



*Informe del Gerente General*

Por la  
**CAFICULTURA QUE  
QUEREMOS**

**L X X X**  
Congreso Nacional de Cafeteros  
2014



**Gerente General**

Luis Genaro Muñoz Ortega

**Secretaria General**

María Aparicio Cammaert

**Gerente Administrativo**

Luis Felipe Acero López

**Gerente Comercial**

Carlos Alberto González

**Gerente Financiero**

Julián Medina Mora

**Gerente Técnico**

Carlos Armando Uribe Fandiño

**Gerente Comunicaciones y Mercadeo**

Luis Fernando Samper Gartner

**Cenicafé**  
CENTRO DE DOCUMENTACION



**Coordinación Editorial**

Marcela Urueña Gómez  
Óscar Mauricio Bernal Vargas  
María Paula Yoshida Matamoros  
Lina Pedraza Peña  
Gabriel Hernando Angarita Tovar

**Fotografías**

Archivo digital FNC  
David Bonilla Abreo  
Patricia Rincón

**Diseño Portada y  
Destacados 2014**

Eliana Ruiz

**Diseño y Diagramación**

Formas Finales Ltda.  
formas.finales@gmail.com  
Myriam Consuelo Lozano

# Contenido

PAG 6

Lo más destacado de 2014

PAG 10

Carta del Gerente General



PAG 14

El mercado del café

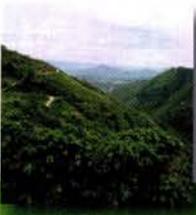
- Mercado internacional del café
- Mercado interno del café



PAG 24

Comercialización sostenible y con valor agregado

- Transferir el mejor precio posible al productor
- Continuar el ascenso en la cadena de valor
- Ofrecer a clientes y consumidores un portafolio innovador que se adapte a las necesidades del consumidor
- Penetrar y consolidar nuevos mercados
- Fomentar el consumo de café en el mercado interno



PAG 42

Competitividad e innovación

- Lograr una caficultura joven, productiva y rentable
- Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz
- Mejorar la calidad del café desde la finca
- Liderar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente
- Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

# Contenido



PAG 62

## Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

- Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad
- Acercar el cliente/consumidor a la caficultura colombiana utilizando las herramientas tecnológicas y de información
- Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación



PAG 70

## Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

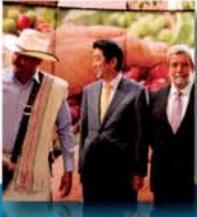
- Contribuir a mejorar los procesos educativos en la comunidad cafetera
- Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores
- Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad
- Impulsar el desarrollo integral de la mujer cafetera



PAG 82

## Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

- Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de la caficultura
- Aumentar la penetración global del programa 100% café colombiano
- Fortalecer la lealtad entre el cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas
- Avanzar en la diferenciación del café de Colombia como origen de calidad superior



PAG 94

## Agenda cafetera para el país y el mundo

- Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales
- Fortalecer la capacidad de la Federación como aliado para la política social y la inversión en el campo
- Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural colombiano



PAG 112

## Eficacia, legitimidad y democracia

- Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial
- Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados



PAG 124

## Sostenibilidad financiera

- Contexto económico internacional y nacional
- Fortalecer financieramente el FoNC, la Federación y sus entidades relacionadas
- Optimizar la estructura de capital del FoNC y la Federación
- Mantener las mejores prácticas en la administración financiera



PAG 132

## La caficultura mundial y colombiana en cifras

# Lo más destacado de 2014



## Por la caficultura que queremos

La transformación del parque cafetero emprendida desde hace unos años, así como la estrategia basada en la diferenciación y en la agregación de valor han permitido recuperar los niveles de producción de 12 millones de sacos que históricamente ha registrado el país y mantener un lugar destacado dentro del mercado mundial. Un mercado en el que los segmentos de mayor valor adquieren especial relevancia y el café de Colombia tiene cada vez mayor presencia para satisfacer a los consumidores más especializados.

Sin embargo, a pesar de los avances queda mucho por hacer en busca de la sostenibilidad del productor. Por tal motivo la Federación ha presentado su Plan Estratégico para el próximo quinquenio, el cual se fundamenta precisamente en los pilares del desarrollo sostenible: i) Económico: incremento de la productividad, gestión de los costos de producción y estrategias de agregación de valor. ii) Social: educación rural, seguridad social e inversión en infraestructura productiva y comunitaria. iii) Ambiental: adaptación y mitigación del cambio climático y gestión de los recursos ambientales. iv) Institucional: gestión del riesgo, buen gobierno corporativo y sostenibilidad financiera. Estos ejes estratégicos se han alineado con las políticas sectoriales vigentes y con las recomendaciones realizadas tanto por la Misión Cafetera como por la Misión Rural.

## La caficultura que queremos esta soportada en la acción colectiva y la participación democrática de los caficultores

Los nuevos delegados al Congreso Cafetero fueron elegidos de manera democrática y transparente en los comicios gremiales donde acudieron masivamente a las urnas las personas facultadas para hacerlo. Como resultado se obtuvo una renovación cercana al 50% en la dirigencia cafetera del país, tanto en los Comités Departamentales como en los Comités Municipales de Cafeteros de todo el país.





## Sostenibilidad



## Solidaridad

### Continúa la recuperación de la cosecha cafetera

En 2014 se produjeron 12,1 millones de sacos, 12% más que en 2013 (10,9 millones). Asimismo la productividad se incrementó en 8% llegando a 15,3 sacos/ha. Este resultado es fruto de un parque cafetero con 3.250 millones de árboles renovados; una edad promedio de 7,2 años, 96% del área tecnificada y 66% sembrado en variedades resistentes.

