



International Coffee Organization
Organización Internacional del Café
Organização Internacional do Café
Organisation Internationale du Café

WP Board 1024/07

5 janeiro 2007
Original: inglês

P

Projetos/Fundo Comum

Junta Executiva
263^a reunião
24 e 26 janeiro 2007
Londres, Inglaterra

**Programa de empresas cafeeiras
competitivas**

**Proposta de projeto apresentada pela
ANACAFÉ**

Antecedentes

1. Este documento contém o resumo da proposta apresentada pela ANACAFÉ de um projeto destinado a desenvolver um programa de competitividade de longo prazo para o café no mercado internacional. Uma cópia da íntegra da proposta pode ser fornecida pela Secretaria mediante solicitação.
2. A proposta foi examinada pelo Comitê Virtual de Revisão (CVR) em novembro de 2006, e as recomendações do CVR, que figuram no documento EB-3923/07, serão apreciadas pela Junta Executiva em sua reunião de janeiro de 2007.

Ação

Solicita-se à Junta Executiva que aprecie esta proposta e os comentários e recomendações do CVR e que apresente uma recomendação ao Conselho.

RESUMO DO PROJETO

Título do projeto:	Programa de empresas cafeeiras competitivas
Duração:	3 anos
Localização:	Guatemala
Natureza do projeto:	<p>Desenvolvimento de um programa de competitividade de longo prazo. O setor cafeeiro da Guatemala vem pedindo à ANACAFÉ que acelere um processo de transição que ela iniciou há um decênio. O declínio dos preços de mercado, o aumento da oferta e a mudança dos gostos e preferências do consumidor vêm desafiando a ANACAFÉ a analisar as opções para o futuro. Nossa resposta a esse desafio foi formalizada em 2005 num Plano de Competitividade em que traçamos nossa estratégia de longo prazo para um setor cafeeiro estável e sustentável. A força motriz desse Plano é o mercado, apoiado pela qualidade, a produtividade e a eficiência em todos os níveis do setor cafeeiro.</p>
Descrição breve:	<p>Depois do longo período de preços baixos durante a crise do café e o excesso de oferta do produto, a Guatemala enfrenta novos desafios como país produtor. Para nós, as condições de mercado são uma oportunidade para fortalecer a liderança do setor cafeeiro. O Programa de Competitividade do Café foi desenvolvido com o fito de modernizar atividades, com base em seis componentes: 1) Desenvolvimento sustentável, 2) Diversificação da renda, 3) Inteligência de mercado, 4) Marketing, 5) Financiamento, e 6) Fortalecimento institucional.</p> <p>1) Desenvolvimento sustentável: Este componente reconhece a importância das pequenas e médias empresas (PMEs) na transição de um setor cafeeiro tradicional para um setor cafeeiro moderno e competitivo e, da perspectiva oposta, a importância do café para a existência das PMEs. Tencionamos aumentar de forma direta a participação do subsetor das PMEs na transição para a qualidade e para o acesso a oportunidades alternativas de geração de renda. Nosso programa de PMEs se baseia na qualidade total como enfoque da produção e do benefício de café pelas PMEs; na integração ao mercado; no desenvolvimento do lado empresarial; na responsabilidade</p>

social; e na salvaguarda do meio ambiente. Também nos comprometeremos a apoiar atividades de desenvolvimento e aplicação de tecnologia, concentrando-nos, em parte, na identificação e, se necessário, na redução do impacto da produção de café sobre o meio ambiente e a biodiversidade.

2) Diversificação da renda: Este componente se concentrará basicamente no turismo e na silvicultura como complementos da produção cafeeira. O triunvirato do café, turismo e silvicultura tirará proveito do ambiente rústico dos cafezais e das florestas contíguas, como cenário apropriado para nossa iniciativa de turismo com base na comunidade: a Turnê do Café da Guatemala. Numa terceira atividade de diversificação, cujo propósito é melhorar as oportunidades econômicas e a qualidade de vida, seremos pioneiros da difusão da produção de hidroeletricidade, criando um leque mais amplo de alternativas econômicas nas comunidades rurais.

3) Inteligência de mercado: Este componente desempenhará um papel-chave na assessoria e no ensino, aos cafeicultores, de análise de negócios, tendências de mercado, instrumentos decisórios e design estratégico para um planejamento cafeeiro nacional competitivo e sustentável.

4) Marketing: As atividades de marketing nos permitirão levar à frente nossos programas nacionais e internacionais de conscientização sobre os extraordinários cafés da Guatemala e expandir seu consumo. Ampliaremos as atividades de nossa Escola do Café e uniremos forças com organizações locais (isto é, INGUAT, INTECAP) para aprimorar a seleção, preparo e qualidade de xícara dos cafés destinados aos consumidores locais e os que estejam visitando a Guatemala. No cenário global, faremos uma campanha para expandir a demanda e elevar os preços de nossos cafés Prime e Extra Prime, e sediaremos nossa 1ª Conferência Mundial dos Cafés Especiais, para a qual convidaremos todo o setor pela primeira vez.

