

Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2015



Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2015

En este informe se presentan los hechos más relevantes del mercado del café durante 2015, así como las principales acciones y programas desarrollados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC) y como organización representativa de los productores de café en Colombia.

1. Contexto del mercado cafetero nacional e internacional

1.1. Mercado internacional del café

1.1.1. Producción mundial de café

El año cafetero 2014/15 cerró con una producción mundial de 146,7 millones de sacos, cifra muy similar a la registrada en el año cafetero anterior. Si bien el volumen total se mantuvo, Brasil registró por segundo año consecutivo una caída en su producción del 4,1%, causada por los daños ocasionados por el fuerte verano y las menores precipitaciones registradas a comienzos de 2015. Esta situación fue contrarrestada por la recuperación de la cosecha en Centroamérica, que registró incrementos de 5,2% tras superar los problemas ocasionados por la roya en el periodo 2013/14, y la recuperación de la producción en Colombia, cuya cosecha anual alcanzó los 14,2 millones de sacos.

Entre tanto, para el periodo 2015/16 se espera que la producción mundial de café alcance los 156,6 millones de sacos, aunque esta cifra puede variar dependiendo del impacto que el fenómeno de El Niño genere en los cultivos de algunas zonas cafeteras de Brasil, Colombia y Centroamérica, regiones con mayor probabilidad de afectación.

No obstante, fuentes como LMC y Judith Ganes coinciden en estimar una recuperación de la producción para el periodo 2015/16 impulsada en gran medida por Brasil, dada la gran cantidad de floraciones presentadas a mediados de septiembre de 2015.

Cuadro 1. Balance mundial cafetero

Año cafetero 2010/2011 – 2015/2016*

Millones de sacos de 60 kg.

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16*
Producción	135	149	151	147	147	156
Brasil	50	55	55	51	49	56
Vietnam	21	27	24	28	28	29
Otros	64	68	72	68	70	71
Consumo	138	141	144	146	149	151
Productores	40	41	42	43	44	45
Importadores	99	100	102	103	105	107
Balance	-3	8	7	0	-2	5
Inventarios finales	29	26	35	41	39	37
Productores	9	8	16	20	19	15
Importadores	20	17,6	19	21	20	22
% Inv./ Consumo	21%	18%	25%	28%	26%	24%

(*) Estimado

Fuente: J. Ganes Consulting Enero 2016, LMC diciembre 2015.

1.1.2. Consumo mundial

El consumo mundial para el año cafetero 2014/15 se estimó en 148,8 millones de sacos, con un aumento del 2,3% en los países productores como Brasil, Indonesia, Colombia y Vietnam. Mientras que en países no productores el consumo aumentó 1,6% respecto al año 2013/14 con un gran potencial de crecimiento en China, Corea del sur y Arabia Saudí, países que presentan niveles de crecimiento muy superiores al promedio mundial.

Asimismo, se espera que para el año cafetero 2015/16 el consumo mundial alcance los 151,5 millones de sacos, de los cuales los países consumidores demandarán 106,7 millones de sacos y los productores 44,8 millones.

1.1.3. Exportaciones mundiales de café

De acuerdo con la Organización Internacional de Café – OIC las exportaciones mundiales del año cafetero 2014/15 ascendieron a 114 millones de sacos de 60 Kg, cifra inferior en 3% al nivel registrado en el año anterior.

Por tipo de café, el 12% de las exportaciones correspondió a cafés suaves colombianos, 20% a otros suaves, 30% a naturales brasileros y el 38% a robustas. Si bien el total del volumen exportado se redujo 3%, los suaves colombianos crecieron 12% mientras que los robustas registraron una disminución del 5% que se dio principalmente por las menores exportaciones desde Vietnam (-19%).

Por su parte, el fortalecimiento del dólar a nivel mundial tuvo efecto especialmente sobre el peso colombiano (COP) y el real brasilerero (BRL) lo que incentivó las exportaciones de café originarias de estos países. Sin embargo, los bajos precios observados durante este periodo para el café robusta, generaron una gran acumulación de inventarios en países como Vietnam ya que los precios ofrecidos a nivel internacional no cubrían los costos de producción, lo cual desincentivó las exportaciones del grano desde este país provocando una caída en la cifra agregada de exportaciones de este tipo de café.

Cuadro 2. Exportaciones mundiales de café verde

Año cafetero 2013/2014 – 2014/2015

Millones de sacos de 60 kg.

Tipo de café	2013/14	2014/15	Participación 2014/2015	Variación % 2014/15 - 2013/14
Arábicas	69,7	68,4	62%	-2%
Suaves colombianos	12,0	13,4	12%	12%
Colombia	10,8	12,3	11%	13%
Otros suaves	22,8	21,8	20%	-4%
6 países ⁽¹⁾	13,3	14,0	13%	5%
Brasil y otras arábicas	34,9	33,2	30%	-5%
Brasil naturales y arábicas	29,5	28,2	26%	-4%
Robustas	44,5	42,3	38%	-5%
Vietnam	24,8	20,0	18%	-19%
Brasil robustas	2,5	4,6	4%	82%
Total	114,2	110,7	100%	-3%
Brasil total	32,0	32,9		

(1) Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua

Fuente: OIC

1.1.4. Balance cafetero mundial

Como resultado del ejercicio comercial, el balance cafetero fue deficitario en 2,1 millones de sacos para el año cafetero 2014/15 mientras que los niveles de inventarios se ubicaron en 39 millones de sacos, lo que equivale a una reducción del 5% respecto al año anterior.

1.1.5. Precio internacional del café

En 2015 el precio del café en la Bolsa de Nueva York registró una caída del 25%, tocando niveles máximos a principio de año cercanos a los 180 ¢US/lb, para luego caer gradualmente a niveles de 113 ¢US/lb en septiembre y terminar el año en 120 ¢US/lb.

Esta caída vertiginosa en los precios es consecuencia de un cambio en las expectativas de cosecha en Brasil que paso de una baja producción, debido a las bajas precipitaciones registradas en diciembre/14 y al pronóstico de menores lluvias a las esperadas para enero/15, a un mayor volumen de producción por mejores

condiciones climáticas en las zonas de Paraná y el oeste de San Pablo, Cerrado y el sur de Minas Gerais, además de las perspectivas por una mayor producción en Colombia y Centroamérica.

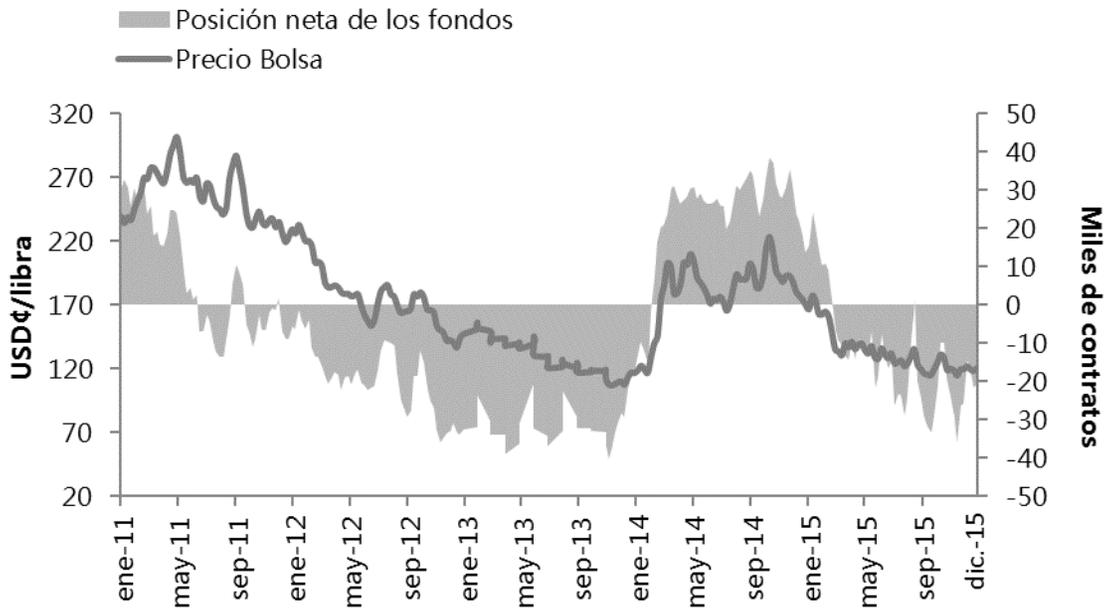
Asimismo, hechos como la desaceleración de la economía brasilera, sus problemas políticos, altos niveles de inflación junto con la reciente rebaja en la calificación crediticia, arrastraron la moneda brasilera a niveles de devaluación histórica del 47%, lo que incentivó la salida del grano desde el principal país productor mundial dado los buenos niveles de precio expresados en términos de Reales.

Este mismo fenómeno se observó en Colombia, en donde la tasa de cambio subió hasta máximos históricos llegando a negociarse a 3.260 COP/USD devaluándose en cerca de 32%, debido en gran medida a los bajos precios del petróleo, teniendo en cuenta que las exportaciones de crudo son la principal fuente de ingresos en dólares para Colombia. La fuerte devaluación del peso Colombiano incentivó tanto a los productores como a los exportadores a negociar mayores volúmenes de café. En este orden de ideas, las fuertes devaluaciones en las monedas de dos de los principales países productores de café, generó un incremento en la oferta del grano a nivel mundial, lo que presionó el precio del contrato "C" a niveles cada vez más bajos.

Los cambios en las posiciones de los grandes especuladores fue otro factor decisivo en el precio, ya que estos agentes cambiaron su posición neta larga a una posición neta corta, presionando el precio a la baja.

Figura 1. Precio de la bolsa y posición neta de fondos futuros

Enero 2011 – diciembre 2015



Fuente: OIC

En cuanto a los diferentes tipos de café, los precios publicados por la OIC para las variedades arábicas mostraron un comportamiento a la baja, a pesar de la escasez de cafés provenientes de Centroamérica, que fue compensada por la mayor oferta de cafés colombianos dado el incremento en la producción de Colombia. Sin embargo, el precio de referencia de los “otros suaves” aumentó más que el de los suaves colombianos, y naturales brasileños. Asimismo, el precio del café robusta mostró una caída del 20%, debido a un nivel alto de producción en Vietnam y la mayor oferta de estos cafés por parte de Brasil.

1.1.6. Balance cafetero colombiano

1.1.7. Producción

En 2015, la producción de café en Colombia alcanzó los 14,2 millones de sacos, la más alta registrada desde hace 23 años, cuando en 1992 la cosecha se ubicó en 16 millones de sacos. Asimismo, sobrepasó en un 16,7% la producción de 2014 en la que se contabilizaron 12,1 millones de sacos.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2015

Los altos niveles de producción son el resultado del esfuerzo de los caficultores en mantener un parque cafetero más tecnificado, joven y resistente, con una productividad promedio de 17,7 sacos por hectárea, la más alta desde que se tiene registro.

Sin embargo, las expectativas de producción para 2016 dependen del efecto final que tenga el fenómeno El Niño en departamentos con floraciones o cosecha principal durante el primer semestre. Una evaluación realizada por Cenicafé y el Servicio de Extensión a finales de 2015, encontró que cerca de 400 mil hectáreas presentaban un mayor porcentaje de granos con baja densidad y de este total, cerca de 157 mil hectáreas habían tenido gran afectación por cuenta de las altas temperaturas y las menores lluvias.

Con la mayor producción se observó una disminución en las importaciones de café que en 2015 se ubicaron en 218 mil sacos, lo que representa una caída del 24% respecto a 2014.

Por su parte, en 2015, el valor de la cosecha cafetera llegó a los \$6,2 billones, 20% más que lo registrado en 2014 (\$5,2 billones), incremento que se vio reflejado en un aumento del ingreso cafetero, debido al mayor volumen producido y a una recuperación del precio interno como resultado de la devaluación del peso (32%).

Cuadro 3. Balance Cafetero – Colombia

2010-2015

Millones de sacos de 60 kg.

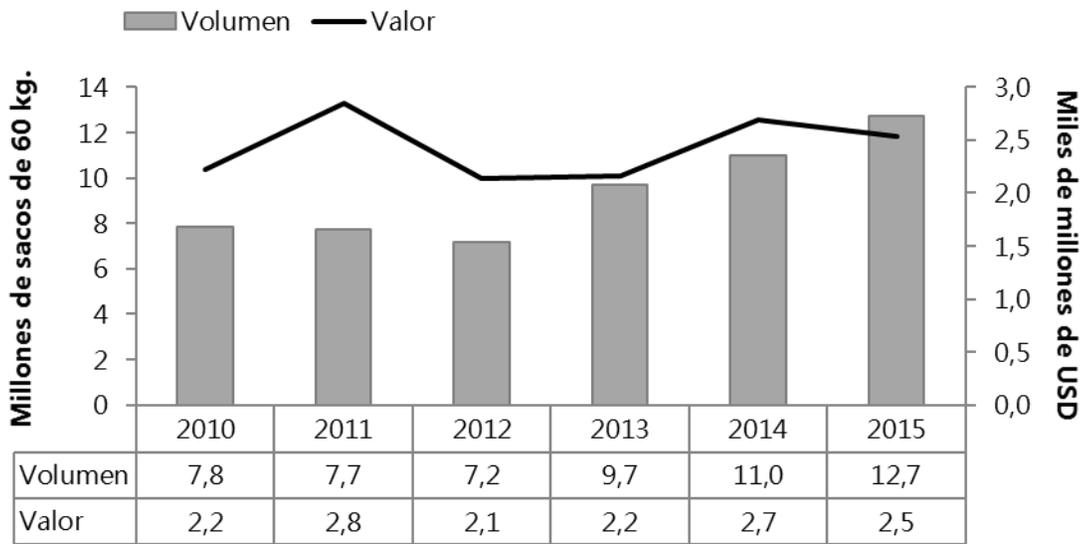
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1. Producción e Importaciones	9,5	8,8	8,9	11,5	12,5	14,4
Producción	8,9	7,8	7,7	10,9	12,1	14,2
Importaciones ⁽¹⁾	0,6	1,0	1,1	0,6	0,4	0,2
2. Expo y Consumo Int.	9,1	9,1	8,6	11,1	12,5	14,2
Exportaciones	7,8	7,7	7,2	9,7	11,0	12,7
Consumo interno	1,3	1,3	1,5	1,4	1,5	1,5
3. Balance	0,5	-0,2	0,2	0,4	0,0	0,2
4. Inventario Total	1,0	0,7	0,8	1,2	1,2	1,4

Fuente: Fuente: FNC y (1) DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

1.1.8. Exportaciones

Con el aumento de la producción, las ventas externas de café colombiano bordearon los 12,7 millones de sacos, un 16% más en comparación con los 10,9 millones exportados el año anterior. En línea con el mayor volumen exportado y con la devaluación del peso, el valor de las exportaciones también se incrementó en 3,8% alcanzando los 2.787 millones de dólares, a pesar de la tendencia descendente del precio internacional.

Figura 2. Volumen y valor de las exportaciones de Café de Colombia
2010-2015



Fuente: FNC

Entre los principales destinos de exportación se destacan los Estados Unidos con el 41,7%, seguido de Europa con 32,4% y Japón con el 10,5% de las exportaciones de totales de café, este último considerado como el principal cliente para los cafés especiales.

Cuadro 4. Exportaciones colombianas según destino

2010-2015

Millones de sacos de 60 kg.

País / Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 2014/2015
Europa	2,1	2,3	2,3	2,9	3,5	3,9	12%
Alemania	0,3	0,4	0,5	0,7	1,0	1,1	14%
Bélgica / Luxemburgo	0,6	0,6	0,5	0,7	0,8	0,9	10%
Italia	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	24%
Reino Unido	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	-1%
Suecia	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	-2%
Países Bajos	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	34%
España	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	15%
Finlandia	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	28%
Francia	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	-19%
Otros Europa	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	23%
Norteamérica	3,6	3,8	3,4	4,8	5,3	6,1	14%
Estados Unidos	3,1	3,3	2,9	4,2	4,6	5,3	15%
Canadá	0,6	0,5	0,5	0,6	0,7	0,8	8%
Asia	1,7	1,2	1,0	1,3	1,4	1,7	19%
Japón	1,4	0,9	0,8	1,1	1,1	1,3	25%
Corea del sur	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	-1%
Otros	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	1,0	42%
Total	7,8	7,7	7,2	9,7	11,0	12,7	16%

Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC

1.1.9. Consumo

En Colombia el consumo interno llegó a 1,7 millones de sacos en 2015, con un incremento cercano al 4% comparado con el año anterior. Este incremento está explicado por un aumento de consumidores jóvenes y una mayor frecuencia de consumo diario tanto dentro como fuera del hogar.

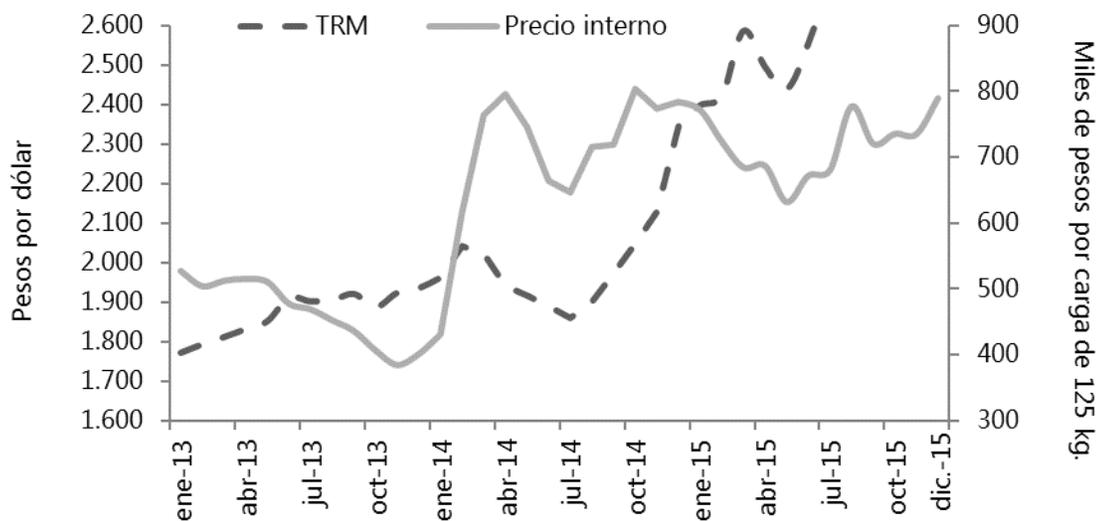
1.1.10. Precio interno del café

La evolución del precio interno y por ende el desempeño de la actividad cafetera colombiana, están explicados en mayor o menor medida por el comportamiento de tres variables: la tasa de cambio, el precio internacional del café en la bolsa de Nueva York y el diferencial del café colombiano UGQ reconocido en los mercados internacionales.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2015

Ante un panorama de precios bajistas del contrato "C" unido a una fuerte devaluación del peso colombiano con respecto al dólar en 2015, el precio interno del café presentó altos niveles de volatilidad oscilando entre \$606 mil y \$835 mil por carga de cps. Así, durante el primer semestre del año se observó una tendencia a la baja en el precio interno, soportada en gran medida por una fuerte caída en el contrato "C" de 170 ¢US/lb a 132 ¢US/lb contrarrestada por una tasa de cambio que llegó a niveles históricos superiores a los 3.200 COP/USD, lo que impulsó el repunte del precio interno durante el segundo semestre del año, llegando a cotizarse por encima de los \$800 mil por carga. Con esto, el precio interno del café registro una variación del 7,4% en 2015 respecto a 2014 con un alto nivel de volatilidad a lo largo del año.

