



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO JULIO 2013 - DICIEMBRE 2013

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Programa de fortalecimiento de cafecultura familiar en Brasil

Nro. Proyecto: BR-M1113 - Nro. Operación: ATN/ME-13355-BR

Resultado: El proposito es mejorar el acceso a mercados y la adaptacion al cambio climático de los pequeños productores de café en el sur y este de Minas Gerais

País Administrador
BRASIL

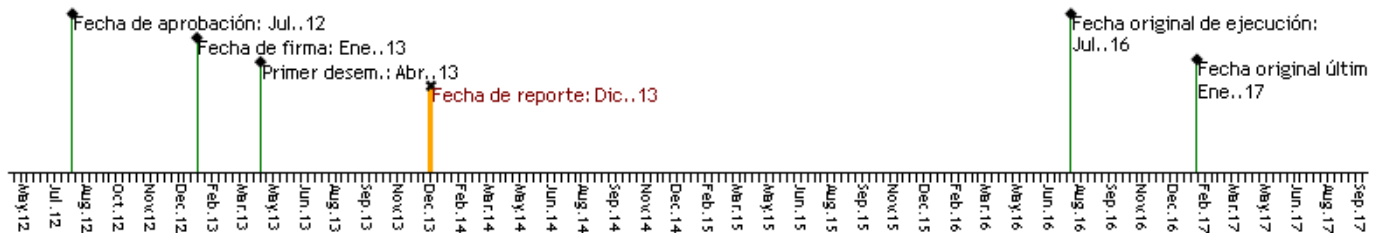
País Beneficiario
BRASIL

Agencia Ejecutora: Associação Hanns R. Neumann Stiftung do Brasil

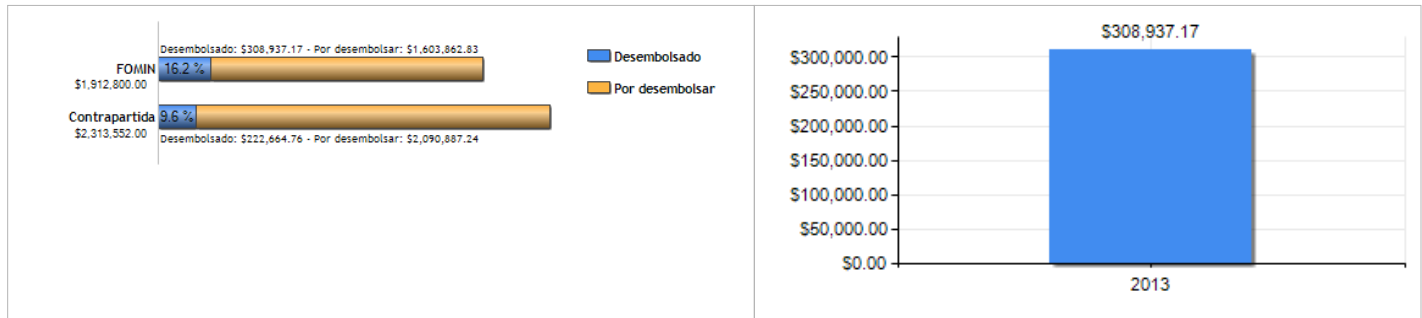
Lider equipo de diseño: Escobar A., Alejandro

Lider equipo de supervisión: Brito, Luciana Botafogo

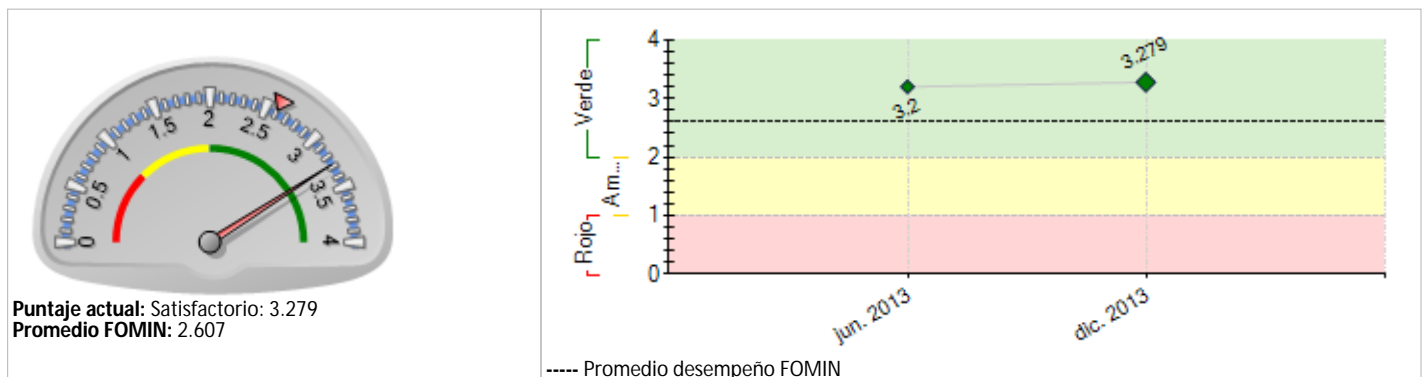
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS



