um plano nacional para o consumo interno em todos os países participantes
- Estudo de mercado para avaliação do consumo de café e análise de fatores determinantes do crescimento futuro do consumo interno de café na região do PROMECAFE
- O aprimoramento do conhecimento sobre o consumo de café e a saúde
- O estabelecimento de uma plataforma de consumo doméstico para gerenciar informações e dados

II. Promoção do consumo interno na África

Uma parte do Fundo Especial da OIC, no valor de **US\$ 454.021**, foi transferida para a Organização Interafricana do Café (IACO) para executar o programa de promoção do consumo doméstico na África, sob estreita supervisão da Secretaria da OIC.

A partir de maio de 2019, as atividades do projeto abrangeram 15 países em África: **Camarões, República Centro-Africana, República Democrática do Congo, Costa do Marfim, Etiópia, Gabão, Gana, Guiné, Quênia, Nigéria, Ruanda, Tanzânia, Togo, Uganda e Zâmbia**. A população dos países

selecionados foi estimada em 70,5 milhões de pessoas em 2022 e a produção foi estimada em 17,2 milhões de sacas de café no ano cafeeiro 2022/23. As exportações totais foram estimadas em 13,3 milhões de sacas, enquanto as importações totalizaram 718.988 sacas. O consumo interno total desses 15 países foi estimado em 5,4 milhões de sacas em 2022/23, representando 0,3 kg per capita em média, com o maior consumo per capita registrado na Etiópia (2,2 kg).

As atividades foram organizadas em três componentes principais:

- Uma revisão analítica do consumo interno e da indústria de torrefação
- Apoio a estratégias nacionais relacionadas à torrefação, distribuição e consumo de café
- Fortalecimento da comunicação sobre a relação entre saúde e café

Conforme relatado pela agência executora, os principais resultados do projeto foram os seguintes:

- i) **A revisão analítica do consumo interno e da indústria de torrefação (componente 1)** foi concluída e o relatório está disponível. O relatório apresenta os principais impulsionadores do consumo de café nos países participantes, bem como oportunidades e desafios.

Oportunidades:

- Aumento das unidades de torrefação locais de pequeno e médio porte
- Número crescente de cafeterias de marca em muitos países
- Consumo potencial de café entre jovens de 15 a 34 anos, representando em média 33% da população total
- Aumento das lojas de pequenos vendedores de café
- Aumento da urbanização
- Aumento do Produto Interno Bruto, liderando o aumento da classe média

Desafios:

- Falta de fabricação local
- A maioria dos materiais de embalagem é importada da China, Índia, Turquia, EUA e Europa, aumentando o custo de produção da indústria de processamento
- Percepção negativa do café em relação à saúde

ii) Apoio a estratégias nacionais relacionadas à torrefação de café e consumo doméstico (componente 2)

Foram implementadas **atividades de treinamento** para desenvolver a capacidade de torrefadores e baristas existentes e potenciais. As atividades de treinamento se beneficiaram de recursos financeiros adicionais do Centro de Comércio Internacional (ITC). Essas atividades de treinamento também foram apoiadas pelo Gabão e pela Agência do Café Robusta da África e Madagascar (ACRAM).

Também foi fornecido **apoio financeiro** aos países para suas respectivas estratégias nacionais de aumento do consumo interno. Estas incluíram a construção de pontos de consumo de café (quiosques de café) e exposições promocionais nacionais.

iii) Fortalecimento da comunicação sobre consumo de café e saúde (componente 3)

Para abordar o equívoco da relação entre o consumo de café e a saúde, uma série de conferências e oficinas de conscientização foram organizadas em países selecionados. Os benefícios para a saúde do consumo de café foram apresentados por especialistas. Foi produzido um documentário sobre café e saúde.

O programa regional africano foi concluído em setembro de 2023. Desde então, o programa foi absorvido pelo programa de atividades da IACO para continuar a monitorar as atividades promocionais em seus países-membros. Um programa para impulsionar o consumo interno e a geração de valor agregado foi criado sob o nome de "DACBA" (**Drink African Coffee Build Africa**).

III. Programa regional de consumo interno na Ásia e Oceania

Ao contrário das duas primeiras regiões, onde o programa foi realizado sob uma única instituição executora regional (PROMECAFE e IACO), os países membros da OIC da região da Ásia e Oceania estão amplamente dispersos geograficamente, criando custos adicionais ao trabalharem juntos em um projeto regional.