Figura 3. Precio interno en Colombia Vs Tasa de cambio
enero de 2013 – diciembre de 2015



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia y FNC.

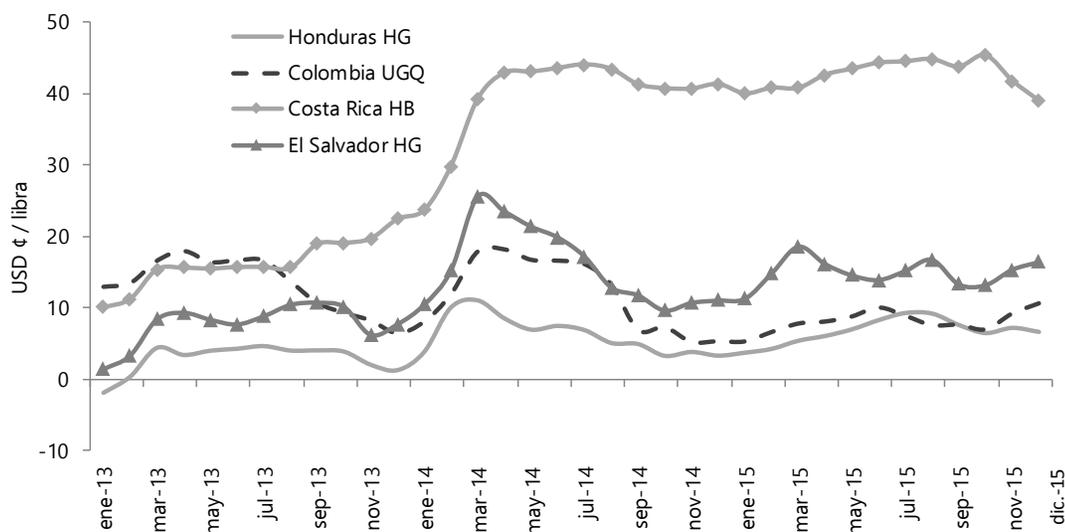
Por otra parte, el diferencial del café colombiano UGQ tuvo una menor incidencia en la volatilidad del precio interno del café, debido a que presentó un comportamiento estable, oscilando dentro del rango de los 4,5 y 11 ¢US/lb.

En cuanto a los diferenciales de otros orígenes de café suave, correspondientes a países centroamericanos como Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y El Salvador,

excepto Honduras, se observaron mayores niveles de diferencial frente al colombiano, dada la lenta recuperación de la cosecha ocasionada por la roya que afectó esta región en 2014/15 y a la mayor oferta relativa del suave colombiano.

Figura 4. Diferenciales Colombia UGQ vs. Otros orígenes

Enero de 2013 – diciembre de 2015



Fuente: Complete Coffee Limited.

1.2. Sostenibilidad económica y rentabilidad del cultivo

La sostenibilidad a largo plazo de cualquier actividad económica depende de la capacidad para maximizar los ingresos y reducir los costos de producción. Para el negocio cafetero en particular, el ingreso que recibe el productor por su cosecha está atado al precio internacional y a la tasa de cambio. De igual manera, el costo de los agroinsumos (como los fertilizantes), en su mayor parte importados, está atado al mercado externo y la tasa de cambio. Por esta razón gestionar los componentes de la rentabilidad del caficultor es el propósito central de la estrategia de la Federación, al cual se han enfocado los principales esfuerzos de la institucionalidad. Se trata de generar bienestar para las familias y comunidades cafeteras a través del logro de la sostenibilidad económica de la actividad.

Por el lado de los ingresos, pese a que en 2015 el precio interno registró una relativa estabilidad al promediar \$717 mil por carga, 2% más que en 2014, los determinantes de este precio han registrado comportamientos disímiles. De un

lado, tanto el contrato "C" como el diferencial UGQ para el café de Colombia registraron caídas de 25% y 32% respectivamente al pasar de 177 ¢US/lb en 2014 a 133 ¢US/lb en 2015 para el precio y de 12 ¢US/lb a 8,1 ¢US/lb para la prima en el mismo periodo, resultado de la mayor oferta del suave colombiano. De otro lado, la tasa de cambio acumuló hasta diciembre una devaluación de 32% generando un efecto positivo sobre el precio interno y compensando la caída del precio externo y del diferencial.

En cuanto a los costos de producción, el principal componente es la mano de obra que puede llegar a pesar cerca del 65% de los costos totales. Aunque existen diferencias regionales basadas en la disponibilidad de mano de obra, el costo promedio se mueve conforme lo hace el salario mínimo legal que en 2015 se incrementó en 4,6%, mientras que el costo interno de los fertilizantes aumentó 16% (en línea con la devaluación del peso). A pesar de este incremento, el costo medio de producción se mantuvo estable alrededor de \$600 mil por carga gracias al aumento de la productividad media que pasó de 15,3 a 17,7 sacos/ha (16%).

Pese al incremento en la productividad y la relativa estabilidad del precio, el margen de rentabilidad del productor sigue siendo estrecho y la volatilidad de las variables que determinan tanto el ingreso como los costos, hace necesario continuar en el diseño de estrategias orientadas a:

- i) Mejorar el ingreso: fortaleciendo continuamente la capacidad productiva del parque cafetero, mejorando los mecanismos de liquidación del precio interno al caficultor y agregando valor y diferenciación al café de Colombia.
- ii) Reducir los costos: por la vía de la mecanización de la mano de obra donde esto sea factible y optimización de la fertilización con análisis de suelos (como se ha venido haciendo a través de la planta de mezclas físicas del Quindío, y los programas apoyados por el MADR para la entrega de fertilizantes en el Huila y para productores afectados por el verano).
- iii) Gestionar el riesgo: cubriendo la volatilidad del precio mediante alternativas novedosas para la estabilización que ayuden a mitigar los riesgos asociados tanto a la tasa de cambio como al precio externo.

1.3. Mejorar el ingreso del productor

1.3.1. Productividad

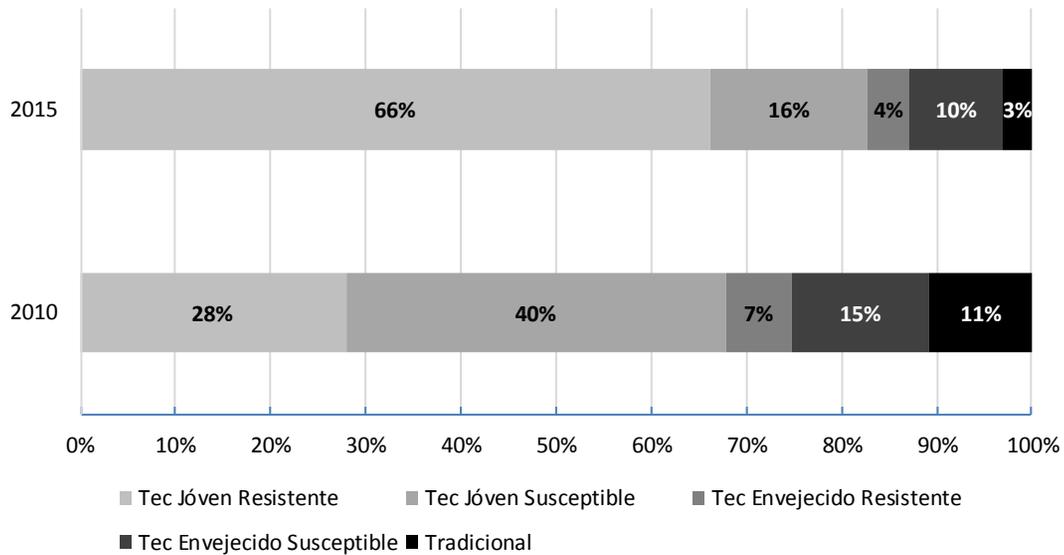
1.3.1.1. Estructura productiva

En 2015 la producción de café en Colombia ascendió a 14,2 millones de sacos de café verde, 17% más que en 2014, un dato no visto en el país desde hace más de 20 años y que responde a una productividad media de 17,7 sacos/ha. Este importante logro refleja el estado actual de la estructura del parque cafetero más tecnificado, joven y resistente y en consecuencia más productivo.

Con esta productividad, Colombia se sitúa por encima del promedio de otros productores de cafés suaves pero continúa por debajo de los niveles registrados en Brasil (23,9 sacos/ha para producción de arábica y robusta) y Vietnam (44,7 sacos/ha), lo que indica que la caficultura colombiana aún tiene mucho espacio de mejoramiento en este campo.

De esta forma, el parque cafetero llegó a 941 mil hectáreas conformadas por 4.835 millones de árboles plantados, alcanzando una densidad de siembra de 5.484 árboles por hectárea y una edad promedio de 7,1 años. Actualmente el 97% de las plantaciones son tecnificadas, el 83% son jóvenes, el 85% se encuentra en edad productiva (más de 2 años) y el 71% se encuentra sembrado en variedades resistentes a la roya. En los próximos años el incremento en la productividad dependerá de que se mantengan y optimicen las prácticas de renovación que han demostrado importantes resultados para la recuperación de la producción.

Figura 5. Estructura productiva del parque cafetero 2010-2015

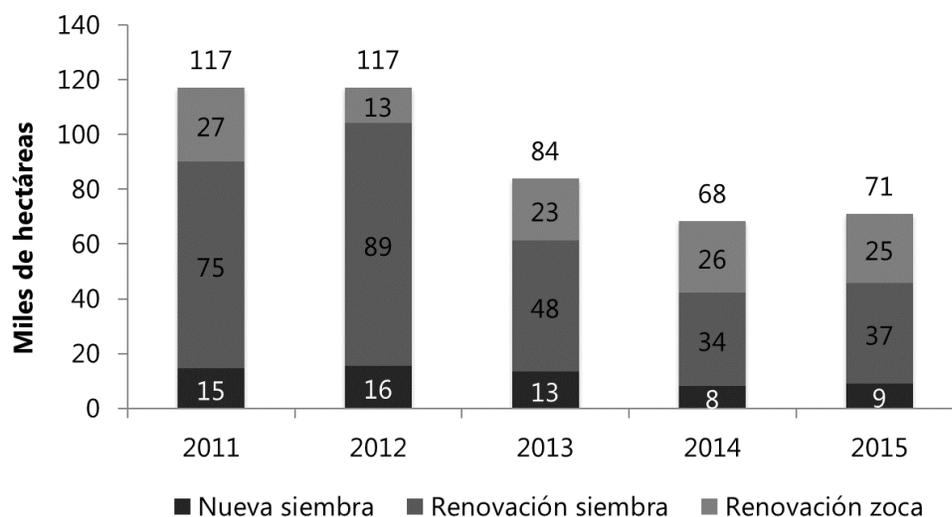


Fuente: FNC

1.3.1.2. Renovación de cafetales

En 2015 se renovaron 71 mil hectáreas con más de 377 millones de árboles, de las cuales el 88% corresponden a variedades resistentes a la roya. Así las cosas, del total de las renovaciones, el 64% (46 mil ha) se hicieron por siembra, mientras que el 35% (25 mil ha) fueron por zoca.

Figura 6. Área renovada por labor de aplicación
2010-2015



Fuente: FNC

Así mismo de las 71 mil hectáreas renovadas en 2015, por tipo de caficultura se renovaron 9 mil hectáreas (13%) por nuevas siembras, 42 mil hectáreas (60%) provenientes de cultivos tecnificados jóvenes y 19 mil hectáreas (27%) de cafetales envejecidos o tradicionales. En total se han renovado más de 540 mil hectáreas desde 2010, esto es el 57% del área total cultivada, lo que ha permitido incrementar en 456 millones (10%) el número de árboles del parque cafetero.

1.3.1.3. Crédito y financiamiento

1.3.1.3.1. Líneas de crédito para café

Una parte importante de la labor del Servicio de Extensión, es asesorar al cafetero en la consecución de recursos de financiamiento para sostenerse y ser competitivo. Para ello FINAGRO ofrece recursos de crédito a través de los intermediarios financieros en condiciones favorables para las siguientes líneas:

- Inversión: financia costos de establecimiento y sostenimiento durante la etapa improductiva del cultivo, tales como: preparación del suelo, adquisición de semillas o material vegetal, siembra, fertilización, control de arvenses, infraestructura.

- Capital de trabajo: financia costos de sostenimiento del café en producción, tales como: fertilización, control fitosanitario y de arvenses, recolección.
- Normalización: permite establecer arreglos para sanear la cartera de aquellos créditos que han tenido afectaciones en el cumplimiento de los pagos.

En 2015, se otorgaron 48 mil créditos en condiciones FINAGRO para financiar proyectos por \$303 mil millones (34% más que en 2014), de los cuales el 68% corresponden a colocaciones para inversión en siembra y renovación de cafetales, el 15% para sostenimiento de café tecnificado y 17% para infraestructura. Adicionalmente se aprobaron recursos por \$247 mil millones para la normalización de 12 mil créditos.

En cuanto a las garantías, todas las líneas de crédito de FINAGRO cuentan con el FAG, mientras que FOGACAFE se utiliza para facilitar el acceso de los productores a las siguientes líneas de crédito:

1.3.1.3.2. Permanencia, sostenibilidad y futuro

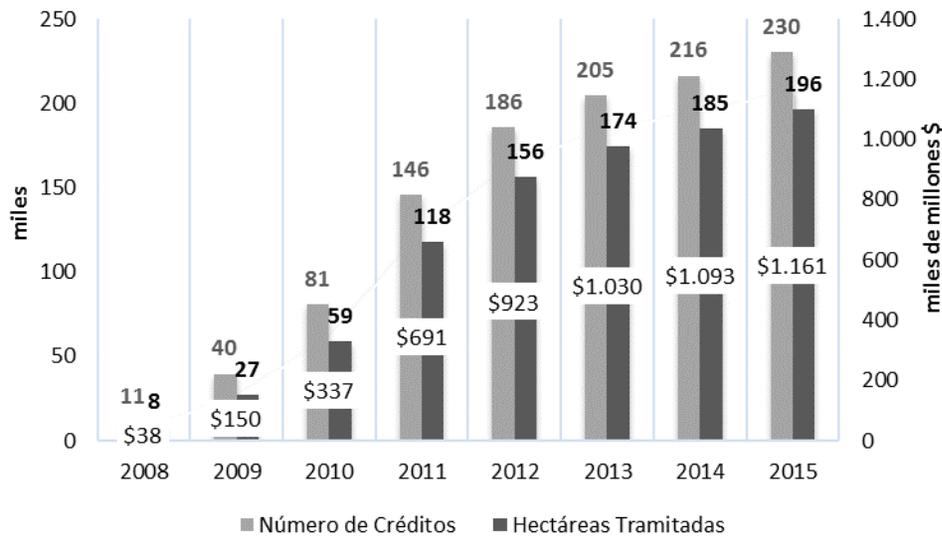
El programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), mantiene su propósito de apoyar la renovación por siembra tecnificada con variedades resistentes de cafetales de pequeños productores mediante el acceso a crédito. Las condiciones del programa son:

- El valor del crédito es hasta de \$6 millones por hectárea renovada.
- Se debe renovar entre 0,2 hectáreas (1.000 árboles) y 5 hectáreas (30.000 árboles)
- Cuenta con un beneficio del 30% de ICR sobre el capital para pequeños productores, según criterio FINAGRO.
- El crédito tiene una garantía del 80% a través del FAG.
- El plazo es de 7 años con los 2 primeros como periodo de gracia.

En 2015, se tramitaron 13.779 créditos por \$67 mil millones para la renovación de 12 mil hectáreas. Con esto durante la vigencia del programa se han gestionado en total 230 mil créditos por cerca de \$1,16 billones para la renovación de más de 196

mil hectáreas de pequeños productores que se han beneficiado con recursos de ICR por \$387 mil millones.

Figura 7. Ejecución programa PSF (acumulado)
2008-2015



Fuente: FNC

Del total de solicitudes tramitadas en 2015, el Banco Agrario aprobó y desembolsó a las cédulas o tarjetas cafeteras inteligentes el 72% mientras que fueron negadas, anuladas o desistidas el 28%.

1.3.1.3.3. Incentivo a la capitalización rural (ICR)

El ICR es un beneficio económico que otorga FINAGRO a productores que toman crédito para la realización de inversiones nuevas dirigidas a la modernización, competitividad y sostenibilidad de la producción agropecuaria. Para acceder a este incentivo es necesario registrar el crédito en las fechas indicadas y tomarlo con intermediarios financieros que utilicen recursos redescontados en FINAGRO.

En 2015, FINAGRO otorgó incentivos por \$30 mil millones para renovación de café, de los cuales \$22 mil (74%) fueron gestionados por la Federación. Así mismo para infraestructura, adecuación de tierras, maquinaria y nuevas plantaciones en el sector de café, FINAGRO aprobó 16.165 solicitudes con un ICR pagado de \$35.847 millones.

1.3.1.3.4. Programas de alivio deuda cafetera

- Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN)

En junio 30 de 2015 venció la Ley 1731/14 que otorgaba beneficios a los deudores del PRAN cafetero, PRAN alivio a la deuda cafetera y PRAN agropecuario, por lo que los cafeteros que no hicieron sus pagos antes de esa fecha deben pagar el capital total, al igual que los intereses, seguros, honorarios y costos jurídicos de sus obligaciones.

Se trata de 12.496 obligaciones que pertenecen a 11.102 caficultores por \$14.728 millones. La Federación estableció un convenio de confidencialidad con FINAGRO para acceder a la información de estos deudores y acordar fórmulas de pago que los beneficien.

- Normalización de cafetera FIDUCAFE

Son obligaciones de cafeteros que no pudieron acogerse al PRAN y cuyos beneficios se habían extendido hasta el 31 de diciembre de 2014, fecha a partir de la cual deben pagar el 100% del capital, al igual que los intereses y honorarios jurídicos. Se trata de 10.589 obligaciones pertenecientes a 7.495 cafeteros por \$51.695 millones.

- Fondo de Solidaridad Agropecuaria (FONSA)

Este Fondo fue creado por la Ley 302 de 1996 para apoyar los pequeños productores agropecuarios con el alivio total o parcial de sus deudas, cuando se presentan problemas con las mismas por afectaciones climáticas, fitosanitarias, plagas o de orden público. La Ley 1694 de 2013 incluyó además situaciones de crisis ocasionadas por caídas severas y sostenidas de los ingresos.

