

**PERFIL  
BRASIL  
Diciembre de 2001**

**I. DATOS BASICOS DEL PROYECTO**

Título:	Competitividad Agrícola con Responsabilidad Social en el Noreste.		
Número de Proyecto:	TC-0111042		
Agencia Ejecutora:	Visión Mundial Brasil.		
Financiamiento Estimado:	FOMIN: Ventanilla III-A:	US\$1,200.000	
	Contrapartida Local:	<u>US\$1,200.000</u>	
	Total:	US\$2.400.000	
Equipo de proyecto:	Fernando Campero (SDS/MSM), Dan Shepherd (FOMIN), y Roberto Correia Lima (COF/CBR).		

**II. MARCO DE REFERENCIA**

**A. La región Nordeste**

- 2.1 La región Nordeste (NE) alberga a un 30% de la población y contribuye con alrededor de un 17% del ingreso nacional del Brasil. El 36% de sus habitantes vive en áreas rurales donde se estima que se origina hasta un 40% del producto interno de la región. La disparidad económica y social del NE con el resto del país es alta, con un ingreso per cápita equivalente al 46% del ingreso promedio del país. Similar situación se observa en sus indicadores sociales que se encuentran considerablemente rezagados con relación al resto del país. La región reúne al 55% de la población que vive por debajo del nivel de pobreza en el Brasil.

**B. Situación de los micro y pequeños productores rurales**

- 2.2 Las micro y pequeñas unidades de producción constituyen la base económica del área rural y la agricultura del NE. Recientes estimaciones señalan que los micro y pequeños productores rurales (MYPPR) con ingresos medios, bajos, y muy bajos representan alrededor del 85% de los establecimientos productivos de la región y que absorben aproximadamente un 75% del personal ocupado en el campo. Este segmento responde por alrededor del 30% del valor bruto de la producción agrícola. Su producción se concentra en cultivos tradicionales que se caracterizan por ser poco diferenciados, de baja productividad, sujetos a importantes fluctuaciones de precios, orientados principalmente al mercado interno y que generan bajos márgenes de ganancia para los productores.
- 2.3 A pesar de la relevancia de los MYPPR en la economía del NE, éstos enfrentan importantes dificultades que limitan su capacidad de desarrollo empresarial y su habilidad de incrementar sus niveles de productividad e ingresos. Entre éstas se encuentran: (i) la falta de acceso a asesoramiento y tecnologías de producción que les permitan mejorar su productividad y diversificar su producción en respuesta a las necesidades de los mercados, e incrementar su participación en la cadena de valor

mediante un mejor control de calidad, procesamiento y empaque de productos; y (ii) la ausencia de canales adecuados para la comercialización y el mercadeo de sus productos que les permita una articulación eficaz con los mercados de exportación y de los grandes centros de consumo nacional.

## **E. Marco estratégico de la propuesta**

- 2.4 Visión Mundial Brasil (VMB) ha identificado importantes oportunidades para reducir el impacto de estas limitaciones y promover el desarrollo de los MYPPR de la región NE, por medio de un programa que apoye a este segmento a mejorar su competitividad a lo largo de la cadena productiva, facilitando su acceso a los mercados nacionales y de exportación por medio de la producción y comercialización de productos orgánicos y convencionales bajo el concepto del “comercio justo”.
- 2.5 “Comercio justo” (CJ) es el nombre de un movimiento internacional que busca conectar a los micro y pequeños productores de países en vías de desarrollo, con los consumidores en los grandes mercados de una manera más equitativa y sostenible. Tiene su origen en un creciente interés entre los consumidores de países industrializados por el desarrollo de comercializadores con responsabilidad social, que permitan a los consumidores obtener un “valor agregado social” en sus transacciones comerciales. Este valor agregado se genera cuando la compra de un producto, además de su valor intrínseco, otorga al consumidor final el beneficio psicológico de saber que la misma contribuye a mejorar la calidad de vida de un grupo de productores de bajos ingresos en alguna región del mundo con menor desarrollo relativo. El movimiento del CJ a nivel mundial se distingue por las siguientes características: (i) se **focaliza en micro y pequeños productores** de países en desarrollo; (ii) busca mejorar la posición de los productores en su relación con los mercados internacionales, estableciendo canales de comercialización privados que operen de manera eficiente y que promuevan una conciencia social, eliminando de la cadena de producción - comercialización a intermediarios “explotadores” y permitiendo que los productores reciban una **compensación “mas justa”**; y (iii) promueve la **sostenibilidad ambiental** comercializando productos obtenidos a través de procesos amigables al medio ambiente; y (iv) respeta los **principios del mercado**, buscando crear operaciones comerciales sostenibles y compitiendo con empresas convencionales por el interés de los consumidores.
- 2.6 El proyecto de CJ que VMB propone llevar adelante, busca conectar a las MYPPR del NE con la economía global, mejorando la eficiencia de la cadena de producción y comercialización, desde el pequeño negocio rural hasta los mercados de consumo domésticos e internacionales. Con relación al mejoramiento de la **producción** se desarrollarán actividades para: fortalecer la capacidad empresarial de los MYPPR; promover la adopción de técnicas y tecnologías de producción orgánica de riego; y estructurar la producción, procesamiento y manejo post-cosecha para añadir valor y satisfacer los requerimientos de exportación del CJ.
- 2.7 En relación a la **comercialización** se apoyará: el fortalecimiento de una empresa comercializadora especializada en CJ que facilite el acceso de los MYPPR a los mercados. En este marco, VMB ha identificado a SIPARN, como candidata para ser