### Caficultura colombiana ahorra cada vez más agua

El desarrollo de tecnologías de beneficio ecológico del café por parte de Cenicafe, como Becolsub y Ecomill® ha permitido una reducción de la contaminación por vertimientos superior al 90% lo que representa un ahorro sustancial de agua frente a los 44 litros por kilo de cps que emplea en promedio el beneficio tradicional.

### Campaña contra la broca

Ante los posibles riesgos asociados al fenómeno El Niño, la Federación lanzó la campaña educativa nacional "Controle la broca, termine y comience bien el año" apoyado por el Servicio de Extensión. Esto como estrategia para proteger el grano ante los ataques de la broca y así mantener el porcentaje de infestación por debajo del umbral de daño económico (5%) en todo el país.

### Educación para el desarrollo sostenible

500 niños y niñas de la Institución Educativa Minipi ubicada en el municipio La Palma (Cundinamarca) estrenaron nueva sede educativa, lo que permitirá tener una educación más igualitaria y pertinente que contribuya a su desarrollo. Para ello, se contó con recursos por \$2.100 millones aportados por Costa Foundation, Complete Coffee, la Embajada del Japón, la Gobernación, la Alcaldía, el DPS y la FNC.

### El 100% de la zona rural de Caldas y Risaralda cuenta con energía eléctrica

En alianza con la CHEC grupo EPM y los gobiernos departamentales y municipales se logró que el 100% de la zona rural (115 mil familias) de ambos departamentos contara con energía eléctrica. Esto con el fin de mejorar la calidad de vida, generar bienestar y construir tejido social en el campo.

### Mayor inversión para obras de infraestructura comunitaria

En convenio con el DPS se ejecutó el 100% de los proyectos integrales de infraestructura en los sectores de energía, saneamiento básico, social comunitario, transporte y vías, recreación, cultura y deporte, realizados en 10 departamentos afectados por la violencia y en condiciones de pobreza, permitiendo que las familias mejoren su calidad de vida.



## Futuro



## Alto desempeño

### Nueva Cédula Cafetera Inteligente

En el primer año de funcionamiento 298 mil productores ya tienen la nueva CCI, la cual además de ser un documento de identificación gremial, facilita los pagos por la venta del café, incentivos, subsidios y créditos y le permite a los productores acceder a la universalidad de servicios del sistema financiero al tener asociada una cuenta de ahorros a cero costo.

### 310 Tiendas Juan Valdez® Café en el mundo

En 2014 se continuó con la expansión de las tiendas Juan Valdez, con 33 tiendas nuevas en Colombia y 16 en el exterior, 7 de las cuales se abrieron en nuevos mercados como Corea del Sur, Malasia, Bolivia y La Florida en EEUU, para un total de 14 países. Con esto se espera continuar promoviendo el consumo del café de Colombia en todo el mundo.

### Lanzamiento de la Plataforma Agroclimática

En agosto se lanzó una moderna Plataforma Agroclimática Cafetera, herramienta que facilitará a los caficultores la toma de decisiones y apoyará los programas de mitigación y adaptación de la caficultura al cambio y la variabilidad del clima, a partir de las condiciones meteorológicas y geográficas de cada región obtenidas en tiempo real y sus históricos.

### Premio Nacional al Mérito Científico para Cenicafe

La ACAC, le otorgó a Cenicafe este premio en la categoría de Divulgación de la Ciencia, como reconocimiento a su labor de investigación y divulgación. Así como por el empleo de tecnología en la sostenibilidad de la caficultura, adaptada a las condiciones humanas, ecológicas y económicas presentadas en el libro "Manual del Cafetero Colombiano".

### Colombia y Cenicafe realizan importantes aportes a la investigación científica

En el marco de la Conferencia sobre Ciencia y Café (ASIC2014), expertos internacionales destacaron los aportes de Cenicafe en investigación científica cafetera, en el cual Colombia ocupa un lugar de primer nivel en la búsqueda de soluciones tendientes a mitigar los efectos del cambio climático.

### Cédula Cafetera Inteligente (CCI) modelo de inclusión financiera rural

La alianza global Better Than Cash en su estudio realizado sobre la CCI, la destacó como un instrumento de inclusión financiera y un referente para otros países, al ir más allá de la simple transferencia de recursos, implicando todo un cambio cultural en el sector rural y un medio eficiente y transparente para la distribución de incentivos y créditos.

## Amigas y amigos cafeteros:

La mejor manera de identificar la importancia de un sector en nuestra economía es poner en consideración sus principales indicadores y contrastarlos contra otros renglones productivos para estudiar su incidencia desde distintos ámbitos. De esta forma, la relevancia del sector cafetero en el país, se puede analizar a partir de cuatro indicadores básicos: empleo, exportaciones, valor de la producción y costo de oportunidad de la caficultura.