Cuadro 5. Características del FONSA

	Decreto 302 de 1996	Ley 1694 de 2013
Beneficiarios	Aquellos productores cuyos activos totales no superen los 250 SMLMV incluyendo los de su cónyuge o compañero permanente, sin límite de cuantía por beneficiario, las (2/3) partes de sus ingresos provengan de la actividad agropecuaria y 75% de los activos invertidos en el sector.	Aquellos productores cuyos activos totales no superen los 700 SMLMV incluyendo los de su cónyuge o compañero permanente, sin límite de cuantía por beneficiario, las (2/3) partes de sus ingresos provengan de la actividad agropecuaria y 75% de los activos invertidos en el sector.
Cartera	La cartera que se encontraba vencida al 28 de febrero de 2014, redescontada, registrada (sustitutiva) o agropecuaria, que se haya vencido entre el 1 de enero de 2011 y el 28 de febrero de 2014, así como la que habiendo sido normalizada con posterioridad al 1 de enero de 2011 se encontrare normalizada el 28 de febrero de 2014.	
Monto	No tiene monto maximo	Capital + Costos Adicionales
		Capital: \$20.000.000
		Costos adicionales: Intereses + Primas de Seguros + Costos Juridicos. Hasta el 25 % del Capital
Cobertura	Capital + Intereses + Primas de Seguros + Costos Juridicos	
Plazo	10 años con 4 años de periodo muerto	
Tasa de Interes	NO TIENEN INTERESES	
Beneficios	Los productores pueden pedir creditos nuevamente	

Fuente: FNC

Condiciones de pago:

- Plazo: a 10 años con 4 años de periodo muerto, en el cual no se abona a capital ni se causan intereses.
- Amortización: los pagos a capital se harán en 6 cuotas anuales iguales.
- Interés: durante los 10 años no se pagan intereses.
- Los beneficiarios quedan calificados para recibir créditos nuevamente con cualquier entidad financiera.

Los beneficiarios potenciales del FONSA son 23.415 caficultores cuyos créditos fueron comprados por FINAGRO con un saldo de cartera de \$79.759 millones. Esto incluye créditos de renovación otorgados por el Banco Agrario y el Banco de Bogotá.

1.4. Servicio de Extensión

1.4.1. Labores educativas

En 2015 el Servicio de Extensión a través de las diferentes metodologías educativas brindó apoyo y asesoría a los cafeteros en todos los temas técnicos relacionados

con el manejo del cultivo, el financiamiento, los aspectos ambientales y comunitarios.

De esta forma, utilizando las metodologías individuales se realizaron 572 mil actividades de capacitación de las cuales 303 mil fueron visitas directas a finca y 269 mil visitas recibidas en oficina a través de las cuales se tuvo contacto directo con el productor para resolver sus necesidades particulares.

Por medio de las metodologías grupales se realizaron un total de 49 mil actividades de capacitación en las que participaron 855 mil personas en todo el país, con un promedio de 17 asistentes por evento logrando así una mayor cobertura y eficiencia de los recursos de extensión. El método de extensión más utilizado por los cafeteros es el individual (40%) seguido de la reunión (35%) y los cursos cortos (12%).

En total se realizaron 1.427.424 contactos con los cafeteros en los diversos métodos de extensión individual y grupal durante 2015, muchos de los productores participaron en más de una ocasión en los eventos realizados.

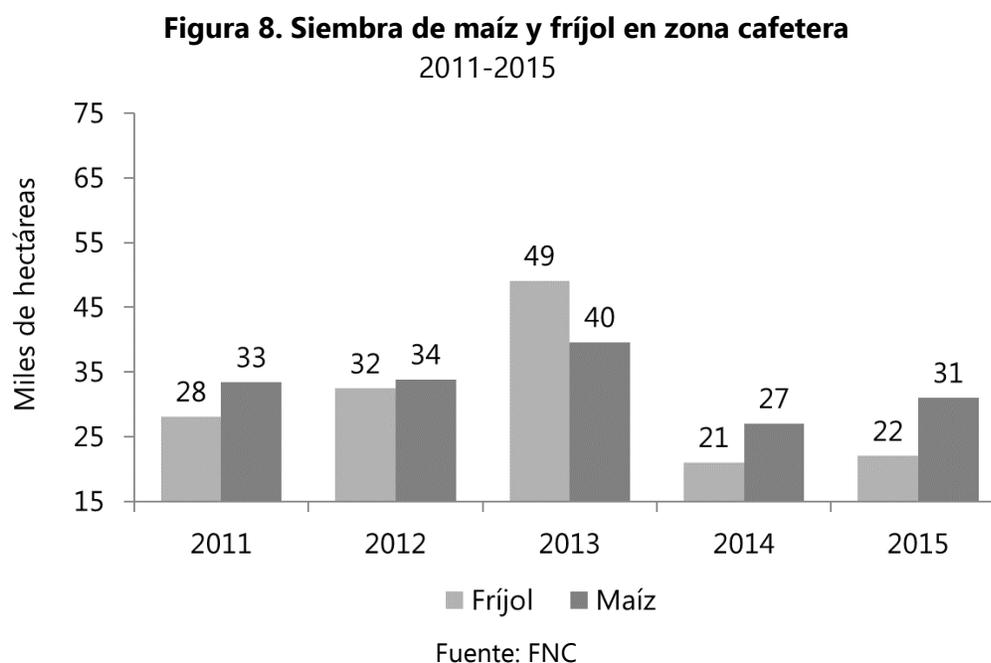
1.4.2. Diversificación del ingreso

En 2015 el Servicio de Extensión continuó promoviendo la siembra de cultivos de pan coger como maíz, frijol y algunas hortalizas que son productos potenciales en algunas regiones cafeteras debido a la condición ecológica de los suelos. Además debido a que el ciclo productivo de estos cultivos es corto se pueden generar más de una cosecha al año, lo que los hace ideales para generar ingresos y aportar materia orgánica al cultivo de café durante la época de renovación por siembra o zoca.

En el caso del maíz se promueve el uso de materiales mejorados producidos por el CIMMYT (Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo) y el CIAT (Centro Internacional de Agricultura Tropical) que son específicos para la zona cafetera colombiana.

En 2015 con el apoyo de FENALCE se distribuyeron entre todos los Comités Departamentales 10 toneladas de semilla de maíz amarillo FNC318 y 10 toneladas de maíz blanco FNC3056, la cual fue entregada de manera gratuita a los cafeteros

por parte del Servicio de Extensión y contribuyeron a un total de siembras de 31 mil hectáreas de maíz y 22 mil de frijol en zona cafetera.



1.5. Garantía de compra

1.5.1. Transferencia de precio al caficultor

En cumplimiento de la defensa del ingreso del productor, la Federación logró transferir a los productores el 92,6% del precio internacional en 2015. Así mismo, en relación con lo recibido por otros países productores de cafés suaves, la Federación logró transferir un 16% más del precio internacional del grano. Este valor, resulta de comparar el porcentaje de precio transferido al caficultor colombiano versus el porcentaje transferido a los productores de cafés suaves de otros países.

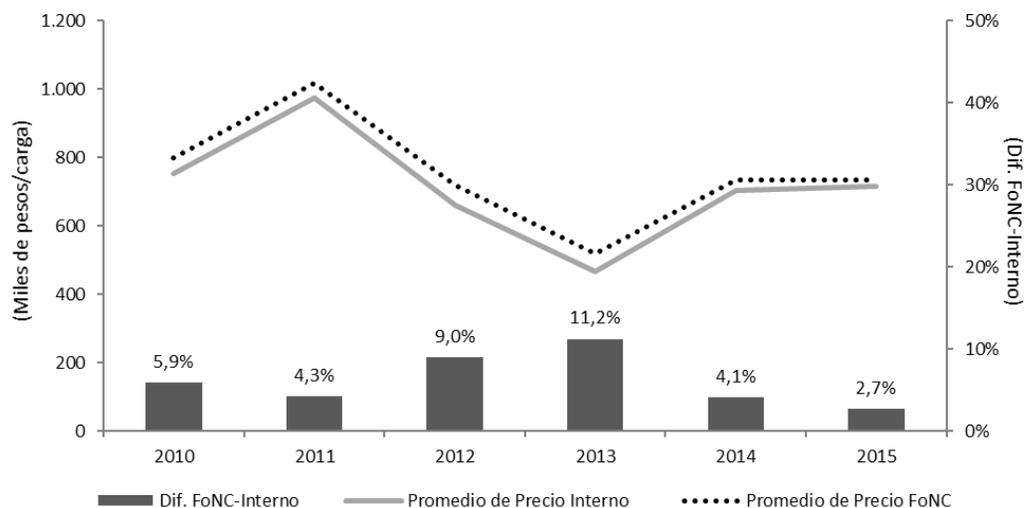
En 2015 la Federación adquirió 2,9 millones de sacos de café verde, esto es el 21% de la cosecha nacional, volumen por el cual pagó más de \$1,3 billones dentro del ejercicio de la garantía de compra. Este valor incluye sobrepuestos de cafés especiales y las bonificaciones de calidad por aquellos cafés que superan el 75% de

almendra sana. Esta situación permitió que durante este año, el precio pagado por el FoNC fuera superior en 2,7% al precio de referencia publicado.

Es importante destacar que con el fin de reconocer con un mejor precio la calidad del café, entre marzo y noviembre de 2015 el precio de referencia publicado por la Federación, se ajustó a un porcentaje de almendra sana del 76%, debido a que el café entregado en Almacafé a nivel nacional durante 2013 y 2014 presentó en promedio estas características. A partir de noviembre, el método de liquidación se modificó por el de factor de rendimiento.

Asimismo, gracias al esfuerzo y compromiso tanto de la Federación como de los caficultores que hacen parte de los grupos de cafés especiales, en 2015 se pagaron sobrepagos por USD 9,3 millones (sobrepagos promedio por carga de \$26.193) a los productores que comercializaron sus cafés especiales bajo el esquema de comercialización de la Federación. De este modo, entre 2002 y 2015, se han pagado un total de USD 154 millones por concepto de sobrepagos.

Figura 9. Precio base de compra vs Precio pagado por el FoNC
2010 - 2015



Fuente: FNC

1.5.2. Cooperativas de caficultores

En 2015 operaron 488 puntos de compra de 33 Cooperativas de Caficultores en todo el país, a través de los cuales se negoció un total de 5,36 millones de sacos de

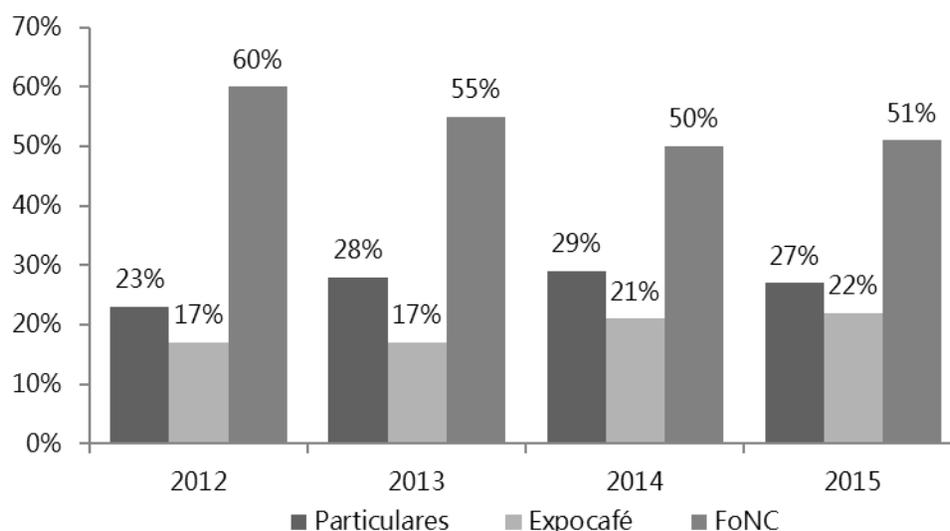
Comportamiento de la Industria Cafetera 2015

60 kg de c.p.s., cantidad que representa una participación del 38% en la compra de la cosecha nacional. Para acopiar el café, las Cooperativas utilizaron recursos del FoNC en un 36%.

Del total de café vendido por las Cooperativas en 2015, el 51% (2,65 millones de sacos) fue negociado con Almacafé, con destino al FoNC. De igual manera el 22% (1,16 millones de sacos) fue destinado a la exportación a través de Expocafé, mientras que el 27% restante (1,38 millones de sacos) se vendió a particulares.

Durante 2015, las 33 Cooperativas de Caficultores arrojaron excedentes netos por valor de \$23.676 millones. Estos resultados han permitido aumentar su patrimonio a \$452 mil millones, alcanzando un capital de trabajo de \$173 mil millones.

Figura 10. Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha nacional 2012 - 2015



Fuente: FNC

Por su parte, el 99% de las compras de la Federación se hicieron a través de las Cooperativas pagando cerca de \$1,3 billones por la compra de la cosecha cafetera, valor que incluye las primas de calidad por almendra sana y cafés especiales. Adicional a esto, la Federación pagó en 2015 un total de \$4.348 millones a las Cooperativas por concepto de incentivos a la comercialización y al cumplimiento de la garantía de compra.

Además de lo anterior, en 2015 el FoNC por intermedio de Almacafé, compró un total de 13,1 millones de kilos de coproductos, entre pasillas y consumos, con destino a Buencafé.

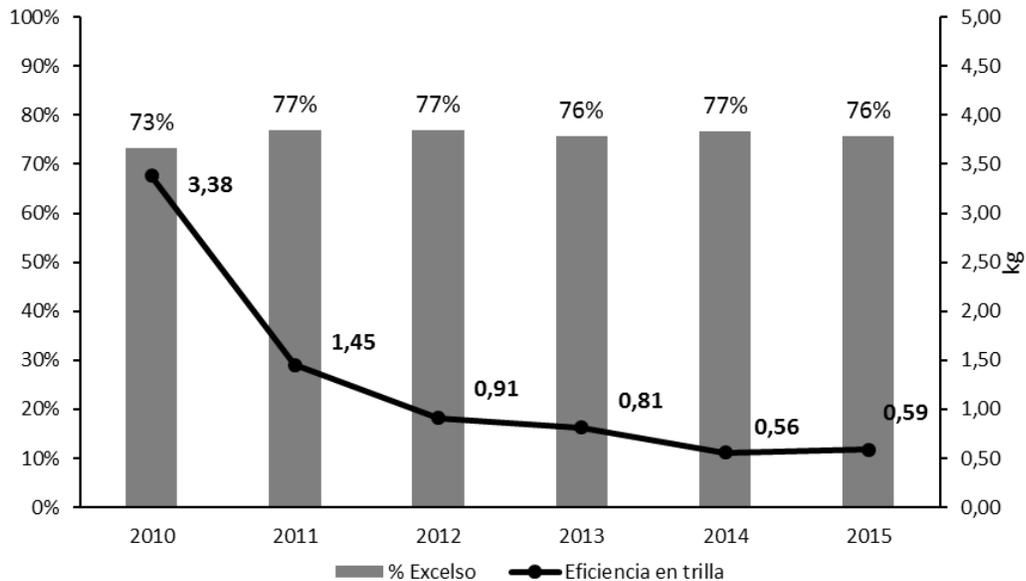
1.5.3. Almacafé

En cumplimiento de su función de operador logístico del FoNC, Almacafé registró en 2015 un incremento del 21% en las entradas de café al pasar de 2,5 a 3,0 millones de sacos de 60 kilos de verde representados en café estándar, especial (sostenibles, origen y preparación) y coproductos.

- **Programa de gestión de trillas:** este indicador empleado para medir sus resultados, es la diferencia entre el factor de rendimiento en la compra de café pergamino y el factor de rendimiento obtenido en el proceso industrial de trilla, entre más bajo sea el indicador más eficiente es el proceso de trilla. Para 2015 se obtuvo un rendimiento en compra de 91,98 kg y un rendimiento en trilla de 92,57 kg, en consecuencia el indicador de gestión de trillas fue de 0,59 kg uno de los más bajos de los últimos años. Como resultado, el porcentaje de excelso obtenido después de la trilla fue de 76%, 1% menos que lo obtenido en 2014.

Esta disminución se puede considerar leve si se tiene en cuenta que el pergamino trillado en 2015 fue de menor calidad al trillado en 2014 (con un rendimiento en compra de 90,87).

Figura 11. % de excelso obtenido en 100 kg de cps – Eficiencia en trilla
2010 - 2015



Fuente: FNC

- **Cafecert:** la oficina de certificación de café siguió desarrollando la certificación de cafés colombianos dentro de los programas de Indicación Geográfica Protegida del Café de Colombia y de Denominación de Origen Colombia y las regionales Cauca, Nariño y Huila.

Adicionalmente se han llevado a cabo actividades relacionadas con la certificación de café verde especial (programa Q Coffee System), de certificación de Indicación Geográfica Protegida IGP Café de Colombia (Unión Europea) y la auditoría de competencias como la Taza de la Excelencia (Cup of Excellence), Taza Café de Antioquia y el Campeonato Nacional de Catadores de Café.

Por otra parte Cafecert recibió la primera auditoría de vigilancia conforme con los requisitos de la Norma ISO/IEC 17065:2012 "Evaluación de la conformidad- Requisitos para los organismos que certifican productos, procesos y servicios", realizada por el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC), obteniendo como resultado el mantenimiento de la acreditación hasta el año 2016.

1.5.4. Modificaciones a la regulación comercial

Desde el 3 de noviembre de 2015, los cafeteros cuentan con un nuevo sistema de compra para su café basado en la metodología de factor de rendimiento que reconoce la cantidad de café pergamino necesario para obtener un saco de 70 kilos de café Excelso (tipo exportación), y la cual es determinada durante el proceso de trilla. De esta manera el precio interno base de referencia se liquida teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Factor de rendimiento base 94 kilos de pergamino seco por saco de 70 kilogramos.
- Precio carga de café = $(94 \text{ kilos} / \text{factor de rendimiento en kilos}) \times \text{precio base/carga}$.
- La bonificación para cafés especiales se aplicará a factores inferiores a 93,33.
- Se mantienen los descuentos por taza.
- Se elimina el descuento por cada punto porcentual o fracción, que supere el 5% del grano brocado.
- Se autoriza incorporar hasta 20 granos de broca de punto, en la masa de almendra sana para efectos del cálculo del factor de rendimiento en trilla.
- Se incluye el precio de las pasillas y granos inferiores en el valor total por carga de café pergamino seco.

Esta medida fue adoptada por el Comité Nacional de Cafeteros, en sesión del 15 de octubre, luego de tener en cuenta que el anterior sistema de compra, conocido como almendra sana y vigente desde 2009, no se implementó completamente en todos los puntos de compra vinculados a las Cooperativas, lo cual limitaba la transferencia de un mayor precio al productor vía incentivos a la calidad. Por esta razón cambiar el sistema de compra a factor de rendimiento equipara las condiciones de mercado entre los compradores particulares y la Federación.

Adicionalmente para facilitar la comercialización de diferentes calidades de café, el Comité Nacional adoptó un cambio en la comercialización externa que se basa en autorizar la exportación de granos conocidos como segundas o coproductos manteniendo los controles fitosanitarios y de humedad exigidos por el ICA.

El propósito es fortalecer la rentabilidad del caficultor y valorizar su canasta de ingresos con granos que tradicionalmente se destinan a segmentos específicos del mercado doméstico colombiano o de mezclas en algunos mercados internacionales, pero salvaguardando el posicionamiento del origen colombiano como grano de alta calidad en el mundo.

