Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2015 - DICIEMBRE 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

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

Nro. Proyecto: BR-M1113 - Proyecto No.: ATN/ME-13355-BR

Propósito: 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

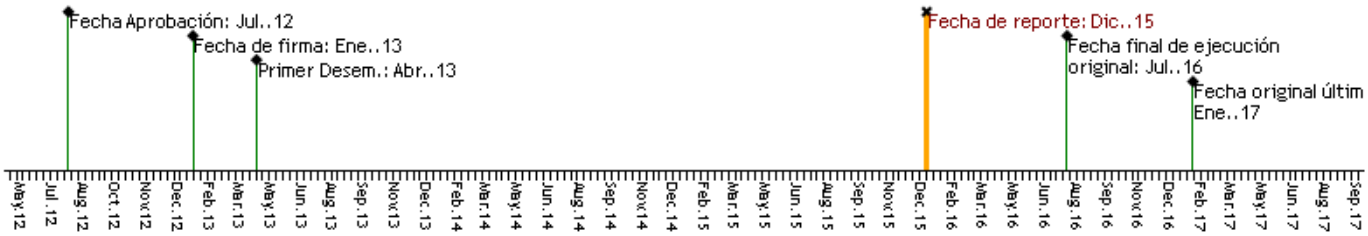
País Administrador	País Beneficiario
BRASIL	BRASIL

Agencia Ejecutora: Associação Hanns R. Neumann Stiftung do Brasil

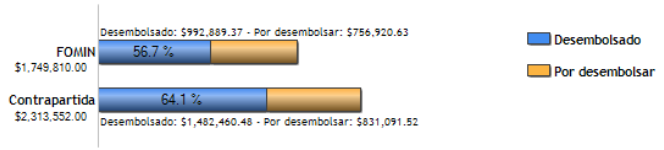
Líder equipo de diseño: ALEJANDRO ESCOBAR A.

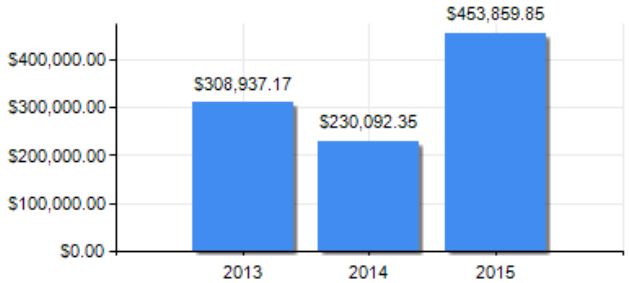
Líder equipo de supervisión: HENRIQUE MARTINS DE ARAUJO

CICLO DEL PROYECTO

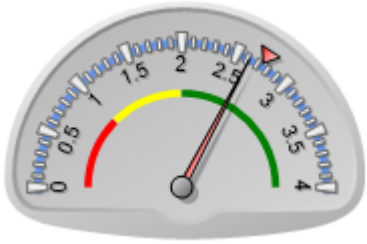


RECURSOS

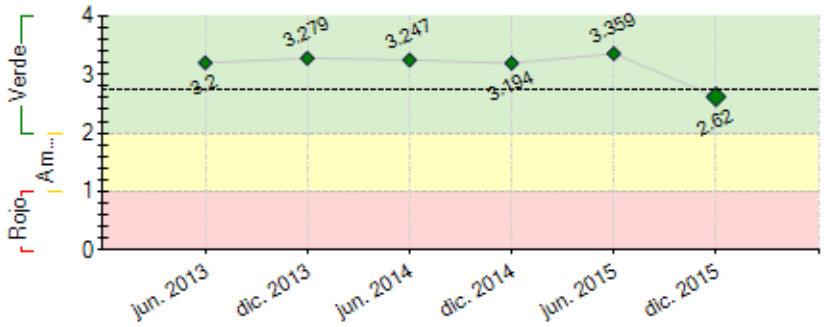




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.62
Promedio FOMIN: 2.742

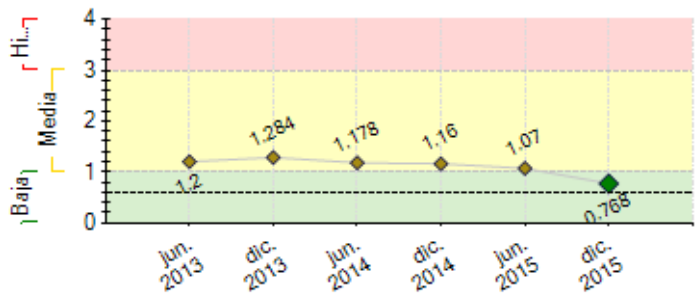


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Media
Adquisiciones:	Baja
Capacidad Técnica:	Baja



