

PROPUESTA DE PROYECTO PARA EL FOMIN

1. DATOS BASICOS DEL PROYECTO

TITULO DEL PROYECTO: Programa de promoción de exportaciones de agricultura familiar

PAIS: Brasil

NUMERO DEL PROYECTO: TC 0201026

ORGANISMO EJECUTOR: Fundación Lyndolpho Silva

BENEFICIARIOS: Productores agropecuarios familiares

FINANCIAMIENTO:	FOMIN	US\$	1.000.000
	Aporte local	US\$	1.000.000
	TOTAL	US\$	2.000.000

EQUIPO DE PROYECTO: Adriana Delgado (RE1/EN1), Daniel Shepherd (MIF), Gerardo Martínez (COF/CBR), y Alicia Maldonado (RE1/EN1)

2. ANTECEDENTES

- 2.1 La agricultura familiar tiene como característica principal el control del proceso productivo y de los medios de producción por la familia, con mano de obra permanente y predominantemente de composición familiar. En Brasil existen cerca de 4 millones de establecimientos rurales familiares según un estudio de FAO/INCRA del año 1999. Este segmento responde por un 38% del valor bruto de la producción agrícola y ocupa un 77% del personal rural.
- 2.2 La agricultura familiar brasileña reúne ventajas competitivas importantes para su inserción en los mercados nacionales e internacionales, por su diversidad productiva y su modo de producción que le otorgan un diferencial significativo para la conquista de mercados promisorios como los de alimentos orgánicos, productos naturales, y típicos.
- 2.3 Durante los años noventa, la producción de agricultura orgánica creció 10% por año en Brasil. En 1998, creció a un 20% y el crecimiento para 2000 fue alrededor de 50%. Estos indicadores permiten concluir que las posibilidades para el futuro de la agricultura orgánica son muy buenas. Las oportunidades de la producción orgánica están en el campo de la exportación como también en el consumo doméstico. En 1999, Brasil exportó 90% de su producción orgánica fresca mientras que el resto fue para el consumo doméstico. En la actualidad, el 15% de la producción orgánica de Brasil se destina para el consumo nacional y el 85% de la misma está siendo exportado principalmente a Europa, los Estados Unidos y Japón. La demanda del mercado nacional por este tipo de productos también está incrementando. En 1999, este mercado representó US\$ 150 millones y en el 2000, casi US\$ 200 millones. Cabe destacar

que, un estudio hecho en Curitiba demuestra que la demanda por alimentos orgánicos sobrepasa la oferta en un 35%.

- 2.4 Aproximadamente 100.000 ha. o 0.04% de la tierra agrícola disponible, se utiliza para productos orgánicos en Brasil. El volumen de producción es alrededor de 300.000 tn. por año. Si el crecimiento continuara a una tasa de 10% por año, el área y volumen de producción sería aproximadamente 200.000 ha. y 600.000 tn. en diez años. Además, según estimaciones un 10% del área agrícola del país (50 millones de ha.) utiliza métodos alternativos de agricultura pero no cuenta con ningún tipo de certificación. El gobierno está apoyando a los productores orgánicos a través de la compra de alimentos orgánica por un monto aproximado de US\$ 500 millones por año para el consumo en escuelas, hospitales y otras agencias.
- 2.5 La Fundación Lyndolpho Silva, institución dedicada al desarrollo sustentable de la agricultura familiar, realizó un análisis de la oferta de productos de la agricultura familiar brasileña. Este trabajo muestra la disponibilidad de una gran diversidad de productos con alto potencial comercial, que van desde frutas y hortalizas, hierbas medicinales, café, miel, artesanías en mimbre y madera, etc. Actualmente la Fundación está concentrando sus esfuerzos en algunos productos tales como banana pasa, castaña de cajú, café orgánico y miel de abejas, dada la mayor experiencia productiva de los agricultores y el reconocimiento en los mercados.
- 2.6 Con el apoyo de la Agencia de Promoción de las Exportaciones (APEX), la Fundación Silva realizó misiones de prospección a los mercados y verificó el interés por los productos orgánicos, naturales y bajo condiciones de mercados solidarios en los países visitados (Alemania, Holanda, Francia, España, Italia, etc.). La Fundación participó entre otros en el Salón Internacional de Alimentación Natural en Bolonia, Italia (SANA2000 y 2001); la mayor feria de productos orgánicos de Europa en Nuremberg, Alemania (BIOFACH2001); y la Feria de Productos Étnicos de París (ETHINIQUE2001) y organizó reuniones con compradores de redes de comercio y distribuidores de artesanías de Italia y España.
- 2.7 Con el fin de promover la agricultura familiar brasileña y facilitar su acceso al mercado europeo, la Fundación Silva apoyó la creación de la Delegación Italiana de la Agricultura Familiar Brasileña (DIAFAB), ONG con sede en Milán que actúa como punto de apoyo para la agricultura familiar brasileña en Europa y que facilita los contactos entre los pequeños productores brasileños y los importadores europeos. DIAFAB está apoyando la organización de visitas de compradores europeos a Brasil para conocer las condiciones de producción previa a la compra, y la visita a las ferias y otros eventos de las organizaciones de productores para la promoción y cierre de negocios en Europa.
- 2.8 Entre las actividades realizadas por DIAFAB se incluyó la evaluación de la opinión de los consumidores europeos respecto a la marca *Brasil Equo*, recientemente creada. El estudio concluyó que tendría un alto nivel de aceptación y sería favorable para promover la venta de los productos de los agricultores familiares brasileños, principalmente en los mercados de productos orgánicos y en mercados solidarios, a partir de una nueva imagen del campo brasileño, ahora comprometido con la sostenibilidad ambiental y social. Una experiencia anterior, el test de la marca Brasil Rural, había mostrado que los consumidores europeos relacionaban el agro brasileño con el descuido al medio ambiente y el trabajo de los niños. La nueva marca está apoyando el cambio de imagen en los consumidores.