Por esta razón, el Comité Nacional sostuvo que sólo las exportaciones de café que cumplan con las normas de calidad descritas en la Resolución 005 de 2002 recibirán un certificado de calidad asociado con el origen Café de Colombia. Estas medidas ayudarán a compensar las pérdidas generadas por el efecto del Fenómeno El Niño sobre la producción cafetera, que se caracterizan por una mayor presencia de granos de baja densidad, conocidos como granos "averanados".

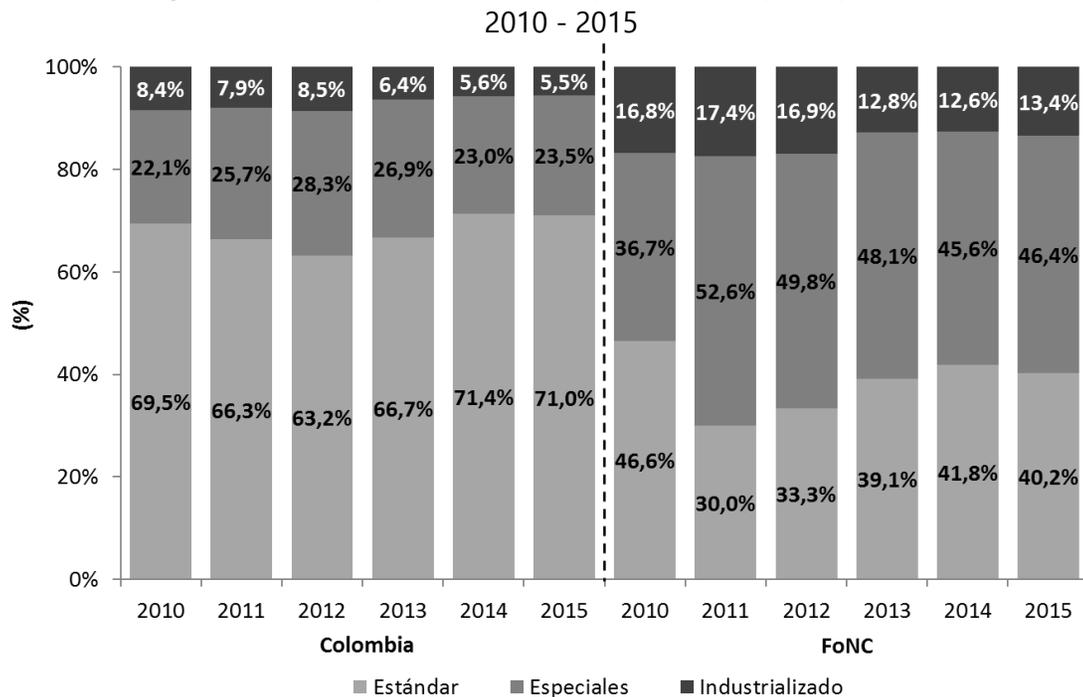
1.6. Cafés diferenciados y con valor agregado

1.6.1. Estructura de las exportaciones

En 2015, las exportaciones de café en Colombia alcanzaron los 12,7 millones de sacos de 60 kg, un 16% más que el volumen exportado en 2014. En este mismo año, el Fondo Nacional del Café exportó 2,8 millones de sacos de 60kg equivalentes al 21,6% de las exportaciones nacionales de café y un 14% más que el volumen exportado el año anterior.

Las exportaciones de Colombia por tipo de café correspondieron a 71% café estándar, 23,5% cafés especiales y sólo el 5,5% en café industrializado. Esta distribución de las exportaciones, contrasta fuertemente con las del FoNC, en donde los esfuerzos por lograr la diferenciación y la agregación de valor en los productos ofrecidos se evidencian en la exportación del 59,8% del volumen total en café con valor agregado. Cabe resaltar que de las exportaciones del FoNC, el 46,4% corresponde al segmento de cafés especiales, el 13,4% a café industrializado y el 40,2% a café estándar.

Figura 12. Participación de las exportaciones por tipo de café



Fuente: FNC

En cuanto al destino de las exportaciones de Colombia, el principal mercado es el Norteamericano, con una participación del 41,7% del volumen exportado por el país, mientras que el segundo mercado en importancia es el europeo con una participación del 32,4% de las exportaciones de café.

Con respecto a las exportaciones del FoNC, Europa sigue constituyéndose como el principal mercado (36% del total de las exportaciones), Japón es el segundo cliente en importancia con el 27% (730 mil sacos de 60 kg). Por su parte, Estados Unidos representa el tercer mercado más importante con un total de exportaciones de 540 mil sacos de 60 kg lo que se traduce en una participación del 20%.

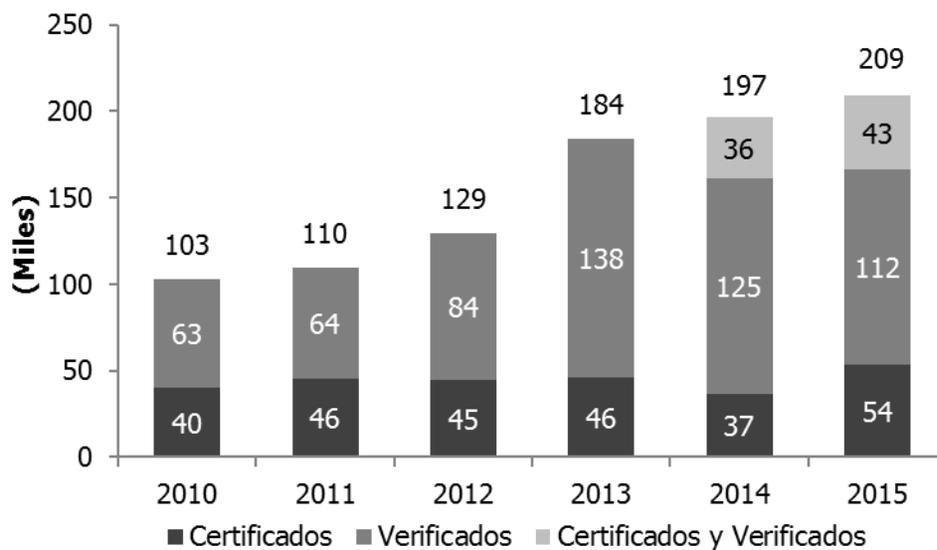
1.6.2. Cafés sostenibles (certificados-verificados)

En 2015 la Federación mantuvo la promoción y apoyo al programa de cafés sostenibles, a través de la renovación o ampliación de la validez de licencias o certificados establecidos en diferentes códigos de sostenibilidad. Actualmente la

Federación apoya la implementación de 7 códigos de sostenibilidad a través de 73 procesos auditados en campo, 48 certificaciones y 25 verificaciones.

Al cierre del 2015 existen en Colombia 209.081 fincas cafeteras que están vinculadas al menos a un programa de certificación o verificación. Estas fincas son propiedad de 165.385 cafeteros y representan 391.619 hectáreas sembradas en café. Del total de fincas pertenecientes a algún programa de sostenibilidad, 53.605 (26%) están certificadas, 112.449 (54%) están verificadas y el 21% restante (43.027 fincas) están certificadas y verificadas simultáneamente.

Figura 13. Fincas participantes en programas de cafés sostenibles
2010 - 2015



Fuente: FNC

De los 165.385 caficultores que pertenecen a los programas de sostenibilidad, más de 110 mil hacen parte del Código de Conducta 4C presente en 17 departamentos cafeteros del país. Se destaca también Nespresso AAA con 27.147 caficultores en tres departamentos, seguido de Fairtrade USA con 7.741 caficultores y Rainforest Alliance con 5.978 caficultores respectivamente.

Uno de los programas más destacados es el Código Común para la Comunidad Cafetera (4C) que mantiene una constante vinculación de socios de negocio al programa y que como hecho destacado durante el año 2015 logró la creación de

la Unidad 4C en el departamento de Nariño beneficiando a 12.132 cafeteros que cuentan con 10.738 hectáreas.

1.6.3. Cafés de preparación y gourmet

El Programa de Microlotes se apalanca en un modelo de negocio donde la transferencia de precio al productor es la mayor prioridad. Por esta razón, la Federación le reconoce al caficultor los márgenes percibidos por la exportación, tomando como referencia los precios negociados por el café de Colombia en este mercado. De esta forma no solo se le garantiza al consumidor lo mejor del mejor café del mundo, sino también la sostenibilidad de la producción de café de alta calidad.

Desde el 2010 hasta la fecha, el programa de Microlotes registra exportaciones por más de 11.800 sacos de 70kg de café verde a 25 destinos en todo el mundo, concentrada en 96 clientes que hacen parte del nicho de mercado cafetero más especializado y exigente en términos de calidad. En 2015, el fortalecimiento del programa de Microlotes de la Gerencia Comercial le ha dado acceso a 125 productores de 13 departamentos del país a mercados de alto valor a través de la comercialización de 173 Microlotes.

La dinámica comercial de este canal de negocio ha entregado reliquidaciones directas a los productores que superan los \$690 millones, generando ingresos promedio de \$1,8 millones por carga de café pergamino seco.

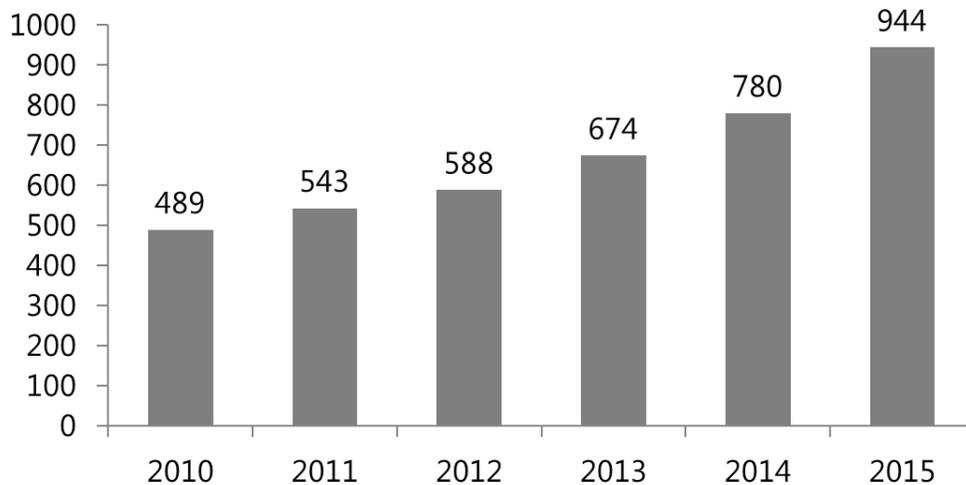
Por otra parte, el programa Nespresso tiene como objetivo brindar un apoyo integral a la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas en las fincas que pertenecen al programa AAA, que en la actualidad opera en Cauca, Nariño y Santander, y cuenta con 27.138 cafeteros verificados bajo este código, de los cuales 3.600 están certificados Rainforest y alrededor de 6 mil se encuentran vinculados a dos proyectos piloto de certificación bajo el código de Pequeños Productores Independientes de FTUSA. En 2015 el programa contó con el apoyo de 95 extensionistas y un presupuesto aproximado de USD 2,2 millones.

Durante el 2015 el programa ha realizado 25.992 visitas a finca para evaluar el desempeño de los indicadores de sostenibilidad y calidad de las unidades productivas, esta actividad alcanzó un 95,7% de los cafeteros vinculados al programa AAA en los 3 departamentos, en el componente educativo se desarrollaron 6.141 actividades logrando una cobertura del 82,4%.

1.6.4. Cafés de origen

La relevancia nacional e internacional del Programa Café 100% Colombiano se mantiene vigente, actualmente cuenta con 172 empresas vinculadas, las cuales comercializan más de 944 marcas que llevan el logo de Café de Colombia como marca ingrediente. Además, en 2015 se logró la vinculación al programa de nuevas marcas muy reconocidas en el mercado estadounidense como: Dunkin' Donuts, Café Bustelo y Café Pílon.

Figura 14. Marcas registradas en el programa 100% Café Colombiano
2010 - 2015



Fuente: FNC

Durante 2015 se dio continuidad al trabajo previo a la solicitud y obtención de las Denominaciones de Origen Regionales. En este sentido se ha avanzado en la construcción de pliegos de Denominación de Origen regionales de Tolima y la Sierra Nevada, los cuales se encuentran en etapa de revisión final y diagramación respectivamente.

Desde 2010 para la IGP y 2011 para la DOP, la Federación ha venido autorizando el uso de las Indicaciones Geográficas Café de Colombia a industriales nacionales e internacionales, destacándose los siguientes resultados:

- **Denominación de Origen Café de Colombia (DOP):** 87 Industriales han sido autorizado como usuarios de la DOP, con un incremento del 40 % frente a los 62 usuarios en 2014. Las industrias con la autorización de usar la Denominación de Origen Colombia producen 222 marcas de café tostado.
- **Indicación Geográfica Café de Colombia (IGP):** 72 Industriales han sido autorizados como usuarios de la IGP, con un incremento de 16% frente a 62 usuarios en 2014. Las industrias con la autorización de usar la IGP producen 170 marcas de café tostado.

Con respecto al Paisaje Cultural Cafetero (PCC), cabe resaltar que los equipos interdisciplinarios continuaron trabajado de forma muy articulada fortaleciendo y dando relevancia a la marca Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, de la cual 30 licenciarios (entre establecimientos del sector turístico, guías e informadores) promocionan el producto bajo el lema: "Viaja al origen del mejor café del mundo, rutas y experiencias por el Paisaje Cultural Cafetero".

1.6.5. Buencafé

Buencafé, la fábrica de café liofilizado de propiedad de los cafeteros de Colombia, ha venido enfrentando los retos de la industria de café soluble. Se trata de un contexto comercial marcado por la volatilidad cambiaria global, la inestabilidad geopolítica en Europa Oriental, principal mercado de café liofilizado en el mundo, la caída en los precios del petróleo y el comienzo de la fase descendente del superciclo de las materias primas.

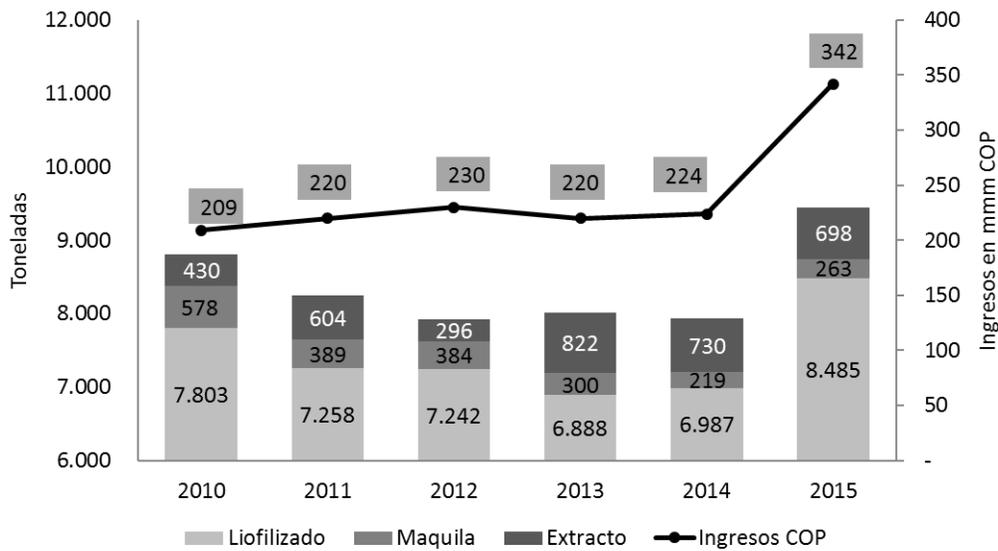
A pesar de lo anterior, Buencafé continuó con el mejoramiento de la estrategia orientada a la generación de valor agregado a los diferentes actores de la cadena, alcanzando excelentes resultados financieros, reflejados en ingresos por \$332 mil millones equivalentes a 9.266 toneladas facturadas, los más altos de su historia. Y

Comportamiento de la Industria Cafetera 2015

un incremento del 47% de la utilidad bruta frente a 2014, lo que corresponde a \$19.776 millones.

Por su parte la utilidad operacional fue de \$43.595 millones, 64% más alta que la registrada en 2014. La utilidad neta fue de \$34.920 millones (37% más que en 2014) y el Ebitda de \$51.190 lo que equivale a un incremento del 64%.

Figura 15. Evolución de las ventas por tipo de producto
2010 - 2015



Fuente: FNC

En 2015, Buencafé encontró oportunidades a mediano plazo en nichos de mercado como Italia, India, Perú, República Dominicana y Costa Rica. Así mismo, se dinamizaron las relaciones comerciales con el mercado mexicano, europeo y asiático.

Asimismo, se continuó con la estrategia de innovación con nuevos productos, que le han permitido fortalecerse en el mercado inglés a través del Roasted Instant, que es una mezcla de café liofilizado con partículas micromolidas de café tostado.

Una mención especial merecen las maquilas, que jugaron un papel importante en la diversificación de nuevos productos, siendo un segmento importante que le apunta a copar la capacidad instalada de Buencafé.

Igualmente, Buencafé continúa trabajando para disminuir el riesgo comercial en la ampliación de la base de clientes estratégicos y el desarrollo de nuevos mercados.

1.6.6. Marca Juan Valdez

En 2002 se creó Procafecol S.A. con el objetivo de escalar en la cadena de valor del café, generar ingresos a los caficultores y servir como un vehículo para generar demanda con mayor valor en el segmento del café premium de Colombia a través de la gestión de la marca de los cafeteros colombianos: Juan Valdez®.

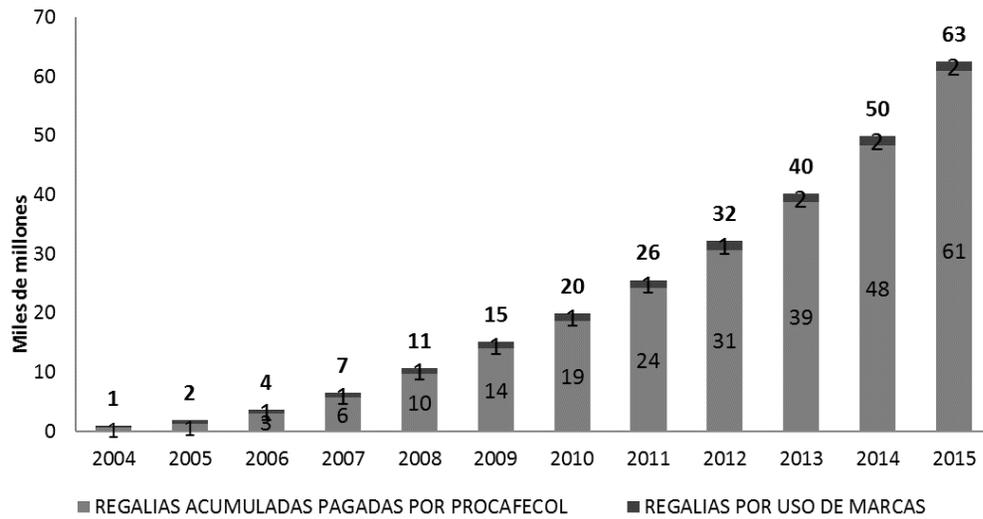
El 2015 se consolidan y ratifican los resultados positivos evidenciados en los últimos años, sumado al esfuerzo por generar cada día mayor valor a los accionistas, consolidando la marca Juan Valdez Café® en el mercado local e internacional.