Além disso, os países participantes da região estão em diferentes estágios no desenvolvimento de sua indústria cafeeira local, tornando a gestão conjunta de projetos muito complexa. Consequentemente, os países beneficiários concordaram em implementar componentes de projeto independentes e descentralizados, com foco em atividades relevantes para cada país de acordo com as necessidades de desenvolvimento de seu setor cafeeiro. Como resultado, cada um dos países selecionados foi convidado a solicitar a transferência de uma parte alocada do Fundo Especial da OIC, fornecendo um plano de implementação detalhado, indicando as atividades relevantes nos dois componentes do projeto,

o cronograma e os resultados. Em setembro de 2020, o Comitê de Finanças e Administração aprovou a nota conceitual sobre a Promoção do Consumo de Café na região da Ásia-Pacífico, delimitando detalhadamente as partes do Fundo Especial da OIC alocadas a cada país do fundo total de **US\$ 478.509 (documento SF 45/20)**:

- Índia: US\$ 90.000
- Indonésia: US\$ 90.000
- Vietnã: US\$ 90.000
- Papua Nova Guiné: US\$ 52.000
- Nepal: US\$ 34.000
- Filipinas: US\$ 34.000
- Tailândia: US\$ 34.000
- Timor-Leste: US\$ 34.000
- Supervisão da OIC: US\$ 20.509

Os países selecionados da região tinham uma população total estimada em 2 bilhões de pessoas em 2022 e uma produção total de café de 48,8 milhões de sacas durante o ano cafeeiro 2022/23. As exportações totais durante o mesmo período foram de 42,8 milhões de sacas, com importações totais em torno de 7,4 milhões de sacas.

Deve-se notar que a região tem uma alta taxa de comércio intrarregional de café. O consumo total foi de 16,8 milhões de sacas em 2022/23, representando um consumo per capita de 1 kg. O fundo especial da OIC foi usado para contribuir com os programas nacionais existentes para aumentar o consumo interno. Cada país foi convidado por correspondências da Diretora Executiva a solicitar uma parte do Fundo Especial para cobrir suas atividades relevantes e ser responsável pela implementação do projeto e pelo gerenciamento de recursos financeiros. Seis países receberam suas partes do Fundo Especial da OIC.

Dois países (**Filipinas e Timor-Leste**) ainda não solicitaram sua parte do Fundo, apesar de várias discussões e trocas com a Diretora Executiva da OIC.

Atividades nacionais específicas

a) Promoção do consumo interno na Índia

A partir do ano cafeeiro de 2020/21, as atividades do projeto foram implementadas sob a autoridade do Conselho do Café da Índia, abrangendo dois componentes principais. O primeiro componente é a revisão das políticas governamentais e consumo interno de café, bem como a divulgação de impulsionadores e restrições do consumo interno na Índia. O segundo componente é a capacitação no setor cafeeiro indiano e o apoio a atividades promocionais para incentivar o consumo interno.

i) Revisão dos programas governamentais existentes para promover o consumo de café

A revisão analítica do programa governamental revelou as atividades promocionais em andamento para a expansão das exportações indianas de café puro e de alta qualidade, bem como para o aumento do consumo interno. O nível de consumo em 2022/23 foi estimado em 1,6 milhão de sacas.

- O Conselho do Café da Índia estabeleceu um programa intitulado "**Re-imagined India Coffee House through franchise**", com o objetivo de expandir a rede de pontos de venda da India Coffee House, implementando um modelo operado por franqueados.
- Programas de desenvolvimento de empreendedorismo para incentivar empresas de café empreendedoras foram organizados em muitas regiões.
- **Força motriz do consumo interno de café**
 - Aumento da conscientização sobre café e bebidas relacionadas
 - Aumento da renda do consumidor
 - Aumento do consumo de alimentos e bebidas fora de casa
 - Atividades promocionais regulares das redes de cafés modernas
 - Expansão da população jovem de potenciais consumidores de café, com o café sendo percebido como uma bebida da moda pelos jovens
- **Desafios para o consumo interno de café**
 - Preço relativamente mais alto do café em comparação com o chá (em casa e fora de casa)
 - Conhecimento limitado de métodos e técnicas de preparação de café em casa
 - Percepção negativa em relação ao impacto do consumo de café na saúde
 - Falta de disponibilidade de café de boa qualidade em restaurantes de regiões não meridionais
 - Disponibilidade limitada de grãos verdes em todo o país para processamento
 - Falta de cafeteiras e outros equipamentos nacionais e acessíveis
 - Preferência por bebidas doces nas regiões oeste e leste do país

ii) Capacitação das partes interessadas e atividades promocionais para incentivar o consumo interno

Foram identificadas oportunidades de consolidação das tendências de consumo de café. As necessidades de treinamento foram identificadas e foi realizado um treinamento extensivo das partes interessadas. Essas sessões de treinamento incluíram:

- Gestão da segurança alimentar em cafés
- Gestão da qualidade do café
- Comercialização de café
- Empreendedorismo do café

As atividades na Índia continuarão durante o ano cafeeiro de 2024/25 sob a liderança e orientação do Conselho do Café da Índia, com apoio financeiro adicional do governo.