- 2.9 DIAFAB para la realización exitosa de sus actividades está coordinando con otras ONG basadas en Italia, con las cuales ha conformado el *Consorzio di tutela del Prodotto giusto, etico e solidale*. Los objetivos del consorcio son: defender y apoyar la producción y el comercio de los productos justos, éticos y solidarios en el uso de su denominación de acuerdo a la normativa; controlar el mal uso de la denominación producto justo; promover el mejoramiento continuo de la calidad, principalmente a través de la asistencia técnica; y difundir el consumo y el comercio del producto justo en la Comunidad Europea.
- 2.10 A pesar de la potencialidad de la agricultura familiar brasileña, sus productores enfrentan diversas dificultades entre las que se encuentran: i) la desarticulación con el mercado, en general su conocimiento de los canales de comercialización se restringe al mercado local; ii) el desconocimiento de las oportunidades y las exigencias de los mercados, principalmente referentes a calidad, certificación, embalajes, etc.; iii) la dependencia de los pequeños productores de los intermediarios, quienes llegan a pagar por sus productos valores no mayores al 10 % del precio al consumidor; y viii) la debilidad de las asociaciones de agricultores que se enfocan en acciones de carácter predominantemente reivindicativo, y no consiguen promover la inserción sustentable de la producción familiar en el mercado.
- 2.11 La Fundación Silva ha organizado reuniones en diversos estados con la participación de organizaciones locales para iniciar un proceso de sensibilización de los productores respecto a las potencialidades de sus productos en los mercados y ha realizado consultas a los líderes y asociados de las organizaciones, las cuales confirman las necesidades de los productores respecto a información sobre las oportunidades de sus productos, capacitación para incorporar las adecuaciones necesarias para satisfacer las exigencias de los mercados, certificación de calidad de sus productos y organización para la comercialización y el acceso a los mercados, como elementos clave para mejorar sus ingresos y su calidad de vida. El apoyo a los procesos de certificación orgánica de la agricultura familiar es otra de las actividades prioritarias de la Fundación. Acuerdos con algunas organizaciones como la Asociación de Productos Orgánicos de Espírito Santo, Chao Vivo han sido firmados para fortalecer el proceso.
- 2.12 Esta iniciativa propuesta es parte de una serie de actividades realizadas por la Fundación Silva en coordinación con otras instituciones para apoyar a los pequeños agricultores en el aprovechamiento de las nuevas oportunidades de acceso a mercados para sus productos.

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- 3.1 Los beneficiarios serán los agricultores familiares brasileños. Se considera productor familiar, a aquel que: i) el 80% de sus ingresos provienen de la actividad agropecuaria; ii) posee o trabaja predios pequeños; iii) trabaja en su predio como propietario, mediero o arrendatario; iv) utiliza mano de obra exclusivamente familiar pudiendo mantener hasta dos empleos permanentes; y v) vive en su predio o en un aglomerado rural o urbano próximo y posee una renta anual baja. El programa podrá atender hasta 3.500 productores familiares.

4. OBJETIVOS, COMPONENTES Y ACTIVIDADES

4.1 El objetivo del programa es la generación de oportunidades de negocios para la producción rural de base familiar a través de la promoción de su integración con las cadenas comerciales y el apoyo al ingreso en mercados no-tradicionales para productos orgánicos y naturales.