Regalías: el compromiso permanente de Procafecol es generar valor al Fondo Nacional del Café para apoyar a todos los caficultores colombianos mediante la prestación de bienes públicos prestados por la Federación.

Desde su constitución y hasta 2015, el FoNC ha recibido \$62.592 millones en regalías, de las cuales \$61.025 millones fueron transferidas por Procafecol, registrando un incremento anual de 31% al pasar de \$9.718 millones en 2014 a \$12.689 en 2015.

En 2015 Procafecol pagó sobrepuestos a los caficultores del orden de 21,49 ¢USD/lb en promedio, con la comercialización de 1,7 millones de kg de café verde a través de la marca Juan Valdez®.

Figura 16. Regalías pagadas al FoNC (acumulado)
2010 - 2015



Fuente: FNC

Tiendas en Colombia: a diciembre 31 de 2015 Procafécol cuenta con 230 tiendas Juan Valdez® en 26 ciudades colombianas, como resultado de la apertura de 22 tiendas adicionales en Colombia, de las cuales tres se establecieron en nuevos municipios que son Bello-Antioquia, Riohacha y Tunja.

Adicionalmente Juan Valdez® aumentó en 6% su presencia equivalente a 660 puntos de venta en grandes superficies o supermercados a nivel nacional. Con ello ha logrado una participación del 9,5% en valor y 3,4% en volumen en la categoría de Café Premium, según estudios de mercado de Nielsen.

Expansión Internacional: el plan de expansión internacional continúa con éxito bajo el modelo de franquicias. Al finalizar 2015, Procafécol cuenta con 108 tiendas Juan Valdez® en 15 países.

1.7. Posicionamiento y mercadeo del Café de Colombia

1.7.1. Consumo interno

En los últimos seis años el consumo de café en Colombia se incrementó cerca del 22%, según informó el Programa Toma Café, alianza entre la industria torrefactora y la Federación. Esta cifra equivale a un crecimiento del 3,7% anual desde 2010, año

en que se lanzó el Programa, lo que evidencia la contribución del mismo para estimular la demanda efectiva y fortalecer la oferta de café.

Según cifras de la Federación, entre 2009 y 2015 el consumo interno total ha fluctuado entre 1,2 y 1,7 millones de sacos de café verde, lo que equivale a un 12% de la cosecha nacional. Valga resaltar que este crecimiento se da en un contexto de precios altos de la materia prima y una desaceleración de la canasta de bienes de consumo, que creció 5,3% entre 2010/09 y apenas 1,1% entre 2014/13.

Al comparar estos resultados con el reciente estudio de hábitos realizado por Reinova para el programa Toma Café, las cifras son consistentes. El crecimiento en el consumo es explicado por un incremento en el número de consumidores mayores de 18 años, que pasó de 82% en 2012 a 86% en 2015, una mayor frecuencia de consumo diario que aumentó de un promedio de 2,9 a 3,4 tazas entre 2007 y 2015 y un incremento del 20% en el volumen consumido tanto dentro como fuera del hogar.

Por su parte, en el canal retail, principal canal de compra de café de los hogares colombianos que incluye supermercados, tiendas y grandes superficies, el café es protagonista del dinamismo del mercado interno. De acuerdo con cifras de Retail Index café de Nielsen, en los últimos seis años se registra un crecimiento en volúmenes vendidos de 7% y en el 2015 creció 3,7%. Lo anterior se explica por la reactivación de la demanda de cafés molidos cuyo volumen aumentó 1,4% y la de cafés solubles que crece el 23% en el mismo período. Es destacable el crecimiento sostenido del nicho de cafés especiales que representan el segmento de mayor precio.

1.7.2. Mercados emergentes

La Federación ha mantenido una estrategia direccionada a la apertura de nuevos mercados, con el fin de posicionar el origen Café de Colombia en mercados no tradicionales de café. De la mano de este lineamiento se han afianzado relaciones comerciales que han dado como resultado la venta de café con destino a Rumania, Chile, Argentina, Israel y Rusia entre otros.

1.7.3. Agenda Juan Valdez

El personaje Juan Valdez sigue capturando la atención de medios y consumidores. Sus apariciones no solo tienen un gran valor publicitario, sino que se constituyen en una oportunidad para recordarle al público los valores de la marca, asociados con el trabajo arduo y comprometido de los caficultores colombianos.

De esta manera las apariciones de Juan Valdez en diferentes eventos y promociones buscan comunicar y realzar la sostenibilidad implícita en la calidad del Café de Colombia y a su vez apoyar las marcas de propiedad de los cafeteros colombianos.

En 2015, el personaje fue invitado a 22 certámenes nacionales y 6 internacionales como la marca querida y reconocida por el público nacional e internacional. En febrero visitó el eje cafetero, en especial el parque nacional del café y el festival de orquídeas y café.

En marzo fue invitado al evento "Taza de la Excelencia" realizado en la ciudad de Ibagué y en abril asistió al lanzamiento del plan 2020 de Procafecol.

En mayo asistió a la inauguración de la tienda Juan Valdez en Costa Rica. Entre los meses de junio y julio estuvo atendiendo diversos eventos en Colombia y en la ciudad de Chicago (EE.UU) con la compañía aérea American Airlines.

En septiembre, fue invitado a la 21 Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo realizada en Medellín con 1.200 participantes de 156 países. De igual forma, asistió a la Advertising week 2015 y al Día internacional del café en la ciudad de New York.

El personaje Juan Valdez visitó en octubre, la feria Expo Milán 2015 - Bajo el lema «Alimentar el planeta, energía para la vida». El ícono de la cultura cafetera de Colombia hizo presencia en esta feria durante 2 días y fue aclamado por la prensa local e internacional. Cabe resaltar que dicha feria contó con cerca de 20 millones de visitantes.

En este mismo mes, Juan Valdez visitó la Feria Expo Especiales 2015 en la Ciudad de Bogotá. Su presencia marcó un momento de reconocimiento con productores, clientes y periodistas internacionales.

1.7.4. Participación en ferias y eventos promocionales

Uno de los componentes de la estrategia de mercadeo, es la activación de marca y relacionamiento con clientes en ferias especializadas y otros eventos, razón por la cual Café de Colombia durante 2015 participó en:

- **Expomilán 2015 Global Coffee Forum:** a esta feria asistió Café de Colombia con una tienda en el Pabellón Colombia donde se sirvieron más de 116 mil tazas de café. Así mismo, se destaca un acuerdo de cooperación conjunta con Propaís por medio del cual se brindó apoyo al emprendimiento cafetero. En el marco de este acuerdo, se desarrolló el Proyecto “Rueda por el Paisaje Cultural Cafetero” que tuvo como objetivo incrementar la oferta y demanda del café de los departamentos de Quindío, Caldas, Risaralda y Valle del Cauca.
- **ExpoEspeciales Café de Colombia 2015:** en octubre se llevó a cabo esta feria en Bogotá, a la cual asistieron más de 13 mil espectadores y 120 expositores. También incluyó dos ruedas de negocios; una internacional con el apoyo de Procolombia, y una nacional en alianza con Propaís.
- **IV Convención de Mujeres en Café:** esta convención se realizó en octubre, bajo convenio con la IWCA (International Women Coffee Alliance), con el propósito de visibilizar y promover los logros y contribuciones de las mujeres en la cadena de valor del café, así como abrir un espacio de discusión sobre el aporte de las mujeres a la sostenibilidad de la caficultura. El evento logró posicionar el tema de equidad de género. A partir del mismo, se inició acercamiento con ONU Mujeres para Latinoamérica y el Caribe, con el ánimo de establecer un convenio en 2016.
- **Otros eventos:** Biofach (febrero); Hotelex, Shanghai (marzo); Coffee Expo Seoul, Corea (abril); Specialty Coffee Association of America (SCAA), Seattle

(abril); Melbourne International Coffee Expo (mayo); Specialty Coffee Association of Japan Exhibition (SCAJ), Tokyo (septiembre); PLMA 2015, Amsterdam (mayo); SCAE, Gotemburgo (junio); Swiss Coffee Trade Dinner 2015 (octubre).

1.7.5. Estrategia web

La estrategia web hacia el consumidor final tiene como objetivo fortalecer el reconocimiento del Café de Colombia y motivar su preferencia, particularmente en los jóvenes denominados "Millennials" (entre 18 y 34 años de edad aprox.), quienes lideran actualmente el crecimiento del consumo.

Bean Bang Theory: la Federación a través del área de marketing y publicidad lanzó en febrero de 2015 una amplia campaña de medios sociales en Norteamérica denominada "Bean Bang Theory", desarrollada en conjunto con Lowe / SSP3 división de Lowe and Partners, la cual tiene como objetivo entretener, educar e informar a una nueva generación de consumidores de café.

Esta estrategia surgió de una investigación realizada por la Federación en 2012 a través de la cual se identificó la relación de los consumidores más jóvenes y el café. Como resultado, se obtuvo que los nuevos consumidores están muy interesados en la procedencia de los alimentos y bebidas que consumen, en cuanto al café, quieren aprender de dónde viene, qué lo hace bueno, cuáles son sus atributos específicos y valores fundamentales.

La estrategia inicia con un video en línea de tres minutos, ubicado en la página web www.thebeanbangtheory.com, extendiendo la invitación a visitar las plataformas de medios sociales de la Federación - #mindthebean, @cafedcolombiaww, cafedecolombiaww en Facebook y cafedecolombia en Instagram.

Fichas Técnicas: para la promoción de los orígenes del Café de Colombia, la Federación desarrolló fichas técnicas por departamento y grupos de productores, que tienen como fin promocionar los orígenes del Café de Colombia.

Colombian Coffee Insights: dentro de la estrategia de comunicación a las partes interesadas de la Federación, se encuentra la publicación de boletines virtuales y su envío periódico a los clientes, así como la actualización de micrositios.

Colombian Coffee Hub (CCH): esta es una iniciativa digital de la Federación que tiene el objetivo de acercar el mundo del origen a los profesionales de la industria cafetera. Con un contenido que incluye más de 150 infografías, artículos en profundidad y más de 100 contenidos de video, el CCH ha registrado más de 4.300 usuarios en cerca de 115 países.

1.7.6. Gestión del portafolio marcario

En 2015, se mantuvo la estrategia de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos. Asimismo, se continuaron protegiendo las invenciones realizadas por Cenicafé, tramitando las patentes y las variedades vegetales ante las entidades locales de registro de propiedad industrial.

Registro y Protección de Marcas: con el fin de dar un mayor soporte legal a la estrategia de protección y promoción del Café de Colombia, en 2015 se tramitaron 17 solicitudes de registro de marcas, tanto a favor del FoNC como a favor de la Federación. Además, las oficinas de marcas de diversos países confirmaron que fueron registradas, a nombre de la Federación y del FoNC, un total de 53 marcas. Se destaca la concesión de registros marcarios en los países árabes (Egipto, Siria, Emiratos Árabes Unidos y Catar), que responden a la estrategia de expansión de la marca Juan Valdez.

Durante este mismo periodo se presentaron 50 oposiciones en el territorio nacional. La mayoría de ellas se fundamenta en la existencia de la indicación geográfica o denominación de origen protegida Café de Colombia, aunque también se tomaron acciones para defender las denominaciones de origen Café del Huila, Café de Nariño, Café de Santander, Café de Cauca y algunas marcas comerciales de la Federación.

Innovación y Patentes: en materia de innovación, la Federación ha continuado con la estrategia de protección de las variedades vegetales e invenciones desarrolladas

por Cenicafé. Salvo por la concesión parcial de la patente "Formulación Plaguicida" (consistente en una mezcla de productos naturales biológicos para el control de plagas del café), durante el año 2015 no se presentaron eventos significativos. Sin embargo, se desarrollaron acciones para garantizar la permanencia de los derechos de la Federación y del FoNC, y se atendieron los requerimientos de las oficinas locales de patentes con el fin de lograr un resultado favorable en los trámites en curso.

1.8. Gestión de costos de producción

1.8.1. Plan 2.000 fincas

Este plan busca estructurar un sistema de información que permita conocer de manera permanente la situación económica real de la finca cafetera, con el fin de hacer un acompañamiento financiero a las empresas cafeteras.

En el año 2015 se puso en marcha este programa, que incluye el diseño y la distribución de un aplicativo único para estandarizar la estructura de los costos de producción en una muestra de 1.939 fincas con diferentes características de tamaño y tipo de cafetal, luminosidad y variedad cultivada.

Este aplicativo se distribuyó a través de los Comités Departamentales en cooperación con el Servicio de Extensión, e incluye un referente de los costos en los que la empresa cafetera debería incurrir según sus características tecnológicas, que sirve como guía para mejorar la administración del cultivo.

Las fincas fueron escogidas de tal manera que cada extensionista tuviera dos a su cargo. La muestra se compone de 1.545 fincas con menos de cinco hectáreas, 256 de cinco a diez hectáreas, y 138 de más de diez hectáreas, que representan un total de 8.779 hectáreas, de las cuales un 63% se encuentran a plena exposición solar, 94% tienen cultivos predominantemente jóvenes y 79% cultiva variedades resistentes.

De este modo, la muestra representa las generalidades de la producción nacional, en donde el 96% de las fincas tienen menos de cinco hectáreas, el 60% se encuentra a plena exposición, el 83% corresponde a cultivos jóvenes, y el 71% cuenta con

variedades cultivadas resistentes. El informe final sobre la ejecución del proyecto se presentará en mayo de 2016.

1.8.2. Plan de fertilización en el Huila

Este programa contó con recursos por \$30 mil millones y se implementó en convenio con el Ministerio de Agricultura, CORPOICA y la Federación con el fin de entregar apoyos en especie, específicamente fertilizantes, a pequeños productores en el Huila, así como realizar análisis de suelos con sus respectivas recomendaciones técnicas y capacitación a través de labores educativas para la tecnificación de la caficultura. En total se entregaron 449.206 sacos de fertilizantes, se realizaron 1.335 cursos cortos de capacitación y 75 días de campo, beneficiando un total de 67 mil pequeños caficultores.

1.8.3. Tecnificación para la reducción de costos

1.8.3.1. Planta de mezclas de fertilizantes del Quindío

Una alternativa para reducir los costos de producción en la caficultura es optimizar el uso y aplicación de los agroinsumos, en particular de los fertilizantes. Por esta razón, el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío estableció una planta de mezcla física de fertilizantes que permite producir abonos de acuerdo con las necesidades particulares del suelo en cada finca.

El proyecto contó con el apoyo del ICA y busca mejorar la productividad a la vez que se disminuye el costo de fertilización, objetivo que merece especial atención ya que los agroinsumos representan entre un 15% y un 20% de los costos de producción.

Características y ventajas del proyecto:

- Puede reducir el costo bruto de fertilizantes hasta en un 15%.
- Costo aproximado de la inversión \$450 millones, amortizable en 4 años.
- Elimina riesgos de pérdidas de fertilizante por mezcla física en la finca.
- Agricultura de precisión: mezclas de acuerdo a requerimientos del suelo.
- Disminuye el riesgo de pérdida de dinero y baja productividad por mezclas mal realizadas.

- Eficiencia en almacenamiento en la finca, paleos y transporte al lote.

1.8.3.2. Centrales comunitarias de beneficio

Con el fin de reducir los costos de beneficio en finca y mejorar la utilización de los recursos ambientales, en particular del agua como recurso vital, se viene impulsando a través de las Cooperativas de Caficultores, la construcción de infraestructura comunitaria para el beneficio ecológico del café cereza. Se trata de sustituir el beneficio tradicional que se hacía de manera individual en las fincas, la mayoría de fermentación natural y lavado con uso de grandes cantidades de agua, por máquinas de desmucilaginado con la tecnología Ecomill® que reducen el consumo de energía y agua en un 98%.

Actualmente se encuentran en marcha tres proyectos:

1. Central de beneficio Cañasgordas (Antioquia): Con el liderazgo de la Cooperativa de Caficultores de Occidente y una inversión de \$450 millones (ICR de \$130 millones), esta central entró en operación en junio de 2015, ha beneficiado a cerca de 120 familias de pequeños productores del municipio y cuenta con una capacidad instalada de 10 mil @cps/año. Durante 2015 se procesaron más de 4 mil @cps.

2. Central de beneficio de Bolívar (Antioquia): Este proyecto está en construcción y es liderado por la Cooperativa de Caficultores de Andes con el apoyo de Colcafé, tendrá una capacidad de 60 mil @ cps/año.

3. Central de Belén de Umbría (Risaralda): Esta planta entró en funcionamiento desde enero de 2016, beneficia 120 productores y tiene una capacidad de 25 mil @ cps/año. Cuenta con el apoyo de Colciencias y un crédito del Banco Agrario.

Características y ventajas del proyecto:

- Mejora el manejo de vertimientos, la administración de aguas y reduce el consumo de energía.
- El productor obtiene un beneficio neto de 52% frente al costo de beneficio en finca.
- Homogeniza la calidad del café y facilita el acceso a sobrepuestos.

- Disminuye en 15% el costo de inversión de infraestructura frente a sistemas individuales.
- Hacen uso de la tecnología Ecomill®

1.9. Estrategias de gestión del riesgo

La Federación cuenta con un proceso específico para gestionar el riesgo corporativo, mediante el cual se realizan coberturas de café y de tasa de cambio para la operación comercial de café verde, así como para la operación de Buencafé y la gestión Institucional. Los principales avances en materia de gestión del riesgo son:

Gestión Activa de Cambios de Posición de Cobertura: En 2015 se han utilizado herramientas que permitieron identificar con suficiente anterioridad el momento en el cual se debe iniciar la gestión de extensión de los vencimientos de las coberturas, lo cual asegura una gestión dinámica que facilita el aprovechamiento oportuno de aquellas condiciones de mercado que compensan los costos asociados al acarreo de los inventarios.

Negociación electrónica de Contrato "C" y Tasa de Cambio: Otro de los avances que se han logrado en este último año ha sido la implementación de operaciones de cobertura de contrato "C" y tasa de cambio de manera electrónica.

Esquemas de protección de precio: En 2015 se dio continuidad a los esquemas de protección de precio que le permiten al cafetero, dependiendo de sus necesidades, acceder a diferentes alternativas que le permiten beneficiarse de las condiciones del mercado.

Contrato de Protección de Precio (CPP): Es un instrumento de protección que procura garantizar al productor la sostenibilidad del ingreso ante caídas en el precio internacional y/o de la tasa de cambio ya que le permite al productor fijar con anticipación el precio de venta del café que espera cosechar en el futuro.

Precio Determinable: El esquema de precio determinable da la posibilidad de fijar el precio del café hasta 30 días después de la fijación de las cantidades. La

Cooperativa recibe el 50% del precio vigente a la entrega y una liquidación posterior.

Venta con Participación: Asegura un precio mínimo de venta de café producido pagado en pesos por carga al momento de la entrega al FoNC y permite que se participe de posibles incrementos en el precio referente internacional del mercado de café.

Entregas Futuras: Da la posibilidad a la Cooperativa de entregar un café en el futuro a un precio fijo pactado en el momento de la negociación.

