

PERFIL DE PROYECTO
PROGRAMA DE EMPRESARIADO SOCIAL

GUATEMALA

Título:	Competitividad de pequeños agricultores en nichos de cafés especiales			
Número:	GU-S1006			
Equipo de proyecto:	Norah Alvarado (COF/CGU); Maria Teresa Villanueva (SDS/MSM); Pendiente (LEG/OPR); y Fernando Campero (SDS/MSM), Jefe Equipo.			
Organismo ejecutor:	Asociación Barrillense de Agricultores (ASOBAGRI)			
Plan de financiamiento (US\$):	<u>BID</u>	<u>Local</u>	<u>Total</u>	
	Coper. Técnica no reembolsable	185.000	80.000	265.000
	Financiamiento reembolsable	<u>435.000</u>	<u>200.000</u>	<u>635.000</u>
	Total	620.000	280.000	900.000
Fuente de Recursos:	Ingresos Netos del Fondo Especial de Operaciones (FOE)			

I. El Problema

- 1.1. Cerca del 60% de la población de Guatemala vive en el área rural. El sector agropecuario representa el 22% del producto interno bruto, genera cerca del 36% del empleo rural y es responsable por más del 50% de los ingresos de exportación del país. La mayor parte de los pobres rurales depende del sector agropecuario como medio de vida. Un gran número de éstos son agricultores que desarrollan cultivos en pequeña escala, en unidades de producción marginales, cuya subsistencia depende del trabajo familiar en sus parcelas y de la venta de su mano de obra a fincas aledañas. Muchos de estos productores se encuentran en áreas donde se concentra la pobreza rural extrema del país. Esto ocurre particularmente en los Departamentos de Huehuetenango y Quiché, en la región noroccidental, donde cerca a 79% de la población vive en condiciones de pobreza y 37% en pobreza extrema.
- 1.2. La economía del país tradicionalmente ha dependido de exportaciones agropecuarias de cultivos tradicionales (café, azúcar y banana). Con la crisis de estos sectores en los últimos años, varios productores se vieron forzados a abandonar sus cultivos y algunos hasta a emigrar a las ciudades en busca de empleo. Esta realidad ha sido cierta, particularmente para agricultores no organizados en cooperativas o asociaciones de productores, que les faciliten apoyo técnico, financiero o de mercado. A pesar de los efectos adversos producidos por la crisis del café en los mercados convencionales, los grupos de caficultores que lograron posicionarse en nichos de mercado de cafés de alta calidad y “especiales”¹ han encontrado en éstos, oportunidades propicias para mejorar su situación económica.
- 1.3. Los cafés de alta calidad, así como aquellos producidos de forma ambiental y socialmente sostenible, atraen mayores precios de venta. De hecho, el segmento dedicado a los cafés especiales es el único en la industria cafetalera que ha mostrado un crecimiento consistente y dinámico². La demanda y volumen de transacciones de cafés de calidad en el mercado internacional siguen expandiéndose aún en medio de la crisis cafetalera³. La región donde colindan Huehuetenango y Quiché, cuenta con zonas montañosas húmedas con un rango de

¹ Cafés diferenciados/especiales: son cafés que se distinguen de los demás debido a su calidad (intrínseca) y/o por la forma en la que fueron producidos y procesados (certificaciones orgánicas, sombra, comercio justo, etc.).

² Según la Asociación Nacional del Café, EE.UU. el crecimiento anual giró en torno al 30% en años recientes.

³ Según la Organización Internacional del Café las ventas de cafés especiales se expanden a más del 5% anual.

alturas de 1.000 a 1.800 msnm. Estas zonas cumplen con las características agroecológicas idóneas (altitud, agro clima y propiedades del suelo) para la producción de cafés de alta calidad. A la mayoría de caficultores son pequeños, con entre 1 y 5 hectáreas de tierra cultivada, lo que no les permite establecer cultivos extensivos.