En cuanto al empleo, la caficultura genera cerca de 785 mil ocupados directos, lo que equivale al 26% del total del empleo agrícola. Si se compara con otras actividades agropecuarias, es 3,5 veces mayor al empleo creado por los cultivos de arroz, maíz y papa juntos, y es 10 veces más grande de lo que generan los cultivos de palma africana y caucho combinados. Comparándolo con otros sectores, la caficultura genera cuatro veces el empleo del sector minero energético (183 mil ocupados) y más de la mitad de los generados en la construcción (1,4 millones). Esto significa que la caficultura es un verdadero motor de desarrollo en la economía rural, toda vez que el valor de la cosecha que asciende a \$5,2 billones se redistribuye como ingreso entre las más de 550 mil familias que habitan en 595 municipios del país. Así las cosas y con este potencial, de acuerdo con estudios del Banco de la República el efecto multiplicador de un incremento de 10% en el ingreso cafetero es de 43pb

sobre el PIB, aspecto fundamental pues, si lo comparamos con una situación similar en el sector minero, el efecto apenas impactaría en 4pb el PIB total. Tal es el potencial jalonador del crecimiento en el sector cafetero, que en 2014 cuando el PIB del sector agropecuario creció 3%, el café contribuyó con el 56% de esa variación.

Estos indicadores que resaltan la importancia social y económica de la caficultura evidencian además el elevado costo de oportunidad que el país tendría que asumir para reemplazar una actividad que no sólo genera ingresos para una porción muy importante de la población rural sino que además es trascendental para el sostenimiento de un tejido social que contribuye de manera decidida a la paz y al desarrollo rural, reduciendo la pobreza, potenciando la producción y proporcionando herramientas para que el campo sea un lugar de oportunidades.

Debido a lo anterior, los recientes debates relacionados con el desarrollo rural atañen de manera directa a la caficultura y a la forma en la que desde hace más de 87 años, la institucionalidad cafetera ha venido gestando un modelo de desarrollo basado en la acción colectiva para la provisión de bienes públicos que ha coadyuvado a mitigar las tensiones y dificultades generadas por la concentración de la tierra y la violencia en el campo colombiano, circunstancias que han sido

el combustible de un conflicto armado interno que supera cinco décadas de existencia.

En este sentido resulta factible asegurar que tanto la equidad del modelo agrario como la provisión de bienes públicos, en particular la educación, son dos elementos necesarios y no excluyentes para mejorar las condiciones de vida de la población rural, y que la caficultura efectivamente puede ser soporte para la consolidación de una Colombia rural moderna en un período de posconflicto.

En lo que tiene que ver con la equidad, es importante destacar que en la zona cafetera la propiedad rural es menos concentrada pues el coeficiente Gini de propiedad rural cafetera es (0,70). Esto es inferior al de la zona rural en su conjunto (0,86) e incluso menor al promedio de América Latina (0,80). Por tanto, es absolutamente necesario complementar el acceso a la propiedad con el acceso a nuevas tecnologías, a variedades y sistemas de producción pertinentes con el entorno, a la asistencia técnica y a bienes públicos que permitan a los productores mejorar su competitividad. Y sobre todo, al capital de trabajo que les permita ser altamente productivos, reducir sus riesgos y acceder al sistema financiero.

Así mismo, mediante la provisión de bienes públicos en el sector cafetero se han logrado importantes avances en materia

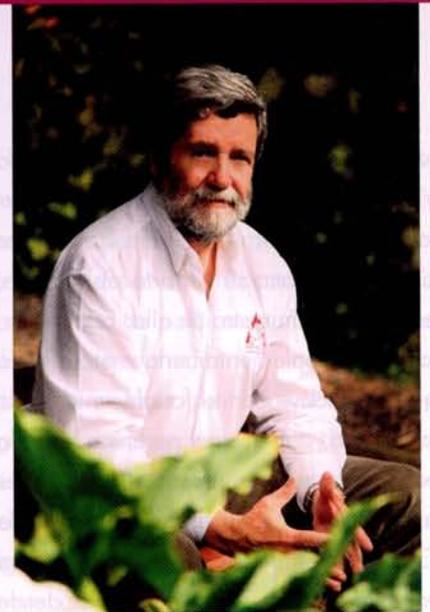
distributiva. De esta forma, en los últimos 5 años se destaca el acceso a crédito de más de 200 mil pequeños productores, que antes estaban marginados del sistema financiero. Esta circunstancia permitió la transformación del parque cafetero hacia uno aún más productivo. Asimismo a través de la Cédula Cafetera Inteligente se ha construido un modelo de inclusión financiera rural exitoso, permitiendo el acceso a más de 430 mil cafeteros a servicios financieros de diferente índole, a la vez que los caficultores pueden decir con orgullo que cuentan con un Servicio de Extensión conformado por cerca de 1.800 técnicos que brinda un modelo educativo basado en diferentes metodologías y el uso de TIC. En el mismo sentido, se resalta la importante tarea realizada por Cenicafé en lo referente a la innovación y desarrollo de variedades resistentes al cambio climático a las que cualquier productor puede acceder.

Ahora bien, no solo se trata de proveer elementos de competitividad a través de bienes públicos sectoriales. Es en este contexto donde el tema de la educación toma una especial relevancia y se convierte también en un factor de cambio. La educación no necesariamente debe implicar migración a la ciudad, ni las oportunidades económicas y desarrollo se limitan al mundo de lo urbano. El habitante del campo también necesita metodologías educativas que sean relevantes a su entorno, que lo hagan parte

del progreso, y le permitan identificar oportunidades y mejorar su calidad de vida. Más allá de hablar de la educación como un bien genérico, debe discutirse sobre un modelo educativo que se ajuste tanto a la infraestructura disponible en las veredas como a la realidad de los habitantes del campo.

En este contexto, el Estado no puede ignorar las adversidades que aquejan a más de 11 millones de colombianos que habitan el campo, esperando a que el problema rural se marche por sí solo. Estaríamos definitivamente perdidos si hoy que por fin el Estado y la sociedad en su conjunto han vuelto sus ojos al campo, desaprovechamos como país esta oportunidad única e irreplicable de apostarle al desarrollo rural. Dar un salto de modernidad para el sector agrario sin duda requiere hacer una profunda transformación educativa para erradicar la pobreza en la periferia. Colombia necesita de un Estado efectivo para enfrentar tanto la problemática agraria y acometer la revolución educativa, pues como se mencionó no se trata de asuntos excluyentes.