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.608

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

O projeto contribui para aumentar a produtividade e organização dos produtores em estruturas que facilitam o acesso a serviços e mercados de maior valor. Atualmente, são 5.570 produtores organizados em 140 grupos/associações produzindo média de 27,43 sacas/ha. Estas organizações trabalham para enfrentar desafios e aumentar sua capacidade empresarial. São mais de R$ 30,6 milhões na comercialização coletiva e R$ 6,7 milhões na compra de insumo com o apoio do projeto. 78 empresas negociaram café com organizações e outros importadores demandaram café dos produtores apoiados, graças as estratégias de marketing como cupping, concursos de qualidade. 12 dos 15 marcos foram alcançados e 14 dos 20 resultados têm mostrado avanços significativos. Houve atraso no desenvolvimento da metodologia de medição do índice de resiliência, mas trabalhos metodológicos já foram realizados durante julho a dezembro/2015 e sua aplicação será no primeiro semestre de 2016. O Financiamento da S&D Coffee Inc ajudou a expandir as estratégias do projeto e outras empresas do setor privado como International Coffee Partners e Tim Hortons têm confirmado contribuições após o término da fase de execução do projeto BR-M1113. Existe uma perspectiva otimista para a concretização dos objetivos. A entidade executora colocará ênfase na elaboração dos produtos de conhecimento, uma vez iniciado o último ano do projeto e também na extensão das experiências e lições aprendidas com entidades interessadas na sua aplicação.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

En desacuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Hanns is often falling late contractual obligations on reporting. The quality of such reports are also significantly below what is expected. The local team has dedicated a significant amount of time with the client in the past year (2 visits in loco, plus the client came for half a day meetings in Brasilia in 3 occasions). Although they improved on delivering reports on time, the quality is still much below ideal. From a performance standpoint, it is hard to really understand the impact that Hanns is having directly with the farmers/coffee producers, in the occasion of in loco visits, some farmers have complained about being explored by the cooperatives that partner with Hanns (not receiving the premium price Hanns claims to pay for specialty coffee). In one of these visits, the local mayor and a couple municipal deputies were present and apparently gaining political advantage with the project.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Os enfoques e estratégias do projeto BR-M1113 foram replicados em um projeto que está sendo executando na região Sul de Minas com financiamento da S&D Coffee Inc. As ações do fortalecimento organizativo ajudaram o volume de café vendido via organização a aumentar na safra 2014/2015. Foram comercializadas 36.340 sacas (78% do total do projeto) só no período de Julho a dezembro/2015 conseguindo avanços em todos os resultados do componente 3. As lavouras recuperaram a produtividade após sofrer uma seca prolongada que afetou a safra 13/14 (25,28 sacas/ha). No período a safra 14/15 foi avaliada em 27,43 sacas/ha; 8,5% superior a safra anterior. O projeto teve um atraso no desenvolvimento da metodologia para estabelecer o índice de resiliência às mudanças climáticas e sua aplicação no campo para estabelecer parâmetros de comparação com a avaliação final e medir o impacto das práticas de adaptação nos sistemas de produção. Outro desafio é o reporte dos agricultores cumprem as normas de uma iniciativa de certificação. As medições já estão ocorrendo e serão finalizadas no próximo PSR, conforme esperado no resultado C.3.I.3. Adicionalmente, no próximo período, especial foco se dará a finalização da sistematização e elaboração de produtos de conhecimento e estudos de caso das experiências e aprendizagens previsto no projeto.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Parcialmente de acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