5) Financiamento: Este componente é imprescindível para a concretização de todo planejamento. Para desenvolver um setor cafeeiro sustentável, rentável e competitivo no longo

prazo, o financiamento de projetos potenciais específicos, que permitam levar a cabo atividades nacionais do café de modo ordeiro e eficiente, é essencial.

6) Fortalecimento institucional: Este componente é fundamental para a liderança e para o robustecimento e expansão de nossa organização, com base em princípios de cooperação mútua, estimulando processos que ampliem nossa esfera de ação, em função de objetivos mútuos previamente estabelecidos com parceiros-chave relevantes de nosso setor.

Estimativa do custo total: US\$6.000.000

Financiamento

pleiteado ao FCPB: US\$4.000.000 (doação)

Co-financiamento: N/D

Modo

de co-financiamento: N/D

Contribuição

de contrapartida: US\$2.000.000 da ANACAFÉ (auditoria de serviços jurídicos; serviços profissionais; agrônomos; supervisão de campo; técnicos; supervisão; veículos; combustível; escritórios e apoio dos escritórios; computadores; serviços de laboratório; materiais e provisões; etc.)

Agência de

Execução do Projeto: ANACAFÉ, Guatemala

Organismo Supervisor: Organização Internacional do Café

Data do início: Outubro de 2007

Visão geral do produto básico

A Guatemala foi o sexto maior exportador de café no ano cafeeiro de 2005/06, segundo as cifras da OIC. A produção mundial de café totalizou quase 109 milhões de sacas de 60 kg, 87,5 milhões das quais destinadas à exportação, e as demais, ao consumo nos países produtores. As exportações guatemaltecas totalizaram 3,35 milhões de sacas de 60 kg, representando aproximadamente 4,0% das exportações mundiais de café.

Aspectos do setor cafeeiro guatemalteco dignos de nota

A despeito das transformações observadas na economia da Guatemala, onde a indústria, o comércio e a agricultura não-tradicional prosseguem ganhando terreno, o café continua a contribuir de forma essencial para o bem-estar rural. Não obstante ele só ter respondido por 1,5% do total do PIB de 2002 e de sua contribuição média às receitas de exportação ter caído de 49% no período de 1985-89 para 9% em 2005, o café é vital para a criação de empregos em áreas rurais frágeis, onde vivem 90% da população pobre do país. Nessas áreas, mais de 31% dos empregos criados em 2002 deveram-se ao café, que continua sendo a principal fonte de renda para mais de 65.000 produtores, 80% dos quais são pequenos produtores.

A ANACAFÉ reconhece o papel vital do café para a economia rural e a importância de manter a viabilidade dos pequenos produtores. Com o fito de expandir a competitividade de nosso café, examinamos diversas opções e adotamos as posições delineadas no Plano de Competitividade, que incluem:

- Estabilizar a área do parque cafeeiro;
- Incrementar a produtividade e a eficiência da produção e do processamento;
- Procurar obter a mais alta qualidade de todos os cafés, do Prime ao Strictly Hard Bean;
- Identificar e convalidar critérios e recomendações de natureza técnica;
- Maximizar a eficiência;
- Expandir a demanda interna e de exportação e elevar o valor do produto.

Um enfoque de cadeia de valor

A ANACAFÉ empregou uma análise da cadeia de valor na obtenção de informações e orientação vitais para a formulação de nosso Plano de Competitividade de longo prazo. Essas informações, combinadas com as lições de programas anteriores e a experiência que ganhamos com o lançamento da Guatemala no mercado de cafés finos nos anos 90, orientaram nosso trabalho de identificação de áreas e ações prioritárias para superar limitações ao crescimento do setor do café de qualidade. Simultaneamente com as atividades que estamos propondo, a ANACAFÉ continuará a tratar de outras necessidades do setor, financiando programas e atividades com nossos próprios recursos e em colaboração com

parceiros dos setores público e privado e com a comunidade de doadores. O enfoque de cadeia de valor nos permitiu selecionar elos horizontais e verticais imprescindíveis para a realização dos objetivos dos projetos e o fortalecimento do setor. Nossa proposta inclui elos verticais nas áreas da produção, processamento, marketing e consumo; e elos horizontais, relacionados com criação e transferência de tecnologia, treinamento, certificação, fortalecimento institucional e atividades mistas, que abarcam o meio ambiente e a biodiversidade. No componente de diversificação da presente proposta, ligamos o café às cadeias de valor complementares do turismo e da silvicultura.

Parâmetros do programa

Os seguintes parâmetros definem a concentração do cliente, que caracteriza o projeto que propomos:

- **Clúster setorial:** Nossa proposta se concentra no setor cafeeiro como agrupamento ou clúster. Reforçam essa concentração atividades de turismo e silvicultura como opções de diversificação da receita, complementando a atividade cafeeira primária.
- **Beneficiários:** Os beneficiários do projeto serão (1) o setor cafeeiro guatemalteco e (2) o subsetor das PMEs, constituído primordialmente de nossas principais federações associadas (181 cooperativas afiliadas e 32.000 pequenos produtores).
- **Área geográfica:** O projeto será implementado nas sete regiões do país produtoras de café que obtém prêmios de preços e cafés especiais, nas quais existem oportunidades para uma participação significativa das PMEs.