- 1.4. La Asociación Barrillense de Agricultores (ASOBAGRI) reúne a 656 pequeños caficultores de 37 comunidades rurales de estos departamentos. Tiene como una de sus actividades principales la comercialización del café de sus asociados, principalmente a mercados preferenciales, donde puede negociar un mejor precio para el productor. Proporciona también a los caficultores insumos y servicios técnicos, así como financiamiento para apoyar la producción y calidad del café. Una virtud de ASOBAGRI ha sido obtener para sus asociados certificaciones de “comercio justo”; producción orgánica (de OSCIA) y producción bajo la sombra (“bird friendly” de Smithsonian Institution), que les permite comercializar su café en mercados diferenciados y obtener premios significativos sobre el precio convencional, por cada uno de estos sellos. Estos premios son trasladados por ASOBAGRI a los caficultores, vía mejores precios o servicios. La mayoría de los productores vive de los ingresos que obtienen a través de la venta del café. Además de café producen, cardamomo, granos básicos y cultivos de diversificación. El caficultor típico atendido por ASOBAGRI tiene una producción inferior a 60qq pergamino y una unidad productiva menor a 2 ha. El 80% de sus miembros son de ascendencia indígena. Antes de aliarse a ASOBAGRI, los pequeños caficultores dependían para su venta de intermediarios, los cuales generalmente tomaban ventaja de su falta de información y liquidez, pagando precios extremadamente bajos y otorgando adelantos con tasas del 5% mensual. Esta situación ha mejorado como resultado de la relación con ASOBAGRI. Los productores asociados comercializan a través de la asociación, alrededor del 50% de su producción total a compradores europeos o americanos. Los precios que ha obtenido por su café han sido muy superiores al mercado convencional, por lo que ASOBAGRI ha podido pagar a los pequeños caficultores precios muy superiores a los del mercado local (US\$80 vs. US\$52 por quintal –qq– pergamino en 2004).
- 1.5. Pese a los logros alcanzados a la fecha, sin embargo, aún existen varios retos que impiden a los pequeños caficultores incrementar la calidad y volúmenes de su café, para comercializarlo en los nichos de café diferenciado/especial (con precios atractivos, pero donde la calidad y las certificaciones son muy importantes) y llenar las expectativas del mercado en términos de calidad, cantidad y responsabilidad ambiental y social:
- 1.6. **Deficiencias en la calidad.** No toda la producción de los pequeños caficultores reúne los requisitos requeridos por los compradores de café internacionales. Con frecuencia ésta no cumple con criterios de homogeneidad y consistencia en la calidad, o con otras cualidades buscadas por los mercados (ej. certificación orgánica, comercio justo o buenas prácticas agrícolas). Las deficiencias pueden surgir por manejos inadecuados de la plantación (enfermedades o plagas); cosecha (granos inmaduros o sobre-maduros); post-cosecha y transporte (sobrefermentación, contaminación o mala clasificación del grano); procesamiento (daños en los granos por mal despulpado, secado inadecuado por lo húmedo de la región), o almacenamiento (humedad), o por aspectos no compatibles con una “producción responsable” (no orgánico, etc.). Estas deficiencias se originan en: (i) inadecuados conocimientos, escasa información y acceso a apoyo técnico para la gestión de la calidad y para controlar defectos de producción y procesamiento; y (ii) falta de infraestructura adecuada de acopio, procesamiento (beneficio húmedo y secado) y almacenamiento, por falta de financiamiento.

- 1.7. **Acceso insuficiente a financiamiento.** La mayoría de los caficultores carece de recursos financieros suficientes para el manejo de su unidad productiva, y que les permita operar a lo largo del ciclo de producción hasta la cosecha. Pese a que ASOBAGRI paga por el café de calidad precios superiores a los ofrecidos por intermediarios locales, no puede cancelar el 100% del producto al momento de la entrega, por falta de capital de trabajo, aplazando el pago de un porcentaje (de hasta un 40%) del precio, hasta recibir pago del cliente final. Por tanto, los caficultores se ven obligados a vender su café a rescatistas para costear sus costos de producción y supervivencia, lo que les impide beneficiarse de los mejores precios que resultarían de comercializarlos a través de ASOBAGRI. Los caficultores llegan a perder entre 25%-50% del valor de su café. Los caficultores tampoco pueden acceder a crédito para ampliar o renovar sus cafetales o realizar inversiones menores en sus parcelas.
- 1.8. **Nuevos mercados.** ASOBAGRI ha logrado posicionarse en los mercados internacionales, exportando a Europa y EEUU, pero debe ampliar su cartera de clientes e aumentar ventas para mantenerse vigente en un mercado muy competitivo y consolidarse institucionalmente.