De acuerdo con James Robinson, existen casos de países exitosos económicamente que se han basado en modelos de economía rural de pequeños productores y quizá no sea necesario buscar tan lejos: el economista y jefe de la Misión para la Transformación del Campo, José Antonio Ocampo, destacó que el café ha sido la



mejor demostración de que es posible generar desarrollo agrario a partir de la pequeña propiedad en Colombia.

Entonces, ¿cuáles son los modelos educativos relevantes para el campo? ¿Cómo se puede lograr una ambiciosa meta que provea educación y oportunidades, cambios tecnológicos, convivencia y capital social en la sociedad rural? Sin el ánimo de sugerir una solución única para cada problemática, es posible asegurar que la institucionalidad cafetera ha desarrollado modelos exitosos de alianzas público privadas que han contribuido a solucionar tan importante reto.

Desde hace varios años, la Federación ha promovido el relevo generacional en la caficultura sobre la base de modelos educativos innovadores, de tal forma que se les brinde a los jóvenes del campo las herramientas y conocimientos básicos para establecer empresas cafeteras exi-

tosas y sostenibles. El programa Escuela y Café, que no solo ha merecido importantes reconocimientos internacionales sino que incluso se exportó al Vietnam, es una clara muestra de ello. Este modelo busca implementar una metodología que contribuye con el fortalecimiento de la calidad, cobertura y pertinencia de la educación rural a través de proyectos pedagógicos productivos. El Comité de Caldas, pionero de esta iniciativa, ha expandido el modelo educativo desde la educación media hasta la educación superior y la conexión laboral.

Son estas iniciativas de equidad, de bienes públicos cafeteros, de educación relevante en el entorno rural, las que constituyen la piedra angular del nuevo Plan Estratégico de la Federación, aprobado por los representantes gremiales del país en el último Congreso Nacional de Cafeteros. Se trata de hacer una revolución educativa en el campo, de pensar que es posible generar en las regiones procesos virtuosos de desarrollo que se articulen con lo agroindustrial, con el comercio y los servicios incorporando cada vez mayores y mejores tecnologías que nos pongan en la senda de la modernidad.

Sea esta la ocasión para mencionar que el nuevo Plan Estratégico Institucional será la hoja de ruta del sector durante los próximos cinco años. Es el fruto de un amplio proceso de consulta con los productores a través de los Comités Municipales

y Departamentales de Cafeteros, quienes de forma participativa manifestaron sus problemáticas y sus retos para el futuro. Por esta razón, los pilares fundamentales que sustentan el Plan corresponden a los cuatro elementos del desarrollo sostenible: económico, social, ambiental e institucional, lo que resulta coherente y consistente con el desarrollo y bienestar de la población cafetera. Es decir, más allá del café el nuevo plan estratégico se enfoca en los cafeteros y en sus familias.

En el plano económico hay sin duda tres elementos clave que preocupan sobremanera a los caficultores de todo el país: la productividad, los altos costos de producción y la capacidad de vender más y a mejor precio. En lo que se refiere a la productividad, el Plan busca fortalecer los instrumentos para acceder al Incentivo de Capitalización Rural (ICR) sin crédito, el acceso al capital de trabajo con novedosos instrumentos financieros que permitan obtener liquidez a la hora de fertilizar y en general, gracias a la nueva cédula cafetera inteligente, fortalecer el acceso al crédito agropecuario. La prácticas de renovación seguirán siendo una constante para la transformación productiva, por lo que una meta importante será la de renovar 350 mil hectáreas durante los próximos cinco años.

Otro elemento fundamental desde la perspectiva económica para mejorar la rentabilidad de la caficultura consiste en

trabajar con estrategias claras para reducir los costos de producción. En ese sentido es necesario reducir los costos de fertilización, los costos de beneficiar café, y a la vez atraer y cualificar mano de obra con estrategias concretas que ya se han venido implementando.

Con el propósito de aumentar las ventas y acceder a mejores precios será necesario ajustar la estrategia comercial a las nuevas condiciones del mercado mundial cafetero, aprovechando los activos institucionales para agregar valor al productor. En ese sentido las iniciativas incluyen la capacitación de productores para convertirlos en empresarios exportadores, con el apoyo de ProColombia, y continuar con la política de defensa y protección del origen en la que vender cafés diferenciados y con valor agregado seguirá siendo una fuente de competitividad y una de las grandes ventajas competitivas del sector. Y para que este mayor valor que se genere, efectivamente se transfiera hasta el último productor, es indispensable continuar fortaleciendo la política de garantía de compra y el fomento al consumo interno.

En la dimensión social del Plan como ya se argumentó, se ha identificado la necesidad de fortalecer la calidad, cobertura y pertinencia de la educación en el campo colombiano. Para ello es necesario promover la oferta de la educación formal y no formal a través de modelos

flexibles que logren la inserción del relevo generacional al mundo productivo a través de la educación para el trabajo. Como complemento se ha propuesto un modelo de gestión del conocimiento moderno y diferente basado en nuevas tecnologías de información y comunicación.