fortalecida y convertirse en el instrumento apropiado para brindar servicios comerciales dentro del CJ a los MYPPR del proyecto. SIPARN es una empresa comercializadora sin fines de lucro con base en Natal, que mantiene todos los registros requeridos bajo las leyes del Brasil para la exportación de productos, sin restricciones. SIPARN ha operado en el área del CJ desde el año 2000. El volumen de operaciones de la comercializadora es pequeño y su estructura financiera y organizacional actual es débil, requiriendo fortalecerse para poder operar de manera sostenible para convertirse en un modelo de administración y comercialización de productos dentro del CJ.

#### **D. Marco Institucional**

- 2.8 VMB fue creada en 1975 con la misión contribuir al desarrollo humano sostenible del Brasil. A lo largo de los años, VMB ha venido ampliando paulatinamente sus áreas de desarrollo estratégico, las que hoy abarcan programas en varios sectores orientados a la generación de ingresos y empleo, entre los que se encuentran programas de crédito, servicios de desarrollo empresarial, asesoría, capacitación y comercialización. Opera de manera descentralizada en varios Estados del Brasil a través de alianzas estratégicas y convenios de cooperación con más de 100 asociaciones comunitarias, ONG, e instituciones privadas y de los gobiernos federal, estatal y municipal. VMB tiene su oficina central en Belo Horizonte y opera sus programas en el NE con oficinas descentralizadas, con una base operacional en Recife. Cuenta con 65 funcionarios de planta. Sus estados financieros muestran ingresos anuales de US\$6,6 millones, gastos de US\$6,5 millones y activos de US\$1,4 millones. Forma parte de la red de Visión Mundial Internacional que tiene operaciones en seis continentes.

### **III. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

- 3.1 Los beneficiarios finales del proyecto serán alrededor de 1.000 MYPPR localizados en alrededor de 14 comunidades rurales a los márgenes del río San Francisco (Alagoas y Pernambuco) y Río Grande do Norte que han sido identificados por VMB como demandantes de servicios de comercialización dentro del CJ. El proyecto no estará distribuido a lo largo de estos estados, sino que se focalizará en comunidades claramente definidas, con alto potencial de retorno a la inversión y de replicación.

### **IV. OBJETIVOS, COMPONENTES Y ACTIVIDADES**

#### **A. Objetivos**

- 4.1. El objetivo general del proyecto es elevar la competitividad y facilitar el acceso de grupos de micro y pequeños productores rurales a mercados domésticos e internacionales, a través de mejoras en la producción y comercialización de productos dentro del *comercio justo*. El concepto que guía estos esfuerzos se basa en procesos de producción y comercialización que: (i) promuevan una “conciencia social” donde el productor recibe una *compensación justa* por la venta final de sus productos; y (ii) sean amigables al medio ambiente.
- 4.2. Los objetivos específicos del proyecto consisten en: (i) mejorar los servicios de comercialización a que tienen acceso los MYPPR, a través de: (a) el fortalecimiento de

la capacidad institucional de una empresa comercializadora de *comercio justo*, y (b) el apoyo a la promoción y mercadeo de productos que respondan a este concepto; y (ii) fortalecer la capacidad de los MYPPR para incrementar su producción y adecuarla a los requerimientos de la demanda, a través de la provisión de tecnologías apropiadas a lo largo de la cadena de producción agrícola.

