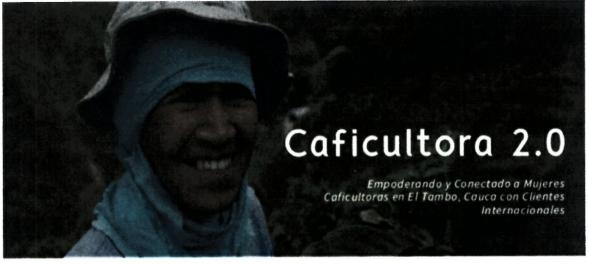




### FONDO MULTIDONANTE DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL SOSTENIMIENTO DE LA PAZ EN COLOMBIA

### Convocatoria Blended Finance 2.0 Documento Proyecto - Proponentes Fase II

Fecha límite para presentación de Proyectos: Junio 26 de 2019









#### Contenido

ACERCA DEL PROPONENTE	2
1.1 Información básica	3
1.2 Organizaciones receptoras y aliadas	3
1.3. Información para Due Diligence	4
ACERCA DEL PROYECTO	5
2.1. Estructura del Fondeo, Manejo de la inversión y Apalancamiento WG	5
2.2. Descripción del Blended Finance WG / Mercy	6
2.3. Objetivos WG	7
2.4. Descripción de la oportunidad o problema a resolver - WG	1
2.5. Teoría de Cambio - MERCY	2
2.6. Aporte al Fondo Multidonante - MERCY	6
2.7. Impacto Social- MERCY	6
2.8. Descripción del mercado WG	7
2.9. Línea de tiempo del proyecto y cronograma de desembolsos WG	10
2.10. Equipo de Implementación WG	14
2.11. Segmento objetivo / Población - MERCY	1.5
2.12. Evaluación y monitoreo MERCY	16
2.13. Estrategia de salida del proyecto y sostenibilidad WG	1
ENFOQUES TRANSVERSALES Y MÉTRICAS	2
INFORMACIÓN FINANCIERA, PRESUPUESTO Y PROYECCIONES	2
ANEXOS	2

#### **ACERCA DEL PROPONENTE**

#### 1.1 Información básica

Proponente(s)	Principal: Mercy Corps
	Secundarios:
	Cooperativa de Caficultores del Cauca - CAFICAUCA
	WeGrou SAS
Ubicación – Municipio(s) donde se	El Tambo, Cauca (Municipio incluido en el Plan de Acción para la
desarrolla el proyecto	Transformación Regional del Alto Patía y Norte de Cauca, PDET).
Monto solicitado (en USD)	USD\$300.000. El monto de la inversión con fondos privados será
	de USD\$ 600.000 (Contrapartida 1 - 1)
Duración del Programa (meses)	24 meses
Fecha inicio / Fecha Fin	15 septiembre de 2019 a 14 de septiembre de 2021
Nro. Beneficiarios (Directos e	150 personas. Serán 50 mujeres beneficiarias directas y 100
indirectos)	beneficiarios indirectos, que conforman los núcleos familiares.
Resumen ejecutivo del proyecto –	El proyecto mejorará la autonomía y empoderamiento económico
(Máximo 250 palabras)	de 50 mujeres cabeza de familia con unidades productivas de café
	entre 1/1.6 HA. La autonomía se mejorará a través del aumento de
	los ingresos económicos, resultado de la venta del 10 % de su
	producción total, transformada en el origen y con sello orgánico,
	comercializada en mercados competitivos y con el apoyo técnico de
	WeGrou. El empoderamiento viene con los procesos de educación
	financiera y administrativa, que cualificará sus decisiones sobre el
	gasto de sus ingresos y la disposición de sus activos productivos. El
	90 % de los excedentes de cosecha se comercializarán con
	CAFICAUCA, en CPS con sobreprecios FLO Fairtrade. Este modelo de
	negocios inclusivo aumentará los ingresos de las mujeres en un 35%.
	CAFICAUCA, prestará la asistencia técnica y los servicios de
	extensión agrícola a las mujeres. Garantizará la trazabilidad del café
	en su laboratorio de calidad y la agencia de compra de Tambo.
	Facilitará los permisos de exportación y su unidad de tostado
	ubicada en Popayán. El suministro de la materia prima, tostado,
	empaque, envío del café será responsabilidad de las mujeres y
	WeGrou establecerá las alianzas con clientes usando herramientas
	conceptuales, metodológicas y tecnológicas. MC, será responsable
	de las regulaciones financieras del donante, M&E y calidad en la
	gestión programática. MC coordinará con actores claves
	gubernamentales; la formalización de la propiedad rural, la
	sustitución de cultivos ilícitos, formación técnica y la articulación
	con la política pública de mujeres del Cauca y las estrategias de
	prevención de VBG.

#### 1.2 Organizaciones receptoras y aliadas

En la tabla abajo listar todas las entidades que participarán del proyecto (las que recibirán recursos y las que no reciben). Incluir el rol de cada entidad y los datos de contacto del líder del proyecto dentro de cada entidad.

La siguiente imagen resume los roles y responsabilidades de Mercy Corps, WeGrou y CAFICAUCA en la implementación del proyecto de inversión Caficultora 2.0.



		Expe			Datos co	ntacto
Entidad	Monto a entregar (USD)	Rol + Know how	rienc ia (año s)	Persona encarga da	Email	Teléfono
MERCY CORPS	USD\$ 156.153	Rol: Coordinación administrativa y financiera, monitoreo y evaluación, coordinación con actores locales. Responsabilidades: 1) Realizar la coordinación administrativa y financiera del proyecto. 2) Monitoreo, seguimiento y evaluación del impacto social, económico y ambiental. 3) Realizar actividades de transferencia de capacidades con la comunidad. 4) Asegurar la calidad en la gestión del proyecto. 5) Realizar la coordinación interinstitucional con actores locales claves tales como: Gobernación del Cauca, Alcaldía de Tambo, ANT, SENA. Mercy Corps desde 2008 viene desarrollando programas rurales con 5.200 familias cafeteras en Tolima y Cauca; financiado por Keurig Green Mountain, Starbucks y Unión Europea. Ahora, trabaja con 3.000 familias rurales del	Más de 10 años	Hugh Aprile Hugo Gómez	Hugh Aprile <haprile@m ercycorps.or="" g=""> Hugo Gomez <hgomez@ mercycorps.="" org=""></hgomez@></haprile@m>	57 1 2150200 57 312 298 8036 57 32086533 37

		Cauca que sustituyen cultivos			1	
		ilícitos por variedades agricolas	ì	ì	!	
		como café y frutales, y promueve			ŀ	
		el acceso a activos productivos			ļ	
		como los derechos de propiedad			İ	1
		de la tierra, formación técnica y acceso a bienes y servicios				
		públicos, la acción es financiada		}		
		por la fundación Howard G Buffett		<u> </u>	1	
		y tiene un presupuesto de USD\$7.8	ŀ			
		miliones para 5 años (2018/2023)	İ			
CAFICAUCA	USD\$	Rol: Asistencia técnica y servicios	Más	Edgar	edgar.mene	57 313
CALICACCA	3.333	de extensión agrícola, calidad y	de	Meneses	ses@caficau	791 0649
	5.555	trazabilidad. asistencia técnica:	50	Interieses	, -	791 0049
		agrícola para sellos de calidad			ca.com	1
		orgánico y FLO, procesamiento	años			1
		(unidad de tostión) y logística	·			i
		(almacenamiento, empaque y				
		exportación).				
		Responsabilidades:		[		
		1) Asistencia técnica agrícola	ŀ	[		Į
		(sellos de calidad orgánico, FLO).				
		2) Alistamiento del producto		1		i
		(tostión).				
		3) Despacho - empaque y envío de				
		órdenes.				
		4) Planes de abastecimiento de		i		]
		cara al cliente.				
		5) Trazabilidad del café y pago a las				İ
		mujeres productoras.				
		Caficauca, tiene una experiencia de 54 años comercializando café,				
		presta asistencia técnica y				
		extensión agrícola a caficultores en		•		}
		24 municipios del Cauca y cuenta				
}		con 12 años de experiencia				
j		mejorando los ingresos				
-		económicos de las mujeres				
i		caficultoras, Caficauca			•	
		comercializó en 2018 35.6 millones				
		de kilos de café, tiene relaciones				
		comerciales con 60 mil cafeteros, y				
		cuenta con 35 agencias de compra				
		y 7 almacenes agropecuarios.				ļ
		Caficauca tiene las certificaciones;		ľ		
ĺ		ISO 9001 2015, ISO 14001 2015 y	i	İ		
		OHSAS 18001 2007.				
WEGROU	USD\$	Rol: Gestión comercial, mercadeo	5	Alejandr	alejandro@	31687928
ļ	140.514	y tecnología.	años	0	wegrou.com	92
		Responsabilidades:		Vizcaíno		
		1) Desarrollar la demanda y			,	
		adquirir nuevos clientes.				
		2) Implementar las actividades				
		claves del proyecto enfocadas en				
		comunicación, mercadeo y comercial.				
1		3) Transferir el conocimiento y				
1		capacidades a la comunidad.				
i		copacinaeca a la cultiditual.				

	4) Desarrollar los recursos
	tecnológicos (plataforma web).
	5) Asegurar el pago de las órdenes
	del cliente a la cooperativa.
	WEGROU, trabaja en un modelo de
1	
	negocios disruptivo y escalable
1 1	dirigido a mejorar y dar
1	transparencia a la cadena de valor
1	del café e incrementar el ingreso
1	de los productores a través del uso
1	
1	de tecnología. Su representante
1 1	legal cuenta con amplia
1 1	experiencia en la creación de
	negocios digitales liderando
1	programas de aceleración de
	emprendimientos tecnológicos de
l I	
1 1	entidades como MinTIC (Apps.co),
	CESA y Connect Bogotá. Además,
	desarrolló el prototipo Koffietapp
	logrando exportar más de 1.300
	libras de café tostado de pequeños
	productores a EE.UU., Canadá y
	China entre 2017 y 2018.

#### Presupuesto (debe formularse en dólares estadounidenses)

Fuentes de Presupuesto	Monto USD	Observaciones
1. UN MPTF	\$ 300.000	Los datos desagregados por actividad se encuentran en la sección 2.1.
<b>2.</b> Otras Fuentes (Apalancamiento)	Apalancamiento con recursos de origen privado: CAFICAUCA:\$ 208.459 WeGrou: \$ 131.940 Total, contrapartida obligatoria: \$ 340.399	Los datos desagregados por
	Apalancamiento de recursos de cooperación:	actividad se encuentran en la sección 2.1.
	Mercy Corps: \$ 9.375 (Fondos exclusivamente para	
	formalización de derechos de	
	propiedad rural de las mujeres	
	del proyecto)	
Presupuesto Total	\$ 649.774	

#### 1.3. Información para Due Diligence

En esta sección adjuntar documentación adicional que permitirá hacer una validación del proponente y de los proyectos propuestos, para ratificar que se encuentran libres de controversias (reputación en medios, procesos legales abiertos, denuncias públicas). Los documentos adicionales por adjuntar son:

- Certificado de antecedentes judiciales del representante legal de la entidad proponente. Se descarga del sitio web de antecedentes de la Policía Nacional.
- Información de las organizaciones que apoyará el proyecto, cuando aplique, adjuntar: (i)
   Certificados de Cámara y Comercio y (ii) Composición accionaria.

Una vez definidas las organizaciones elegidas se realizará un proceso de *Due Diligence*. Durante este proceso, tanto Deloitte como Naciones Unidas aplicarán sus políticas de Debida Diligencia, basadas en los parámetros de trabajo con organizaciones del sector privado.

#### Ver Carpeta 2. Documentos Due Dilligence

Nombres y firmas de la(s) organización(es) participante(s)

Organización/es implementadoras				
Mercy Corps Colombia				
Hugh Aprile				
Firma:				
Fecha y sello				
Caficauca – Cooperativa de Caficultores del				
Cauca				
Edgar Meneses Muñoz				
Firms:				
Firma:				
Fecha y sello				
Wegrou SAS				
Alejandro Vizcaino Matallana Firma:				
Fecha y sello				

#### 2. ACERCA DEL PROYECTO

#### 2.1. Estructura del Fondeo, Manejo de la inversión y Apalancamiento

La alianza estratégica de Mercy Corps, Caficauca, WeGrou, utilizará el mecanismo de asistencia técnica (99%) y adquisición de maquinaria (1%) del Blended Finance para instalar capacidades locales en las caficultoras del Tambo, Cauca y escalar sus porcentajes de comercialización de café tostado en el origen para aumentar sus ingresos económicos propios y por consiguiente su autonomía y empoderamiento económico.