From a reporting perspective, it is hard to understand how much of the harvest is better (or worse) due to Hanns activities in the region, and how much of the price fluctuation has to do with better coffee quality and a premium paid by Hanns. There should be a more effective evaluation, looking not only at the farmers being helped by the project, but also comparing their performance and prices they get with local farmers that do to participate in any of Hanns' initiatives, only then we'd be able to really understand the impact they have locally.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Propósito: 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	R.1	Porcentagem da produção de café de organizações legalmente establecidas vendidas em mercados de alto valor	0				60	0	
							Ene. 2017		
	R.2	Porcentagem da produção de café que foi vendido a um maior valor que no mercado local.	0				30	0	
							Ene. 2017		
	R.3	Número de regiões, nacional ou internacional, que o programa foi expandido ou replicado						Si	
							Ene. 2017	Dic. 2015	
	R.4	Número de agricultores de café afetados pela política que se dizem muito satisfeitos com a intervenção.						No	
							Ene. 2017		
Componente 1: Melhorar a produtividade, eficácia, retornos econômicos e sustentabilidade ambiental das plantações. **Peso:** 32% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C1.I1**	Número de agricultores que participam no projeto adotam ao menos três boas Práticas Agrícolas recomendadas (BPA)	0				4000	26	En curso
							Ene. 2017	Jun. 2014	
	C1.I2	Porcentagem de redução os custos de produção.	0				20	13.36	En curso
							Ene. 2017	Jun. 2015	
	C1.I3	Número de agricultores que aumentam a qaulidade do café de acordo com normas de qualidade de café aceitas localmente. localmente	0				1200	1205	En curso
							Ene. 2017	Dic. 2015	
	C1.I4	Número de bolsas(60kg) acrescidas por hectáre em media para os beneficiarios meta (4000 agricultores)	0	22	25		25	27.43	En curso
				Ene. 2016	Ene. 2017		Ene. 2017	Dic. 2015	
Componente 2: Reunir os agricultores	**C2.I1**	Número de grupos comunitarios (número de agricultores	0				80	119	En curso

em associações de agricultores e melhorar o governo, a gestão e as operações dessas organizações. **Peso:** 14% **Clasificación:** Satisfactorio		reais por grupo a determinar) formado pela qualificação do projeto.					Ene. 2017	Dic. 2013	
	C2.I2	Número de grupos comunitários formados pela qualificação do projeto, um mínino de "C' de acordo com a matriz organizacional/de negócios da HRNS	0				10	91	En curso
							Ene. 2015	Dic. 2014	
	C2.I3	Número de agricultores que se tronaram membros ativos de organizações de agricultores	0				2500	454	En curso
							Ene. 2017	Jun. 2015	
Componente 3: Melhorar a capacidade comercial das organizações e aumentar o acesso ao mercado e a adição de valor dos agricultores. **Peso:** 20% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C3.I1**	Número de organizações de agricultores,associacões e/ou pequenos grupos de agricultores que oferecem e/ou comercializam café em forma coletiva.	0				30	118	En curso
							Ene. 2017	Dic. 2015	
	C3.I2	Número de agricultores que comercializam café em forma coletiva através de grupos formais ou informais.	0				1000	1022	En curso
							Ene. 2017	Dic. 2015	
	C3.I3	Número de agricultores que cumprem as normas de uma iniciativa de certificação reconhecida pelo mercado	0				2000		
							Ene. 2017		
	C3.I4	Porcentagens de agricultores participantes que vendem café em mercados de maior valor.	0				20	17.6	En curso
							Ene. 2017	Dic. 2015	
	C3.I5	Número de agricultores que vendem café de qualidade diferenciada.	0				500	817	Finalizado
							Ene. 2016	Dic. 2015	
	C3.I6	Número de agricultores capacitadosem marketing e comercialização.	0				2000	2779	Finalizado
							Ene. 2016	Dic. 2015	
Componente 4: Melhorar a capacidade dos agricultores de adaptar seus meios de subisistencia e sistemas de produção às mudanças climáticas. **Peso:** 22% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C4.I1**	Número de agricultores capacitados em impactos de mudanças climáticas e em estratégias de adaptação	0				300	396	Finalizado
							Ene. 2014	Jun. 2013	
	C4.I2	Número de agricultores capacitados em impactos de mudanças climáticas potenciais medidas de adaptação.	0				1500	2208	En curso
							Ene. 2017	Jun. 2015	
	C4.I3	Número de agricultores que implementam estrategias de adaptação às mudanças climáticas em suas terras.	0				1000	574	En curso
							Ene. 2017	Dic. 2014	
Componente 5: Difundir ótimas práticas para a produção familiar de café no Brasil. **Peso:** 12% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C5.I1**	Número de seminarios/realizados para apresentar e debater os resultados do projeto.	0				2	3	En curso
							Ene. 2017	Jun. 2015	
	C5.I2	Número de estudos de caso sobre os resultados do projeto, redigidos e distribuidos	0				2		
							Ene. 2017		
	C5.I3	Número de centros de distribuição de informacão sobre adaptação às mudanças climáticas em vários formatos.	0				3		
							Ene. 2017		
	C5.I4	Número de regiões locais do pais que adotarão ou replicarão os enfoques do projeto.	0				1		
							Ene. 2017		