2. Desarrollo social

2.1. Educación rural

2.1.1. Gestión empresarial

El objetivo del programa de Gestión Empresarial es fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera. En 2015, el programa benefició a cerca de 21 mil productores que conformaron 1.401 grupos y asistieron a 12.411 reuniones. Para lograr esto el programa cuenta con dos niveles:

Nivel básico: en este nivel los caficultores reciben capacitación sobre la administración de la empresa cafetera y los recursos para la producción, la utilización de la planeación como herramienta administrativa, y el manejo de indicadores de rendimiento y costos de producción. En 2015 se realizaron 717 evaluaciones de conocimientos, donde se obtuvieron los siguientes resultados: i) el 81% de los caficultores compartieron experiencias exitosas en renovación, aumento de la densidad, fertilización y registros de producción; ii) en la adopción de herramientas administrativas se destaca el uso del croquis de la empresa (87%), conteo de árboles (85%), diagnóstico (66%), plan de mejoramiento (71%) y cronograma de labores (46%); iii) el 72% de los participantes ha mejorado las practicas tecnológicas como la planeación, la fertilización y el registro de labores; y iv) el 67% manejan indicadores de eficiencia de mano de obra.

Nivel avanzado: en este nivel los productores profundizan en la adopción de herramientas administrativas que le permiten elaborar un plan de alternativas para la complementación de sus ingresos y maximizar el margen de su empresa cafetera. Para este nivel se realizaron 486 encuestas de evaluación en las que los caficultores mostraron experiencias exitosas: i) el 86% de los evaluados adoptó indicadores económicos en cuanto a fertilización, control de arvenses, recolección y beneficio; ii) el 66% elaboró el presupuesto para café en producción; iii) el 91% conoce el costo de producción de una arroba de café, incluyendo el aporte de su mano de obra; iv) el 82% utiliza indicadores de eficiencia para desyerba, fertilización y control broca; y v) el 76% elaboró un plan de alternativas para incrementar los ingresos.

2.1.2. Fundación Manuel Mejía (FMM)

Desde sus inicios, el diseño de estrategias educativas para el sector cafetero ha sido uno de los ejes centrales en la gestión de la Federación, pues se identificó que la adopción de nuevas técnicas y prácticas de cultivo dependían no solo de una buena capacidad de entendimiento de las mismas por parte del productor, sino también de una buena capacidad de transmisión del conocimiento por parte del Servicio de Extensión.

En este sentido, los programas educativos siempre han estado orientados al desarrollo del capital humano que conforma la base social de la institucionalidad cafetera, diferenciando su atención y cobertura en tres segmentos clave:

2.1.2.1. Capacitación a los caficultores

La FMM desarrolló un proceso de alfabetización digital a través de siete cursos virtuales sobre informática, empresa cafetera, clima, productividad, fertilización, convivencia y manejo de roya que contó con la participación de 866 caficultores en diferentes municipios de Casanare, Cauca, Huila, Nariño, Norte de Santander, Santander y Risaralda. Además a través de la metodología de giras educativas se capacitaron 405 caficultores en temáticas relacionadas con el proceso productivo del café, institucionalidad cafetera, sostenibilidad ambiental, caficultura productiva, gestión y calidad y vivamos el Paisaje Cultural Cafetero.

Por otra parte, 3.915 cafeteros de Antioquia, Caldas, Risaralda, Cauca, Tolima, Norte de Santander y Valle participaron en los programas de formación a distancia: (i) Técnico en Aseguramiento de la Calidad del Café en la Finca y (ii) Auxiliar en Producción de Café desarrollados en el marco del proyecto de formación de cafeteros con criterios técnicos, empresariales y ambientales para fortalecer la productividad realizado en alianza con el Sena y la Federación.

2.1.2.2. Servicio de extensión

El objetivo de la formación educativa hacia los miembros del Servicio de Extensión, se basa en contar con un recurso humano capacitado y actualizado en las prácticas y técnicas más avanzadas y probadas en Cenicafé para la producción sostenible de café, así como en estrategias pedagógicas para realizar una transferencia de conocimientos de la forma más eficiente y eficaz a los caficultores.

De esta forma, en 2015 la Fundación Manuel Mejía lideró los programas de capacitación al servicio de extensión, formando 45 extensionistas (presencial) en la aplicación del modelo de formación del programa Gestión Inteligente del Agua y 85 extensionistas (virtual) en Gestión Integral del Recurso Hídrico.

Por otra parte, 1.507 colaboradores del Servicio de Extensión de todos los departamentos, 17 de Oficina Central y 80 de las Cooperativas de Caficultores participaron en los seis cursos virtuales programados por la Gerencia Técnica orientados a apoyar la recuperación de la producción mediante la actualización en temas técnicos relacionados con el clima, el cafeto, nutrición y conservación de suelos, política de comercialización del café, Comunicación, BEPs.

Así mismo, 93 extensionistas y 11 colaboradores de Cenicafé se capacitaron en el programa presencial "Gestión y apropiación social del conocimiento" que busca fortalecer sus competencias en extensión rural y tecnología del cultivo del café, con el fin de brindar un servicio de calidad y motivar a los caficultores en la adopción de buenas prácticas agrícolas y de manufactura en sus fincas cafeteras. Este curso entregó a los participantes dos tipos de certificación: Diplomado en Extensión Rural y Diplomado en Tecnología del Café.

Finalmente se desarrolló con el Comité de Antioquia un curso de actualización técnica para el servicio de extensión que contó con la participación de 138 extensionistas en temas como institucionalidad, variedades y tecnologías de beneficio ecológico.

2.1.3. Educación para la competitividad

Desde hace 34 años la gobernación de Caldas y la Federación decidieron apostarle a la educación rural a través de la metodología Escuela Nueva. A través de una serie de programas orientados a incrementar la oferta de Educación Básica, Media y Superior con modelos educativos flexibles basados en metodologías activas, acordes con la Política de Educación Rural en Colombia.

Actualmente existen programas de educación básica que incluyen los proyectos de Escuela Nueva (969 instituciones), Escuela Virtual (255 instituciones), Escuela y Seguridad Alimentaria (267 instituciones) y Escuela y Café (180 instituciones), así como programas de educación para el trabajo que incluyen los proyectos de Educación Media (120 instituciones), universidad en el campo (3.912 estudiantes) y conexión laboral (11.588 personas certificadas).

Estos programas se han realizado a través de dos alianzas: i) Modelos Flexibles, integrada por la Gobernación de Caldas, el Municipio de Manizales, el Comité Departamental de Cafeteros de Caldas, y ii) Alianza Educación para la Competitividad integrada por la Gobernación de Caldas, CHEC - EPM, Comité Departamental de Cafeteros de Caldas, el municipio de Manizales, Isagén, Universidad de Caldas, Universidad Católica, Universidad de Manizales, Cooperativa Caficultores de Manizales, Confa, Banco Agrario, Corporación para el Desarrollo de Caldas, entre otros. Con estas alianzas se han destinado recursos por \$ 6.646 millones, que han logrado:

i) Ofrecer cobertura en educación básica para el 100% de la población rural, del 80% en educación media (grados 10º y 11º) y del 53% en formación técnica y tecnológica.

ii) Posicionar el Modelo de Educación Rural basado en Escuela Nueva a nivel nacional, en las regiones Guainía, Vaupés, Putumayo, Arauca, Guaviare, Vichada, Cauca y Risaralda, e internacionalmente, con instituciones de Vietnam y Marruecos.

2.2. Seguridad social

2.2.1. Beneficios económicos periódicos (BEP)

Este esquema de ahorro individual está dirigido a personas de escasos recursos que no cumplen con las condiciones requeridas para obtener una pensión. Para acceder al sistema las personas interesadas deben cumplir con dos requisitos: i) ser ciudadano colombiano; y ii) pertenecer a los niveles I, II, III del SISBEN.

En 2014 la Federación encontró que 18.350 cafeteros podrían acceder al programa, de manera que inició un proceso de capacitación a sus extensionistas para adelantar la divulgación y pedagogía del programa con los caficultores y sus familias. En 2015, continuando con este esfuerzo, se realizaron 2.227 eventos de capacitación en todas las zonas cafeteras, a los que asistieron 42.381 beneficiarios.

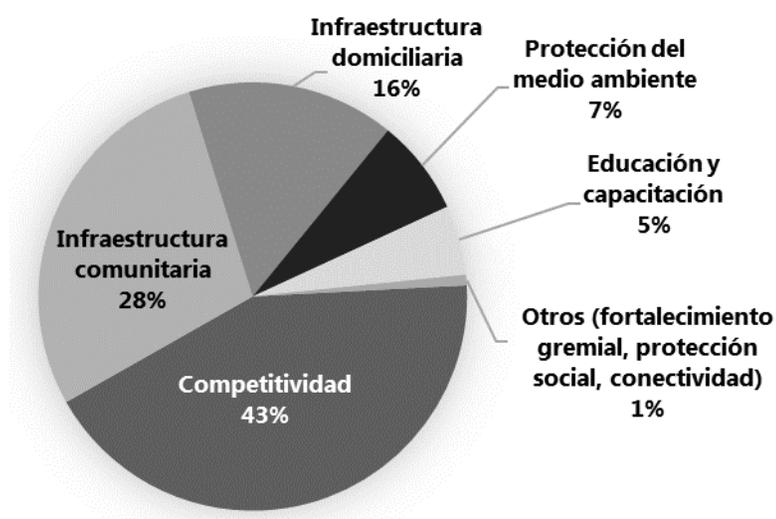
2.3. Inversión social

2.3.1. Apalancamiento de recursos

Una de las labores más importantes que realiza la Federación es la gestión de recursos provenientes de diferentes fuentes nacionales o internacionales para financiar obras y programas de interés colectivo y que benefician a la comunidad cafetera en general.

De esta forma, la Federación aporta su capacidad de gestión, transparencia, eficacia y eficiencia para la ejecución de recursos con aliados estratégicos como el gobierno nacional, departamental y municipal, así como cooperantes nacionales e internacionales, el Fondo Nacional del Café y la propia comunidad. Como resultado, en 2015 se ejecutaron proyectos por más de \$289 mil millones destinados así: 43% a Competitividad de la caficultura, 28% a infraestructura comunitaria, 16% infraestructura domiciliaria, 7% protección del medioambiente y 5% educación y capacitación.

Figura 17. Valor creado por el FoNC por rubro de inversión social 2015



Fuente: FNC

Con lo anterior, el indicador de apalancamiento de recursos del FoNC fue de 1:9, lo que significa que por cada peso aportado por el FoNC se gestionaron \$9 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación.

2.3.2. Infraestructura comunitaria

Ampliación de la Infraestructura Educativa del Colegio Anatolí: Con el fin de mejorar la calidad educativa de 324 estudiantes del colegio Anatolí, ubicado en el municipio de La Mesa Cundinamarca, la Federación suscribió un convenio con la Fundación Costa, Complete Coffee Foundation, la Gobernación de Cundinamarca y la Alcaldía, que busca remodelar las instalaciones actuales y asegurar el acceso a una educación de calidad para las comunidades caficultoras de la zona.

El proyecto tuvo aportes totales por 204.070 libras esterlinas, de las cuales la Federación aportó el 6%, la Alcaldía el 5% la Gobernación el 30%, la Fundación Costa el 58% y Complete Coffee Foundation el 1%.

Las actividades y resultados alcanzados en 2015 fueron:

- Implementación de programas productivos y de un programa de seguridad alimentaria para los estudiantes.
- Estudios de suelo y levantamiento topográfico.
- Demolición de la escuela antigua.
- Planos completos para la construcción de la sede de primaria de la institución educativa
- Alianza estratégica con el Sena para la Certificación en producción de café.
- Acueducto veredal reubicado utilizando recursos de la comunidad.

Programa de reubicación y reconstrucción de viviendas: Desde 2014 la Federación en convenio con el Fondo de Adaptación se comprometió a realizar las funciones de Operador Zonal de vivienda en el "Programa nacional de reubicación y reconstrucción de viviendas para la atención de hogares damnificados o localizados en zonas de alto riesgo no mitigable afectados por los eventos derivados del fenómeno de la niña 2010-2011". Este programa termina su ejecución en 2016 y tiene un valor de \$40 mil millones.

El programa busca construir viviendas nuevas en los departamentos de Caldas, Cauca, Cesar, Huila, Nariño, Quindío, Norte de Santander, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

Mejoramiento de infraestructura comunitaria: En 2015 terminó la ejecución del programa de mejoramiento de infraestructura suscrito con el Departamento para la Prosperidad Social a finales de 2011. Este proyecto benefició a diez departamentos cafeteros (Caldas, Cundinamarca, Cauca, Huila, Nariño, Quindío, Risaralda, Tolima, Valle, Meta), con obras por más de \$26 mil millones, de los cuales \$19 mil millones se utilizaron en vías, \$4500 millones en infraestructura social comunitaria, \$2.300 millones en infraestructura de saneamiento básico, y \$66 millones en infraestructura eléctrica.

2.4. Iniciativas para el desarrollo

2.4.1. Huellas de paz

Desde abril de 2011 la Federación en alianza con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Fundación Humanismo y Democracia y las administraciones departamentales y municipales, ha trabajado en el fortalecimiento de las políticas de desarrollo, la seguridad y la reconstrucción del tejido social de las regiones cafeteras a través de una mayor y mejor participación de la población, fomentando el arraigo, la convivencia pacífica y el desarrollo sostenible de comunidades rurales vulnerables en 23 municipios de los departamentos en Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

Entre 2011 y 2015 se invirtió un total aproximado de 6 millones de euros, de los cuales el 62% fue aportado por externos. Esta iniciativa ha mejorado el bienestar de 20.055 pequeños caficultores por medio de la implementación de un Sistema Integrado de Gestión Rural que fomenta las capacidades humanas en convivencia armónica y la aplicación de buenas prácticas sociales, ambientales y económicas.

Estas prácticas contribuyen al fortalecimiento de las organizaciones comunitarias, el buen gobierno, la equidad de género, las capacidades individuales y colectivas y el mejoramiento de la infraestructura productiva y social, de cara a los retos que impone el posconflicto.

En 2015 se completaron los siguientes proyectos:

- Desarrollo de Modelo de Medición de Capital Social con la Universidad de los Andes.
- Sistema Integrado de Gestión Rural con Cenicafé.
- Modelo de formación con multiplicación con la Fundación Manuel Mejía.
- Estrategia de Transversalización de Género.
- Aprendizajes para desarrollar procesos con enfoque diferencial.
- Gestores y Gestoras que fortalecen sus capacidades.
- Organización con mejores prácticas para Dirección de Proyectos.
- Base de Conocimiento (DD HH, Género, Productivo, Ambiental).

2.4.2. Jóvenes Caficultores

Jóvenes generadores de empresa cafetera en Bilbao-Planadas: En 2014 se inició un proyecto mancomunado entre la Federación, la Cooperativa de Caficultores del

Sur del Tolima y la RCG Coffee Ing, que tiene como objetivo contribuir al relevo generacional en el sur del Tolima, mediante el establecimiento de un proyecto pedagógico productivo para los estudiantes de la Institución Educativa de Bilbao en Planadas (Tolima).

El proyecto contó con \$521 millones para sus 24 meses de ejecución, y estuvo dirigido a 57 jóvenes mayores de 14 años vinculadas a la Institución Educativa Bilbao-Planadas. En 2015 se alcanzaron los siguientes logros:

- Capacitación y formulación de proyecto de vida para los participantes del programa.
- Escuelas de campo en planeación y manejo del cultivo del café.
- Escuelas de campo en beneficio rentable del café, cooperativismo y comercialización
- Capacitación en emprendimiento.
- Cultivo de una hectárea de Café Tecnificado por cada joven caficultor involucrado.

Educación para el futuro: desde noviembre de 2014 la Federación, en alianza con la fundación Efico & Colruyt de Bélgica, ha desarrollado esta iniciativa, que busca implementar un programa de formación apoyado en el uso y manejo de herramientas tecnológicas, dirigido a 100 jóvenes del municipio de Coromoro (Santander), con el fin de que estos adquieran una mejor capacidad administrativa de la finca cafetera, que los lleve a desarrollar proyectos de vida sostenibles en la zona rural.

El proyecto tiene un valor de 359 mil euros, de los cuales 144 mil fueron aportados por la Federación, 53 por el SENA, 82 mil por la comunidad y 80 mil por la fundación EFICO & Colruyt.

Durante 2015 se alcanzaron los siguientes logros:

- 60 Jóvenes capacitados en producción de café y BPAs de los cuales 47% de son mujeres.

- 24 jóvenes certificados como emprendedores SENA.
- 17 proyectos productivos de café establecidos por jóvenes de la zona.
- 30 jóvenes en proceso de capacitación en TICs.
- Promoción del relevo generacional en la zona a través de acompañamiento social, productivo y de capacitaciones en TICs.
- Orientación psicosocial a 30 jóvenes para construcción de proyecto de vida alrededor del negocio del café.

2.4.3. Sistema General de Regalías

Con el fin de obtener mayores recursos para financiar programas que contribuyan al desarrollo integral de la zona cafetera, la Federación hace parte de la Red de Estructuradores de Proyectos del DNP, comprometiéndose a brindar asistencia técnica y acompañamiento a los municipios y departamentos que decidan formular proyectos y presentarlos ante los Órganos Colegiados de Administración y Decisión del Sistema General de Regalías. En 2015 se ejecutaron los siguientes proyectos:

Fortalecimiento de las cadenas productivas agropecuarias y agroindustriales: este proyecto operado mediante convenio con la Gobernación y el Comité de Cafeteros de Caldas, tiene como objetivo apoyar la labor de renovación de cafetales mediante la entrega de incentivo para la renovación de 2,3 millones de árboles y el suministro de 2,2 millones de chapolas a los caficultores beneficiados. El valor del proyecto es de \$ 360 millones, de los cuales el SGR aportó \$ 280, y el restante fue aportado por la Federación y el Comité, ejecutables en un año.

Asistencia técnica y desarrollo social en la Serranía del Perijá: en marzo de 2015 se firmó un convenio de cooperación con recursos aprobados por \$6.328 millones ejecutables en 29 meses, que busca desarrollar condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la convivencia pacífica, el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza y el ejercicio pleno de derechos en el departamento de la Guajira cubriendo las necesidades básicas de 450 familias y la reconstrucción del tejido social en zonas cafeteras afectadas por la violencia.

Estrategia de mejoramiento de productividad y competitividad: en conjunto con el Comité de Cundinamarca y el Fondo de Adaptación, se continuó con el

desarrollo del convenio firmado en 2014 orientado a implementar estrategias para mejorar la productividad, competitividad y calidad del café cosechado en este departamento.

En 2015 se renovaron 341 hectáreas con los insumos requeridos para el desarrollo de almácigos comunitarios e individuales. También se logró beneficiar a 3.779 caficultores que aplicaron abonos entregados en 2.558 hectáreas y se entregaron kits con los insumos para la construcción de 1.097 secaderos de café.

Proyecto Fortalecimiento productivo de las fincas cafeteras en Norte de Santander: Este proyecto busca aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para el fortalecimiento productivo de las fincas del departamento como empresas sostenibles, cuenta con recursos por \$1.678 millones ejecutables en 3 años, beneficia a 4.361 caficultores en 35 municipios del departamento. En 2015 se logró apoyar a los participantes en temas de fertilización, tecnificación, mejoramiento y modernización de la infraestructura del beneficio y capacitación en la producción de cafés sostenibles.