CALICOLI ONA 2.0 FIESUDUESI	CAFIC	JLTORA 2.0	Presupuesto
-----------------------------	-------	------------	-------------

CAPICULI UNA 2.0	rresupuesto	20000111100	
ENTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR USD\$	
CAFICAUCA	<ol> <li>Compra de trilladora de café para asegurar trazabilidad en el proceso.</li> </ol>	\$	3.333
WEGROU	1) Actividades programáticas para implementar estrategia de comunicaciones, desarrollo de producto, mercadeo y comercial. Ver Punto 2.9 Línea de Tiempo. 2) Viajes a campo para trabajar con la comunidad. Alrededor de 30 viajes para los 24 meses. 3) Personal: Costos de personal del Gerente/Gestor Comercial, Coordinadora de Comunidades y Contador por 22 meses. 100% dedicación al proyecto. 4) Otros: Valor para cubrir otros costos tales como solicitud de documentación, materiales, etc.	\$	140.514
MERCY CORPS	1) Coordinación administrativa y financiera del proyecto. 2) Personal: costos del Oficial de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación y del Coordinador del Proyecto en Popayán.  Dedicación 100%. 3) Viajes a campo por parte del personal de Mercy Corps Bogotá para el monitoreo y evaluación del proyecto, comunicaciones, soporte en la gestión financiera y administrativa. 5) Otros gastos administrativos e indirectos.	\$	156.153
Monto solicitado al F	ondo Multidonante ONU	\$	300.000

Respecto al valor de contrapartida, las instituciones de carácter privado bajo la iniciativa del mecanismo de inversión Blended Finance plantean un proceso de acompañamiento de 48 meses ya que se requiere de un acompañamiento posterior para la consolidación de la cadena de suministro por parte del grupo de mujeres caficultoras, asegurando la continuidad procesos claves tales como la asistencia técnica, la transferencia de capacidades a las mujeres productoras y el mantenimiento de la confianza con el cliente para la sostenibilidad de la comercialización. A su vez, este proceso garantiza que las unidades productivas comprendan los procesos de renovación del cultivo para garantizar la calidad del café a largo plazo.

CAFICULTORA 2.0 Contrapartida - Apalancamiento

CALICOLIOIGILIO	Contraparties repaired			
ENTIDAD	DESCRIPCIÓN		VALOR USD\$	
	Personal - asistencia técnica y coordinación en producción	\$	172.003	
CAFICAUCA	Alquiler - espacio almacenamiento del café	\$	25.479	
	Maquinaria y Equipos - uso de equipos de laboratorio y tostión	\$	10.977	
WEGROU	Personal - gestión comercial y monitoreo y evaluación (a partir del 3er año)	\$	93.024	
	Alquiler - oficinas en Bogotá	\$	33.972	
	Desarrollo de Tecnología	\$	4.304	
	Equipos - computadores	\$	640	
Monto Total Contrap	artida Entidades Privadas	\$	340.399	
MERCY CORPS	Formalización derechos propiedad rural de las mujeres del proyecto	\$	9.375	
Monto Total Contrap	artida Origen Recursos de Cooperación	\$	9.375	
Monto Total Fuentes	de Apalancamiento	\$	349.774	

Para más información por favor ver el archivo 4. Caficultora 2.0 Presupuesto-Contrapartida.

#### 2.2. Descripción del Blended Finance

De acuerdo con el Índice Departamental de Competitividad 2018¹, realizado por el Consejo Privado de Competitividad y la Universidad del Rosario, el departamento de Cauca se perfila como una economía con un nivel de desarrollo medio. Los factores que influyen en esta categorización de baja confiabilidad que inspiran las instituciones en la región, se da principalmente por la existencia de una deficiente infraestructura vial, una baja eficiencia de los mercados (destacándose una amplia brecha laboral entre hombres y mujeres, y su alta carga laboral no remunerada), y bajos niveles en densidad empresarial, lo cual, hace que el riesgo percibido en la región sea alto para la inversión del capital privado. Esta situación se agrava aún más para los municipios PDET, que se caracterizan por sus altas tasas de pobreza multidimensional derivadas de un elevado grado de afectación por el conflicto armado, la expansión de los cultivos de uso ilícito, y la débil presencia estatal. A raíz, de este contexto se hace necesario la implementación de mecanismos innovadores de inversión y diversificación del riesgo, para así dar un impulso a la base económica y social lícita y al desarrollo rural inclusivo del Cauca.

A través del mecanismo del Blended Finance seleccionado para el proyecto de inversión: Caficultora 2.0, Mercy Corps apalanca recursos técnicos y financieros de dos entidades privadas colombianas, WeGrou y CAFICAUCA, bajo una visión integral de negocios inclusivo<sup>2</sup>, se promoverá la participación de 50 mujeres productoras de café con sellos de calidad orgánico del Municipio del Tambo, Cauca a la etapa siguiente de la venta de café verde dentro de la cadena de valor del café. WeGrou, a través

Consejo Privado de Competitividad, Índice Departamental de Competitividad, 2018. Disponible en:

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Los Negocios Inclusivos son una iniciativa empresarial económicamente rentable, ambiental y socialmente responsable, de mutuo beneficio para el sector empresarial y las comunidades de bajos ingresos que mejora su calidad de vida y garantiza la sostenibilidad del negocio. Se requiere de una empresa ancla que incorpore a personas de bajos ingresos como: socios empresariales, proveedores de materia prima o de servicios, distribuidores o consumidores. Este último se considera cuando la empresa ancla pone en el mercado productos y servicios que satisfacen las necesidades de las personas de bajos ingresos en condiciones accesibles a ellas

de la provisión de asistencia técnica a nivel administrativo, empresarial y tecnológico a las mujeres productoras agrícolas, complementado por CAFICAUCA, quien prestará asistencia técnica y servicios de extensión agrícola que se prestaran por 48 meses. Entretanto, se construirán capacidades y competencias dentro del grupo de mujeres, con el fin de asegurar la sostenibilidad de la cadena de suministro de café tostado a largo plazo. Esta óptica holística propia de la iniciativa sólo cobra sentido a través del establecimiento de relaciones estratégicas con roles diferenciados entre los aliados (punto 1.2 de este documento). Dado que cada entidad se encuentra enfocada en un área específica del proyecto (comercialización, productividad, trazabilidad y calidad, y transparencia y M&E), debe asumir una proporción de los riesgos asociados a su dimensión de especialidad, lo que le permite enfocarse en el desarrollo de herramientas específicas para la mitigación de los mismos, lo cual en sí es una estrategia para el manejo de contingencias.

La alianza de una organización del sector del desarrollo con dos entidades del sector privado se da en el marco de la creación de las condiciones necesarias para que la inversión provista por el Fondo Multidonante de la ONU para el posconflicto, tenga el mayor impacto posible, dentro de los parámetros definidos por la convocatoria. De tal forma, que los recursos proporcionados por el Fondo Multidonante, cobran suma importancia, ya que, por un lado, aceleran ampliamente la viabilidad de un emprendimiento empresarial inclusivo en el corto plazo y, por el otro, constituye un voto de confianza para la futura escalabilidad de la iniciativa, y para la implementación de nuevos programas con fondos del sector privado en municipios PDET.

Así mismo, es relevante mencionar que Caficultora 2.0 se enfoca en mejorar el clima económico local a través de la reducción de brechas de conocimientos, capacidades y comercialización, existentes en las mujeres productoras agrícolas del Cauca y los clientes especializados del mercado internacional de cafés tostados. Simultáneamente, construye capacidades comunitarias, mejora la calidad de vida de sus beneficiarias, propicia el liderazgo, autonomía y empoderamiento económico de las mujeres, y monitorea las prácticas agrícolas y comerciales con el fin de asegurar que sean sostenibles y escalables. Estos aspectos son claves en el desarrollo del proyecto y se alinean con los ejes; social, económico, territorial y ambiental del Plan de Desarrollo 2016-2019 "Por el Tambo que queremos"<sup>3</sup>, así como con iniciativas subregionales consignadas en el Plan de Acción para la Transformación Regional del Alto Patía y Norte de Cauca<sup>4</sup> relacionadas con el capítulo número seis, denominado: Reactivación económica y producción agropecuaria, lo que se traduce en un alto nivel de armonización con los objetivos de desarrollo delineados para las entidades territoriales.

#### 2.3. Objetivos

**Objetivo General**. El objetivo general del proyecto de inversión es mejorar la autonomía y empoderamiento económico de 50 mujeres caficultoras cabeza de familia a través de la comercialización de café tostado y pergamino seco con certificación de calidad orgánico y FLO, en mercados especializados y competitivos.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Alcaldía Municipal de El Tambo, Cauca, Plan de Desarrollo 2016-2019 "Por el Tambo que Queremos", 2016. Disponible en: <a href="https://tambocauca.micolombiadigital.gov.co/sites/tambocauca/content/files/000090/4468">https://tambocauca.micolombiadigital.gov.co/sites/tambocauca/content/files/000090/4468</a> plan de desarrollo 2016 2019 por el tambo que queremos pdf

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Agencia de Renovación del Territorio, PATR subregión Alto Patía y Norte del Cauca, 2018. Disponible en: https://www.renovacionterritorio.gov.co/descargar.php?idFile=23940

**Objetivo Específico 1**. Transferir conocimientos y capacidades a 50 caficultoras para que asuman una posición activa en la comercialización y suministro de café tostado y empacado en el origen.

**Objetivo Específico 2.** Comercializar el café tostado con certificación FLO Orgánico FAIRTRADE de 50 mujeres caficultoras, llegando a 2.500 libras de café tostado de calidad y con trazabilidad, vendidas en el mes 24 de implementación.

**Objetivo Específico 3.** Aumentar los ingresos económicos netos en un 35% como resultado de la comercialización del café tostado en el origen y de café pergamino seco con certificación de calidad FLO Orgánico FAIRTRADE.

El marco de acción que fundamenta Caficultora 2.0 ha sido diseñado bajo el criterio de pertinencia y se alinea a directrices territoriales, nacionales y supranacionales, como el plan de desarrollo municipal de Tambo Cauca, el Plan de Acción para la Transformación Regional del Alto Patía y el Norte del Cauca, el Plan Nacional de Desarrollo y, por supuesto, los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Tal como se puede apreciar en la siguiente ilustración, cada objetivo de la presente propuesta está encaminado a fortalecer los indicadores regionales de determinados ODS, que coinciden con puntos en los que el departamento del Cauca debe avanzar<sup>6</sup>.



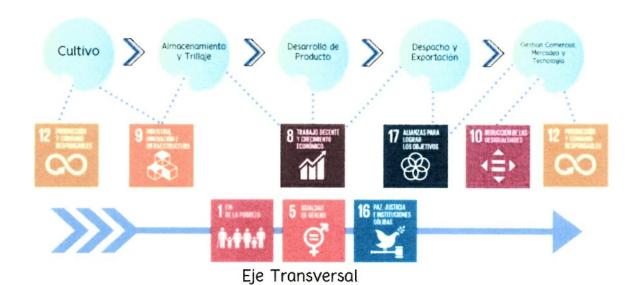
A través del aumento de la autonomía y empoderamiento económico de mujeres caficultoras cabeza de familia del Tambo, Cauca, aportamos a la consecución de la Agenda 2030, particularmente en los objetivos (ODS 5) Igualdad de Género, (ODS 10). Reducción de Desigualdades, y (ODS 16). Paz, Justicia e Instituciones Sólidas. Adicionalmente, dado que el municipio de El Tambo es el mayor productor de hoja de coca del departamento del Cauca, Caficultora 2.0 busca ser un referente de una base económica lícita y sostenible en la zona. Así mismo, el proceso de transferencia de conocimientos y capacidades para la apropiación por parte de la población beneficiaria frente a la cadena de suministro de café contribuye a la creación de un ambiente propicio para la Innovación, Industria e Infraestructura (ODS 9). La optimización de la cadena de suministro de café de alta calidad, con certificación de calidad FLO exige normas sociales alineadas con el trabajo justo, la no contratación de menores e igualdad salarial para mujeres, y ambientales como producción orgánica, y con óptimos niveles de trazabilidad, lo que contribuye a la mejora de los indicadores de Producción y Consumo Sostenible (ODS 12). De igual manera, el

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Es importante aclarar que el incremento del ingreso se ve reflejado por el incremento en el precio, el cual será de aproximadamente del 500%, al pasar de \$1,9 USD / libra (incluye sobreprecios, primas y beneficios totales) a \$9 USD / libra. El modelo planteado permite alcanzar una alta escalabilidad toda vez que Caficauca cuenta un volumen de 1 millón de kilos de café orgánico certificado disponible.

<sup>6</sup> Departamento Nacional de Planeación, ¿Cómo avanza Cauca en los ODS?, s/f. Disponible en: http://ods.gov.co/es/departamentos/cauca

incremento en el ingreso neto de las mujeres que hacen parte del proyecto las acerca al Fin de la Pobreza (ODS 1), así mismo, se fortalece el Trabajo Decente y el Crecimiento Económico (ODS 8).