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H1	Número de grupos comunitários estabelecidos	50	Jul. 2013	58	Jun. 2013	Logrado
H0	Condiciones previas	8	Jul. 2013	8	Jul. 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	67	Dic. 2014	Logrado
H6	Número de produtores recebendo informação sobre a qualidade do seu café.	1000	Ene. 2015	1023	Dic. 2014	Logrado
H7	[*] Números de produtores participando e recebendo apoio do Projeto.	2000	Ene. 2015	4426	Jul. 2014	Logrado
H8	Número de sacas de 60 kg por hectare (produtividade das lavouras dos produtores participantes).	22	Ene. 2016	25	Jun. 2015	Logrado
H9	Número de organizações de produtores formadas, identificadas e/ou recebendo apoio do Projeto.	3	Ene. 2016	4	Dic. 2015	Logrado
H10	Número de produtores oferecendo e/ou vendendo seu café coletivamente	600	Ene. 2016	1022	Dic. 2015	Logrado
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

[X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora
[X] Auditoría Externa Calificada
[X] Falta de compromiso de la Agencia Ejecutora
[X] Oposición comunitaria o política
[X] Diseño del proyecto/Componentes
[X] Falta de un sistema de seguimiento y evaluación
[X] Insuficiencia de fondos de contrapartida
[X] Desempeño inadecuado de consultores
[X] Demoras en el cumplimiento de condiciones contractuales

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Falta de credibilidade de incentívos por parte dos mercados para a melhora da	Media	Promoção e oferta de café em mercados que reconhecem a qualidade. O projeto promoverá lotes de café finos e especiais em	Project Coordinator

qualidade		mercados que valorizam a qualidade e esperam relações comerciais de longa data.	
2. Risco ambiental e climático afetam os beneficiarios do projeto mais profundamente que o esperado	Media	Medidas de adaptação a mudança climática: Mesmo com um periodo prolongado de seca, regiões produtoras de café participantes do projeto diminuíram os impactos negativos da perda da produção. Vimos que as práticas de adaptação são efetivas porque o estado das lavouras dos produtores que adaptaram seus sistemas resistiram e se recuperaram melhor que as lavouras sem as práticas. Estes exemplos motivaram a que produtores sem as práticas se motivem a replicar as boas práticas nas propriedades.	Project Coordinator
3. Os encargos dos preços do café certificado permanecem instáveis ou baixam.	Media	Promoção de cafés sustentáveis da agricultura familiar: O projeto ajuda a promover a produção dos agricultores como um café sustentável e sobre todo na produção e oferta de cafés de melhor qualidade. Isso, como alternativa à produção de cafés certificados, que aumenta o custo para obtenção da certificação e a diminuição dos prêmios ofertados aos produtores.	Project Coordinator
4. Os preços de mercado sofrem impactos negativos	Media	Acesso a mercados de maior valor: o projeto apoia as organizações a diversificar a oferta do café com compradores e empresas que demandam a diversidade dos cafés produzidos pelos agricultores e pagam preços de acordo com a realidade do mercado. Os maiores preços recebidos pelo seu café, podem em parte, ajudar a diminuir possíveis perdas caso o mercado sofra impactos negativos.	Project Coordinator
5. As mudanças climáticas impacta negativamente nos rendimentos antes do esperado.	Media	Avaliação da produtividade e custos de produção das práticas de adaptação às mudanças climática: O projeto avalia tanto as parcelas de Escolas de Campo de Agricultores, tanto resultados produtivos e financeiros dos produtores participantes no programa Caderno de Campo. Estes resultados servem para medir o impacto das práticas nos sistemas de produção e incentivar o uso nas comunidades.	Project Coordinator