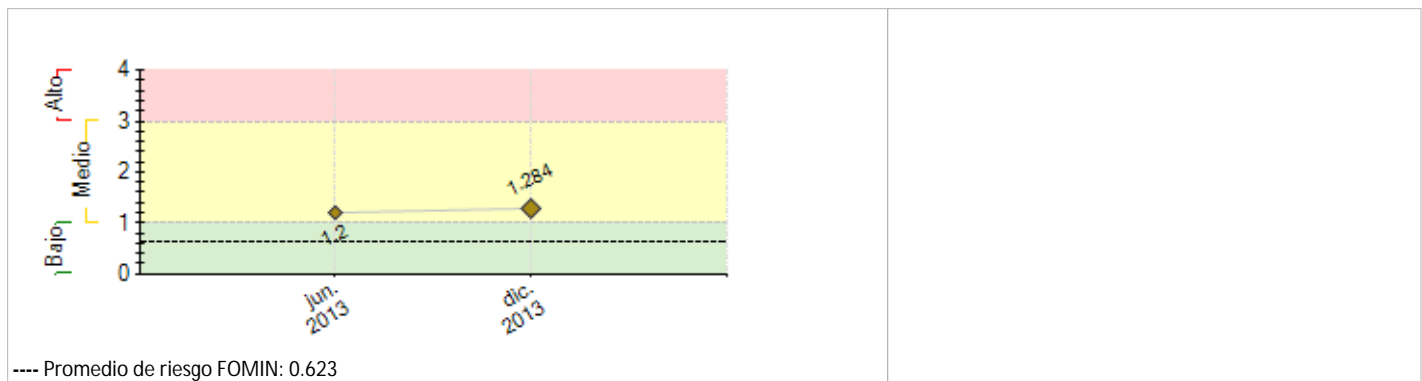
PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

Riesgo
Administración Financiera: Medio
Adquisiciones: Bajo
Capacidad Técnica: Bajo



SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Para desenvolvimiento do projeto foram abertos 07 escritórios, efetivado a contratação da equipe prevista, e alinhado parcerias com atores locais e do setor privado. Foram estabelecidos 119 grupos comunitários (GC), em cumprimento aos hitos H.1 e H.4; cadastrados 3.360 produtores e implementado o sistema de apoio técnico aos produtores com 3.850 orientações técnicas realizadas. Apoio a 36 GC na compra coletiva de 1.130,25 toneladas de adubos com redução de 16% no custo em relação ao mercado local, e apoio a 05 GC na comercialização coletiva de 3.212 sacas de café com ganho de R\$ 148.096,00 a mais que no mercado local. Treinados 2.371 produtores em boas práticas (BP) agrícolas de produção, 493 em BP de colheita e pós-colheita, 1.273 em temas organizativos, 287 em temas de comercialização e 713 em impactos das mudanças climáticas (cumprindo, assim, com o hito H.3). Realizados 03 workshops sobre mudanças climáticas e 01 dia-de-campo com participação de 266 pessoas de 20 países. O hito H.2 foi cumprido quando 83 GC atingiram pontuação média de 76% (classificação grupo B) na aplicação da matriz produtiva. O projeto, por diferentes motivos, ainda não realizou o estudo de linha base, o qual está previsto para ser realizado, sem prejuízos, a partir de fevereiro 2014. No próximo semestre, almeja-se ampliar os resultados conquistados, fortalecer os grupos comunitários, e ampliar a adoção das ferramentas de adaptação e medição do índice de vulnerabilidade climática dos sistemas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Projeto transferido da carteira do especialista Luciano Schweizer. Não foi possível a visita ao projeto para acompanhar as ações realizadas, o que ocorrerá no primeiro semestre de 2014. A contratação de linha de base já foi contratada e o principal desafio do consultor será o de corretamente realizar as medições de forma a ser representativo do grupo de produtores. Recomendou-se aos executores que definissem melhor o sistema de monitoramento continuado do projeto para que esta medição de linha de base possa ser acompanhada ao longo da realização do projeto.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