Se debe señalar que la articulación entre el Fondo Multidonante de las Naciones Unidas, Mercy Corps, CAFICAUCA, y WeGrou es una apuesta por establecer una alianza alineada con el ODS 17, a través de la ejecución de la iniciativa se contribuye a las metas establecidas por las Naciones Unidas en los frentes de finanzas, tecnología, creación de capacidad, comercio, y alianzas entre múltiples interesados. Adicionalmente, se debe destacar la cooperación para avanzar en el cumplimiento de la Agenda 2030 por parte de la iniciativa de inversión Caficultora 2.0 se hace evidente a lo largo de toda su cadena de valor, como se representa a continuación:



La asistencia técnica y capacitaciones previstas para la mejora de las prácticas agrícolas en la población beneficiaria contribuyen al objetivo Producción y Consumo Responsables (ODS 12), al reducir la cantidad de agroquímicos empleados en el proceso de producción; así como en la etapa de almacenamiento y trilla, donde se adquirirá maquinaria para la optimización del proceso. Por otro lado, fases como almacenamiento y trilla, desarrollo de producto, despacho y exportación requieren de personal calificado para la ejecución de diversas actividades encaminadas a la garantía de calidad del producto terminado, razón por la que aportan a la generación de Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8). Adicionalmente, procesos como el despacho y exportación, además de la gestión comercial, dependen de la vinculación de diversos stakeholders presentes en el entorno que faciliten sus servicios a tarifas más bajas que las tradicionales con el fin de tener un impacto significativo en la comunidad de enfoque, lo que lleva a la iniciativa a la constitución de Alianzas para Lograr los Objetivos (ODS 17). los procesos y productos acogidos por la dimensión de gestión comercial, mercadeo y tecnología contribuyen a la Reducción de Desigualdades (ODS 10) al incrementar los ingresos de la población beneficiaria, mientras se propende por la Producción y Consumo Responsables (ODS 12), esta vez desde la perspectiva del consumidor. A esto, se suma que las operaciones diarias de Caficultora 2.0 tendrán impacto en los ODS1 Fin de la Pobreza, (ODS 5) Igualdad de Género, y (ODS 16) Paz, Justicia e Instituciones Sólidas, desde una óptica transversal, integrada a cada uno de los procesos.

#### 2.4. Descripción de la oportunidad o problema a resolver

En la industria colombiana, hay 550 mil familias productoras de café y 2.2 millones de personas dependen de esta actividad, el 30% son mujeres productoras y el 90% cultivan en predios menores a 2 hectáreas. Actualmente el precio efectivo que recibe el pequeño productor es de USD\$0.80 / libra, situación que afecta directamente la sostenibilidad de la actividad agrícola, generando una crisis que pone en riesgo el suministro de café y enfrenta a las familias a abandonar el cultivo ejerciendo actividades ilícitas o migrando y por supuesto aumenta la probabilidad de que no se dé el relevo generacional en el mundo rural por parte de la población juvenil.

Según la Declaración del Foro Mundial de Productores de Café en marzo de 20197:

- 1. La actual crisis social y económica creada por los extremadamente bajos precios internacionales del café ha llegado a un punto en el que la cadena de valor del café, como un todo, no puede seguir hablando de ello sin tomar medidas serias e inmediatas.
- 2. En 1982, el precio del café fluctuó entre USD\$ 1.18 y USD\$ 1.41 en el mercado internacional; el pasado 22 de marzo de 2019, el precio cerró por debajo de los USD\$ 0,95. Los productores de café han perdido más del 80% de su capacidad de compra en las últimas décadas.
- La sostenibilidad económica, el ingreso mismo de los caficultores, ha sido descuidado por la cadena de valor del café bajo la premisa de que "el mercado es el mercado" y debemos dejarlo gobernar.
- 4. El actual proceso de empobrecimiento de los productores de café está destruyendo el tejido social en las áreas rurales de más de 40 países en África, Asia y América Latina, lo que lleva a un aumento de la criminalidad en las naciones productoras, a una mayor pobreza en las ciudades y a migraciones masivas. La crisis actual se ha convertido en un incentivo para cambiar a cultivos ilegales porque los agricultores no pueden vivir solo del café.
- 5. Los productores de café de todo el mundo han estado buscando durante años al resto de la cadena de valor con la esperanza de un enfoque colectivo, constructivo, realista e inclusivo para asegurar la sostenibilidad económica de los productores agrícolas.

Es precisamente en el último punto donde se presenta la oportunidad para esta iniciativa de inversión e implementar un modelo de negocio inclusivo que permita que las productoras de café avancen dentro de la cadena de valor compartida y dependan menos de los precios internacionales del café y por supuesto puedan trascender de vender de su café a USD\$0.80 /libra (pergamino seco) a USD\$15/libra (café tostado) (ver abajo imagen - Cadena de valor del café). Para el caso específico del proyecto Caficultora 2.0, el valor base actual de venta del café de las mujeres del Tambo, Cauca es de USD\$1,9/libra (debido a que su calidad es superior y está certificado FLO y orgánico), y el precio base de venta del café tostado será de USD\$9/libra (para tener la flexibilidad para negociar mayores volúmenes de venta).

-

<sup>7</sup> https://www.federaciondecafeteros.org/algrano-frees/index.php/comments/declaracion\_del\_grupo\_de\_coordinacion\_del\_foro\_mundial\_de\_productores\_de\_ca/

#### Cadena de valor del café



Desde la perspectiva de la demanda, la oportunidad se presenta debido a que las tendencias del mercado vienen cambiando, dado que los consumidores, principalmente de la generación Millenial, han cambiado sus hábitos de consumo; buscando alimentos orgánicos debido a su interés en salud personal y en su bienestar, y además se informan sobre el origen y los beneficios para el medio ambiente y las comunidades. Respecto al mercado corporativo, las empresas han comenzado a instaurar políticas de compras que promueven la inclusividad y la diversidad con especial interés en apoyar negocios de mujeres y minorías étnicas.

Finalmente, la oportunidad se consolida en el uso de nuevas tecnologías para tener acceso con clientes internacionales y conectarlos con las pequeñas productoras. A su vez, contar con el respaldo de CAFICAUCA permite la escalabilidad del negocio garantiza los volúmenes y la calidad que requiere el sector corporativo. Para más información ver el punto 2.8 Descripción del mercado.

#### 2.5. Teoría de Cambio

SI = Acciones	ENTONCES = Cambios esperados	PORQUE = Justificación de los cambios
Si las mujeres reciben asistencia técnica agrícola en finca.	Mejorarán los rendimientos y la calidad del café pergamino seco, obteniendo mejores ingresos económicos, esto a su vez mejora la autonomía económica de las 50 mujeres productoras agrícolas de café.	La generación de ingresos económicos propios y su aumento, en la producción agrícola de café, está sujeto al conocimiento técnico sobre el proceso productivo y de calidad que debe implementar cada mujer productora en su unidad productiva. Este conocimiento es resultado de la asistencia técnica agrícola en finca brindada por profesionales agrícolas de CAFICAUCA y las prácticas culturales propias que aplica cada mujer en su unidad productiva
Si la producción agrícola de café se vende en canales formales de comercialización.	50 mujeres productoras agrícolas, mejoran los ingresos económicos propios, dado que en estos canales formales se aplican sobreprecios	Los canales formales de comercialización no solo garantizan ingresos para las productoras agrícolas según los volúmenes de producción vendidas, sino que aplican sobreprecios por la calidad

:	dada la calidad del café pergamino seco	del café. Caficauca, aplica sobreprecios por sellos o certificaciones de calidad y por factor de rendimiento. Esto se demuestra en las facturas de venta de cada mujer.
Si las mujeres venden el d tostado al consumidor fir		Esto, dado que se eliminarán de la cadena de valor del café a varios intermediarios, Con el trabajo técnico comercial de WeGrou, se estima que las mujeres al tostar el café y venderlo al consumidor final, mejorarán los ingresos económicos en un 35% de las 50 mujeres.
Si las mujeres reciben formación en género y nu masculinidades.	Mejorará la capacidad de toma de uevas decisiones sobre los ingresos económicos propios.	La formación sociopolítica en género y nuevas masculinidades posibilita la toma de decisiones sobre la distribución de los ingresos económicos propios, dado que las mujeres y su núcleo familiar al recibir dicha formación, están en la capacidad de reconocer la función económica de cada sujeto dentro del hogar y mejorar la equidad de género.

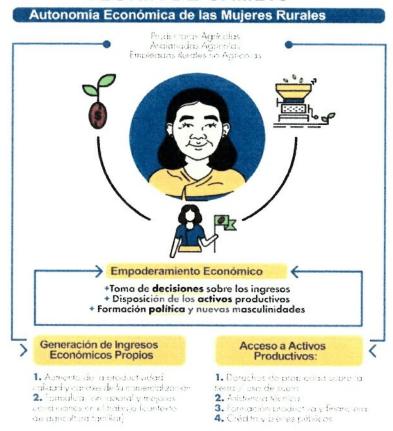
Mercy Corps, identificó en el marco de la implementación de sus programas de desarrollo en el Cauca, financiados por la Unión Europea y donantes privados de EE.UU, como principal problemática de las mujeres productoras agrícolas y trabajadoras rurales del Cauca, su precaria situación y dependencia económica, sumado a una alta carga laboral total que suma 176,6 horas mensuales; de las cuales más del 88 % son horas de trabajo no remuneradas, esto hace que tengan limitaciones para generar ingresos propios y sostenibles, exacerbada por las disparidades entre el valor del jornal en el ámbito rural para mujeres respecto a lo que reciben los hombres o frente a los salarios que reciben en las zonas urbanas de municipios intermedios. Es evidente, la inequidad en el pago por el trabajo agrícola de las mujeres, pues, en la línea base de MC y CAFICAUCA, se encontró que la media de los ingresos mensuales de las mujeres productoras agrícolas que reportaron estar ocupadas corresponde a \$ 654.360 COP; ingresos inferiores al salario mínimo legal vigente en Colombia. Otro aspecto que agrava la precaria situación de las mujeres es el bajo acceso a la educación formal. De acuerdo con la línea base de MC; el nivel educativo del 75% de las mujeres participantes en programas de desarrollo rural, es de básica primaria. A esto se suma la violencia basada en género (VBG) a la que se ven sometidas a diario en el ámbito privado y público.

Es así, que Mercy Corps, WeGrou y CAFICAUCA, han establecido para este plan de inversión una teoría de cambio con el fin de aumentar la autonomía y empoderamiento económico de las mujeres rurales, bajo la premisa de que, en el ámbito rural del Tambo, existen cuatro tipologías de carácter económico de acuerdo trabajo que desempeñan las mujeres rurales participantes en los programas de desarrollo, a saber: i. productoras agrícolas, ii. asalariadas agrícolas, iii. empleadas rurales no agrícolas y; iv. trabajadoras rurales no remuneradas. Bajo el lente de la autonomía económica, la peor situación es la de estas últimas, que tienen mayor carga laboral no remunerada y son víctimas de diversos tipos de violencias, de hecho, constituyen un universo desconocido en el marco de las respuestas institucionales del sector público y privado. A su vez, las mujeres que son asalariadas

agrícolas o empleadas rurales no agrícolas tienen empleos que significan un paso adelante con respecto a su autonomía económica, pues, generan ingresos económicos propios. Actualmente, en el Cauca, hay un creciente proceso de incursión de mujeres en estos tipos de empleo, insertándose en empleos temporales como recolectoras de café o frutas y/o en cooperativas o asociaciones de productores agrícolas o pecuarios. Se presenta también, un crecimiento importante de puestos de trabajos a nivel administrativo y en servicios dentro de la cadena de valor del café, la hortofruticultura y otras cadenas de suministro agrícola con niveles organizativos eficientes. Sin embargo, debido al aumento de los niveles de pobreza rural es recurrente la vinculación de mujeres a actividades en la producción y transformación de cultivos ilícitos u otras economías ilegales, aumentando su vulnerabilidad y las afectaciones por violencia basada en género.