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 20 **RIESGOS VIGENTES:** 19 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

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

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Falta de **compromiso** de la agencia ejecutora para continuar o expandir los servicios y/o actividades del proyecto	There is commitment from the executing agency, but it seems to be attached to securing MIF's continued financial support, which they have lobbied already several times and made it clear the project might not continue without MIF's subsidies
[X] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN	The project is completely dependent on donations
[X] Falta de un **mercado** para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)	If any value is created for the coffee producers (this is still a question mark), there is no framework nor plan for Hanns to get any sort of revenues/payments. Farmers are unwilling to pay for their services as well - indicating lack of value added generated by Hanns.
[X] Existe **oposición o falta de interés** de actores relevantes para continuar con los servicios y/o actividades del proyecto	As stated before, project entirely dependent on ongoing subsidies and grants
[X] Falta de capacidad organizacional, gerencial y de gestión financiera para **continuar** y sustentar el programa una vez terminada la fase de ejecución	Local capacity entirely inadequate, management lack necessary skills to perform at an acceptable level
[X] Ausencia de un **plan de sostenibilidad** o inadecuada implementación del mismo	There is no plan for continuity if MIF stops providing grants

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Os enfoques e estratégias desenvolvidas no projeto inseridos na “teoria da mudança” da Fundação Neumann Brasil serão implementados nos próximos 10 anos. Empresas do setor privado como International Coffee Parterns, Tim Hortons e partes interessadas da iniciativa tem assegurado a continuidade de seu financiamento para replicar e ampliar as experiências e lições aprendidas, somado ao apoio da S&D Coffee Inc que já começou o apoio em uma nova região do Sul de Minas. Por outro lado, as organizações com prioridade de fortalecimento: AFASA, ASCARIVE, Machados e Paiolinho, já começaram ofertar serviços de processamento e comercialização e com potencial de crescimento a partir da safra 15/16. O avanço na comercialização é incentivado pela demanda de compradores regionais que, respondem a demandas geradas no mercado internacional. O concurso de qualidade realizou duas edições e conseguiu promover os cafés dos produtores familiares junto as empresas importadoras e torrefadores do Norte da América e Europa. Os esforços do projeto tem transmitido o contexto da cafeicultura familiar para o mercado, e tem criado oportunidades, antes não existentes para os cafeicultores apoiados pelo projeto.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. Sensibilização dos importadores/torrefadores sobre o contexto da cafeicultura familiar do Brasil. As estratégias de marketing dos cafés produzidos pelos agricultores permitiram que o projeto seja amplamente visitado por importadores/torrefadores. Estas visitas permitem uma imagem errada destas empresas sobre a realidade da cafeicultura familiar, retratando-as como altamente tecnificada com produtores cooperados em grandes cooperativas. Aprendeu-se que os intercâmbio devem ser promovidos para analisar os pontos extremos da cadeia (produtores e consumidores) que ficam distantes, e promover maior relação entre as partes, que ao se conhecerem geram oportunidades de negócios. Atualmente, a demanda do café para exportação vem de empresas	Sustainability	CRUZ DE BRITO, ELIO

que visitaram e compreenderam o processo da sustentabilidade promovida pelo projeto BR-M1113 e, estes ajudam a difundir os cafés e suas experiências comerciais com clientes, proprietários de pequenos coffee shops e cafeterias no mundo.		
2. Sala de degustação para ofertar serviços de prova e classificação de café. O projeto reestruturou o orçamento destinado para o pagamento de serviços de laudo de qualidade e optou pela compra de equipamento e instalação de sua própria sala na sede da AFASA. Com isso, o projeto ampliou os serviços para todas as organizações do projeto, passando de 275 laudos de qualidade ofertados em 2012 para 3.166 nos últimos dois anos do projeto, otimizando os recursos disponíveis e possibilitando a sustentabilidade da estratégia devido a AFASA ter capacidade de continuar oferecendo esse serviço aos produtores. O laudo de qualidade, além de permitir monitorar os resultados de qualidade obtidos pelos produtores em cada safra, também muda a relação de fragilidade do produtor na negociação, tanto que estes o utilizam como ferramenta para uma negociação mais justa na definição do preço do seu café. A lição motiva a replicação de estruturas de oferecimento deste serviço para outras regiões/organizações.	Design	CRUZ DE BRITO, ELIO