## **B. Componentes y Actividades**

### ***Componente 1. Servicios de mercadeo y comercialización***

- 4.3. Este componente busca permitir el acceso de los productores a servicios especializados de comercialización y mercadeo para colocar su producción orgánica y no tradicional en los mercados domésticos e internacionales que operan bajo el concepto del CJ. Para el efecto, el proyecto apoyará: (i) la estructuración y fortalecimiento de una empresa comercializadora especializada, que permita establecer vínculos con distribuidores y consumidores de estos productos en mercados con demanda para los mismos; y (ii) el desarrollo de actividades de promoción y mercadeo que faciliten la venta y consolidación de mercados para los productos de los MYPPR.

**a. Estructuración y fortalecimiento de empresa comercializadora de CJ:** La penetración de mercados especializados como lo son los del CJ y de los productos orgánicos requiere de una capacidad institucional adecuada que permita que los servicios de mercadeo y comercialización se desarrollen de forma eficiente, sostenible y con criterios empresariales modernos. Para el efecto, sobre la base institucional de SIPARN, el proyecto apoyará la estructuración y fortalecimiento de una empresa comercializadora moderna, que opere con criterios de sostenibilidad financiera e institucional, permitiendo su transformación en una entidad especializada en comercio justo que atienda a los microempresarios de la región. Las actividades del componente incluirán la provisión de asesoramiento, asistencia técnica y capacitación a la empresa comercializadora en áreas tales como: (i) el diseño de una estrategia comercial y plan de negocios; (ii) su organización interna y el fortalecimiento de sus mecanismos administrativo-financieros; (iii) el fortalecimiento de sus sistemas de información; (iv) la generación de una red de nexos comerciales; (iv) entrenamiento de su personal en la dinámica y funcionamiento de los mercados del CJ y otros. Se espera que la empresa comercializadora incrementará gradualmente su capacidad institucional y la escala de sus operaciones, hasta alcanzar la sostenibilidad operativa y financiera a la conclusión del proyecto.

**b. Promoción y mercadeo de productos:** Se apoyarán actividades de investigación de demanda, promoción y mercadeo que permitan identificar y consolidar mercados domésticos e internacionales dentro del CJ para productos de los MYPPR. Entre éstas actividades se contempla: la realización de sondeos, diagnósticos y estudios de mercado, para identificar nichos de demanda, requerimientos específicos de los mercados, potenciales compradores y estrategias de venta; actividades de promoción del concepto de “comercio justo” entre consumidores y distribuidores en mercados domésticos y del exterior; talleres y actividades de promoción entre los grupos de MYPPR para asegurar consistencia con los requerimientos del mercado; el desarrollo y promoción de marcas y sellos comerciales que permitan satisfacer a nichos especializados de mercado con mayores márgenes; y otras.

## ***Componente 2. Servicios de asistencia técnica y capacitación***

- 4.4. A través de este componente se brindarán servicios de asistencia técnica y capacitación para transferir habilidades y tecnologías producción, procesamiento, empaque y mercadeo a los grupos de MYPPR, que les permitan fortalecer su capacidad de producción e incrementar la calidad y valor de sus productos, para responder de forma adecuada a los requerimientos de la demanda y a las oportunidades de negocio identificadas. Estas incluirían técnicas y tecnologías para: (i) la producción orgánica, el uso más eficiente de los recursos naturales, la adopción de técnicas de producción amigables al medio ambiente para incrementar el valor de la producción agrícola; (ii) el procesamiento post-cosecha y empaque de la producción; y (iii) el manejo adecuado de la producción, para asegurar una oferta confiable de productos de calidad al mercado.

## **V. COSTO, FINANCIAMIENTO Y TIEMPO DE EJECUCIÓN**

- 5.1 El costo total del proyecto será de aproximadamente US\$2.400.000, de los que el FOMIN contribuirá con US\$1.200.000 en fondos no reembolsables. La contrapartida local será de US\$1.200.000. El tiempo estimado de ejecución es de 48 meses.