4.2 El proyecto comprende los siguientes componentes:

Apoyo al servicio de información, a través de la actualización de la base de datos y la página web de la Fundación para brindar información sobre normas y requisitos de ingreso a mercados, sistemas de gestión de calidad y certificación, nuevos productos y procesos, y otros servicios de apoyo para la agricultura familiar. El proyecto contará con el apoyo de APEX y DIAFAB en identificación de mercados, contacto con compradores, participación en ferias internacionales y misiones de prospección de mercados. También estará disponible en el banco de datos la información referente al análisis de la oferta con potencial para la exportación. La información es transmitida a todas las federaciones, organizaciones y asociaciones de agricultores afiliadas a CONTAG y a través de éstos a los productores. También a través de los seminarios que la Fundación organiza en los distintos estados con el apoyo de organismos y gobiernos locales.

Concientización de los productores y sus organizaciones, respecto a las ventajas y oportunidades del comercio nacional e internacional para la agricultura familiar de base orgánica, natural y comercio justo, y a los requerimientos de calidad y certificación de la producción. El Programa apoyará la organización de seminarios y foros regionales y se producirá material informativo específico, con el fin de facilitar el conocimiento de los productores sobre requerimientos del comercio, gestión de calidad de los productos; y certificación orgánica de la producción, entre otros.

Desarrollo de las organizaciones de agricultores para entrar en la comercialización y exportación de sus productos, a través de foros de actualización y asesoría a las organizaciones. Este componente apoyará a las asociaciones de productores en la elaboración de planes de negocios para los productos con potencial de comercialización en los mercados nacionales e internacionales. Se trabajará inicialmente con las federaciones de agricultores ubicadas en cinco estados: Espirito Santo, Maranhao, Minas Gerais, Santa Catarina, y Río Grande do Sul. Dichas organizaciones han sido seleccionadas porque ya cuentan con cierto nivel de capacidad institucional, sus socios tienen productos casi listos para el mercado, y tienen gran interés en participar en el programa.

Desarrollo de nuevas iniciativas comerciales, este componente asistirá a los agricultores familiares para la adecuación de sus productos y procesos a las exigencias de los mercados a través de difusión de técnicas de exportación y consultorías en calidad de la materia prima y de los productos procesados; incorporación de prácticas para la inocuidad de los alimentos; certificación orgánica de la producción; adaptación de procesos de producción, cosecha, poscosecha, y procesamiento; características de empaque y transporte, logística para la comercialización y exportación, etc. Los principales productos apoyados son: banana pasa, castaña de cajú, café orgánico, y miel de abejas.

Promoción y comercialización, consistirá en las actividades correspondientes a las misiones comerciales en Brasil y en Europa, realizadas con los recursos de APEX y el apoyo técnico de DIAFAB. El proyecto también apoyará el uso de la marca *Brasil Equo*, y en algunos casos promoverá la denominación de origen, que facilitará la protección de la marca y la promoción del producto.

- 4.3 El Programa contribuirá a adaptar las metodologías e instrumentos de trabajo para la organización de agronegocios, desarrollo comercial, y gestión de calidad y certificación orgánica a las características de los agricultores familiares, lo cual facilitará la replicabilidad de las actividades del Programa hacia otros grupos de productores familiares.

5. COSTO, FINANCIAMIENTO Y PERIODO DE EJECUCIÓN

- 5.1 El costo total estimado del proyecto es de US\$ 2.000.000, de los cuales el FOMIN aportaría US\$ 1.000.000 y la contrapartida local US\$ 1.000.000. Un 50% de los recursos de contrapartida serán en efectivo conforme a las pautas de FOMIN. Los recursos provenientes del FOMIN se destinarían principalmente a asistencia técnica y capacitación.
- 5.2. El período de ejecución del proyecto será de tres años.

6. AGENCIA EJECUTORA

- 6.1 El proyecto será ejecutado por la Fundación Lyndolpho Silva, una entidad civil, de derecho privado sin fines de lucro. Creada en 1996, con sede en Brasilia, que tiene como instituciones formadoras la Confederación Nacional de Trabajadores de Agricultura (CONTAG) y la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (Embrapa). Su misión es proporcionar nuevas oportunidades para la agricultura familiar brasileña, buscando su integración en los mercados, apoyando la organización de las cadenas productivas y la transferencia de la tecnología adecuada.
- 6.2 La Fundación desarrolla sus actividades en todo el país, tiene su sede en Brasilia y cinco agencias regionales ubicadas en Río Grande do Sur y Santa Catarina (región sur), Minas Gerais (sudeste), Río Grande do Norte (nordeste), y Goiás (centro-oeste). Cuenta con el apoyo de la Delegación Italiana de la Agricultura Brasileña (DIAFAB), situada en Milán, Italia, que actúa como punto focal para las negociaciones con entidades europeas y contribuye a la apertura de mercados para la agricultura familiar brasileña. DIAFAB ha conformado con otras ONG el *Consorzio di Tutela del Prodotto Giusto, Etico y Solidale*, para el logro de sus objetivos.
- 6.3 La Fundación Silva cuenta con el importante apoyo de la Agencia de Promoción de Exportaciones (APEX), actualmente dependiente del Servicio Brasileño para la Pequeña y Mediana Empresa (SEBRAE), la cual ha contribuido a la realización de diversas actividades de la Fundación y que aportará parte de los recursos para la ejecución del proyecto, a través de un convenio ya firmado entre ambas instituciones. Las áreas de apoyo de APEX son principalmente: investigación de mercados, contacto con compradores, participación en ferias internacionales y misiones de prospección; organización de seminarios para difundir la