Otra actividad clave en el campo social será la vinculación de los productores al Sistema Integral de Seguridad Social, con cobertura en salud, pensión y riesgos laborales. Para ello resulta necesario generar y fortalecer alianzas con el Gobierno Nacional y otras entidades para beneficio de los cafeteros. El componente social del Plan también incluye fortalecer alianzas que permitan adelantar programas en conectividad, servicios básicos, vías y vivienda.

La dimensión ambiental es el tercer eje de la sostenibilidad de la caficultura. Los últimos años han dejado importantes enseñanzas en esta materia, por las cuales se viene preparando tecnológicamente la caficultura para enfrentar la oferta climática cambiante, mediante la adecuación de sistemas productivos para la adaptación y mitigación del cambio climático y la gestión de riesgos climáticos. En otras palabras, se trata de profundizar la estrategia alrededor de una caficultura climáticamente inteligente.

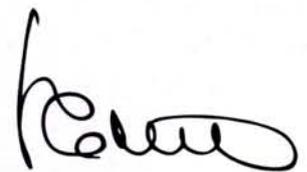
En el campo de las actividades de mitigación ambiental, se hace especial

énfasis en la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales con manejo de residuos, educación ambiental, cuidado de las quebradas, protección de humedales, protección de bosques, entre otros asuntos. Al gestionar los recursos ambientales será necesario buscar ajustes a la nueva normatividad ambiental, intensificar el proceso de reconversión de beneficio convencional a beneficio ecológico y fortalecer la protección de bosques y cuencas hídricas.

Por último, aunque no menos importante, resulta evidente que los lineamientos y estrategias adoptadas en el Plan, demandan ajustes institucionales para lograr las metas acordadas. Por ello, generar valor a través del conocimiento deberá ser una prioridad complementado con la modernización de los servicios institucionales, en particular del Servicio de Extensión. Así mismo, dentro del ajuste institucional se consideran dos aspectos relevantes: De un lado, la sostenibilidad financiera y en especial la necesidad de reducir el efecto de la volatilidad de los precios sobre los productores a través de instrumentos como los fondos de estabilización, y de otro lado, el fortalecimiento y profundización del carácter democrático de la organización gremial, para lo cual ya existe un mandato del Congreso Cafetero para la revisión de una reforma estatutaria que brinde las herramientas necesarias para actualizar las reglas de juego institucionales.

El cumplimiento de este nuevo Plan Estratégico de la Caficultura (2015-2020), permitirá demostrar al país que el cafetero sigue siendo un sector líder en la promoción de políticas para el desarrollo rural y que mediante el fortalecimiento de la eficacia institucional es posible generar procesos incluyentes y participativos, para lo cual una revolución educativa en el campo es indispensable al igual que el acceso a los activos productivos, con el fin de que no solo haya capacidades sino también oportunidad de aprovecharlas. En últimas, en la Colombia Cafetera con todas sus dificultades y desafíos, los caficultores hacen goce efectivo de sus derechos, existe una institucionalidad democrática que les provee bienes públicos y se realizan inversiones en educación e innovación. Esto lo hace un buen modelo a seguir para alcanzar la paz territorial que el país necesita.

Reciban un cordial y caluroso saludo,



**Luis Genaro Muñoz Ortega**  
Gerente General

# El mercado del café

# Avances

en 2014



**12,1 millones**  
de sacos producidos en Colombia durante 2014

**13%**  
aumentaron las exportaciones colombianas  
de café

**146,5 millones**  
de sacos de café consumidos en el mundo

**41% aumentó**  
el precio del café en la bolsa de Nueva York

## Precio internacional del café

**E**n 2014 el precio del café en la Bolsa de Nueva York registró un incremento de 41% respecto a 2013.

Durante el primer trimestre de 2014, el bajo nivel de lluvias y las altas temperaturas registradas en Brasil, afectaron el llenado y la calidad del grano, razón por la cual hubo un cambio de expectativas hacia una menor producción del grano. Como resultado, el precio pasó de 117US¢/libra en enero a 197US¢/libra a finales de abril. Desde entonces, los precios han sido volátiles debido a la incertidumbre sobre el impacto real de la sequía en la cosecha de Brasil.

Para octubre los precios alcanzaron un máximo de 222US¢/libra y posteriormente descendieron producto de la presencia de prolongadas lluvias en Brasil. En diciembre, los precios continuaron cayendo, registrando un cierre de 167US¢/libra.

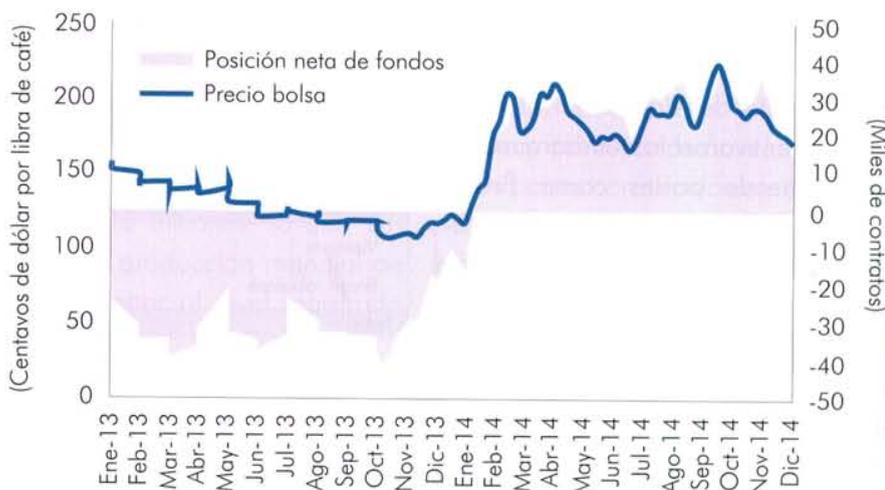
Esta incertidumbre en el mercado hizo que los grandes especuladores cambiaran su posición neta corta a una posición neta larga, presionando así el precio al alza durante la mayor parte del año.