Resumo dos custos por componente (US\$)

Componente do projeto	Custo total	Contribuição do FCPB
1. Desenvolvimento sustentável	2.008.050	1.338.700
2. Marketing	2.271.450	1.514.300
3. Diversificação da renda	1.525.500	1.017.000
4. Inteligência de mercado	195.000	130.000
Total	6.000.000	4.000.000

Quadro Lógico

Resumo narrativo	Indicadores objetivamente verificáveis	Meios de verificação	Pressupostos importantes
<p>Meta do programa: A estratégia baseia-se na implementação de um Plano de Competitividade de longo prazo desenvolvido em 2005</p>	<p>Medidas para alcançar a meta: 1) aprimoramento da capacidade institucional 2) criação de mais pequenas e médias empresas 3) transição de um setor cafeeiro tradicional para um setor cafeeiro moderno e competitivo 4) melhoria dos meios de subsistência e da renda dos pequenos produtores</p>	<p>1) maior produtividade do café 2) melhores prêmios de preços pagos aos produtores 3) maior diversificação da renda 4) produtores dispõem de informações para tomar decisões prontamente</p>	<p>Valor do projeto no longo prazo: proporcionar aos produtores conhecimentos e instrumentos para continuar a produzir e comercializar café, protegendo o meio ambiente de modo socialmente responsável</p>
<p>Propósito do programa: A força motriz do programa é o mercado, com apoio na qualidade, produtividade e eficiência, com melhoria do seguinte: 1) reforço da competitividade de todos os produtores e organizações do setor café, através de práticas que levem a melhor qualidade 2) integração dos pequenos e médios cafeicultores na cadeia da qualidade do café 3) preços mais estáveis 4) renda adicional para os produtores 5) redução da pobreza, pela criação de mais empregos nas zonas rurais 6) aumento do volume das exportações de café de qualidade</p>	<p>Condições que indicarão que o propósito foi alcançado: 1) emergência de empresários do setor cafeeiro privado mais orientados para o mercado 2) melhoria da capacidade de negociar do setor cafeeiro 3) maior demanda por café de qualidade da Guatemala</p>	<p>a) mais controle de qualidade b) melhoria do impacto do café sobre o meio ambiente e a biodiversidade c) atividades para gerar renda adicional relacionada com a produção de café: ecoturismo, silvicultura, geração de hidroeletricidade d) menores custos de produção e) melhoria da economia e da qualidade de vida nas comunidades rurais f) disponibilização aos cafeicultores de instrumentos para tomar decisões g) aumento do consumo e do conhecimento dos cafés da Guatemala h) expansão das atividades para melhorar a seleção, o preparo e a qualidade da bebida para os consumidores locais e os que estejam visitando a Guatemala</p>	<p>Afetando o elo entre propósito e meta: a) compradores estarão dispostos a aceitar preços mais altos por café de melhor qualidade b) bancos estarão dispostos a financiar atividades cafeeiras c) mais atividades de negócios envolvendo o café não apenas como bebida d) mais turistas visitando o país e as propriedades de café e) geração de renda adicional para os produtores</p>
<p>Resultados: Os produtores disporão dos instrumentos e informações necessários para tomar decisões</p>	<p>Magnitude dos resultados necessários e suficientes para alcançar o propósito a) finalização do plano de trabalho sem atrasos b) disponibilização dos recursos financeiros sem atrasos</p>	<p>Análise comparativa detalhada dos custos e benefícios será feita no final de cada ano-safra</p>	<p>Afetando o elo entre resultados e propósito: A comunidade cafeeira estará disposta a reconhecer o café por sua qualidade e como produto básico e, portanto, estará disposta a pagar melhores preços e consumir mais</p>
<p>Contributos: Implementação de seis componentes: 1) desenvolvimento sustentável 2) diversificação da renda 3) inteligência de mercado 4) marketing 5) financiamento 6) fortalecimento institucional</p>	<p>Nível de despesa de cada atividade 1) desenvolvimento sustentável: US\$2.008.050 2) diversificação da renda: US\$1.525.500 3) inteligência de mercado: US\$195.000 4) marketing: US\$2.271.450</p>	<p>relatórios de andamento do projeto pela AEP; relatórios anuais de auditoria; participação no Comitê Consultivo; relatórios trimestrais; monitorização pelo FCPB em visitas aos locais para avaliar avanço da implementação dos programas</p>	<p>Em resultado do projeto, a comunicação com os produtores melhorará, pois os conhecimentos e técnicas específicas que eles obterão serão suficientes para estimular a adoção de novos processos de produção baseados na qualidade, produtividade e eficiência</p>