Otra variable para resaltar se da a raíz de las dinámicas migratorias de las mujeres rurales, por no contar con derechos de propiedad y uso de la tierra y la limitación para generar recursos propios, aunque tienen cargas laborales altas. Se debe señalar que el departamento del Cauca presenta una informalidad en la tenencia de la propiedad rural del 68% cuestión que genera inestabilidad sobre la inversión por parte de las mujeres en actividades productivas y limita el acceso a crédito y bienes públicos, por ello la posibilidad de convertirse títular de los derechos de propiedad de la tierra es un mecanismo de freno y contrapeso frente a la migración económica y un mecanismo idóneo para frenar y disminuir la pobreza rural. Las familias normalmente alcanzan a proveer la tierra a una parte de los hijos, pero sigue siendo recurrente la exclusión de las mujeres. Para ellas, el único camino o alternativa es la migración -ya sea migración estacional o por largos períodos- o asumir responsabilidades o trabajo no remunerado en el hogar o trabajo reproductivo en el hogar o vender su mano de obra en negocios o actividades ilícitas. Esta situación también afecta a las cooperativas y asociaciones de productores necesitados de asegurar el relevo de liderazgo generacional en las cadenas de suministros agrícolas. De no ser así, en el próximo lustro se presentará una crisis en la producción agrícola del Cauca que afectará a la economía local y departamental; cuestión evidenciada en la línea base de MC, dado que el 80% de los encuestados (1093 de 1377 - año 2018) indicó que su núcleo familiar estaba integrado por hasta dos personas, además el 81% reportó una edad superior a los 45 años. Formalizar los derechos de propiedad sobre la tierra de mujeres rurales, promover el acceso a la educación técnica y el mejoramiento de sus unidades productivas para articularlas a mercados especializados a través de sus cooperativas y asociaciones son mecanismos idóneos para que las mujeres generen ingresos propios, aumenten su autonomía y empoderamiento económico y se mantengan en el campo. Esta iniciativa se configura también como una propuesta escalable de construcción de la paz territorial y de la reconciliación con un grupo poblacional altamente afectado por el conflicto armado y la pobreza, el Tambo, Cauca, hace parte de los municipios PDET y es actualmente el municipio con mayor presencia de cultivos ilícitos con más 5.600 Ha de cultivos de coca, ubicándose entre los cinco municipios con mayor número de hectáreas de coca del país. La iniciativa comprende que el grupo destinatario por ser asociadas a CAFICAUCA, tendrán mayores garantías de participación en la definición de políticas y programas complementarios de CAFICAUCA y de las asociaciones de productores agrícolas que coadyuvará a la Iniciativa. Contar con al apoyo de la Gobernación del Cauca, del DNP, SENA, Agencia Nacional de Tierras y Ministerio de Agricultura permite articular la iniciativa con la política pública de desarrollo rural e iniciativas para la mujer rural y las respuestas institucionales de economía del cuidado. Con el apoyo de las Alcaldías Municipales se podrá articular la iniciativa con la planeación del desarrollo municipal a nivel agrario y permitirá mejorar los níveles de gobernanza local.

#### TEORÍA DE CAMBIO



Mercy Corps, CAFICAUCA y WeGrou, buscan que la producción de café sea sostenible y rentable a través de un modelo de comercialización que incremente los ingresos económicos de las mujeres y que genere mayor transparencia en la cadena de valor. La metodología de las actividades se sustenta en el aprendizaje experiencial "learning by doing". En la fase inicial se obtiene una visión individual y colectiva de las mujeres y con ellas, se desarrolla la estrategia de comunicaciones; creación de su historia (storytelling) y de su marca colectiva, alineándose con las expectativas y el conocimiento del cliente objetivo. La trazabilidad y el origen del café será de alta relevancia debido al interés de la nueva generación de consumidores y empresas por conocer data de las productoras y el impacto detrás del producto que consumen. Luego se realiza el diseño y desarrollo del producto a través de procesos de tostado y empaque que garantiza la calidad del producto. WeGrou desplegará una estrategia de mercadeo y comercial para desarrollar una demanda de mayor volumen enfocada en adquirir clientes corporativos a través de la plataforma web; el cliente recibirá el café cinco días después de la tostión en el origen. Los resultados se compartirán con las mujeres para educarlas en el uso de canales digitales de promoción, involucrándose en la economía digital. WeGrou y CAFICAUCA diseñan una ruta logística eficiente que garantice la calidad y trazabilidad del café. CAFICAUCA dará asistencia técnica en buenas prácticas agrícolas orgánicas y en planes de manejo ambiental para que las fincas sean más resilientes frente al cambio y variabilidad climática,

se mejore la gestión de suelos, recursos naturales como el agua y de los ecosistemas flora y fauna estratégicos.

Finalmente, se confirma que el proyecto Caficultora 2.0 cuenta con un marcador de género 2B soportado por la estructuración y direccionamiento que enmarca la presente teoría del cambio. cuyo análisis incluye información que permite diferenciar las afectaciones de la comunidad compuesta por mujeres en su totalidad. La intervención basada en la teoría del cambio y las actividades programadas en el proyecto permiten evidenciar la promoción de manera positiva de la igualdad de género en sus resultados e impacto, teniendo en cuenta que las mujeres van a aumentar y fortalecer su participación en todas las fases del proyecto y en avanzar en la cadena de valor hacia la comercialización de su propio producto, lo que finalmente tendrá un impacto positivo en sus ingresos, autonomía y calidad de vida. Adicionalmente, el presupuesto destinado para promover la igualdad de las mujeres en su contexto social y económico es superior al 30%, ya que metodológicamente el proyecto está planteado para impactar positivamente a las mujeres en cada una de sus fases (técnica por parte de Caficauca, social por parte de Mercy Corps y económica por parte de Wegrou) y que el resultado final esperado busca beneficiar a la comunidad principalmente (ver cronograma de actividades). Adicionalmente, a través de la definición de los objetivos específicos del proyecto planteados en el presente documento y el uso de metodologías de evaluación y seguimiento por parte de Mercy Corps se podrá evidenciar el impacto a través de los indicadores correspondientes. Así, el objetivo estratégico del proyecto Caficultora 2.0 se centra en mejorar la autonomía y empoderamiento económico de 50 mujeres caficultoras cabeza de familia a través de la comercialización de café en mercados especializados y competitivos, lo que significa un avance importante hacia la igualdad de género.

#### 2.6. Aporte al Fondo Multidonante

Ver anexo 1 con esta información

#### 2.7. Impacto Social

Conforme a las Dimensiones del Progreso Social, el proyecto tendrá influencia en:

Contribución a incrementar el bienestar de la población beneficiada.

#### Calidad ambiental

Tratamiento de aguas residuales: El proyecto impartirá capacitaciones en buenas prácticas agrícolas y manejo de desechos orgánicos y bioquímicos.

Contribución a incrementar las oportunidades de progreso de la población beneficiada.

#### Derechos individuales

Derechos políticos: Las mujeres beneficiarias del proyecto, pasarán de producir commodities (Café en este caso) a la participación en la cadena de valor del café, mejorando sus prácticas y técnicas agrícolas con el fin de comercializar café tostado a los Estados Unidos.

Derechos de propiedad para mujeres: Las mujeres beneficiarias formalizarán sus derechos de propiedad rural, en el marco del programa desarrollo rural inclusivo. Inclusión

Igualdad de poder político por género: En este caso el proyecto no aborda poder político, pero sí enfatiza en el mejoramiento de la toma de decisiones de las mujeres beneficiarias en su hogar, de forma que les permita aumentar su empoderamiento. Esto será medido a través del Decision Making Index.

Acceso a educación avanzada

Años de educación terciaria: El proyecto a través de convenios con el SENA, brindará formación técnica a las beneficiarias.

#### 2.8. Descripción del mercado

El presente análisis plantea la estrategia de mercado para el proyecto Caficultora 2.0 basado en criterios claves tales como: 1. Dónde competir? – enmarca información del mercado incluyendo la problemática a solucionar, el tamaño del mercado, los segmentos de clientes y la competencia. 2.Con qué competir? – definida por la propuesta de valor del proyecto, la cual es el factor para competir en el mercado, y 3. Cómo competir? – que incluye los recursos y actividades claves en la penetración del mercado, así como los canales para lograr la conexión con el mercado. De esta manera toda la estrategia y sus posteriores actividades están focalizadas en alcanzar los objetivos planteados para el proyecto.

	ESTRATEGIA - CAFICU	LTORA 2.0	
1. Dónde competir?	2. Con qué competir?	3. Cómo competir?	4. Resultados
1.1 Problema a solucionar	2.1 Propuesta de valor	3.1 Recursos claves	4.1 Objetivos / KPIs
La actividad de cultivo de café no es sostenible para los pequeños productores. Al venderlo como un commodity, en promedio reciben alrededor 50,80 USD por libra y no cubren los costos de producción.  1.2 Tamaño / Segmentos  Tamaño del mercado - El proyecto se enfocará en los mercados de Estados Unidos (USS80 billones), y Canada (USS6 billones).  Segmentos de cilientes: 1) Corporaciones con políticas de compras inclusivas. 2) Empresas que cuenten con estándares de compra prioritaria a género (hoteles). 3) Empresas film al impacto social o lideradas por mujeres (Empresas Tipo B). 4) Empresas lideradas por millenials (Startups tecnológicas, espacios de coworking). 5) Cadenas de retail enfocadas en productos orgánicos (Whole Foods)  1.3 Competencia	2. Calidad café con sellos orgánico y Fairtrade.  2. Género - Café de mujeres (empoderamiento femenino).  3. Modelo de impacto social, económico y ambiental. Compradirecta - trazabilidad desde origen.  4. Café recién tostado del origen a la miesa en 5 días (farm to table).	1. Producto - cafe de alta calidad. 2. Recursos para implementar estrategias comerciales y mercadeo. 3. Assorias técnicas en cuitivo de café orgánico y tostión. 3.2 Actividades claves 1. Comunicación y mercadeo. 2. Credibilidad y confianza. Respuldo en la proveduría y reporte de métricas al cliente. 3. Gestión comercial. 4. Cadena de abastecimiento almacenaje, tostión, empaque y envio a tiempo. 5. Relacionamiento con la comunidad, transferencia de capacidades y toma de decisiones inclusivas. 3.3 Canales 1. Online - Plataforma Web y Redes Sociales 2. Offline - visitas a cilentes y agendas comerciales.	Objetivo General: Mejorar la autonomía y empoderamiento económico de 50 mujeres cafictularas. Objetivo específico 1: Transferir conocimientos y capacidades a 50 caficultoras para que asuman una posición activa en la comercialización. Objetivo específico 2: Comercializar cafe tostado sello FLO orgánico llegando a 2,500 libras / mes Objetivo específico 3: Aumentar los ingresos económicos en 35% como resultado del proceso de comercialización.

El problema que Caficultora 2.0 enfrenta la premisa de que la actividad cafetera en Colombia no es sostenible económicamente para los pequeños productores. Esta situación ocurre porque en la cadena de valor del café, los pequeños productores no tienen acceso al mercado y venden su producto como un commodity (café pergamino) a un precio muy bajo (US\$0.83/libra)<sup>8</sup>. Esta situación no permite que los productores cubran sus costos de producción, generando pérdidas y llevándolos a reemplazar el café por cultivos ilícitos o migrar. La Declaración de marzo de 2019 del Foro de Mundial de Productores de Café concluye que "la actual crisis de sostenibilidad económica de los productores de café debe abordarse inmediatamente antes de que se convierta en una crisis humanitaria".

Respecto al mercado, según el estudio *U.S. Coffee Market Overview 2017* de la Asociación de Cafés Especiales SCA, el valor del mercado de café en EE. UU. asciende a US\$80 billones, donde el 56% corresponden a café especiales<sup>10</sup>. Así mismo, el tamaño del mercado en Canadá asciende a US\$6.2

es/index php/comments/declaración del grupo de coordinación del foro mundial de productores de ca/

https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/precio\_eafe.pdf

https://www.federaciondecafeteros.org/algrano-fne-

https://scanews.coffce/2019/02/01/2017-u-s-market-overview-a-view-of-the-current-coffce-landscape/

billones<sup>11</sup>. A pesar de que el mercado norteamericano es maduro con un crecimiento anual proyectado del 4.5%<sup>12</sup>, los hábitos de consumo están cambiando por los intereses de la generación millennial. De acuerdo con la National Coffee Association, el 48% de la demanda de café proviene de esta generación, que busca alimentos orgánicos debido a su interés en salud personal y bienestar, y se informan sobre el origen y los beneficios al medio ambiente y las comunidades<sup>13</sup>. Desde la perspectiva corporativa, Accenture en su estudio "La inclusión de proveedores y la diversidad impulsan la innovación social"14, afirma que la oportunidad radica en que la innovación social implica a todos los grupos e individuos que pueden experimentar una distancia del mercado laboral y las oportunidades comerciales. Según el estudio: "Las mujeres representan aproximadamente la mitad de la población mundial, pero ganan menos del 1 por ciento del dinero gastado en proveedores por grandes corporaciones y gobiernos". Adicionalmente, Bloomberg expande la elegibilidad para el índice de igualdad de género (GEI) de 2020 para incluir a casi 6,000 empresas en 84 países. El marco de información estandarizado de GEI permite a los inversionistas comparar cómo las empresas de todo el mundo están invirtiendo en mujeres en el lugar de trabajo, la cadena de suministro y las comunidades en las que operan<sup>15</sup>. Por este motivo, las corporaciones en el mundo han comenzado a crear políticas de proveedores inclusivas que promuevan la diversidad para apoyar negocios de mujeres, minorías étnicas, LGBTI y personas con discapacidades.