## **VI. MARCO INSTITUCIONAL Y DE EJECUCIÓN**

- 6.1. VMB será la institución responsable de ejecutar el proyecto y de facilitar el desarrollo de las alianzas estratégicas necesarias para que las organizaciones de MYPPR y otras instituciones participen en el proyecto. Como tal, VMB liderará el proceso de estructuración y fortalecimiento institucional de la empresa comercializadora especializada, y el apoyo que se brindará a los MYPPR beneficiarios del proyecto para mejorar su producción. Visión Mundial ha logrado establecer una amplia red internacional de contactos comerciales dentro del CJ, tanto para el comercio de fruta, como de cultivos no tradicionales y artesanías, que servirá de base para impulsar las operaciones de la empresa comercializadora, y cuenta con experiencia previa en la exportación de productos dentro del CJ.
- 6.2. SIPARN se beneficiaría del fortalecimiento institucional previsto dentro del componente de comercio y mercadeo del proyecto. En la actualidad la empresa es todavía débil, aunque cuenta con potencial interesante de desarrollo, habiendo recientemente iniciado operaciones de comercio exterior con cultivos orgánicos aunque a una escala todavía muy reducida. El proyecto ayudará a estructurarla y transformarla en una empresa comercializadora especializada y sostenible financiera e institucionalmente.

## **VII. RESULTADOS ESPERADOS Y JUSTIFICACIÓN**

- 7.1. A la conclusión de la operación, se espera haber logrado: (i) generar una capacidad técnica local para la producción de cultivos orgánicos, que permita a los MYPPR mejorar la calidad de su producción y responder a los requerimientos de la demanda; (ii) establecer un canal eficiente y efectivo de comercialización dentro del CJ para los productos de los productores rurales beneficiarios del proyecto, mediante la estructuración de una comercializadora que opere en la región con criterios empresariales y de sostenibilidad financiera; y (iii) la promoción y mercadeo efectivo de

la nueva producción orgánica y no tradicional de la región, que permita el desarrollo de nichos especializados de mercado y el establecimiento de vínculos comerciales con mercados de mayor estabilidad y demanda para ésta.

- 7.2. El proyecto permitirá conectar a los MYPPR agrícolas de regiones pobres del NE con la economía global; mejorando la eficiencia de la cadena productiva, desde las MYPPR hasta los canales de venta al consumidor y facilitando su acceso a mercados en expansión. La transferencia de habilidades y tecnologías apropiadas y amigables al medio ambiente permitirá a los grupos de productores responder a nuevas oportunidades para comercializar su producción orgánica en mercados de alto valor. La participación en los mercados del CJ contribuirá a mejorar los márgenes de comercialización que reciben los productores.

### **VIII. ASPECTOS ESPECIALES**

- 8.1. Los siguientes aspectos deberán merecer consideración durante la elaboración y análisis de la propuesta: (i) la definición de responsabilidades entre VMB y la empresa comercializadora en la ejecución del fortalecimiento a ésta última; (ii) la forma de financiamiento del capital de trabajo para la comercialización de productos; (iii) la mecánica operativa y distribución de riesgos en el proceso de comercialización; (iv) estructura legal bajo la que operará la empresa comercializadora: como ONG sin fines de lucro o como empresa con fines de lucro; (v) precisión del área geográfica de cobertura del proyecto; (vi) la definición de las fuentes y usos de los recursos de la contraparte local; (vii) demanda y precios de los productos; (viii) mitigantes del riesgo de competencia de productos alternativos; y (ix) el establecimiento de indicadores clave de desempeño para el proyecto.

### **IX. IDENTIFICACION DEL PROYECTO**

- 9.1. El proyecto fue identificado mediante una visita del Director Ejecutivo de VMB al FOMIN, en la cual éstas últimas manifestaron su interés en analizar la propuesta. Posteriormente, VMB presentó la solicitud a COF/CBR, la que remitió a consideración de SDS/MSM y fue analizada por ésta en forma conjunta con el FOMIN.

### **X. RECOMENDACIÓN DE REPRESENTACIÓN Y UNIDAD PATROCINADORA**

- 10.1 COF/CBR y SDS/MSM recomiendan la aprobación del presente perfil por parte del FOMIN, puesto que contribuye al objetivo de la estrategia del Banco en el país, de mejorar la competitividad y acceso al mercado de la producción brasileña por medio del apoyo a las micro y pequeñas empresas.

### **XI. TIEMPO ESTIMADO PARA LA PREPARACIÓN Y ANÁLISIS**

- 11.1. Una vez obtenida la elegibilidad para este perfil, SDS/MSM coordinará acciones con COF/CBR para la preparación del Memorando de Donantes. Se contratará a un consultor para apoyar al equipo de proyecto en el análisis del mismo. Se prevé la elaboración del proyecto de acuerdo al siguiente cronograma:

Perfil a Comité Programación del FOMIN:

Diciembre 2001

Misión de análisis:  
CRG:  
Comité de Donantes:

Febrero de 2002  
Mayo de 2002  
Julio de 2002

V.B. \_\_\_\_\_  
Antonio Vives

\_\_\_\_\_  
Fecha