



Innovación en Cadenas de Valor de Café Sostenible



CATIE – Noruega
(2006 – 2010)

Proposito 1

2,300 FAMILIAS
PRODUCTORAS DE CAFÉ



- Implementan estrategias de producción ecológica y gestión empresarial,
- Desarrollan capacidad de adaptación ante la incertidumbre ecológica y económica para:

Alcances

- Beneficiarios directos de capacitación y micro-crédito 476 familias
- La suma de membresía de las organizaciones beneficiarios – quienes reciben asesoría técnico y empresarial ha aumentado de 2310 en 2006 a 2582 familias en 2008

Metas 1

- mejorar el ingreso familiar en un 20% y
- reducir el porcentaje de personas viviendo con menos de \$1 p/día
- generando empleo e ingresos no menores al salario mínimo,
- y reduciendo a el uso de pesticidas y la contaminación del agua.

Beneficiarios directos

Indicador	Estado 2005-06	Estado 2007-08
Ingreso familiar: Ingreso neto de café (US\$/año)	Promedio: US\$ 4971 Rango: US\$ 1,140-14,900	Promedio: US\$ 3,050 Rango de ingreso neto US\$ 1,375 – 6,360

- Ingreso neto por café aumentó en las tres cooperativas con menores ingresos familiares
- Ingreso neto por café disminuyó en las tres cooperativas con mayores ingresos familiares

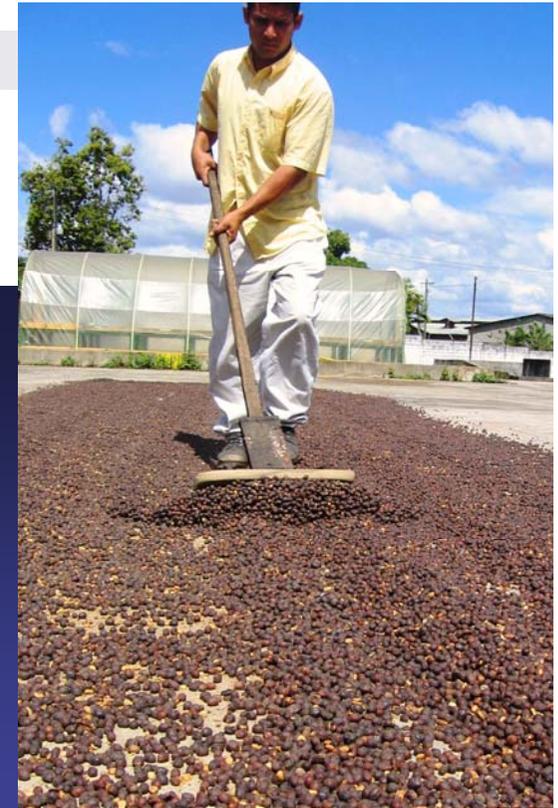
Proposito 2

30 ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES
15 PROVEEDORES DE SERVICIO

- mejoran su capacidad para innovar,
- fortaleciendo su capacidad técnica, gestión empresarial y viabilidad financiera

Alcances

- 8 organizaciones de productores mas 4 grupos pre-empresariales con 11 proveedores de servicio
- Unas 40 cooperativas y 11 proveedores de servicio interactúan con el proyecto por ser atendidas por cooperativas de comercialización o por proveedores de servicio quienes reciben capacitación y información del proyecto en las plataformas y alianzas de aprendizaje



Proposito 2

- la mayoría de las organizaciones de productores aumentan su membresía,
- incrementen en un 20 por ciento las ventas de café del territorio a cadenas de valor con responsabilidad social y ambiental

Indicador	Estado 2006	Avances en 2008
Participación de familias productoras del territorio en organizaciones empresariales.	Entre 7 a 50% de las familias participan en organizaciones empresariales.	Aumento de 12% en la membresía de las organizaciones de productores socios del proyecto
Valor de la producción vendida a mercados diferenciados que reconocen la gestión social y ambiental.	Entre el 3 y el 34% del valor de la producción de café del territorio se vende en mercados diferenciados.	2 cooperativas inician la comercialización colectiva y reciben mejoras en precios para su café. 3 cooperativas en mercado orgánico-justo aumentan el valor de sus ventas de café 2 Cooperativas en comercio convencional se bajaron el valor de sus ventas 1 Asociación continua vendiendo individual su café pero certificado

Proposito 3

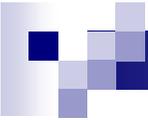
ACTORES NACIONALES PÚBLICOS Y PRIVADOS, INCLUIDOS EL CATIE:

- fortalecen su capacidad de manejo de información y conocimiento,
- influyen en el diseño de políticas públicas y privadas del sector

Alcances

- Alianza de aprendizaje con proveedores de servicios nacionales e internacionales: FUNICA, SNV, CRS, GTZ, CIAT, Rainforest Alliance, Oxfam, CARE, Suis Contact
- Alianzas bilaterales con CAFENICA y IHCAFE mejorar servicios técnicos
- Asesores a CONACAFE-Nicaragua en política cafetalera
- Investigación y educación con Universidad Nacional Agraria





Meta 3

Indicador	Estado actual 2007	Avances en 2008
Políticas públicas y privadas, así como programas de desarrollo nacional han incorporado conceptos de agroecología, desarrollo empresarial, cadenas de valor, gestión de información y conocimiento, y estrategias de medios de vida.	4 de 9 políticas analizadas incorporan 3 o más de estos enfoques.	En el borrador de la política de café de Nicaragua se incluye los conceptos de innovación, agroecología, desarrollo empresarial, gestión de información y conocimiento, y estrategias de género y seguridad alimentaria

Uso de fondos

	Presupuesto 2008		Ejecución 2008		Diferencia	
	Café	Innovaciones	Café	Innovaciones	Café	Innovaciones
R1. Organizaciones	178,000	273,000	156,893.80	247,774.56	21,106.20	25,225.44
R2. Plataformas	7,000	40,500	11,497.94	31,246.07	-4,497.94	9,253.93
R3. Políticas	45,000	69,000	38,648.42	59,349.42	6,351.58	9,650.58
R4. Información	46,000	83,000	51,853.69	88,355.56	-5,853.69	-5,355.56
Personal Internacional	163,300	263,300	128,311.81	229,340.01	34,988.19	33,959.99
Personal Nacional	141,700	234,700	168,103.11	252,736.46	-26,403.11	-18,036.46
Personal de Apoyo	41,000	56,000	40,384.39	60,193.74	615.61	-4,193.74
Vehículos		7,500	7,509.95	20,409.95	-7,509.95	-12,909.95
Equipos	7,000	10,400	10,876.97	12,476.97	-3,876.97	-2,076.97
Viajes locales	34,000	57,000	48,591.27	66,738.44	-14,591.27	-9,738.44
Viajes regionales	24,000	60,000	33,357.05	62,652.58	-9,357.05	-2,652.58
Costos de oficina	31,000	44,200	45,452.57	59,060.16	-14,452.57	-14,860.16
Total	718,000	1,198,600	741,480.97	1,190,333.92	-23,480.97	8,266.08



Desviaciones de plan de actividades

Poca avance en resultado 2:

: Actores claves de múltiples sectores forman o consolidan alianzas en plataformas locales de innovación para fortalecer su capacidad de innovación, mejorar la participación del territorio en cadenas de valor e influenciar el diseño de políticas públicas y privadas al nivel local

- Altos costos de transacción para incidir en estas plataformas
- En los dos plataformas vinculados a alcaldías (El Paraíso y Jinotega) intereses políticas han impedido la implementación efectiva de la agenda del plataforma
- Ciertas actividades fueron logrados p.e. ferias de promoción territorial y caracterización de calidad de café
- Se priorizo la Alianza de Aprendizaje nacional como espacio para el escalonamiento de aprendizajes del proyecto en temas empresariales

Problemas y riesgos

- Incidencia de la política y intereses personales en el funcionamiento de las plataformas territoriales (Nicaragua y Honduras)
- Movimiento No-Pago en Segovias, Nicaragua promueve cultura distinta a uno empresarial – aun sin impactos tangibles en el proyecto hasta el momento



Presupuesto 2009

	Café
R1. Innovación en cadenas	201,550
R2. Plataformas	13,900
R3. Políticas	17,700
R4. Información	43,500
Personal Internacional	137,000
Personal Nacional	167,000
Personal de Apoyo	46,300
Vehículos	
Equipos	3,000
Viajes locales	43,000
Viajes regionales	34,000
Costos de oficina	36,000
Total	742,950

- Distribución de presupuesto similar a 2008
- Ultimo año de inversión en organizaciones de productores y proveedores de servicio R1
- Se inicia el proceso de sistematización y publicación de aprendizajes
- Viajes sigue siendo un costo alto

MUCHAS GRACIAS

POR SU ATENCIÓN!