Respecto a la competencia, el mercado está liderado principalmente por Nestlé (Nespresso y Nescafé), Starbucks, JAB Holding Company (Keurig Green Mountain, Peet's Coffee), The Coca-Cola Company, Kraft Heinz Inc., y Dunkin 'Donuts, quienes agrupan más del 75% de participación del mercado. La última década se caracterizó por su estrategia de mercado en la adquisición de empresas existentes, y las asociaciones y colaboraciones con otros actores emergentes en el mercado para el lanzamiento de nuevos productos, tales como los "pods" de café. Por otro lado, desde hace unos años, se han creado un gran grupo de empresas tostadoras de café independientes que han resaltado en el mercado la promoción de cafés de especialidad y ciertos factores de sostenibilidad, principalmente basados en esquemas de compra directa al productor de café.

Dada la experiencia que tiene el equipo de WeGrou exportando café tostado de pequeños productores a Estados Unidos, Canadá y China<sup>16</sup>, vamos que hay una oportunidad para competir en estos mercados a través de una propuesta de valor diferente y competitiva basada en calidad, transparencia, trazabilidad e impacto social, económico y ambiental en comunidades de mujeres (igualdad de género). De tal manera, la propuesta de valor para Caficultora 2.0 está compuesta por cuatro principales factores de valor:

1) Calidad del café - el café de las mujeres de Tambo, Cauca es de alta calidad y está cubierto por sellos orgánico, FLO y Fairtrade. El café orgánico es altamente demandado en estos países, especialmente por las nuevas generaciones. El proyecto cuenta con el respaldo de Caficauca quien proporcionará las respectivas asesorías técnicas para mantener y mejorar la trazabilidad y la calidad del café.

<sup>11</sup> http://www.coffeeassoc.com/coffee-facts/

<sup>12</sup> https://www.statista.com/outlook/30010000/109/coffee/united-states#market-revenue

https://www.inc.com/melanie-curtin/73-percent-of-millennials-are-willing-to-spend-more-money-on-this-1-type-of-product hund

<sup>14</sup> https://www.accenture-insights.nl/en-us/articles/ethics-economy-supplier-diversity-and-inclusion

<sup>15</sup> https://www.bloomberg.com/company/announcements/bloomberg-gei-expanded-ehgibility/

<sup>16</sup> Ver facturas de venta de Piloto-Koffietapp.

- 2) Género desarrollar el concepto de café de mujeres bajo el concepto igualdad de género y empoderamiento femenino. Actualmente en el mercado no hay oferta de café tostado que le dé visibilidad a las mujeres productoras y que se ajuste al creciente mercado de igualdad género en Estados Unidos y Canadá. Mercy Corps cuenta con una política de igualdad de género que facilitara e implementara con CAFICAUCA y WeGrou, en el marco de este proyecto de inversión y con el objetivo de mejorar el cumplimiento y efectividad de los derechos de las mujeres y mejorar su participación en los espacios de decisión público y privado.
- 3) Modelo de impacto económico, social y ambiental al establecer la cadena de valor desde origen, contamos con la información para darle toda la transparencia y trazabilidad a cada bolsa de café vendida. Bajo el modelo de Caficultora 2.0, el cliente no sólo podrá saber el origen de su café (nombre caficultora, finca, tipo de café, etc), sino también el impacto que está teniendo su compra en el empoderamiento y autonomía de las mujeres. Es importante mencionar que actualmente en la industria el modelo de impacto social y económico que trae WeGrou, tipo "marketplace", transfiere directamente al productor alrededor del 75-80% de la venta final.
- 4) Café recién tostado desde el origen a la mesa en cinco días (farm to table) para poder ser competitivos la experiencia del cliente debe ser excelente, es decir, que el producto que reciban los clientes esté "fresco" (recién tostado) y que su entrega sea rápida y confiable.

Con base en esta propuesta de valor, se identificaron cinco segmentos de clientes claves compuestos por corporaciones y empresas que:

- i. Han implementado políticas de compra a proveedores basados en inclusión y diversidad. Por ejemplo, Google y las compañías "Big Tech" cuentan con políticas de alimentación sostenible, como la obtención de alimentos locales, orgánicos y con trazabilidad y transparencia<sup>17</sup>.
- ii. Cuentan con estándares de compra prioritaria a género "Women Business Enterprise (WBE)" programa de diversidad e inclusión de proveedores aplicado por grandes cadenas de hoteles tales como Hilton y Hyatt<sup>18</sup>,
- iii. Donde el impacto social, económico y ambiental está dentro de su propósito principal (B Corps, Fundaciones, ONGs)
- iv. Son liderados o enfocados en Millennials, tales como: Startups tecnológicos (Airbnb), espacios de co-working (Wework), y restaurantes.
- V. Cadenas de retail enfocadas en productos orgánicos con modelos innovadores. Por ejemplo, Whole Foods continuamente está buscando proveedores que tengan productos orgánicos.

La estrategia de entrada al mercado está enfocada en identificar y cerrar clientes Early Adopters (clientes que están dispuestos a probar el modelo de manera temprana) de una manera articulada y diversificada, permitiendo encontrar empresas grandes, medianas y pequeñas que puedan demandar los volúmenes de café esperados para el proyecto.

Para implementar la estrategia de negocio se requiere contar con un producto de alta calidad, donde los sellos y la asistencia técnica agrícola juegan un papel fundamental. Adicionalmente, estos recursos permitirán desarrollar actividades de comunicación, mercadeo y ventas para adquirir nuevos clientes, como también desarrollar actividades en campo para involucrar a la comunidad en cada etapa del proceso (ver punto 2.9 Actividades). La alianza entre Mercy Corps, Caficauca y WeGrou permitirá crear credibilidad y confianza de cara al cliente en términos de calidad,

<sup>17</sup> https://sustainability.google/#building

<sup>18</sup> https://about.hyatt.com/en/inclusion-diversity/supplier-diversity.html

trazabilidad, capacidad de proveeduría (Caficauca y Mercy Corps han desarrollado programas sociales durante los últimos cuatro años lo que le permite al proyecto contar con una escalabilidad de la producción de café con grupo potencial de 1.000 mujeres productoras agrícolas de Cauca (aproximadamente 1 millón de kilos de café pergamino seco con certificación de calidad orgánico). Adicionalmente esta alianza cuenta con los roles y responsabilidades claramente establecidos, donde Mercy Corps estará encargado del monitoreo y evaluación del impacto social, Caficauca de la asistencia técnica y la cadena de abastecimiento y WeGrou de la gestión comercial. Cada una de las entidades estará directamente relacionada con las mujeres para la transferencia de capacidades y toma de decisiones inclusiva según su enfoque de trabajo.

Los canales de venta están planteados que principalmente sean a través de la plataforma web soportado por diferentes estrategias de comunicación y promoción en redes sociales (Google e Instagram). Sin embargo, se requerirá hacer un trabajo de gestión comercial "offline" que incluye visitas a clientes y agendas comerciales para crear la credibilidad y confianza necesaria para establecer relaciones comerciales a largo plazo. Adicionalmente, con el objetivo de ser más eficientes en la construcción de credibilidad, buscaremos que aliados estratégicos nos puedan conectar y referenciar con clientes potenciales. Actualmente contamos con el apoyo de entidades como Concordia, quien tiene como objetivo crear una comunidad global del sector público y privado donde los desafíos se resuelven de manera colaborativa e inclusiva<sup>19</sup>.

#### 2.9. Línea de tiempo del proyecto y cronograma de desembolsos

El proyecto Caficultora 2.0 plantea el trabajo integral en cada una de las etapas de la cadena de valor del café para alcanzar los objetivos propuestos. A continuación, describimos todas las actividades programadas de acuerdo con las fases claves de la cadena de valor del café identificando cada uno de los aliados postulantes del proyecto (Mercy Corps, Caficauca y Wegrou). Adicionalmente, se incluye el cronograma de actividades a 24 meses y el cronograma de desembolsos.

Etapa Cadena de Valor / Actividad	Responsable	Descripción
1. Relacionamiento	con la comunidad	
1.0 Formalización y acuerdos	Todos	Documentar y caracterizar cada una de las 50 familias participantes en el proyecto.
1.1 Kickoff del proyecto	Mercy Corps / Wegrou	Sesión de trabajo para alinear las expectativas con la comunidad e informarles sobre el trabajo a realizar. Se crearán también compromisos por parte de la comunidad para el desarrollo del proyecto. Incluye taller para trabajar sobre el papel de las mujeres en la comunidad y reconocerse dentro del proyecto como agentes de cambio en su entorno.
2. Cultivo		
2.1 Capacitaciones y asesorías	Productoras / Caficauca	Capacitaciones para reforzar los procesos para mejorar la calidad (beneficiadero, secado) Manejo adecuado del secadero de café tipo invernadero. Determinación de la calidad física del grano. Características sensoriales del café. Catación y prueba de taza. Incluye capacitaciones presenciales con el grupo de mujeres sobre cada uno de los temas.

<sup>19</sup> https://www.concordia.net/about/

2.2 Acompañamiento técnico	Productoras / Caficauca	Acompañamiento técnico en campo para la sostenibilidad y calidad. Revisiones en la implementación y sostenimiento de los estándares de calidad para sellos orgánico y FLO. Incluye visitas a las unidades productivas para realizar recomendaciones y revisar implementación de las prácticas.
3. Almacenaje y trill	ado	
3.1 Almacenamiento	Productoras / Caficauca	Almacenamiento del café pergamino de las mujeres en las instalaciones de Caficauca. Cada café tendrá un código que identifica a la mujer productora, la finca y el lote de producción.
3.2 Trillado	Productoras / Caficauca	El proyecto requiere una máquina trilladora de café pergamino con una capacidad aproximada de 150 kilos por hora. Esto permitirá mantener la trazabilidad y la transparencia de la cadena de valor del café manteniendo el café separado de la producción en masa de Caficauca.

#### 4. Desarrollo de producto - valor agregado

4.1 Análisis de calidad	Productoras / Caficauca	Con el apoyo de expertos en catación y calidad se realizarán pruebas continuas a la calidad del café de las mujeres. Este rubro contempla visitas de las mujeres a los laboratorios de calidad de Caficauca.
4.2 Tostión 1: determinar curvas de tostión	Productoras / Caficauca	Asesoramiento técnico de un experto certificado para la evaluación de los cafés y la generación de la hoja técnica del café. Asesoramiento en la definición de perfiles de tostado en función del consumo de clientes potenciales. Esta actividad incluye un taller con mujeres.
4.3 Tostión 2: tostión del café.	Productoras / Caficauca	Proceso continuo de tostión del café de las mujeres del Tambo, Cauca de acuerdo con las órdenes de los clientes. Se realiza en las instalaciones de Calicauca, y se busca que la persona que coordina la actividad genere las capacidades de tostión en las mujeres del proyecto para que al final sean ellas quienes realizan el proceso de tostión.
4.4 Creación de marca y empaque	Productoras / Wegrou	Asesoramiento en diseño en la elaboración de la marca de café y empaque de los productos de las mujeres. El proceso es inclusivo e incluye trabajar con la comunidad. Adicionalmente incluye la impresión de empaques de café para las primeras ventas, aproximadamente 1.500 bolsas.

#### 5. Despacho / exportación

5.1 Acuerdos con empresas transportadoras.	Caficauca / Wegrou	Caficauca actualmente cuenta con acuerdos con las principales transportadoras para los envíos de café.
5.2 Proceso logístico de exportación,	Caficauca / Wegrou	Coordinación del proceso logístico de exportación entre la recepción de órdenes por parte de Wegrou y la unidad de procesamiento del producto Caficauca.
5.3 Tracking en tiempo real de cada orden	Caficauca / Wegrou	A través de los sistemas de rastreo de órdenes, Wegrou informará en tiempo real el estado de los pedidos de los clientes.

#### 6. Gestión comercial, mercadeo y tecnología

6.1 Tecnología - Plataforma Web	Wegrou	Diseño y programación de la plataforma Web donde se publicarán los contenidos y los clientes podrán comprar el café de las mujeres del Tambo, Cauca.
6,1 Comunicación 1: Storytelling	Wegrou	Asesoramiento técnico por un experto en comunicaciones para la preparación de la estrategia de comunicación y la estructuración de cómo se contarán las historias de las mujeres productoras. Esto se realiza a través de una sesión de trabajo con las mujeres productoras.