II. La Solución Propuesta

- 2.1. Los problemas de los pequeños caficultores serán atendidos por el proyecto a través de las intervenciones para: (i) disminuir los obstáculos técnicos, financieros y de gestión que impiden a los caficultores mejorar la calidad de su café de exportación, (ii) facilitar recursos financieros que doten de mayor liquidez al sistema de producción-comercialización; y (iii) fortalecer la capacidad institucional de ASOBAGRI para promover su producto y acceder a nuevos mercados en nichos de café diferenciado/especial.
- 2.2. El proyecto buscará solucionar las deficiencias de **calidad** en la producción y procesamiento, que permitan homogeneizar y dar consistencia en la calidad del café, y garantizar al mercado un producto de alta calidad y que satisfaga sus requerimientos sociales y ambientales a través de: (i) la provisión de asistencia técnica y capacitación para desarrollar las capacidades técnicas y organizativas de los caficultores en las etapas de producción, manejo post-cosecha y procesamiento que permitan certificar la producción como orgánica con niveles aceptables de calidad; (ii) implementación de un sistema de control de gestión interna de calidad desde el proceso de plantación hasta el momento de la venta del producto final; y (iii) el financiamiento de: (a) beneficios húmedos de café (ecológicos), dotados de equipo de despulpado, pilas de fermento, equipo de secado, mini bodega y planta de tratamiento de aguas mieles; (b) una bodega central de almacenamiento; y (c) 2 vehículos para transporte de café de los beneficios a la bodega central, dada dispersión de las comunidades atendidas (4-5 horas de camino). El problema de **insuficiente capital de trabajo** se solucionará financiando: (i) la ampliación de los recursos de liquidez de ASOBAGRI para el acopio y comercialización del café, y (ii) un programa de crédito a los asociados de ASOBAGRI para financiar sus requerimientos de inversión y capital de trabajo para la producción. Asimismo, el proyecto fortalecerá la **capacidad comercial** e institucional de ASOBAGRI para mejorar la gestión de calidad y el manejo de las certificaciones del sistema de producción-comercialización, así como de identificar potenciales clientes y abrir nuevos mercados.
- 2.3. Para viabilizar la solución propuesta, el Banco otorgaría a ASOBAGRI un financiamiento de US\$620.000, de los que US\$435.000 corresponden a financiamiento reembolsable (para inversiones en equipo e infraestructura de procesamiento y acopio; capital de trabajo de ASOBAGRI; y un programa de crédito al pequeño caficultor) y US\$185.000 a cooperación

técnica no reembolsable (para el mejoramiento de la calidad del café y su comercialización y fortalecer el mecanismo de ejecución del proyecto). La contraparte se estima en US\$280.000, de los que US\$200.000 irían a inversiones y el saldo a cooperación técnica.

- 2.4. Al concluir este proyecto se espera: (i) ampliar la base de pequeños caficultores que se benefician de los servicios de ASOBAGRI, de 656 a más de 1.000 productores; (ii) lograr que 100% de los asociados produzca café orgánico de alta calidad y lo coloque en el mercado de cafés especiales, obteniendo mejores precios por su producción; (iii) incrementar en 100% en el volumen de ventas colocadas a través de la Asociación; (iv) mejorar los ingresos de los caficultores asociados al proyecto; y (v) lograr una mayor capitalización de ASOBAGRI para mejorar su capacidad financiera para proporcionar a sus asociados servicios de mejor calidad.