Renovación en San Vicente de Chucurí: este proyecto busca renovar 100 hectáreas de café envejecido o susceptible a la roya a través de la entrega de insumos típicos requeridos en el proceso de renovación. Contó con recursos por \$287 millones aportados por la administración municipal y fue ejecutado en su totalidad durante el año 2015, beneficiando a 233 caficultores.

Renovación en Risaralda: en alianza con los caficultores del departamento, el Comité Departamental y la Gobernación de Risaralda gestionaron recursos por \$ 572 millones para financiar el transporte y la siembra de variedades resistentes. Estos recursos beneficiaron a 688 caficultores en los municipios de Apia, Balboa, Belén De Umbría, Dosquebradas, Guatica, La Celia, Marsella, Mistrató, Pueblo Rico, Santa Rosa y Santuario.

Fortalecimiento de la Escuela Nacional de la Calidad del Café en el Huila: este proyecto busca contribuir a la competitividad del sector a través del desarrollo y adopción de procesos de innovación para incrementar la producción de cafés

diferenciados, a través de un aumento en la cobertura de formación complementaria, titulada y especializada, y de la dotación de infraestructura tecnológica y de investigación agroindustrial.

El proyecto cuenta con recursos por \$1.392 millones, de los cuales \$1.000 millones pertenecen al fondo departamental de regalías, \$142 millones fueron aportados por el SENA, y el monto restante por el Comité de Cafeteros del Huila.

Ciencia, Tecnología e Innovación en el Huila: Con el fin de contribuir al desarrollo de una caficultura climáticamente inteligente, la Federación junto con Cenicafé, el Comité Departamental y la Gobernación del Huila, desarrollaron un proyecto que busca implementar herramientas tecnológicas aplicadas a las necesidades particulares de la región del Huila.

El proyecto cuenta con recursos por \$12.680 millones, de los cuales \$691 millones fueron aportados por Cenicafé, \$11.528 millones por el Fondo Departamental de Regalías, y \$461 millones por el Comité. Estos recursos serán ejecutados entre 2015 y 2017 y tendrán un área de influencia de 35 municipios.

Entre los productos del proyecto se encuentra la construcción de mapas de zonificación agroecológica con las áreas vulnerables ante varios escenarios climáticos, el desarrollo de recomendaciones particulares de prácticas agronómicas en función de las características de cada zona agroecológica estudiada, así como un programa de nutrición regional para el cultivo de café y un sistema de alertas tempranas apoyado en TICs.

2.4.4. Paisaje cultural cafetero

Transcurridos cuatro años desde el reconocimiento del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano (PCC) como patrimonio de la humanidad, la Federación continúa trabajando, en coordinación con el Ministerio de Cultura y los Comités Departamentales de Cafeteros de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, en fortalecer la apropiación y el reconocimiento del PCC entre las comunidades cafeteras.

El PCC está conformado por 141 mil hectáreas en 848 veredas de 51 municipios y cuatro departamentos, caracterizadas por una inigualable diversidad cultural y ambiental, en las que viven cerca de 60 mil productores. Durante el 2015 el equipo multidisciplinario del PCC alcanzó los siguientes logros:

- Fortalecer la marca Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, con la cual 170 licitadores promocionaron su producto bajo el lema “Viaja al origen del mejor café del mundo, rutas y experiencias por el Paisaje Cultural Cafetero”
- Desarrollar el proyecto “Rueda por el Paisaje Cultural Cafetero” con una exhibición móvil que permitió a más de 12mil habitantes de 15 municipios, degustar los diferentes cafés locales y conocer de primera mano las características que hacen del territorio un patrimonio mundial. El cierre del proyecto lo constituyeron cuatro ruedas de negocio en las que se generaron expectativas de negocios por cerca de \$1.794 millones con caficultores locales.
- En el ámbito internacional, el Paisaje Cultural Cafetero Colombiano fue protagonista en importantes ferias mundiales como la de turismo – FITUR y Expomilán; en seminarios y conferencias como “The heritage value of terroir-based economies as model of human development” en París (Francia), “1er. Seminario internacional sobre rutas turísticas multidestinos” en Asunción, y el Taller de capacitación sobre la gestión de sitios patrimonio Unesco, en Turín.
- Diseño de un taller regional de ordenamiento territorial en conjunto con el Ministerio de Cultura, que busca capacitar a las nuevas autoridades locales sobre los lineamientos que deben ser tenidos en cuenta para dar sostenibilidad al PCC al momento de la formulación de los planes de ordenamiento territorial. Adicionalmente, se han dispuesto recursos para realizar el Primer Encuentro de Vigías de Patrimonio Cultural y Extensionistas, en la sede educativa de la Fundación Manuel Mejía, que incluirá intercambios de saberes y fortalecimiento de los conocimientos alrededor de la declaratoria.

- Se encuentra lista para sanción presidencial la creación de la Comisión Intersectorial para el seguimiento al Conpes No. 3803 "Política para la Preservación de Paisaje Cultural Cafetero de Colombia".
- Se encuentran en ejecución los proyectos presentados al SGR por el Comité y la Gobernación de Caldas para el mantenimiento y de la red vial rural, la reparación de viviendas rurales con técnicas tradicionales de construcción y el proyecto para la implementación de la Denominación de Origen del café regional y la marca PCC, por valor de \$ 1.112 millones.

2.5. Empoderamiento de las mujeres cafeteras

Promover la equidad de género en la caficultura ha sido un objetivo central en la gestión de la Federación, dada la relevante participación y contribución de las mujeres en la cadena productiva del café, en la que 1 de cada 3,4 productores son mujeres, esto es cerca de 161.336 mil cafeteras propietarias del 25%(669.603 hectáreas) del área total sembrada en café, de acuerdo con los registros del SICA en 2015.

Por esta razón, desde 2006, la Federación creó el Programa Mujeres Cafeteras, cuyo objetivo ha sido promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres por medio de una política integral de equidad de género que, basada en un enfoque diferencial de derechos humanos y familia, fomenta el empoderamiento de las mujeres en todos los temas relativos a la producción de café, la participación gremial y el liderazgo comunitario.

De esta forma, la política de equidad de género en la Federación se articula con los protocolos internacionales ratificados por Colombia así como con las normas nacionales, en particular la Ley de Mujer Rural (731/2002) y la Política Pública de Equidad de Género para las mujeres de 2012.

Dicha política se gestiona mediante su transversalización en las diferentes dimensiones del desarrollo sostenible, de esta forma, los principales logros obtenidos en 2015 son:

- **Componente social:** cuyo objetivo es promover una relación equitativa en la comunidad y una sana convivencia. En este sentido, se han logrado importantes avances a través de programas de cooperación como Huellas de paz, en el cual se formaron más de 100 gestores y se construyó el documento de la estrategia de transversalización de la Política de Equidad de Género en el que se identificó la importancia de promover el reconocimiento del rol de las mujeres en la familia y en la economía del hogar. Además se diseñó el curso virtual “Derechos humanos, equidad de género y relevo generacional” para formación de extensionistas y familias cafeteras en microcuencas GIA, que será implementado en 2016.
- **Componente ambiental:** cuyo objetivo es incentivar un uso adecuado de los recursos naturales. Para ello a través del proyecto Gestión Inteligente del Agua (GIA) se propició una participación de las mujeres del 37% en los espacios de toma de decisiones, formación y sensibilización y comités comunitarios.
- **Componente económico:** cuyo objetivo es fortalecer la capacidad organizativa y empresarial de las mujeres entorno a la producción de cafés de alta calidad con el fin de lograr su comercialización como un producto diferenciado. En 2015, se marcó un hito en este sentido con la realización en Bogotá de la IV Convención de la Alianza Internacional de Mujeres en Café organizada por la IWCA (International Women Coffee Alliance) y la Federación en la que Colombia fue el centro de la discusión mundial sobre los temas de género, el rol de la mujer en el desarrollo de las comunidades y los retos y oportunidades existentes en diferentes mercados para la comercialización de cafés producidos por mujeres. En total participaron 423 mujeres cafeteras de 33 países productores incluido Colombia.
- **Buen gobierno:** el objetivo es promover el liderazgo de la mujer por medio de su participación plena en los asuntos comunitarios y gremiales. En este sentido, se han fortalecido 41 grupos asociativos de mujeres que ya se encontraban formalizados y se formalizaron otros 16. Así mismo, se incluyeron 2 indicadores de género en el Plan Estratégico de la Federación y se está desarrollando un aplicativo para el registro y seguimiento de asociaciones de mujeres en el SICA, lo que permitirá brindar un acompañamiento más pertinente a la formulación de iniciativas por parte de los grupos, así como una mejor orientación estratégica a la búsqueda de recursos.

3. Sostenibilidad ambiental

En cualquier actividad productiva, una adecuada gestión de los recursos ambientales es fundamental no solo como medida de responsabilidad social sino también como estrategia de rentabilidad futura. En esto se basa la visión más aceptada del desarrollo sostenible, la cual consiste en conseguir un adecuado equilibrio entre el desarrollo económico, la calidad de vida de los productores y un uso racional de los recursos ambientales lo que comprende tanto acciones de cambio técnico e innovación como también de protección y conservación.

Por esta razón, la gestión ambiental en la Federación se direcciona a través de dos componentes: i) caficultura climáticamente inteligente, que consiste en preparar tecnológicamente la caficultura frente a la oferta climática cambiante, haciendo de la caficultura una actividad sostenible y rentable, mediante la adaptación y mitigación del cambio climático y la gestión de riesgos climáticos y ii) gestión de recursos ambientales, que busca promover la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales a través del manejo de residuos, educación ambiental, cuidado de las microcuencas, protección de humedales, protección de bosques, gestión del agua y gobernanza del suelo.

3.1. Caficultura climáticamente inteligente

3.1.1. Adaptación y mitigación del cambio climático

Cenicafé, la Gerencia Técnica y el Servicio de Extensión han venido desarrollando acciones orientadas a preparar tecnológicamente la caficultura frente a la oferta climática, a través de la reducción del área sembrada mayor de 9 años, el aumento del área en renovación, la reducción a 7,4% el área con menos de 3.250 plantas/ha y la disminución a 34% el área con variedades susceptibles. Así mismo, se ha trabajado fuertemente en la sostenibilidad y rentabilidad de la caficultura, obteniendo almácigos más vigorosos bajo nuevas alternativas de fertilización y enclamiento y encontrando mayores niveles de producción bajo la técnica de podas altas y despunte de ramas.

Por otra parte, Cenicafé realizó actividades relacionadas con la adaptación y mitigación al cambio climático, desarrollando un producto natural para el control

de la broca con extractos de ajo, de ají, ajeno y hongos entomopatógenos, se identificaron metabolitos que ocasionan la muerte de la broca, se realizó la evaluación periódica de la broca y la roya en cerca de 5.500 lotes de café entre 24 y 84 meses de edad y se formuló y puso en marcha una campaña nacional contra la broca bajo los lemas "Para ganar hay que repasar" y "Repasando protejo mi cosecha".

En cuanto a la Plataforma Agroclimática Cafetera (agroclima.cenicafe.org), en 2015 se implementaron dos nuevas aplicaciones: I) Vuelos de Broca, donde gráficamente puede verse el comportamiento semanal de vuelo del insecto desde el año 2002, y II) las Noticias sobre el Índice Oceánico de El Niño, donde se tiene acceso a información del índice, afectación del Fenómeno en las distintas zonas cafeteras y predicción de las variables temperatura y precipitación, para cada trimestre del año.

Adicionalmente, con el propósito de identificar la amenaza climática, se están midiendo las variables ambientales (con mayor resolución espacial y temporal) en la zona cafetera colombiana, utilizando 228 estaciones meteorológicas convencionales y 105 estaciones meteorológicas automáticas, para las cuales se creó una aplicación que permite realizar el seguimiento de los sensores como soporte para la programación de visitas técnicas.

3.1.2. Gestión de riesgos climático

Cenicafé trabajó en este tema evaluando progenies de cruzamientos con genotipos resistentes a la enfermedad de los frutos del café (CBD) como el Híbrido de Timor y algunas accesiones etíopes de café arábica y se distribuyeron 97.246 kg de semilla mejorada de café procedente de las estaciones experimentales de Cenicafé a los diferentes Comités de Cafeteros.

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural con el apoyo del BID, ha venido implementando una serie de acciones y actividades que dan continuidad al fortalecimiento de la política general de aseguramiento agropecuario y al desarrollo del mercado de seguros en Colombia. Entre otros temas, se ha trabajado en la elaboración de estudios técnicos y demás gestiones relacionadas con la recopilación y el análisis de información de riesgos agropecuarios, así como, el

diseño e implementación de nuevos esquemas de seguros agrícolas, tales como: los seguros indexados y seguros catastróficos. Al respecto la Federación permitió al BID el acceso a información relacionada con el sector cafetero, la cuál será usada para analizar la demanda del seguro, focalización de regiones, campañas de capacitación y ventana de comercialización y venta del seguro.

3.2. Gestión de recursos ambientales

En cuanto a la gestión del agua, se realizó la compra de la infraestructura de beneficio ecológico que permitirá mejorar el desempeño ambiental de las fincas ubicadas en algunas microcuencas de Cauca, Caldas, Antioquia, Tolima y Huila.

De igual forma, con el apoyo de Cenicafé se estructuró el plan de formación en el análisis y medición del Retorno Social de la Inversión (SROI) para el Programa GIA, se realizó el diagnóstico técnico y el levantamiento arquitectónico de la estructura actual de beneficio de fincas seleccionadas en 25 microcuencas y se elaboró un protocolo para el diseño, construcción y funcionamiento de fosas de pulpa tipo invernadero, para el uso de aguas residuales del café. Así mismo, se realizó la selección final de los puntos para los estudios de calidad del agua en las 25 microcuencas del programa.

Con relación a la gobernanza del suelo, con recursos del MADR se implementaron acciones en el cuidado de las microcuencas y protección de bosques, alcanzando 69.193 hectáreas del Programa Forestal, se realizó el acompañamiento a los agricultores a través de 7.194 visitas a fincas por parte del servicio de extensión y se establecieron 641 hectáreas de herramientas de manejo del paisaje (HMP).

Se generó una guía práctica para la sensibilización en conservación de suelos y se iniciaron las actividades para caracterizar la fertilidad de los suelos de la región cafetera de Huila a través de la toma de 5.000 muestras. De igual forma, se han tomado 25.000 muestras de suelo en todo el país con el objetivo de mejorar la eficiencia en los planes de fertilización regional, definiendo la dosis correcta del fertilizante, la fuente más adecuada, la época y la forma de aplicación eficiente.

4. Modernización institucional

4.1. Finanzas del Fondo Nacional del Café

Ante la difícil situación financiera que alcanzó el FoNC a finales de 2009, ocasionada por bajos volúmenes de producción y bajos niveles de tasa de cambio, en 2010 se definió un Plan de Sostenibilidad Financiera del FoNC, el cual se convirtió en la hoja de ruta para equilibrar la situación financiera del mismo.

Los ejes del plan de sostenibilidad y sus resultados se describen a continuación:

Ajuste al esquema de comercialización: el objetivo es equilibrar el libro de ventas en el corto plazo y trasladar el riesgo de diferencial al cliente final. Esto ha aportado de manera importante a que los márgenes de la actividad comercial sean positivos y estables, de tal forma que se remuneren los activos y el riesgo asociado a la operación. Si bien con esta estrategia no se logra garantizar una rentabilidad mínima, se ha logrado una situación comercial y financiera manejable para el FoNC.

Rentabilización de Buencafé Liofilizado: desde la implementación del Plan de Sostenibilidad, los márgenes de Buencafé han presentado crecimientos significativos llegando a niveles superiores al 15% a diciembre de 2015. Lo anterior gracias al adecuado manejo del portafolio de productos y de clientes, que ha permitido mantener un crecimiento sostenido en ventas, resultados y márgenes.

Liquidación de activos e Inversiones no estratégicas: entre 2010 y 2015 se han liquidado inversiones y activos no estratégicos. Los ingresos correspondientes se han destinado a la reducción de la deuda financiera institucional originada por los diversos bienes públicos cafeteros los cuales se respaldan con recursos del FoNC.

Priorización de gastos institucionales: gracias a los mayores volúmenes de exportaciones y al aumento de la tasa de cambio que se ha venido registrando en años recientes, la contribución cafetera ha registrado a diciembre de 2015 un crecimiento del 33% frente al mismo periodo del año anterior. No obstante, persiste el desbalance entre estos ingresos y los bienes públicos.

Acuerdos con el Gobierno Nacional: el apoyo que ha brindado el Gobierno Nacional al FoNC lo ha convertido en el gran socio del sector cafetero; los recursos que ha destinado mediante convenios y transferencias de la Nación han sido vitales para el desarrollo de diversos programas. A diciembre del año 2015, el FoNC ha recibido \$30 mil millones por transferencia de la nación para los programas de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, Control a las Exportaciones, Promoción Publicidad y Desarrollo Marcario y Promoción al Cooperativismo Caficultor.

4.2. Resultados financieros del FoNC

El resultado neto depurado pasó de -\$44 mil millones en 2010 a \$130 mil millones a diciembre de 2015. El objetivo de la depuración del resultado neto es suavizar la distorsión que se genera al valorar los instrumentos de cobertura a precios de mercado y los inventarios a precios históricos, estipulado en la norma contable.

A continuación se hace una breve descripción de cómo ha sido el aporte de las tres actividades principales del FoNC en el resultado:

Buencafé: en 2015 la fábrica tuvo un volumen de producción cercano a las 9 mil 459 toneladas, cifra muy superior a la producción que venía registrando en años anteriores. Dicho volumen de producción lleva a la planta a estar en un nivel de utilización cercano al 82%. Buencafé actualmente exporta un 90% de sus ventas totales en distintas regiones mundiales como Europa, Norte América y Asia, lo cual brinda diversificación en su portafolio de clientes. Este desempeño que se ha venido logrando en los años recientes ha logrado que los márgenes pasaran de niveles cercanos al 0% en el año 2010 a un poco más de un 15% a diciembre de 2015. Precisamente en este año Buencafé tuvo una utilidad neta depurada de \$46 mil millones.

Actividad Comercial: el margen de la actividad comercial que se encontraba en niveles cercanos al 0% en el año 2010 llegó a 6% en 2015 gracias a las estrategias implementadas para equilibrar el libro de ventas. Este margen, muestra un equilibrio financiero de la actividad, aunque todavía es inferior al 10% que reflejan algunas compañías comparables internacionales. No obstante, los resultados remuneran de manera adecuada el uso de los activos y los riesgos asociados a la

operación. La utilidad neta depurada de comercial a diciembre de 2015 fue de \$88 mil millones.