6.2 Comunicación 2: Producción audiovisual (video)	Wegrou	Producción de videos promocionales. Realización de un video promocional de la comunidad de mujeres cafeteras del Tambo, Cauca (preparación del storyboard, producción, edición y gastos de transferencia de personal al área). Es un video que se promocionará y buscará sensibilizar y adquirir nuevos clientes. Se utilizará en la aplicación web y en las redes sociales. Objetivo del video: sensibilización y promoción.  Realización de un video en realidad virtual 360 grados para sensibilizar a clientes potenciales a través de una experiencia innovadora, interactiva y realista sobre cómo es el proceso desde la cosecha hasta la producción final de café. Este tipo de videos son claves en las visitas comerciales. Video objetivo: sensibilización y educación sobre problemas.
6.3 Comunicación 3: Producción contenido escrito (blog)	Wegrou	Blog de producción de textos escritos (25) que permiten contar las historias: situación, calidad del café, lugar, cómo preparar el café, etc. Creación de artículos escritos por un blogger estadounidense experto en temas de café para documentar e informar a clientes potenciales sobre el proceso del café desde la granja hasta la taza, incluidas las historias de las mujeres cafeteras. Adicionalmente, estos textos escritos permiten que la página web aparezca en los primeros lugares en Google cuando las personas hagan búsquedas sobre café (SEO).
6.4 Marketing 1 - Creación de contenido	Wegrou	Diseño gráfico para crear contenido digital para redes sociales.
6.5 Marketing 2 - Estrategias promoción en social media / Google ads	Wegrou	Creación de estrategias digitales claves para adquirir nuevos clientes a través de los canales de redes sociales (Instagram / Google). Es una actividad clave, ya que permite posicionar la oferta de café en los motores de búsqueda digital de acuerdo con las búsquedas realizadas por clientes potenciales.
6.6 Comercial 1 - Determinar planes de abastecimiento	Wegrou	Trabajo interno de coordinación entre las mujeres productoras, Caficauca y Wegrou para determinar los tiempos y capacidades de producción a ofertar a los clientes potenciales. Es una actividad clave ya que permite darle el respaldo y seguridad a la demanda de altos volúmenes.
6.7 Comercial 2 - Prospección de clientes potenciales.	Wegrou	Actividad clave continúa realizada por Wegrou para identificar constantemente clientes potenciales de acuerdo a los segmentos determinados.
6.8 Comercial 3 - Construcción agenda comercial	Wegrou	Actividad clave para recibir el apoyo de los aliados en la estructuración de agendas de negocios y conexiones comerciales.
6.9 Comercial 4 - Envios de muestras	Wegrou	Actividad presupuestada para enviar muestras comerciales a los clientes potenciales más grandes (aproximadamente 100 envíos)
6.10 Comercial 5 - Visitas comerciales en USA y Canadá	Wegrou	Reuniones cara a cara con clientes potenciales en los Estados Unidos y Canadá. Se estima que se realizarán 3 o 4 visitas a diferentes ciudades durante el proyecto.
6.11 Comercial 6 - Asistencia a una fería de negocios	Wegrou	Visita exploratoria a una feria internacional de café / hotel-catering para promocionar el café para mujeres del Tambo, Cauca y adquirir nuevos clientes que permitan aumentar los volumenes de venta. Se dará priorirdad a aquellas ferias de negocio donde se encuentren clientes finales como por ejemplo la feria de proveedores y catering para cadenas hoteleras, por encima de las ferias internacionales de café, ya que se desea promocionar la compra de café tostado, y no la venta de café pergamino o verde.

#### 7. Medición y evaluación

7.1 Diagnóstico de		Este diagnóstico se realizará a cada unidad productiva de las 50 mujeres beneficiarias.
las unidades	Mercy Corps	Está enfocado en realizar un detallado análisis de la situación productiva de la UPA.
productivas de las		Este diagnóstico lo aplicará Caficauca bajo el apoyo y coordinación de Mercy Corps.

50 mujeres beneficiarias.		
7.2 Construcción del plan de M&E y de los instrumentos de segulmiento y monitoreo.	Mercy Corps	El plan de monitoreo y evaluación es la hoja de ruta a través de la que se realiza segulmiento y monitoreo a las actividades definidas en el proyecto y se evalúan los logros e impactos del mismo. Este plan será concertado con Caficauca y Wegrou y se construirá en el primer mes de Implementación.  Todos los instrumentos de seguimiento y monitoreo serán digitales y se administrarán en la aplicación gratuita de ODK. La recolección de estos datos se hará en la plataforma ONA.IO; plataforma gratuita y administrada por MC. Esto permitirá el reporte de datos en tiempo real para la toma de decisiones. El sistema de SM&E será a bajo costo y estará a cargo del Oficial de Monitoreo y Evaluación. Esta actividad se llevará a cabo en el primer mes de implementación del proyecto.
7.3 Seguimiento y monitoreo a las actividades del plan de trabajo	Mercy Corps	Cada unidad productiva será identificada con un código QR que contendrá los principales datos resultados de la fase de diagnóstico; esto permitirá hacer una asistencia técnica ajustada a las necesidades de la UPA y hacer segulmiento al proceso productivo del café de cada UPA. Para hacer segulmiento al proceso de venta y calidad del café, cada lote vendido por las mujeres será marcado con un código único; lo que permitirá hacer trazabilidad al proceso de compra y verificación de la calidad de cada lote. Se entregarán reportes sobre el avance de las actividades definidas en el cronograma de trabajo para la toma de decisiones. Para el diseño de estos reportes se utilizará el software Tableau.
7.4 Evaluación de resultados del proyecto	Mercy Carps	La evaluación de resultados del proyecto, asociados al avance de los indicadores, se realizará trimestralmente; esta evaluación se presentará en un informe descriptivo. Además, en el último semestre de implementación del proyecto se realizará una evaluación final que se presentará a modo de Sistematización de la Experiencia.
8. Viajes a campo		
8.1 Viajes a campo El Tambo, Cauca	Mercy Corps / Wegrou	Visitas de Bogotá a Popayán, Cauca. Viajes del personal durante la vida del proyecto. Costos relacionados con los viajes del personal de Wegrou y Mercy Corps con sede en la oficina de Bogotá para transporte, alojamiento y viáticos, con el fin de implementar las actividades, la supervisión y el monitoreo del proyecto. El costo unitario se calcula mensualmente y una estadía de 3 días para cada viaje como promedio.

Cronograma de actividades:

	γ	1-0	11		11-0	Q2	1	Y1-0	13	1	/1-0	14	``	2-Q	1	,	2-0	12	Y	2-0	13	)	2-0	14
Etapa Cadena de Valor / Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	1:
Relacionamiento con la comunidad																							0000	
1.0 Formalización y acuerdos																								T
1.1 Kickoff del proyecto																								T
2. Cultivo																								
2.1 Capacitaciones y asesorías																								T
2.2 Acompañamiento técnico																						1		T
3. Almacenaje y trillado								-			_				-		-	-					-	-
3.1 Almacenamiento																								Г
3.2 Trillado					Г																			t
4. Desarrollo de producto - valor agregad	o																					-		-
4.1 Análisis de calidad					Г				Г		Г													Γ
4.2 Tostión 1: determinar curvas de tostión																		asses &						t
4.3 Tostión 2: tostión del café.																								t
4.4 Creación de marca y empaque																								t
5. Despacho / exportación		-			_		<u> </u>																	L
5.1 Acuerdos con empresas transporte.					5		Г	Т	Г															Т
5.2 Proceso logístico de exportación.							-		$\vdash$			Н							$\vdash$			-	_	t
5.3 Tracking en tiempo real de cada orden							Т	$\vdash$				Н							$\vdash$			-	Н	t
6. Gestión comercial, mercadeo y tecnolog	gía	_			_			-								_		-			_			_
6.1 Tecnología - Plataforma Web	П						Г	Т																Г
6.2 Comu 1: Storytelling									_			$\vdash$	_	$\dashv$					$\vdash$	$\dashv$			-	H
6.3 Comu 2: Producción audiovisual		2000					_				Н			$\neg$					$\vdash$				$\vdash$	H
6.4 Comu 3: Producción contenido escrito														-					$\dashv$	$\dashv$	-			H
6.5 Mkt 1 - Creación de contenido	$\vdash$										0000										-			H
6.6 Mkt 2 - Social media / Google ads	$\dashv$								5.00															H
6.7 Com 1 - Planes de abastecimiento																							ALIES .	H
6.8 Com 2 - Prospección de clientes					200																			H
6.9 Com 3 - Construcción agenda comercial																								۲
		$\dashv$	$\dashv$										-				$\dashv$	_		_	$\dashv$	_		L
6.10 Com 4 - Envíos de muestras	$\dashv$	$\dashv$	$\dashv$	_	_												-				-	_		L
6.11 Com 5 - Visitas comerciales USA y CAN	$\dashv$	$\dashv$	$\dashv$	-	-	Н	_	Н					-			$\dashv$	$\dashv$	_			-	$\dashv$	-	-
6.12 Com 6 - Feria de negocios  7. Medición y evaluación														$\perp$										L
			1						_			-		-	_	_				_	7	_		_
7.1 Diagnóstico de las UP 50 mujeres.		-	$\dashv$	_		$\vdash$		Н	-	-	$\dashv$	$\dashv$	$\dashv$	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4	-
7.2 Construcción del plan/instrumentos.								555						-		_			-					
7.3 Seguimiento y monitoreo	-	-																						_
7.4 Evaluación de resultados del proyecto		_						Ш																
8. Viajes a campo 8.1 Viajes a campo El Tambo, Cauca	-																							_

#### Cronograma de desembolsos:

De acuerdo con el cronograma y planeación, teniendo la mayoría de las actividades programáticas durante el primer año del proyecto, se plantea un esquema de dos (2) desembolsos: 65% al comienzo del proyecto para las actividades planeadas, y un segundo desembolso por el 35% restante cuando se ejecute el 90% del primer desembolso.

#### 2.10. Equipo de Implementación

El equipo requerido destinado para la ejecución del proyecto Caficultora 2.0 se compone de 7 personas distribuidas en las entidades de la siguiente manera:

1. Mercy Corps - Coordinación, monitoreo y evaluación, relacionamiento.

Oficial de Monitoreo y Evaluación: Será el responsable de la gestión del sistema de información del proyecto y de la implementación del plan de seguimiento, monitoreo y evaluación del proyecto,

responsable de la calidad de la base de datos, informes técnicos y de indicadores del proyecto a nivel territorial, trabajará de manera coordinada con el equipo interdisciplinario del proyecto, socios locales y actores claves del proyecto. Será responsable de la supervisión del archivo físico y digital, medios de verificación y data de los indicadores del proyecto.

#### Caficauca - Asistencia técnica agrícola, calidad y logística.

Coordinador de producción y tostión - Responsable de coordinar todas las actividades de recepción del café en estado pergamino, registrar los lotes y datos de cada productora, almacenamiento, trillado, tostión y empaque. Así mismo, debe coordinar y velar por la transferencia de los recursos a cada mujer productora. A medida que se incremente la actividad, debe transferir los conocimientos a las mujeres de la comunidad para que en un futuro las mujeres realicen la tostión y empaque de su propio café. 100% de dedicación a este proyecto.

**Técnico agrícola** - Acompañamiento técnico para la implementación y sostenimiento de normas de calidad para certificaciones de sellos orgánicos y FLO. Capacitaciones para reforzar los procesos para mejorar la calidad (beneficiadero, secado). 100% de dedicación al proyecto.

**Análisis de calidad y catación**- Análisis y aseguramiento de la calidad del café a realizarse de manera continua en las instalaciones de los laboratorios de Caficauca. 2 personas - 20% de dedicación al proyecto.

#### 3. Wegrou - Gestión comercial, mercadeo y tecnología.

Director del proyecto - Responsable de diseñar, dirigir e implementar estrategias comerciales y de mercadeo para adquirir clientes, coordinar el asesoramiento en la estrategia comunicacional (marca, empaque, video, blog), desarrollar e implementar recursos tecnológicos (plataforma Web) y garantizar la transferencia de recursos económicos a Caficauca para su posterior entrega a la comunidad. Coordinar de la mano con Caficauca el proceso logístico de despacho y envío. Debe asegurarse de que la experiencia del cliente en términos de calidad, suministro y servicio sean excelente. 100% de dedicación a este proyecto.

Coordinadora y relacionamiento con comunidad - Responsable de coordinar y organizar todas las actividades y talleres relacionados con la comunidad. Soporte de actividades comerciales, de marketing y cadena de suministro (logística). 100% de dedicación a este proyecto.

Contador - Responsable de la contabilidad a nivel de transacción y la conciliación de efectivo y otras cuentas de balance. 100% de dedicación a este proyecto.