Por tipo de café se encuentra que debido a la caída en la producción cafetera centroamericana, la cotiza-

ción de este tipo de café aumentó por encima de los suaves colombianos y naturales brasileños. Por su parte, el café robusta mostró un aumento

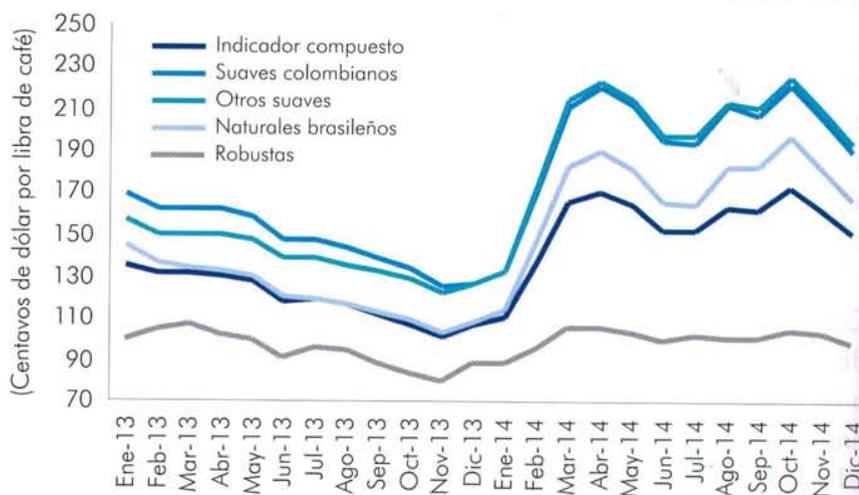
moderado frente al café arábica, en consecuencia del arbitraje entre los dos tipos de café y al incremento en la producción de Vietnam.

**Precio de bolsa y posición neta de fondos (futuros)**  
2013 - 2014



Fuente: ICE y CFTC.

**Precio internacional de los diferentes tipos de café**  
2013 - 2014



Fuente: ICO.

## Balance cafetero en Colombia

**D**urante 2014 la producción colombiana de café superó los 12,1 millones de sacos, lo que representa un incremento del 12% respecto a la cosecha registrada en 2013.

Este crecimiento es resultado del programa de renovación de cafetales implementado por la Federación en favor de los caficultores colombianos, permitiendo la transformación del parque cafetero colombiano y la consolidación de una alternativa económica viable para cerca del 25% de la población rural del país.

De esta forma, la renovación por siembra de variedades resistentes ha permitido contar con cafetales en edad óptima de producción y mejor adaptados a la variabilidad climática y a las condiciones agroecológicas de las zonas cafeteras. Como resultado, la productividad aumentó cerca de 9%, pasando en 2013 de 14,1 sacos de café verde por hectárea, a 15,3 sacos en 2014.

Gracias al incremento registrado en la producción y el precio interno del café, el valor de la cosecha ascendió a \$5,2 billones, valor que sumado a los recursos del programa AIC/PIC equivale a \$5,4 billones. Esta cifra representó un aumento del 19% frente al ingreso cafetero de 2013 que equivalió a \$4,5 billones.

Por su parte, como efecto derivado del crecimiento de la producción, las importaciones de café a Colombia cayeron cerca de 43%, de 610 mil sacos a 350 mil sacos de café verde, provenientes en su mayoría de Ecuador y Perú.

Valor y volumen de la cosecha cafetera colombiana  
2011 - 2012



Fuente: FNC.

**37% aumentó la productividad por hectárea del parque cafetero en 2014.**

## Balance cafetero en Colombia

Adicionalmente y como resultado de las acciones para el fomento del consumo interno puestas en marcha por el Programa Toma Café ejecutado por la Federación en compañía de la industria cafetera nacional, la demanda interna mantuvo la tendencia creciente de los últimos cinco años y se ubicó en 1,5 millones de sacos de 60 Kg., 8% más que en el período anterior.

Durante el mismo periodo se observó un incremento del 3% en los inventarios como consecuencia del mayor volumen de producción.



**Balance cafetero en Colombia**  
(millones de sacos 60 kg.)  
2010 - 2014

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
1) Producción e importaciones	9,5	8,8	8,9	11,5	12,5
- Producción	8,9	7,8	7,7	10,9	12,1
- Importaciones(1)	0,6	1,0	1,1	0,6	0,4
2) Exportaciones y consumo	9,1	9,1	8,6	11,1	12,5
- Exportaciones	7,8	7,7	7,2	9,7	11,0
- Consumo Interno	1,2	1,3	1,5	1,4	1,5
3) Balance (1) - (2)	0,5	-0,2	0,2	0,4	0,0
4) Inventarios totales	1,0	0,7	0,8	1,2	1,2

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

## Exportaciones colombianas de café

**D**urante 2014 las exportaciones de café colombiano ascendieron a 10,9 millones de sacos de 60 kg., lo que equivale a un incremento de 13% frente a los embarques registrados en 2013.

Por su parte, el valor de las exportaciones colombianas paso de US\$2,2 millones en 2013 a US\$2,7 millones en 2014, equivalente a una variación positiva de 24%. Este resultado se debe a los mejores precios del grano en el mercado internacional y la mayor comercialización de cafés con valor agregado.