Actividad Institucional: el principal ingreso de esta actividad es la contribución cafetera, el cual depende principalmente del volumen de exportaciones y de la tasa de cambio. Debido a los comportamientos anteriormente expuestos de estas dos variables, en 2015 el ingreso por contribución cafetera fue de \$227 mil millones, incluyendo el resultado de las coberturas de tasa de cambio empleadas. Esto significa un crecimiento del 33% frente el valor registrado a diciembre de 2014. A pesar de lo anterior, estos ingresos no cubren la totalidad de los recursos que se requieren para proveer los bienes públicos cafeteros, a diciembre el ingreso por Contribución Cafetera corresponde al 81% de dichos gastos. La utilidad neta depurada de la actividad institucional es de -\$5 mil millones.

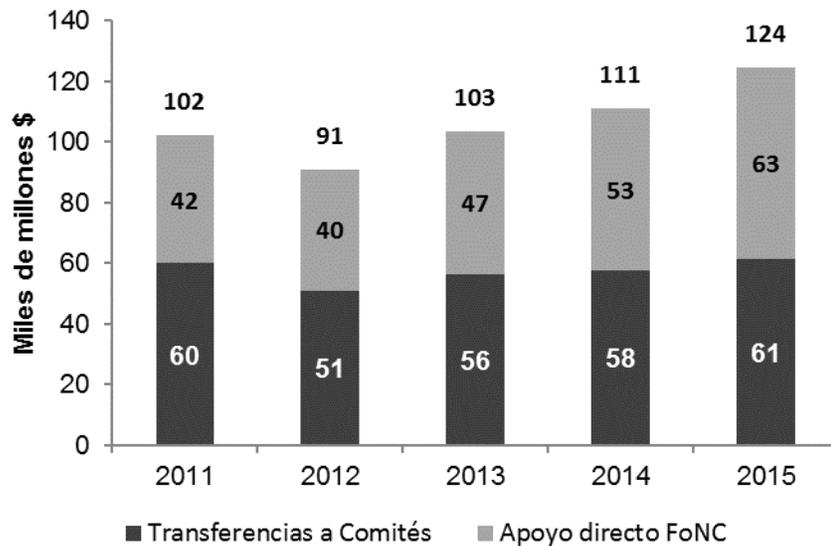
Patrimonio: producto de los resultados positivos de los últimos 5 años, el patrimonio del FoNC ha mostrado un incremento sostenido, llegando a \$1.057 mil millones a diciembre de 2015, 18% más en comparación al mismo periodo del año anterior. Además la deuda institucional se redujo de US\$100 millones en 2010 a US\$65 millones en 2015.

Líneas de crédito: con la mejora y estabilización de las finanzas del FoNC, la percepción de riesgo crediticio ha mejorado sustancialmente lo que se refleja en el incremento del cupo en las líneas de crédito que han venido otorgando las instituciones financieras nacionales e internacionales. En 2015 el cupo disponible en líneas de crédito ascendió a US\$970 millones, 80% más que en 2010, lo que es de vital importancia ya que son la principal fuente de liquidez para respaldar la Garantía de Compra.

Recursos disponibles para inversión: la Federación como administradora del FoNC tiene como uno de sus principales objetivos procurar la sostenibilidad de la caficultura mediante la aplicación de las mejores prácticas de gestión financiera que optimicen el gasto y hagan más efectiva la destinación de recursos de inversión en beneficio de las familias cafeteras.

Por esta razón, con recursos del FoNC se ejecutaron proyectos de inversión en asistencia técnica e investigación por \$124 mil millones en 2015, 12% más que en 2014, de los cuales el 49% se realizó a través de transferencias a los Comités Departamentales y 51% directamente desde la Oficina Central.

Figura 18. Recursos disponibles para inversión social
2011 - 2015



Fuente: FNC

Así mismo, a través de alianzas con diferentes organizaciones públicas y privadas del orden nacional e internacional se gestionaron recursos adicionales por \$155 mil millones para el desarrollo de obras que benefician a las comunidades cafeteras en programas relacionados con transporte e infraestructura vial, protección social, electrificación rural, acueductos, entre otros.

4.3. Cédula Cafetera Inteligente

En el año 2006 y en alianza con Megabanco (hoy Banco de Bogotá), el documento de identificación gremial que existía desde 1931, evolucionó para convertirse en un instrumento con funcionalidades financieras denominado Cédula Cafetera Inteligente, que integraba una banda y un chip a través de los cuales podían realizarse con seguridad y trazabilidad abonos por ventas de café y programas. Este novedoso mecanismo se convirtió en un referente de inclusión financiera a nivel internacional, no solo porque más de 450 mil caficultores han accedido a los

servicios bancarios sino porque mediante su red privada de datafonos se logró llegar a municipios que tenían conectividad y cobertura bancaria limitada.

Con el objetivo de incrementar los beneficios de este mecanismo, el Congreso Cafetero de 2013 aprobó la vinculación de una cuenta de ahorros a la Cédula y Tarjeta Cafetera y desde allí la Federación en asocio con el Banco de Bogotá inició un proceso de Bancarización rural sin precedentes en Colombia. Entre 2014 y 2015 se realizaron jornadas de bancarización en cerca de 400 municipios cafeteros del país para lograr la masificación de este producto único sin cuota de manejo. Al cierre de 2015, se bancarizaron más de 362 mil caficultores, que ya cuentan con todos los servicios financieros que ofrece la Nueva Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente, entre los cuales se encuentra la posibilidad de establecer relaciones de crédito formal.

Actualmente los caficultores tienen acceso a más de 260 mil puntos entre almacenes de provisión agrícola, puntos de compra de las Cooperativas, cajeros automáticos, corresponsales bancarios, oficinas del Grupo Aval y establecimientos comerciales donde pueden usar su cédula cafetera con tarifas preferenciales. Además, pueden realizar transacciones por internet y bajo el sistema ACH. Los índices de manejo de efectivo han incrementado considerablemente con las consignaciones, transferencias y ventas de café que les permiten a nuestros cafeteros recibir sus ingresos en una cuenta de ahorros con todos los mecanismos de seguridad financiera.

Durante el 2015 se puso a disposición de las Cooperativas de Caficultores el Canal Cafetero, una herramienta que permite a los almacenes de provisión agrícola prestar el servicio de dispensación de efectivo a los caficultores, garantizando que puedan retirar sus recursos en un lugar cercano a su finca. Actualmente ocho departamentos cafeteros están haciendo uso de esta herramienta exclusiva, sin costo y hecha a la medida. Los esfuerzos por implementarlo a nivel nacional continuarán en 2016.

El 31 de diciembre de 2015 se cerró la transaccionalidad de la antigua Cédula Cafetera para dar paso al desarrollo inherente que trae consigo la bancarización del

Gremio, por la cual se continúa trabajando bajo la premisa de vincular al 100% de los caficultores.

4.4. Generación de valor a través del conocimiento

4.4.1. Sistema de Información Cafetera (SICA WEB)

4.4.1.1. Migración del SICA Web a una plataforma Android

El permanente avance tecnológico en materia de dispositivos móviles hace que cada día más usuarios hagan uso de diversos equipos que se convierten en estaciones de trabajo robustas y portátiles para ser utilizados en ambiente empresarial con diferentes objetivos, entre ellos, la captura, grabación y archivo de información directamente en campo incrementando la eficiencia debido a su portabilidad y capacidad de procesamiento en terreno.

Actualmente se están desarrollando todas las labores necesarias para que en 2016 el aplicativo SICA Web esté habilitado para operar desde dispositivos o tabletas móviles con sistema operativo android, sobre los cuales, el Servicio de Extensión podrá trabajar directamente en campo bien sea con acceso a internet o de manera desconectada, es decir, sin conectividad a internet, ingresando al sistema las novedades propias de actualización de información como: labores de aplicación (nuevas siembras, renovaciones zoca / siembra) e ingreso de labores de educación. Una vez el Extensionista tenga acceso a internet podrá sincronizar su dispositivo para enviar de forma automática la información registrada en campo hacia la base de datos del SICA ubicada en Oficina Central.

La aplicación SICA funcionando bajo la plataforma android y de manera desconectada permitirá al Servicio de Extensión realizar un trabajo en campo mucho más eficiente, evitar reprocesos en el ingreso de información al sistema y mayor productividad de su tiempo.

En los dispositivos se podrán desplegar las imágenes de alta resolución correspondientes a las zonas de cada uno de los Distritos que tengan asignados los Extensionistas, así mismo, los usuarios podrán visualizar su posición geográfica a través del G.P.S de la tableta, lo cual facilitará el proceso de actualización en campo.

4.4.1.2. Reportes para usuarios del SICA

La manera más fácil de observar el estado actual de la información registrada en el SICA por parte del Servicio de Extensión es a través de los reportes, que transmiten información clara y concreta acerca del estado y características de los cultivos, además son fundamentales para la toma de decisiones y la focalización de acciones en mejora de la competitividad de la caficultura.

Por esta razón, la Gerencia Técnica implementó en SICA Web el reporte "Tablero de Control" mediante el software Jaspersoft que permite a los usuarios del sistema contar con una herramienta de consulta de reportes en línea y generar información gráfica con la información más relevante de la caficultura a nivel de distrito, seccional, municipio, departamento o nacional.

A través de este módulo se puede conocer la información de la estructura de la caficultora de acuerdo al tamaño de cafetal, los rangos en edades de los cafetales, el área de café en función de la altura sobre el nivel del mar, las hectáreas en café según variedad, la edad de los lotes cafeteros, entre otros. A partir de la consulta y análisis de estos reportes, los usuarios podrán determinar acciones focalizadas y seguimiento a sus metas facilitando la planeación de su trabajo.

4.4.1.3. Análisis de suelos integrados al SICA Web

La Gerencia Técnica con apoyo de Cenicafé, desarrolló en el SICA Web el módulo de análisis de suelos, el cual permite incorporar los resultados de los análisis realizados por los diferentes laboratorios para cada lote objeto de una muestra de suelos.

Una vez se encuentre la información en el sistema se podrá generar para cada análisis de suelos el reporte con la respectiva recomendación con la cantidad de nutrientes a aplicar (kg/ha.) y correctivos o enmiendas cuando la interpretación del análisis lo determine. Esto, permitirá a los caficultores aplicar la cantidad específica de cada nutriente para cada lote, de la misma manera el Servicio de Extensión

tendrá herramientas para dar asesoría adecuada a los caficultores en la toma de decisiones en cuanto a fertilización.

La robustez de esta nueva herramienta permitirá a la Gerencia Técnica / Cenicafé realizar análisis espaciales de la información geo-referenciada de los resultados de análisis de suelos para generar mapas de tendencias de fertilización a partir de la interpolación de cada una de las variables de los análisis de suelos.

4.5. Representación gremial

4.5.1. Relaciones con el Congreso de la República

La Federación en su función de representar los intereses de los caficultores colombianos, participa de manera activa en la presentación de diversas propuestas ante el Gobierno Nacional, que han generado, a su vez, iniciativas de proyectos de Ley que cursan ante el Congreso de la República.

A continuación, se presenta un resumen de los resultados y de los principales acontecimientos durante 2015:

Presupuesto de rentas y recursos de capital y Ley de apropiaciones para la vigencia fiscal 2015: mediante el artículo 74 de Ley 1737 del 2 de diciembre de 2014, se autorizó al Gobierno Nacional para apropiar recursos del Presupuesto General de la Nación y transferirlos al Fondo Nacional del Café, para la implementación de instrumentos que permitan garantizar la sostenibilidad del ingreso de las familias cafeteras y el acercamiento de los cafeteros a herramientas tecnológicas dirigidas a la mitigación de los riesgos inherentes a su actividad productiva. Gracias a esta ley, el FoNC recibió \$30.026 millones en 2015 para cumplir con los programas de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, control a las exportaciones, promoción al cooperativismo caficultor, publicidad y desarrollo marcario.

Presupuesto de rentas y recursos de capital y Ley de apropiaciones para la vigencia fiscal 2016: mediante Ley 1769 de noviembre 24 de 2015 y el Decreto 2550 de noviembre 20 de 2015 se detallan las apropiaciones de la vigencia fiscal

2016 y se clasifican y definen los gastos donde se apropiaron recursos por \$26.200 millones para transferencias al sector agrícola y sector industrial para apoyo a la producción artículo 1 ley 16/90 y artículo 1 ley 101/93: ley 795/03.

De acuerdo con lo anterior el Comité Nacional de Cafeteros con fundamento en las anteriores disposiciones y en la Ley 1337 de 2009, expidió la Resolución No. 01 de 2016 para establecer las actividades elegibles del gasto que se enmarcan dentro la transferencia que se hará por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Medidas financiamiento para el sector agropecuario: bajo la Ley 1731 del 31 de julio de 2014, en su Artículo 7°, se estableció un alivio especial a deudores del Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN) y del Fondo de Solidaridad Agropecuaria (FONSA), para extinguir sus obligaciones pagando de contado hasta el 30 de junio de 2015, el valor que FINAGRO pagó al momento de adquisición de la respectiva obligación.

Teniendo en cuenta que expiró el plazo establecido en la ley en mención, la Federación está gestionando una iniciativa de Proyecto de Ley de Punto Final ante el Congreso de la República con el fin de extinguir las obligaciones otorgando un último plazo para pagar las deudas pertenecientes a las carteras PRAN Cafetero, PRAN Agropecuario y FONSA otorgados por la Ley 1731 de 2014.

Citaciones Congreso de la República: la Federación en su calidad de administradora del FoNC y representante del gremio cafetero asiste a las citaciones de debate de control político realizadas por el Congreso de la República.

Durante 2015 estos debates estuvieron dirigidos a evaluar la política cafetera a partir del informe de la Misión de Estudios para la competitividad de la caficultura en Colombia, el seguimiento a los compromisos del Paro Agrario de 2013, evaluar la política rural y las estrategias del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, frente al sector agrario y cafetero, el futuro del sector cafetero y la iniciativa del Paisaje Cultural Cafetero, incluido en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO en 2011.

4.5.2. Organización Internacional del Café

La Organización Internacional del Café (OIC) es una organización intergubernamental regida bajo el marco normativo del Acuerdo Internacional del Café de 2007 (AIC-2007), encargada de los asuntos cafeteros a nivel mundial, la cual reúne a gobiernos de países exportadores e importadores, cuya misión es fortalecer el sector cafetero mundial y promover su expansión sostenible en un entorno basado en el mercado para beneficio de todos los participantes en el sector. Sus Miembros conformados por 42 países exportadores y 8 importadores representan el 95% de la producción mundial de café y más del 83% del consumo mundial.

115º periodo de sesiones del Consejo Internacional del Café (ICC): en la última reunión realizada entre el 28 de septiembre y el 2 de octubre de 2015, el ICC anuncio la afiliación de la Federación de Rusia como miembro importador, la terminación del trámite de afiliación de Colombia a la OIC, la reincorporación de Japón como Miembro importador, la aprobación por parte del Congreso de la República del Perú de su afiliación a la OIC y la ampliación del plazo hasta septiembre de 2016 para el depósito de los instrumentos de afiliación a la OIC.

Asimismo se realizó la presentación de estudios e informes: i) El impacto del precio del petróleo y del tipo de cambio del dólar estadounidense en los precios del café; ii) El café en China; iii) El café en la Federación de Rusia; iv) Sector del café sostenible de África; v) un análisis comparativo entre los precios del café y los precios de los productos del petróleo; y vi) la relación entre los precios del café y la tasa de cambio del dólar estadounidense frente a las monedas nacionales de determinados países exportadores de café.

Por otra parte, el 1 de octubre se llevó a cabo el lanzamiento oficial del primer Día Internacional del Café, para así promover el consumo de café en el mundo. Adicionalmente, se nombró como presidente del Foro Consultivo para 2015/16 al Sr. Juan Esteban Orduz en representación de Colombia y se destaca el nombramiento de Colombia como miembro productor en todos los Comités de la OIC.

La siguiente sesión del ICC, la numero 116º, se realizará en Etiopía en marzo de 2016, en la que se someterá a consideración la revisión del Acuerdo de 2007 de

conformidad con el párrafo 2 del Artículo 48, en el cual se podrá establecer lineamientos que permitan un pacto por la rentabilidad de la caficultura a nivel mundial bajo una política de sostenibilidad, acorde a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

4.5.3. Alianzas con cooperantes internacionales

La Federación siempre ha estado comprometida con el desarrollo de programas encaminados al mejoramiento de las condiciones de vida de los cafeteros, sus familias y el desarrollo de las zonas rurales de Colombia, para lo cual ha establecido importantes alianzas con estamentos del gobierno colombiano, al igual que con entidades de cooperación nacional o internacional y gobiernos extranjeros.

Para ello la Federación ofrece servicios integrales que abarcan tanto el suministro de café como el desarrollo de conceptos y planes para fortalecer las estrategias de sostenibilidad, según las necesidades de cada organización, actuando como coordinador y referente entre socios corporativos, gubernamentales y no gubernamentales alrededor de proyectos de alto impacto, innovación y replicabilidad.

Es así que para el 2015 se ejecutaron 17 proyectos valorados en \$158 mil millones con 31 socios internacionales provenientes de 11 países, siendo los proyectos más significativos el Programa Gestión Inteligente del Agua, las Normas de Categoría para la medición de la Huella Ambiental del Café y la participación en la iniciativa Blue Number de las Naciones Unidas.

El caficultor, actor principal de la nueva estrategia institucional -Conversemos Desde su posesión como gerente general de la Federación, el doctor Roberto Vélez se trazó como propósito central ampliar los mecanismos de participación de los caficultores en la implementación de la nueva estrategia institucional, dado que una mayor autonomía y un mayor acercamiento con las bases cafeteras permite optimizar el accionar de la Federación y fortalecer la unidad gremial que conduzcan a mejorar la rentabilidad del negocio cafetero.

Comportamiento de la Industria Cafetera 2015

Bajo este lineamiento en septiembre de 2015 se puso en marcha la estrategia Conversemos, un espacio de diálogo directo de la base cafetera y los representantes gremiales con el Gerente General. De esta forma la nueva gerencia busca acercarse y entender los problemas de cada región para encontrar soluciones conjuntas a los retos que enfrentan los caficultores.

El nuevo formato de encuentro directo y permanente incorpora viajes a las regiones y sesiones de trabajo por videoconferencia con los representantes gremiales a nivel departamental y municipal, que tendrán de primera mano respuesta a sus iniciativas e inquietudes, y un mecanismo de seguimiento a las sugerencias que reciba la Federación.

A diciembre de 2015 se han realizado reuniones con los líderes gremiales de Huila, Caldas, Valle, Cesar-Guajira, Nariño, Tolima, Antioquia, Risaralda, Cundinamarca, Santander, Magdalena, Cauca, Norte de Santander y Quindío y próximamente se estará realizando en Boyacá. Los temas más comunes entre los caficultores de las diferentes regiones se relacionan con rentabilidad y los efectos del fenómeno El Niño, así como con las condiciones de las vías. El objetivo es trazar conjuntamente estrategias idóneas de acuerdo con las prioridades establecidas por la Federación y adelantar gestiones ante los gobiernos locales, departamentales o nacional con el fin de atender de manera eficaz las problemáticas que más aquejan a las familias cafeteras.

Esta publicación se hace para dar cumplimiento a lo establecido en el literal p) de la cláusula séptima del Contrato celebrado entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que a la letra dice: p) Informar por lo menos una vez al año a los productores de Café mediante boletín escrito, sobre la situación del Fondo Nacional del Café y la Industria Cafetera.