#### 2.11. Segmento objetivo / Población

La población objetivo de la iniciativa, serán 50 mujeres cabeza de familia, productoras agrícolas de café asociadas a la cooperativa de caficultores del Cauca CAFICAUCA. Cuentan con 3 personas por unidad familiar; en este sentido serán 50 beneficiarias directas y cerca de 150 beneficiarios indirectos. Estas mujeres cuentan con promedio de edad de 48 años. Las mujeres, también, hacen parte de la Asociación de Mujeres Caficultoras del Cauca, AMUCC, organización de mujeres conformada y acompañada por CAFICAUCA. Las mujeres están ubicadas en la zona rural de El

Tambo, Cauca, en la zona óptima cafetera en los corregimientos de Alto del Rey, Cuatro Esquinas, Los Anayes, San Joaquín y Uribe.

#### 2.12. Evaluación y Monitoreo

Mercy Corps tiene un riguroso sistema de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (MEL) basados en las mejores prácticas globales para garantizar la medición oportuna y de calidad de los indicadores de actividad, productos y resultados de los proyectos durante su implementación. La Unidad de MEL proporciona apoyo técnico en el diseño y pilotaje de instrumentos; capacita al personal regional en instrumentos de monitoreo, procesamiento y análisis de los datos recopilados; y hace seguimiento in situ a lo largo del ciclo de vida de los proyectos.

Las siguientes herramientas de M&E se utilizan para garantizar una gestión rigurosa de la información: a) Hojas de referencia de indicadores (PIRS por sus siglas en inglés) con definiciones conceptuales, métodos de medición, niveles de desagregación (sexo, edad y etnia), frecuencias, medios y fuentes de verificación y canales de comunicación; b) Línea de base (pretest) y línea final (postest) para medir, analizar y documentar los resultados de mediano y largo plazo; c) Visitas de seguimiento a los participantes, eventos relacionados con el programa y evaluaciones de la calidad de los datos; y d) Un sistema de gestión de datos que utiliza la recopilación de datos móviles y web, usando la aplicación ODK collect para la recolección de datos móviles con tablets o smartphones, el software Caspio para el ingreso de datos en formularios digitales basados en la nube y el software Tableau en la visualización de gráficos dinámicos de avance de indicadores y datos especializados.

El uso combinado de ODK collect, Caspio y Tableau, permiten engranar los procesos de M&E de forma rápida, eficiente y útil para la toma de decisiones.

A continuación, se establece que el proyecto dedica más de un 30% de sus recursos en actividades que promueven la equidad de género:

Actividad y su relación al marco de resultados (a qué producto/resultado corresponde)	Efecto en la igualdad de género	Monto
Capacitación técnica agrícolas en finca. Esta capacitación se brindará a 50 mujeres en sus unidades productivas, para mejorar el rendimiento y calidad de su café. Esto, se asocia a lo planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.3.1 – 1.1.2.1.	La asistencia técnica agrícola al estar dirigida a mujeres productoras de café, mejora la capacidad de toma de decisiones sobre los procesos productivos y de calidad, de las mujeres, sobre sus cultivos de café. Haciéndolas más competitivas comercialmente.	\$ 172.000
Desarrollo de producto, despacho y exportación, gestión comercial, mercadeo y tecnología, medición y evaluación. Se asocia a lo	Trasferir conocimiento y capacidades para que asuman una posición activa en la comercialización de su café y que aumenten sus ingresos en un 35 % por razón de dicha comercialización	\$ 143.847

planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.1, 1.1.1.1 y 1.1.2, y; 1.1.2.1

Capacitación en género, participación política y empoderamiento económico. Esta actividad se relaciona con el resultado 3 y los indicadores G.1.3.1 — G.1.3.4 — 1.1.3.2

La capacitación en género, participación política y empoderamiento económico, posibilita que las mujeres productoras agrícolas de café tomen mejores decisiones sobre los ingresos económicos propios, mejoren su participación política en organizaciones solidarias y se generen redistribuciones en las cargas de trabajo productivo.

Formalización de derechos de propiedad. Esto, se asacia a lo planteado en el resultado 1, y los indicadores 1.1.3.1 – 1.1.2.1.

La formalización es un activo productivo \$ 9.375 que como lateral facilita el acceso a bienes y servicios públicos, crédito y respuestas institucionales públicas, empodera a las mujeres y garantiza la protección jurídica de mejoras y vivienda al núcleo familiar

Total, USD \$ 329.472 (50.7 %)

\$4,250

Para dar cuenta de la estructura de indicadores, y su periodo de reporte, ver el siguiente cuadro:

ဝ	Acciór	Preparatoria: Autonoi	Acción Preparatoria: Autonomía y Empoderamiento Económico de la	onómico de las Mujeres Rurales del Cauca	les del Cauca.
RESULTADOS PMI	Resultado 1.1: Apoya productiva de los ter de cultivos ilícitos, a mercados transparei ciudadanía.	Resultado 1.1: Apoyados los procesos de reactivación económica y productiva de los territorios PDET, incluyendo acciones de sustituci de cultivos ilícitos, a través de intervenciones integrales que genera mercados transparentes y accesibles, con la participación de la ciudadanía.	Resultado 1.1: Apoyados los procesos de reactivación económica y productiva de los territorios PDET, incluyendo acciones de sustitución de cultivos ilícitos, a través de intervenciones integrales que generen mercados transparentes y accesibles, con la participación de la ciudadanía.	Resultado 1.3: Manejada de forma constructiva y transformadora la conflictividad social en los territorios a través de intervenciones proactivas que prevengan la inestabilidad y violencia.	3: Manejada de forma constructiva y lora la conflictividad social en los territorios ntervenciones proactivas que prevengan la dy violencia.
INDICADORES PMI	PMI: Municipios PDET con circuitos cortos de comercialización fortalecidos	PMI: Alianzas productivas y acuerdos comerciales implementados en municipios PDET	PMI: Organizaciones solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas en municipios PDET	PMI: Programas de formación sobre los derechos políticos y formas de participación política y ciudadana de la mujer creados y en implementación	PMI: Porcentaje de organizaciones solidarias de mujeres fortalecidas en capacidades productivas y administrativas.
INDICADORES DEL FONDO	1.1.1 Número de circuitos de comercialización fortalecidos en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF.	1.1.2 Número de alianzas productivas y acuerdos comerciales implementados en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF	1.1.3 Número de organizaciones solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF.	G.1.3.1 Número de mujeres capacitadas en derechos y participación política a través de proyectos del MPTF.	G.1.3.4 Porcentaje de mujeres que conforman las organizaciones solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF.
INDICADORES DE PROCESO	Número de transacciones para la compra de café	Número de libras de café orgánico tostado por las mujeres.	Número de mujeres asociadas a Caficauca que reciben capacitación en calidad de café	Número de expedientes conformados para dar viabilidad técnica jurídica	

INDICADORES DE PRODUCTO	
Número de libras de café orgánico tostado exportadas.	orgánico tostado realizadas.
Número de kilos de café orgánico vendido en las agencias de compra por las mujeres productoras  Número de mujeres que aumentan sus ingresos económicos netos.	
Porcentaje de mujeres que mejoran su capacidad de toma de decisión sobre el gasto de los ingresos economicos, medido por el Decision Making Index.	Número de mujeres capacitadas en gestión comercial para la comercialización de café tostado.  Número de mujeres que reciben capacitación técnica agrícola en finca.
Porcentaje de horas de trabajo remunerado y no remunerado identificados en las mujeres productoras de café.	a la formalización de la propiedad rural.

Indicadores reportados Trimestralmente Indicadores reportados Semestralmente Indicadores reportados Anualmente

#### 2.13. Estrategia de salida del proyecto y sostenibilidad

El proyecto Caficultora 2.0 está planeado para encontrar su sostenibilidad basada en la creación de relaciones comerciales con clientes a largo plazo a través del incremento en la demanda y la capacidad de contar con una oferta sostenida de un producto agrícola sostenible, de valor agregado y de alta calidad. Al finalizar el segundo año, el cierre del proyecto no requerirá soporte adicional por parte del Fondo Multidonante. En la medida que la propuesta de valor basada en transparencia, trazabilidad, calidad e impacto en la equidad de género se consolide como un factor competitivo, se podrán sumar más mujeres sin tener que realizar esfuerzos adicionales, dado que la alianza Mercy Corps y Caficauca cuentan con el relacionamiento y caracterización de diferentes comunidades de mujeres productoras de café.

Respecto a WeGrow, la visión del equipo emprendedor es alcanzar un modelo replicable y escalable para atender grandes volúmenes de demanda basados en la inclusión de pequeños productores de café y otras cadenas productivas tanto en Colombia como en Latinoamérica. A través de la consolidación del modelo de negocio y de impacto de WeGrow creando una disrupción en la industria de la agricultura con el uso de tecnología, se estructurará una ronda de inversión entre US\$500k - US\$1m con diferentes fondos de inversión de impacto con los cuales ya se han tenido los primeros acercamientos. Desde la perspectiva de la inversión sostenible, responsable y de impacto (SRI) en los Estados Unidos, la US SIF Foundation afirma que esta continúa expandiéndose a un ritmo saludable. El total de activos en los Estados Unidos bajo administración con estrategias de SRI aumentó de USD\$8.7 trillones al inicio de 2016 a USD\$12.0 trillones al inicio de 2018, un aumento del 38 por ciento. Esto representa el 26 por ciento, o 1 en 4 dólares, de los \$ 46.6 trillones en activos totales de los Estados Unidos bajo administración profesional<sup>20</sup>. Sin embargo, actualmente para muchos inversionistas realizar inversiones en Latinoamérica representa aún un gran desafío, aspecto que representa una oportunidad para una empresa como Wegrou al no haber muchas startups de impacto social en la región.

Report on US Sustainable, Responsible and Impact Investing Trends 2018 (Washington, D.C: US SIF Foundation, 2018), https://www.ussif.org/files/Trends/202018%20executive%20summary%20FINAL.pdf

#### 3. ENFOQUES TRANSVERSALES Y MÉTRICAS

El objetivo de esta sección es mostrar cómo el proyecto se relaciona con criterios de ética, impacto social, género y sostenibilidad. Se debe completar la tabla a continuación y aportar los soportes que demuestren que la organización cumple con la medición de los criterios que le apliquen. Señale si la métrica es actual o planeada. En caso de que uno o más criterios no apliquen, justifíquelo.

Observación: Ver archivo adjuntado 3. Enfoques transversales y métricas

#### 4. INFORMACIÓN FINANCIERA, PRESUPUESTO Y PROYECCIONES

Observación: Ver archivo adjuntado - 4. Caficultora 2.0 Modelo Financiero Final

## **ANEXOS**

# Anexo 1 — Marco de Resultados Fondo Fase II

		PMI:  Municipios PDET con circuitos cortos de comercializaci ón fortalecidos	Indicador PMI	ÁMBITO 1: ES  Resultado 1.1: A  de intervencion
1.1.1.2 Número de transacciones para la	1.1.1.1 Número de libras de café orgánico tostado exportadas.	1.1.1 Número de circuitos de comercialización fortalecidos en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF.	Indicadores del Fondo:	ÁMBITO 1: ESTABILIZACIÓN  Resultado 1.1: Apoyados los procesos de reactivación económica y productiva de los territorios PDET, incluyendo acciones de sustitución de cultivos ilícitos, a través de intervenciones integrales que generen mercados transparentes y accesibles, con la participación de la ciudadanía.
El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	Áreas geográfi cas	etivación ec ercados tran
50 mujeres	50 mujeres	50 mujeres	Beneficiari 08 (Hombres, Mujeres, Niñas y Niños)	onómica y pro
0	0	0	Informa ción de línea de base [1]	ductiva de l cesibles, con
600 transacciones	2.500 libras	I circuito de comercializació n internacional de café orgánico tostado.	Metas finales	os territorios PDE la participación o
* Facturas de compra de café pergamino seco de las mujeres.	* Facturas de compra de café pergamino seco de las mujeres. * Facturas de venta de café orgánico tostado.	*Registro nacional de exportadores de café *Certificado de contribución cafetera *Certificado de repeso Guía de tránsito *Certificado de Exportación – INVIMA *Certificado fitosanitario - ICA *Facturas de compra de café pergamino seco de las mujeres. * Facturas de venta de café orgánico tostado.	Medios de verificación	T, incluyendo acciones de s le la ciudadanía.
Por Definir	Por Definir	Por Definir	Contraparte Fondo	ustitución de cult
Por definir	Por definir	Agencia de Desarrollo Rural	Organización responsable para el PMI	ivos ilícitos, a través