No semestre (julho-dezembro 2013) foram estabelecidos 61 grupos comunitários (GC); cadastrado 1.687 agricultores; treinados 1.924 agricultores em boas práticas de produção, colheita e pós-colheita, 979 em temas organizativos, 239 em marketing e comercialização e 376 em impactos das mudanças climáticas; e com o apoio do projeto, 36 GC compraram coletivamente 1.130,25 toneladas de adubos com redução de 16% no custo em relação ao mercado local e 05 GC comercializaram 3.212 sacas de café com um ganho de R\$ 148.096,00 a mais que no mercado local. E realizados 03 workshops sobre mudanças climáticas e 01 dia-de-campo com participação de 266 pessoas de 20 países. O hito H.2 foi cumprido quando 83 GC atingiram a pontuação média de 76% (grupo B) na aplicação da matriz produtiva. Existiu um atraso na aplicação da linha de base, a qual será aplicada a partir de fevereiro de 2014. A maior dificuldade enfrentada no período foi a queda do preço do café que provocou especulação, diminuição da oferta do café e baixa motivação nos agricultores para continuar trabalhando. A crise do café limitou os resultados do projeto. Para diminuir o impacto, o projeto fomentou e apoiou o acesso dos agricultores a mercados com preços diferenciados. No próximo semestre, pretende-se ampliar a oferta de capacitação, assistência e serviços nos grupos estabelecidos de modo a aumentar os impactos esperados em relação ao aumento da produtividade e melhoria da qualidade do café e diminuição dos custos de produção.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Indicadores		Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: El propósito es mejorar el acceso a mercados y la adaptación al cambio climático de los pequeños productores de café en el sur y este de Minas Gerais	R.1 Porcentagem da produção de café de organizações legalmente estabelecidas vendidas em mercados de alto valor	0				60	0	
	R.2 Porcentagem da produção de café que foi vendido a um maior valor que no mercado local.	0				Ene. 2017	0	
	R.3 Número de regiões, nacional ou internacional, que o programa foi expandido ou replicado					Ene. 2017	No	
	R.4 Número de agricultores de café afetados pela política que se dizem muito satisfeitos com a intervenção.					Ene. 2017	No	
Componente 1: Melhorar a produtividade, eficácia, retornos econômicos e sustentabilidade ambiental das plantações. Peso: 32% Clasificación: Satisfactorio	C1.I1 Número de agricultores que participam no projeto adotam ao menos três boas Práticas Agrícolas recomendadas (BPA)	0				4000		
	C1.I2 Porcentagem de redução os custos de produção.	0				Ene. 2017		
	C1.I3 Número de agricultores que aumentam a qualidade do café de acordo com normas de qualidade de café aceitas localmente.	0				1200		
	C1.I4 Número de bolsas(60kg) acrescidas por hectare em media para os beneficiarios meta (4000 agricultores)	0	22	25		Ene. 2017		