b) Papua Nova Guiné (PNG)

O projeto está sendo implementado pela Coffee Industry Corporation (CIC), que recebeu US\$ 52 mil como parte dos US\$ 475 mil destinados à região. De acordo com a nota conceitual aprovada pelo Conselho na sua 126ª sessão (documento SF-45/20), o primeiro componente do programa é a análise das políticas governamentais existentes e avaliação da necessidade de capacitação. O segundo componente é o desenvolvimento de materiais promocionais e o fornecimento de treinamento para as partes interessadas. A Papua Nova Guiné se beneficiou de financiamento complementar adicional para implementar o programa. Um consultor foi contratado para realizar um estudo sobre a avaliação do mercado e a análise da cadeia de valor do mercado interno de produtos de café na Papua Nova Guiné. Nota-se que a pandemia de Covid-19 desacelerou a implementação, mas as coisas voltaram ao normal.

• Revisão analítica das políticas governamentais existentes e consumo interno de café

Embora o relatório preliminar ainda esteja sob análise, ele discute a capacidade de consumo interno e os desafios de mercado enfrentados pelos distribuidores de cafés importados e locais, torrefadores locais, hotéis, restaurantes, cafés e serviços de apoio às empresas, bem como supermercados e lojas comerciais.

- O mercado doméstico de café está em estágio inicial, com oportunidades inexploradas
- O consumo aumentou 1% nos últimos três anos
- Cerca de 30% do consumo interno é fornecido por torrefadores locais, enquanto 70% é de café processado importado
- Há um número crescente de PMEs na indústria de processamento

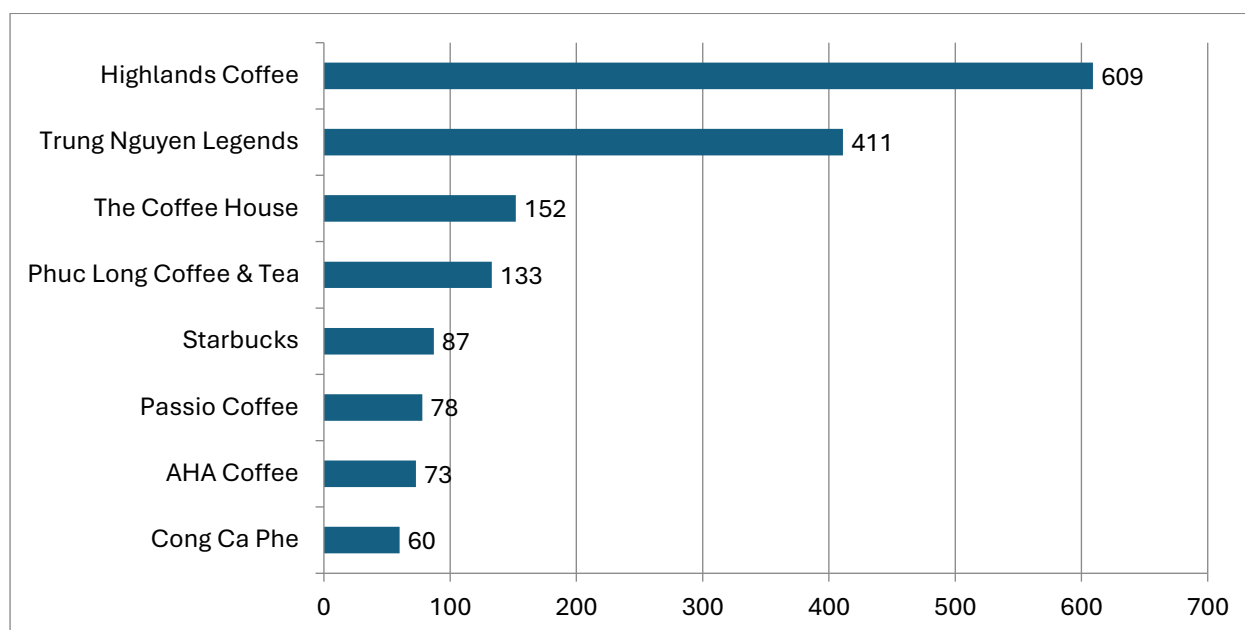
- **Desenvolvimento de materiais promocionais e fornecimento de treinamento para as partes interessadas**
 - A Agência Australiana de Desenvolvimento facilitou seis sessões de treinamento de baristas e cafés em todo o país.
 - Mais sessões de treinamento sobre como montar e administrar uma cafeteria estão planejadas para o próximo ano.