PMI: Organizacione s solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas		connerciales implementados en municipios PDET	PMI: Alianzas productivas y acuerdos		
I.1.3 Número de organizaciones solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas en municipios PDET a través do los proyectos financiados por el MPTF.	1.1.2.3 Número de mujeres que numentan sus ingresos económicos uetos.	1.1.2.2 Número de kilos de café orgánico vendido en las agencias de compra por las mujeres productoras.	1.1.2.1Número de libras de café orgánico tostado por las mujeres.	1.1.2 Número de alianzas productivas y acuerdos comerciales implementados en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF	compra de café orgánico tostado realizadas.
El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca	El Tambo, Cauca.	
50 Mujeres	50 mujeres	50 mujeres	50 mijeres	SO myeras	*
0	0	o	0	0	
2 organizaciones solidarias	50 mujeres ammentan sus ingresos económicos netos en un 35% debido al uso de canalas formalas de comercializació n.	1.200	2.500	50 mujeres utilizan canales formales de comercializació n para vender su CPS	
*Memorando de visita de asistencia têcnica en UPA. *Acta de conformación de comité de AMUC.	* Facturas de compra de café perganino seco de las miferes.  * Facturas de venta de café orgánico tostado.  * Balance de gastos e ingresos personales	* Facturas de compra de café pergamino seco de las inujeres. * Facturas de venta de café orgánico tostado.	* Facturas de compra de cafe pergamino seco de las mujeres. * Facturas de venta de cafe orgánico tostado.	* Facturas de compra de cafê pergamino seco de las mujeres. * Carta aval del Comité de Cafeteros Municipal certificando la existencia y operatividad de las agencias de compra.	* Facturas de venta de cafê orgânico tostado.
Por Definir	Por dofinir	Por Definir	Por Definir	Por Definir	
Ministerio del Trabajo - Unidad Administrativa Especial de Organizzeiones Solidarias (UAEOS)	Por definir	Ministerio do Comercio, Industria y Turismo	Ministerio do Comercio, Industria y Turismo	Ministerio do Comercio, Industria y Turismo	

Resultado 1.3:				en municipios PDET
Resultado 1.3: Manejada de forma constructiva y transformadora la conflictividad social en los territorios a través de intervenciones proactivas que prevengan la inestabilidad y violencia.	1.1.3.4 Porcentaje de mujeres que mejoran su capacidad de toma de decisión sobre el gasto de los ingresos económicos, medido por el Decisión Making Index.	1.1.3.3Número de mujeres que reciben capacitación técnica agrícola en finca.	1.1.3.2 Número de mujeres capacitadas en gestión comercial para la comercialización de café tostado.	1.1.3.1 Número de mujeres asociadas a Caficanca que reciben capacitación en calidad de café
a y transform	EI Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.
nadora la confl	50 mijeres	50 Mujeres	50 mujeres	50 mujeres
lictividad soc	0	0	0	0
social en los territorios violencia	80% de las mujeres toman decisiones sobre el gasto de sus ingresos	50 mujeres	50 mujeres	50 mijeres
a través de intervenciones pr	* Balance de gastos e ingresos personales *Test de entrada y salida sobre Decisión Making Index. <sup>21</sup>	*Memorando de visita de asistencia técnica en UPA.	* Planillas de asistencia a los procesos de capacitación. *Test de entrada y salida para evaluar los conocimientos adquiridos.	* Planillas de asistencia a los procesos de capacitación.
oactivas que preve	Por definir	Por Definir	Por definir	Por definir
ngan la inestabilidad y	Por definir	Por definir	Por definir	Por definir

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> A través de esta medición se identificará si las mujeres productoras agrícolas se quedan con los ingresos económicos propios y cómo los distribuyen en sus actividades productivas, comerciales y familiares. Esta medición permitirá tomar decisiones programáticas rápidas si se encuentran casos en los que las ujeres no deciden sobre sus ingresos.

PMI: Porcente organiză solidarie mujeres fortaleci capacida producti administ	PMI: Programas formación sobro los derechos políticos y formas de participaci política y ciudadana la mujer creados y o implement n			
PMI: Porcentajo do Porcentajo do organizaciones solidarias do nujeres fortalecidas en capacidades productivas y administrativas	implementació n	políticos y formas de participación política y ciudadana de la mujer creados y en	PMI: Programas de fontación sobre los derechos	
G.1.3.4 Porcentaje de mujeres que conforman las organizaciones solidarias fortalecidas en capacidades productivas y administrativas en municipios PDET a través de los proyectos financiados por el MPTF.	Porcentaje de horas de trabajo remunerado y no remunerado identificados en las mujeres productoras de café.	Número de expedientes conformados para dar viabilidad técnica jurídica a la formalización de la propiedad nural.	G.1.3.1 Número de mujeres capacitadas en derechos y participación política a través de proyectos del MPTF.	
El Tanibo, Cauca	El Tambo, Cauca.	EI Tambo, Cauca.	El Tambo, Cauca.	
50 mujores	50 mujeres	50 mujeres	50 mujeres	
0	0	0	0	
Una organización solidarin cuyo cucrpo directivo esté conformado 80% por mujeres.	Se espera reducir en un 10% la carga total de trabajo no remunerado	50 expedientes	50 mujeres reciben formación en género, participación política y cmoderamiento económico <sup>22</sup> y nuevas musculinidades.	
*Carta aval de conformación de comité directivo de la organización solidaria.  * Organigrama de la organización solidaria.	*Test de entrada y salida para evaluar las horas do trabajo remuneradas y no remuneradas.	* Ruta jurídica para la formalización.  * Informe técnico jurídico.	* Planillas de asistencia a los procesos de capacitación. *Test de entrada y salida para evaluar los conocimientos adquiridos. * Historias de vida.	
Por definir	Por definir	Por definir	Por definir	
Ministerio del Trabajo - Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias (UAEOS).	Por definir	Agencin Nacional do Tiorras	Ministerio del Interior.	

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> En estos talleres participarán 50 mujeres productoras agrícolas y los compañeros hombres, que conforman los núcleos familiares de las mujeres. Se estima que participen 50 hombres en talleres de género y masculinidades corresponsables. La participación de hombres y mujeres en estos espacios formativos y el seguimiento que se realice luego de estas formaciones, posibilitará la redistribución de las cargas de trabajo en el ámbito productivo y de participación sociopolítica de las mujeres.

# CUADRO RESUMEN PRESUPUESTO MPTF

CATEGORÍAS	[Mercy Corps / Wegrou]	[nombre de organización participante]	TOTAL
	Α	В	A+B
1. Costos de personal (incluir costos asociados a personal que se requiere para ejecutar el contrato)	108.828		0
2. Suministros, comodidades, materiales (costos requeridos en la ejecución del proyecto, por ejemplo, talleres, moteriales etc. )			0
3. Equipo, vehículo y muebles, incluyendo su depreciación (valor de compras que se convertirán en activos del proyecto y su depreciación.)	3.702		0
4. Servicios contractuales (costos asociados a líneas de adquisiciones tales como contratas de consultorías, contrataciones de empresas etc.)			0
5. Viajes (Todos los costos asociados a viajes que se requieran por el proyecto incluyen transporte por todos los medios, viáticos, etc.)	8.802		0
6. Transferencias y grants a contrapartes (costos asociadas a transferencias a terceros actores involucrados en el proyecto para cumplir tareas específicas y que no son implementadores directas del proyecto, por ejemplo, otras organizaciones de la sociedad civil.)	143.847		0
7. Costos generales de operación y otros costos directos (aquellos costos que no se clasifican en ninguna de las categorías anteriares pero que son indispensables y están directamente relacionadas con la ejecución del proyecto. No hay un porcentaje límite para esta categoría, pero no debe ser un rubro representativo en el proyecto.)	15.195		0
8. Sub-total de costos del proyecto	280.374	0	0
9. Costos indirectos de soporte ** (costos de administración y otros costos indirectos del proyecto como costos bancarios, no pueden superar el 7% del sub-total de costos del proyecto.)	19.626		
10. TOTAL Será la sumatoria de 8+9	300.000	0	0

#### Anexo 2 - Modelo Matriz riesgos

En la siguiente tabla listar los principales riesgos que pueden llegar a afectar la ejecución del proyecto con éxito para cada criterio indicado, clasificando su impacto, probabilidad y evaluando el nivel de riesgo de cada ítem entre bajo, medio y alto e indicando cuál será su respectiva mitigación, incluir temas de acción sin daño.

	Riesgo Asociado al		Clasificación		¿Cómo se puede se puede
<u>Riesgo</u>	resultado #	Impacto	Probabilidad	Grado riesgo	mitigar?
Riesgo 1: El cambio climático está generando variaciones en los periodos de cosecha del café; entre los meses de mayo y junio (primera cosecha), y noviembre y diciembre (segunda cosecha) se presentan lluvias intercaladas con sequías, esto hace que el tamaño del grano de café disminuya, afectando su rendimiento y calidad. Lo que redunda en el pago de menores precios por cada arroba vendida por las productoras de café. Esta situación está socavando la capacidad de resiliencia de comunidades rurales dedicadas a la cadena productiva y de valor del café.	Resultado 1.1: Apoyados los procesos de reactivación económica y productiva de los territorios PDET, incluyendo acciones de sustitución de cultivos ilícitos, a través de				La asistencia técnica agrícola que se brindará en el marco del proyecto, permitirá que las mujeres productoras de café tengan mayor capacidad de resiliencia ante el cambio climático, dado que tendrá como enfoque las Buenas Prácticas Agrícolas. Todos los sellos o certificaciones de calidad exigen el cumplimiento de estas prácticas. Este enfoque tiene una serie de prácticas que ralentizan el impacto negativo del cambio climático; como: el manejo y conservación de suelos, aguas y de flora y fauna nativa.
café pergamino seco cotizado en bolsa, no garantiza la sostenibilidad del proceso productivo del café, que está en manos de pequeños productores (quienes tienen menos de 5h) que representan al 95% de los productores totales de café en Colombia. Las mayores ganancias de la cadena productiva y de valor del café se encuentran en su proceso de tostión, existe una diferencia de casi 8 dólares la libra entre la venta del CPS y el café tostado.	intervenciones integrales que generen mercados transparentes y accesibles, con la participación de la ciudadanía.				El proyecto enfocará sus esfuerzos en que 50 mujeres productoras agrícolas de café, participen en todo el proceso de la cadena productiva y de valor del café. Para ello, se capacitarán a través de asistencia técnica agrícola y calidad, catación y tostión de café. Garantizando un aumento de sus ingresos económicos netos en cerca del 35%, dado que venderán en mercados internacionales café tostado.
Riesgo 3: La violencia de género en las zonas rurales dispersas está relacionada con la violencia económica, que implica la					Para garantizar empoderamiento económico, primero se debe garantizar autonomía económica. Si las

administración de los ingresos producidos por actividades agrícolas asociadas al café, por parte de los hombres sin la participación de las mujeres. Esta carencia de autonomía económico ha generado dependencia de las mujeres productoras de café. Cuestión que redunda en un desarrollo desigual de los derechos económicos y sociales de las mujeres campesinas.	mujeres reciben asistencia técnica agrícola en finca, capacitación en calidad, catación y tostión de café y además, participan en la cadena de exportación de café tostado, aumentarán sus ingresos económicos en un 35%, esto generará autonomía económica, que resultará en la toma de decisiones sobre los ingresos.
Riesgo 4: La edad promedio de los productores agrícolas de café es de 48 años. Esto indica un escaso relevo generacional en la cadena productiva del café, situación que pone en riesgo la sostenibilidad de esta cadena productiva minifundista.	El proyecto priorizará a mujeres productoras agrícolas que se encuentren en edades inferiores a los 45 años o mujeres con edades superiores que cuenten en su cadena productiva y de valor del café con el apoyo de mujeres de su núcleo familiar con edades inferiores a los 45 años.

Por favor usar los colores de la siguiente figura para la clasificación de los riesgos.

Risk analysis: please use the following traffic-light convention



#### Anexo 3 - Excel Modelo Financiero

El archivo Excel enviado en por correo es un documento que puede servir de base para la información solicitada en la sección 4. Información financiera, presupuesto y proyecciones. Si el proponente cuenta con un modelo diferente dónde pueda soportar la información solicitada en esta sección puede hacer uso de este.

#### Ver archivo adjuntado - 4. Caficultora 2.0 Modelo Financiero Final

#### Anexo 4 - Lista de Fuentes y Variables Macroeconómicas

La siguiente es una lista de fuentes recomendadas.

#### Indicadores macroeconómicos

- Producto Interno Bruto (PIB)
- Producto Interno Bruto per cápita (PIB per cápita)
- Índice de Precios al Consumidor (IPC)

- Tasa Representativa del Mercado (TRM)
- Tasa de desempleo
- Tasa de interés

#### Principales fuentes aceptadas para el programa

- The Economist
- DANE
- Bloomberg
- Banco de la República
- Banco Mundial
- Cepal Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Nota: es posible adicionar nuevos indicadores o utilizar fuentes de información adicionales.