Componente 2: Reunir os agricultores em associações de agricultores e melhorar o governo, a gestão e as operações dessas organizações. Peso: 14% Clasificación: Satisfactorio	C2.11	Número de grupos comunitarios (número de agricultores reais por grupo a determinar) formado pela qualificação do projeto.	0				80	119	Finalizado
	C2.12	Número de grupos comunitários formados pela qualificação do projeto, um mínimo de "C" de acordo com a matriz organizacional/de negócios da HRNS	0				10		
	C2.13	Número de agricultores que se tornaram membros ativos de organizações de agricultores	0				2500		
Componente 3: Melhorar a capacidade comercial das organizações e aumentar o acesso ao mercado e a adição de valor dos agricultores. Peso: 20% Clasificación: Satisfactorio	C3.11	Número de organizações de agricultores, associações e/ou pequenos grupos de agricultores que oferecem e/ou comercializam café em forma coletiva.	0				30	5	
	C3.12	Número de agricultores que comercializam café em forma coletiva através de grupos formais ou informais.	0				1000	38	
	C3.13	Número de agricultores que cumprem as normas de uma iniciativa de certificação reconhecida pelo mercado	0				2000		
	C3.14	Porcentagens de agricultores participantes que vendem café em mercados de maior valor.	0				20	0.8	
	C3.15	Número de agricultores que vendem café de qualidade diferenciada.	0				500	16	
	C3.16	Número de agricultores capacitados em marketing e comercialização.	0				2000	287	
							Ene. 2016	Dic. 2013	
Componente 4: Melhorar a capacidade dos agricultores de adaptar seus meios de subsistência e sistemas de produção às mudanças climáticas. Peso: 22% Clasificación: Satisfactorio	C4.11	Número de agricultores capacitados em impactos de mudanças climáticas e em estratégias de adaptação	0				300	396	Finalizado
	C4.12	Número de agricultores capacitados em impactos de mudanças climáticas potenciais medidas de adaptação.	0				1500	713	
	C4.13	Número de agricultores que implementam estratégias de adaptação às mudanças climáticas em suas terras.	0				1000		
							Ene. 2017		
Componente 5: Difundir ótimas práticas para a produção familiar de café no Brasil. Peso: 12% Clasificación: Satisfactorio	C5.11	Número de seminários/realizados para apresentar e debater os resultados do projeto.	0				2	2	Finalizado
	C5.12	Número de estudos de caso sobre os resultados do projeto, redigidos e distribuídos	0				2		
	C5.13	Número de centros de distribuição de informação sobre adaptação às mudanças climáticas em vários formatos.	0				3		
	C5.14	Número de regiões locais do país que adotarão ou replicarão os enfoques do projeto.	0				1		

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H1	Número de grupos comunitários estabelecidos	50	Jul. 2013	58	Jun. 2013	Logrado
H0	Condiciones previas	8	Jul. 2013	8	Abr. 2013	Logrado
H2	Porcentagem do Rating médio dos grupos comunitários recebe grau "C" segundo a matriz produtivo/ambiental da AHRNSB (variação "D"-pior até "A"-melhor).	41	Ene. 2014	76	Dic. 2013	Logrado
H3	Número de produtores sensibilizados quanto aos impactos das mudanças climáticas e estratégias de adaptação.	300	Ene. 2014	396	Jul. 2013	Logrado
H4	Número de grupos comunitários estabelecidos.	80	Ene. 2015	119	Dic. 2013	Logrado
H5	Porcentagem do Rating médio dos grupos comunitários recebe grau "C" segundo a matriz organizativa/empresarial da AHRNSB (variação "D"-pior até "A"-melhor).	41	Ene. 2015			
H6	Número de produtores recebendo informação sobre a qualidade do seu café.	1000	Ene. 2015			
H7	[*] Números de produtores participando e recebendo apoio do Projeto.	2000	Ene. 2015			
H8	Número de sacas de 60 kg por hectare (produtividade das lavouras dos produtores participantes).	22	Ene. 2016			
H9	Número de organizações de produtores formadas, identificadas e/ou recebendo apoio do Projeto.	3	Ene. 2016			
H10	Número de produtores oferecendo e/ou vendendo seu café coletivamente	600	Ene. 2016			
H11	Número de sacas de 60 kg por hectare (produtividade das lavouras dos produtores participantes).	25	Ene. 2017			
H12	Número de organizações de produtores com planos estratégicos e/ou Plano de negócios.	3	Ene. 2017			
H13	Porcentagem dos produtores participantes vendendo café nos mercados de valor maior (comparado ao mercado local).	20	Ene. 2017			
H14	Número de produtores desenvolveram e estão implementando estratégias de adaptação às mudanças climáticas nas suas lavouras.	1000	Ene. 2017			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO**[No se reportaron factores para este período]****SECCIÓN 4: RIESGOS****RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO**