III. Mecanismos de Ejecución y Aspectos Institucionales

- 3.1. El proyecto será ejecutado por ASOBAGRI, asociación civil no lucrativa, constituida en Barrillas, Huehuetenango en 1989 con el objeto de promover el mejoramiento social y económico de sus asociados. Su plan de negocio 2005-2010 define la misión institucional así: "Somos una organización integrada por pequeños productores de café diferenciado. Producimos y comercializamos con responsabilidad social y ambiental, con un alto compromiso de: satisfacer los requerimientos de nuestros clientes; mejorar las condiciones de acceso a mercado para nuestros asociados; y crear capacidades para la mejora continua de la organización. En ASOBAGRI trabajamos con transparencia, respeto y equidad". Su objetivo operativo actual es convertirse en una organización modelo de pequeños productores, competitiva y posicionada como un proveedor confiable de café de alta calidad. Impulsa la caficultura orgánica así como actividades complementarias de diversificación agrícola. Es una de las pocas de la región noroccidental que exporta directamente el café a mercados de cafés especiales. Tiene una experiencia de 8 años en la exportación de café de alta calidad y cuenta con certificación orgánica, de comercio justo y bajo la sombra. Obtuvo su licencia para exportar directamente en 1999, año que inicia sus ventas en el mercado del comercio justo. En la actualidad exporta alrededor de 20 contenedores/año (aprox. 8.000qq oro), que se sitúan ligeramente por encima del punto de equilibrio de sus operaciones (estimado en alrededor de 18-20 contenedores).
- 3.2. Al 30 de junio de 2004, ASOBAGRI contaba con activos equivalentes a US\$828.000 y un patrimonio de US\$604.000. Su pasivos, de US\$207.000, corresponden principalmente a financiamiento obtenido con cargo a una línea de crédito del proyecto FICOTRANS-AID, administrado por la entidad CECI por hasta US\$300.000. Adicionalmente ASOBAGRI ha recibido pre-financiamiento de la empresa Royal Coffee Inc., por US\$100.000, bajo la modalidad de garantía prendaria. Los ingresos de operación fueron de US\$1,2 millones y los resultados netos de gestión de US\$54.000. A través de este proyecto, ASOBAGRI podrá incrementar el volumen de sus ventas, lo que le permitirá consolidar su estabilidad financiera para seguir atendiendo a los productores de manera sostenible.

IV. Aspectos Especiales

- 4.1. Durante el análisis del proyecto, el Equipo de Proyecto pondrá especial atención en los siguientes aspectos: (i) la capacidad del ejecutor de manejar el programa de crédito y/o mecanismos alternativos para su manejo; (ii) los mecanismos que asegurarán que los caficultores más pobres reciban los beneficios económicos del proyecto; (iii) demanda y

precios de los productos; (iv) factibilidad y origen de los fondos de contrapartida; (v) la coordinación del proyecto con la operación ATN/ME-530-RG⁴; (vi) las condiciones financieras del componente de financiamiento; (v) mecanismos de certificación de los productos; y (vi) impacto ambiental de la producción y sus mitigantes.

4.2. Impactos Ambientales y Sociales. El café producido por el sistema de ASOBAGRI, es favorable para el mantenimiento de los ecosistemas: 85% es certificado como orgánico y 15% se encuentra en transición hacia esta certificación; además, cuenta con certificación de producción bajo la sombra. Lo anterior implica una producción libre de contaminantes sintéticos, protección del suelo, de las fuentes de agua y de la biodiversidad. Nuevos caficultores se integrarán gradualmente a este sistema. Otro aspecto importante es que toda la infraestructura de beneficiado húmedo que se desea implementar es ecológica y utiliza tecnología de bajo consumo de agua en el proceso, además de la utilización de estructuras de tratamiento de aguas mieles. Con respecto a las energía para los equipos de secamiento se tiene prevista la utilización de energía renovable, ya que se utilizará la leña que se produce del manejo de sombra y del manejo de tejidos en los cafetales. Su participación en el “comercio justo”, asegura el seguimiento a los impactos sociales positivos del proyecto.

4.3. Se prevé la elaboración del proyecto de acuerdo al siguiente calendario:

Aprobación de Perfil:	Junio de 2005
Análisis:	Julio de 2005
CRG:	Septiembre de 2005
Directorio:	Octubre de 2005

Aprobado por: _____ Fecha _____
Antonio Vives, SDS/PEF