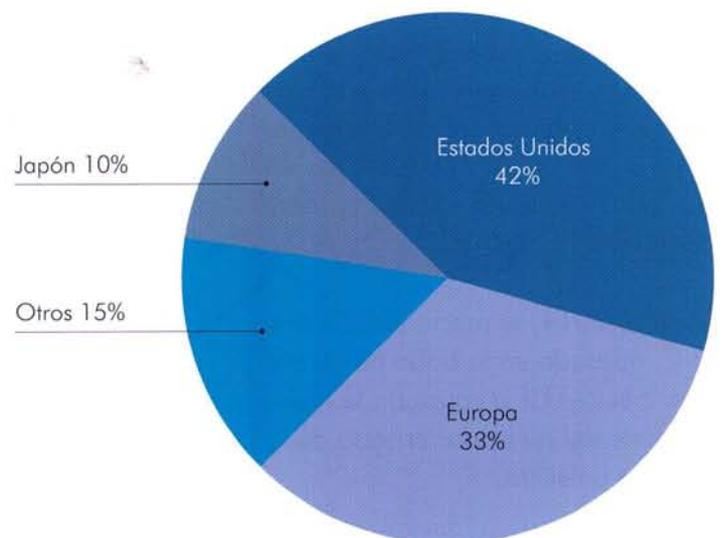
Entre los destinos del café de Colombia se destaca Estados Unidos como primer consumidor de las exportaciones de café con el 42% del volumen (4,6 millones de sacos). Asimismo, resalta el volumen de embarques a Europa, segundo destino, con un volumen exportado de 3,7 millones de sacos equivalentes al 33% de participación, seguido de Japón que representa el 10% de los embarques con 1,1 millones de sacos.

Valor y volumen de las exportaciones colombianas  
2011 - 2014



Fuente: ICO.

Participación de las exportaciones por destino  
2014



Fuente: ICO.

## Precio interno del café

El precio interno del café resulta de la combinación de tres variables del mercado: el diferencial por calidad del café colombiano reconocido en los mercados internacionales, el precio internacional del café cotizado en la Bolsa de Nueva York y la tasa de cambio.

A comienzos de 2014, el diferencial pagado por el café suave colombiano aumentó significativamente por cuenta de: i) la escasez de café centroamericano ocasionada por la infección por roya; ii) la expectativa de una menor producción de café arábica proveniente de Brasil. Como consecuencia, en abril de 2014 el diferencial del café colombiano superó los 18 USD¢/libra, 123% por encima respecto del registrado a comienzo del año.

No obstante, a partir de agosto, tras la recuperación de las exportaciones de café colombiano, el diferencial cayó a niveles de 7 USD¢/libra en octubre y finalizó el año en un nivel cercano a 5 USD¢/libra.

Durante 2014, el precio del Contrato C, transado en la bolsa de Nueva York creció 41% a causa de la incertidumbre del mercado respecto de la cosecha brasilera.

Por su parte, a comienzos del año el peso colombiano registró una tendencia revaloracionista debido a: i) el anuncio del banco de inversión JP



Diferenciales Colombia UGQ vs. otros orígenes  
2014



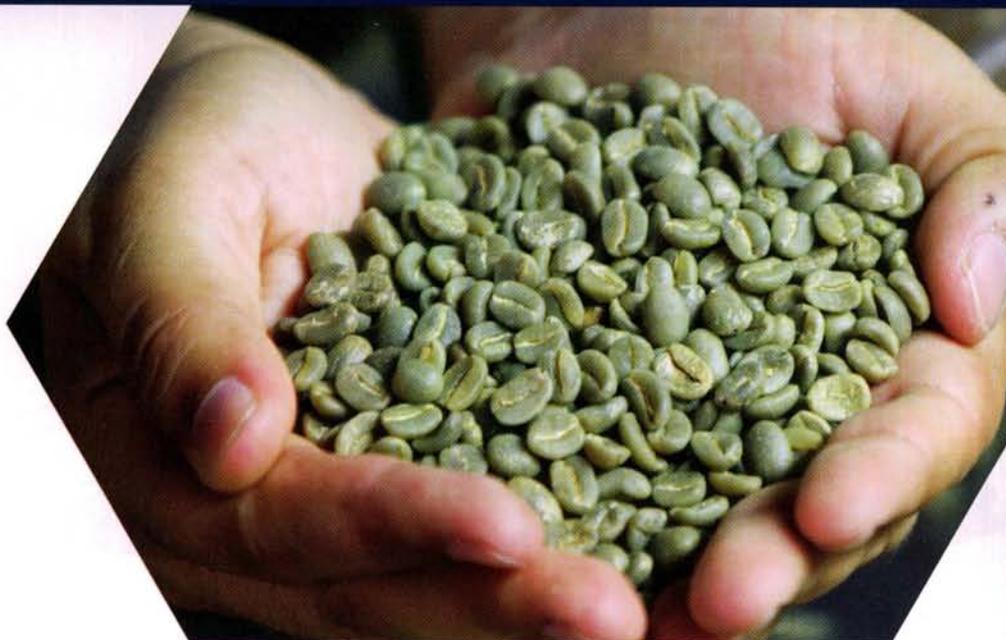
Fuente: Complete coffee coverage.

Morgan de aumentar la participación de la deuda colombiana en dos de sus índices de deuda. ii) la reducción de las tasas de referencia en Europa y Estados Unidos y iii) el aumento decretado por el Banco de la República en la tasa de interés.