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Factores externos afetam negativamente o mercado de café (a depreciação da moeda aumenta significativamente os preços dos insumos; os cultivos record do Brasil provocam a queda dos preços locais ou internacionais, etc.)	Alto	Aggregação de valor pela melhoria de qualidade e oferta de café a mercados diferenciados - O risco aumentou a probabilidade e a severidade devido a ampliação da crise do café no último ano. O aumento da produção mundial do café superior ao aumento de consumo, a nova preferência de consumo de café robusta e a depreciação da moeda de 15% entre Janeiro e Dezembro de 2013 influenciaram para a queda de 23% do preço. Como resposta, o projeto iniciou experiências de preparação de condições para produzir café de qualidade (colheita, pós-colheita e preparação de lotes e micro lotes) e passou a focar o marketing em mercados de alto valor	Coordinador del proyecto

		com capacidade de pagar pela qualidade produzida. Essa é uma importante estratégia de aumento de renda. No primeiro ano, foram vendidas coletivamente 3.212 com acréscimo de 18% quando comparado com o valor de oportunidade em vendas tradicionais na "porteira da propriedade".	
2. Os preços de mercado sofrem impactos negativos	Medio	Diminuição dos custos de produção e oferta de café nos mercados de maior valor. A depreciação da moeda frente ao dólar desde o início do projeto até o fechamento do ano 1 (Janeiro a Dezembro 2013) foi de 15% impactando o aumento dos custos de adubos e insumos importados; por outro lado, o aumento salarial teve aumentos de 9 e 6,8% nos últimos dois anos com impactos no aumento dos custos de mão-de-obra na produção; e finalmente a queda dos preços de 23% no último ano, fizeram que a severidade do risco aumentasse. As ações encaminhadas para mitigar o impacto foi a redução dos custos através do aumento da produtividade e qualidade através da implementação de BPAs, o acesso a insumos de menor valor através das compras conjuntas, e a procura em mercados de maior valor. Espera-se que estas ações contribuam para que os produtores consigam um café de menor custo e vendam a maiores preços na próxima safra.	Coordinador del proyecto
3. Falta de interesse dos agricultores em participar das atividades de participação.	Medio	Reuniões e visitas a experiências construídas para motivar a participação de produtores. Desde as reuniões de abertura dos grupos, técnicos da fundação enfatizam na difusão de experiências positivas sobre o trabalho participativo e conjunto para melhoria dos ingressos provenientes do café através do aumento de produtividade e qualidade, diminuição de custos e realização de compra de insumos e comercialização coletiva de café. Adicional, líderes comunitários e agricultores chaves são convidados periodicamente a participar em visitas e viagens de aprendizagem para constatar de maneira vivencial as experiências construídas por agricultores e grupos comunitários. Através de estas estratégias o projeto espera ter um efeito motivador, de produtor a produtor que no final deve influenciar no aumento do interesse dos produtores em participar das atividades do projeto. Estas ações devem ser ampliadas.	Coordinador del proyecto
4. Falta de credibilidade de incentivos por parte dos mercados para a melhora da qualidade	Medio	Procura de nichos de mercado que valoriza o café de qualidade e oferta de micro lotes. - Em um cenário de aumento de produção mundial de café e oferta de vários tipos de café, empresas comercializadoras privilegiam a compra de café de qualidade. Só no mercado brasileiro, em 2013, a diferença de preço entre a bebida dura e bebida rio teve uma variação média de preço entorno de 23%. Neste sentido, os produtores estão cientes de que a produção de café de qualidade não se apresenta como uma alternativa, mas sim como uma necessidade.	Coordinador del proyecto
5. Os encargos dos preços do café certificado permanecem instáveis ou baixam.	Medio	Promoção do café certificado e de qualidade em empresas comerciais do grupo Neumann. - A primeira opção para promover o café certificado é com empresas exportadoras-importadoras do grupo Neumann, que incluem um conjunto de empresas interessadas em cafés especiais e certificados.	Coordinador del proyecto
NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Medio NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 19 RIESGOS VIGENTES: 19 RIESGOS NO VIGENTES: 0 RIESGOS MITIGADOS: 0			