c) Vietnã

Em julho de 2020, a Secretaria da OIC transferiu uma quantia de US\$ 90 mil para a VICOFA como parte dos US\$ 475 mil destinados à região para implementar o projeto de aumento do consumo doméstico de café no Vietnã. O primeiro componente do projeto, que diz respeito a uma revisão analítica do consumo interno e da estrutura do mercado local de café, foi concluído. O relatório indicou que o Vietnã desenvolveu uma cultura de café bem estabelecida. Várias empresas não apenas se envolveram no comércio interno de café, mas também estabeleceram sua presença no mercado externo. Além disso, prevê-se que o aumento da exposição global, a cultura ocidental e a penetração de marcas de café estabelecidas sejam os principais fatores que impulsionam a expansão das redes de café no Vietnã. Ao mesmo tempo, gostos mais sofisticados entre as pessoas no país devem apoiar o mercado de café nacional. Além disso, o aumento da aceitação do café é atribuído ao surgimento de lojas premium de empresas como Highland's Coffee, Starbucks Corporation, Phuc Long e Trung Nguyen Legend, Cong Ca Phe, The Coffee House, AHA Coffee, Mehico Coffee e Thu Ha Coffee, entre outras, alimentando assim o crescimento do mercado. Por exemplo, em novembro de 2022, a The Coffee House operava mais de 150 pontos de venda em todo o Vietnã. Além disso, esses estabelecimentos criaram um elemento experiencial para o consumo de café, criando ambientes atraentes e relaxantes, o que lhes permite aumentar sua receita.

Ainda, as redes de café no Vietnã estão focadas no estabelecimento de novos formatos de lojas de luxo, projetadas para atender à crescente demanda por experiências elevadas de café e culinária entre os consumidores vietnamitas.

Maior número de redes de cafeterias no Vietnã em 2023



A pesquisa de avaliação das necessidades de treinamento das partes interessadas relevantes foi documentada. Os membros do VICOFA organizaram competições de baristas ao longo do ano em todo o país e se concentraram especialmente nas grandes cidades, onde a demanda por consumo de café e também empregos no setor são altos. As competições incluíram Barista Challenge, Latte Art Competition, Roast Challenge, ASEAN Barista Team Champion. Além disso, foram organizados muitos cursos de treinamento sobre processamento de café, degustação de café etc.

d) Indonésia

A Secretaria da OIC transferiu US\$ 90.000 do Fundo Especial para a Indonésia em julho de 2021 para implementar o projeto do Instituto de Pesquisa do Café e do Cacau (ICCRI), com a participação da Associação de Exportadores de Café da Indonésia (ICEA) e da Plataforma de Café Sustentável da Indonésia (SCOPI). O programa na Indonésia está organizado em quatro componentes principais, incluindo:

- Revisão do consumo interno de café e políticas governamentais
- Desenvolvimento da promoção do consumo interno de café
- Capacitação das partes interessadas no setor cafeeiro indonésio
- Desenvolvimento de uma plataforma de café digital (CoffeeHub.id)

As atividades estão em andamento, mas um relatório sobre o desenvolvimento recente ainda precisa ser recebido.

e) Nepal

O Conselho Nacional de Desenvolvimento do Chá e do Café (NTCDB) recebeu US\$ 34 mil em abril de 2021 como parte dos US\$ 475 mil destinados à região para executar o projeto para o Nepal. O programa nepalês tinha dois componentes principais, incluindo:

- Revisão das políticas governamentais e consumo interno de café
- Capacitação das partes interessadas no setor cafeeiro

O primeiro componente foi totalmente executado, tendo sido apresentado um relatório ao Conselho em setembro de 2023. Informações detalhadas das atividades relacionadas ao segundo componente ainda não foram recebidas. O representante do Nepal na presente sessão pode ser convidado a fornecer mais detalhes.

f) Tailândia

A Tailândia recebeu US\$ 34 mil em fevereiro de 2021 como parte dos US\$ 475 mil destinados à região para implementar seu programa de consumo doméstico de café. A Tailândia integrou o programa ao evento Thai Coffee Excellence, que abrange um concurso, um leilão e uma palestra sobre o consumo de café tailandês e a tendência de desenvolvimento. O projeto foi concluído e um relatório foi apresentado ao Conselho.

No que diz respeito à região da Ásia e Oceania, uma missão de supervisão da região pela Secretaria da OIC poderia ser conduzida para saber mais sobre a execução do projeto. Um workshop regional pode ser realizado durante um grande evento de café, como a Conferência Internacional do Café da Ásia. Nota-se que a parcela de US\$ 20.509 alocada para a supervisão da OIC na região da Ásia e Pacífico ainda não foi usada.

Recomendação:

Quanto ao caso das porções não solicitadas do Fundo Especial da OIC, as Filipinas e o Timor-Leste não concluíram o processo para receber os fundos para implementar os seus programas. Como consequência, essas duas parcelas, totalizando US\$ 68.000, poderiam ser usadas para organizar oficinas de troca de experiências em um dos países que implementaram o projeto.