información de mercados a los productores; y promoción de los productos del programa en el mercado nacional y europeo.

- 6.4 La Fundación Silva desarrolla sus actividades a nivel local, a partir de acuerdos con las federaciones y asociaciones de agricultores familiares ubicadas en los diferentes estados. Para la ejecución del proyecto a nivel local, la Fundación se apoyará en organizaciones miembros de CONTAG en los estados de Espírito Santo, Maranhao, Minas Gerais, Santa Catarina, y Río Grande do Sul. Dichas organizaciones cuentan con las condiciones organizacionales, técnicas y administrativas para la ejecución de las actividades del programa a nivel local.

7. JUSTIFICACION Y RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO

- 7.1. El proyecto se enmarca en la estrategia del Banco para el país en la línea de acción de apoyo a los esfuerzos para mejorar la competitividad y acceso al mercado de la producción brasileña y al proceso de modernización económica.
- 7.2. Los resultados esperados del proyecto propuesto son: (i) grupos de agricultores familiares organizados y comercializando su producción de acuerdo a estándares de calidad y certificación orgánica en mercados nacionales e internacionales; (ii) productores rurales y sus líderes informados de las posibilidades de comercialización de los productos de la agricultura familiar en los mercados nacionales e internacionales; y (iii) agricultura familiar brasileña de mejor calidad, mejor posicionada en los mercados y reconocida por su sostenibilidad ambiental y social.
- 7.3. La sostenibilidad del proyecto está dada por el apoyo de importadores, especialmente de comercio justo en Europa, interesados en ampliar y mejorar la calidad de sus proveedores; la disposición a pagar de los productores, para algunos de los servicios otorgados por el proyecto; y el inicio del acceso y posterior consolidación de mercados para los productos de la agricultura brasileña. El Programa contribuirá a dicha consolidación a través del apoyo al reconocimiento de su marca y origen, el mejoramiento de la calidad de los productos, y el fortalecimiento de sus relaciones con los compradores europeos, a través de DIAFAB y del Consorcio que éste integra.
- 7.4. El proyecto tendrá impactos positivos sobre el medio ambiente ya que está focalizado en la producción orgánica y natural. Se considerará con una visión de sostenibilidad la identificación de los productos a ser apoyados y sus formas de producción; la inclusión de la variable ambiental en las acciones de información, difusión, concientización y capacitación de productores; y la preparación de los planes de negocios priorizando el manejo de los recursos naturales, la gestión ambiental y la salud de productores y consumidores. Acciones de apoyo a grupos de mujeres productoras y artesanas serán especialmente consideradas.

8. ASUNTOS ESPECIALES

- 8.1 El Equipo de Proyecto pondrá especial atención a: i) el análisis de la sostenibilidad del proyecto; ii) la definición de metas cuantificables e indicadores de impacto de las acciones del proyecto; iii) las condiciones que faciliten la replicabilidad de las acciones del proyecto

en otros grupos de agricultores familiares; y iv) las medidas que conduzcan al manejo sustentable de los recursos naturales y la gestión ambiental responsable.

9. RECOMENDACIONES DE LA REPRESENTACION DEL BANCO

- 9.1** Durante el período de conceptualización, la oficina del país revisó la estructura básica de la operación, participó en varias reuniones con el organismo proponente, y manifestó su apoyo para llevar a cabo este proyecto.

10. TIEMPO ESTIMADO PARA LA PREPARACIÓN Y ANALISIS DEL PROYECTO

- | | | |
|------|-------------------------|------------------------|
| 10.1 | Comité de Elegibilidad: | 3er. Trimestre de 2002 |
| | Misión de Análisis: | 3er. Trimestre de 2002 |
| | CRG: | 4to. Trimestre de 2002 |
| | Comité de Donantes: | 4to. Trimestre de 2002 |