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

O estabelecimento de grupos comunitários deu ao projeto condições de implementar ações coletivas em nível de campo como a compra de insumos com redução de preços e a comercialização de café com preços diferenciados. Como impacto dessas ações, as comunidades começaram a gerar debates locais e os agricultores passaram a reconhecer a importância de se organizarem em nível das comunidades para conseguir seus objetivos e projetos comuns. Outra ação importante desenvolvida para a sustentabilidade das ações, foi a criação de parcerias entre os grupos de produtores e empresas do setor de insumos e compradoras de café como a Heringer, Stockler Comercial e Exportadora Ltda, Furlan Corretora Ltda, Cooperativa SanCoffee, F.M. Armazéns Gerais Ltda, a Exportadora de Café Guaxupé, InterAmerican Coffee, Atlas Coffee Importers, entre outras; onde as relações de confiança entre as empresas e grupos já começaram a ser desenvolvidas. Para a sustentabilidade do processo, o projeto deve fortalecer as estruturas locais de agricultores, empoderar as lideranças existentes, aumentar o capital social local com a formação de novas lideranças, e ampliar e fortalecer as ações coletivas em nível das comunidades.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a Sustainability	Autor
1. As lições aprendidas no projeto BR-M 1113 até a presente data corroboram para a aprendizagem de uma nova lição, a de que o aumento de renda das famílias rurais pode ser alcançado com a implementação de estratégias, além do aumento da produtividade e da melhoria da qualidade do café. Um exemplo disso, é que no ano I as compras coletivas de adubo e comercialização coletiva de café em mercados diferenciados realizadas no projeto permitiram um aumento de renda de R\$ 1.340,74 para cada família participante dessa ação. Considerando, o preço da saca de café a R\$ 282,00 (preço referencial do Centro de Comércio do Café de Varginha no dia 23/01/2014), um		CRUZ DE BRITO, ELIO

produtor médio do projeto de 3 hectares de café, para ter a mesma renda, precisaria produzir 1,60 saca de café por hectare. Esse novo conceito de aumento de geração de renda tende a influenciar muitos dos conceitos de sustentabilidade empregados atualmente e, por conseguinte, a orientar os desenhos de novos projetos de sustentabilidade.

2. As alterações climáticas estão cada vez mais evidentes, mesmo em regiões ainda pouco afetada. Em muitas regiões, segundo os produtores, são observados efeitos negativos como também efeitos positivos. Todavia, segundo eles, os efeitos negativos são os mais expressivos e os efeitos que mais impactam sua economia e sustentabilidade; e que, portanto, precisam adaptar suas lavouras aos efeitos negativos dessas alterações. Os efeitos negativos mais percebidos são problemas na granação/enchimento dos frutos, aumento da incidência de doenças e diminuição da qualidade do café, e as alterações climáticas percebidas são a má distribuição das chuvas e a incidência de chuva mais forte e intensa. Como efeito positivo do aumento da temperatura, os produtores citam a diminuição da ocorrência de geadas. No ano I, 713 produtores foram sensibilizados sobre os efeitos das mudanças climáticas. 116 deles já implementam, pelo menos, uma ferramenta de adaptação à mudança climática em sua propriedade.

3. A compra coletiva de insumos da produção é uma importante estratégia de redução de custo de produção, de aumento de renda as famílias, e de fomento e fortalecimento da organização local dos produtores. A amplitude do impacto desta ação depende do foco e conceito da entidade implementadora. No trabalho identifica-se que para os produtores familiares acessar mercados de escala para compra de insumos a preços mais atrativos é necessário: (i) organizar-se em grupos para comprar em escala, e (ii) que os produtores sejam capazes de analisar os riscos e ganhos das propostas comerciais, de negociar e de tomar decisões para fechar o negócio, e saibam todas as etapas envolvidas no processo comercial. No ano I, 213 produtores de 36 grupos comunitários compraram 1.130,25 toneladas de adubo e economizaram com a compra coletiva um total de R\$ 188.274,74.

4. A comercialização de café em mercados diferenciados é um importante meio de agregação de renda das famílias. No trabalho identifica-se que para os produtores familiares acessar agregação de valor no mercado é necessário: (i) organizar-se em grupos para produzir escala de produção, (ii) atender os padrões exigidos pelos compradores. As vendas realizadas mostram que os cafés dos produtores podem cumprir com padrões exigidos, quando preparados. Para isso, precisam ter conhecimento dos padrões de qualidade exigidos pelos compradores, (iii) ter contato e parceria com empresas comercializadoras que façam às negociações com importadores e torrefadores estrangeiros; e (iv) que os produtores sejam capazes de analisar os riscos e ganhos das propostas comerciais, de negociar e de tomar decisões para fechamento do negócio, e saibam todas as etapas envolvidas na comercialização. No ano I, 38 produtores de 05 grupos venderam 3.212 sacas com diferencial de R\$ 148.096,00 em relação ao mercado local.

Implementation CRUZ DE BRITO, ELIO

Sustainability CRUZ DE BRITO, ELIO

Implementation CRUZ DE BRITO, ELIO