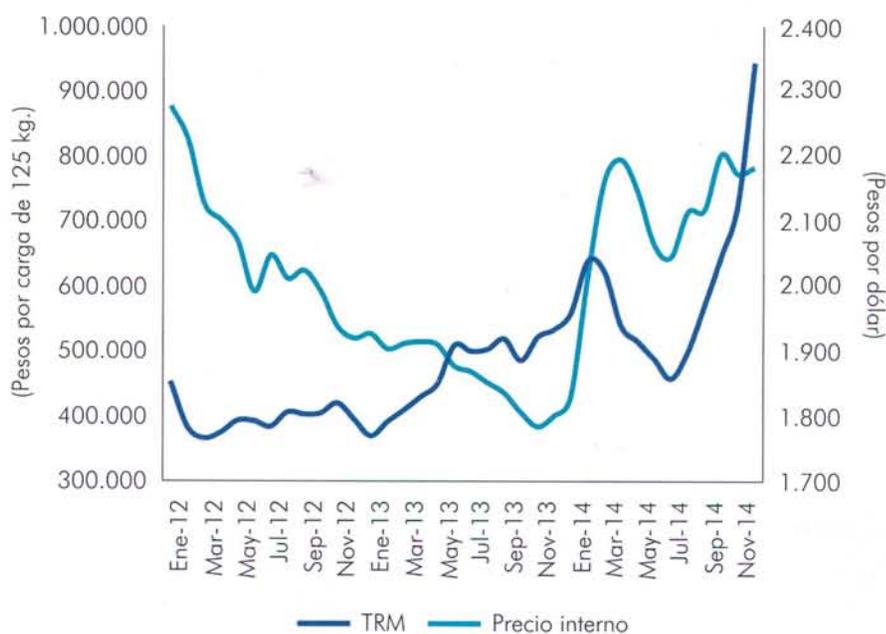
Sin embargo, en agosto de 2014 dicha tendencia se revirtió con fundamento en las expectativas de los analistas frente a la situación económica del país originada por el comportamiento del precio del petróleo y las reformas decretadas por el Gobierno en el funcionamiento de los fondos de pensiones. Lo anterior coincidió con el anuncio de una recuperación de la economía de los Estados Unidos; la desaceleración económica de la China, y la incertidumbre con respecto a las decisiones monetarias de la Unión Europea.

Como consecuencia, la tasa de cambio pasó de \$1.926 al inicio de 2014, a \$2.392 al finalizar el año, lo que representa una depreciación de 24% en lo corrido del año.

Este comportamiento de la tasa de cambio y el diferencial por calidad combinado con la dinámica del precio del café en la bolsa de Nueva York, produjo que el precio de referencia publicado por la Federación aumentara 51% respecto al mismo periodo anterior, alcanzando un nivel promedio para la vigencia equivalente a \$705 mil por carga.



Tasa Representativa del Mercado (TRM) vs. Precio Interno del Café  
2012 - 2014



Fuente: Superintendencia financiera y FNC.

# Comercialización sostenible y con valor agregado



## Avances

en 2014

**\$154 mil millones**

en apoyos del programa PIC-2014

**58%**

de las exportaciones del FNC corresponden a  
café con valor agregado

**28%**

de los cafeteros producen con criterios  
de sostenibilidad

**36%**

de la cosecha fue adquirida por las  
Cooperativas de Caficultores

**US\$10,6 millones**

en sobrepagos para los productores  
de cafés especiales

**18%**

crecieron los ingresos operacionales  
de Procafecol

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Transferencia de precio al caficultor

En 2014, la Federación en cumplimiento de su misión de defender el ingreso del productor, logró transferir a los productores un 25% más del precio internacional del grano en relación con lo recibido por los productores de otros países. Esta cifra, calculada a partir de datos de la OIC, resulta de comparar el porcentaje de precio transferido al caficultor colombiano versus el porcentaje transferido a los productores de cafés suaves de otros países.

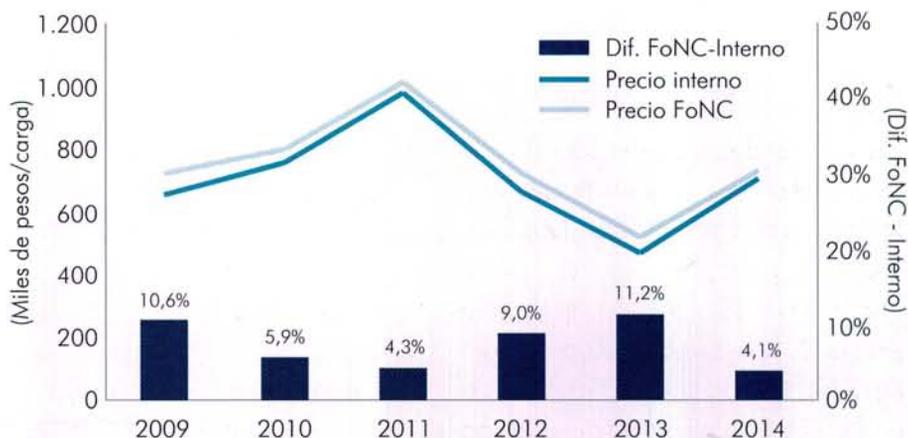
Por su parte, la política de garantía de compra, orientada a asegurar el mejor precio posible al productor, permitió que durante 2014, el precio promedio pagado por el FoNC fuera superior al precio de referencia publicado en 4,1%.

Asimismo, se continuó aplicando la metodología de compra por almendra sana, como sistema de valoración

del café, al igual que la estrategia de Compra Relacional, mediante la cual se adquirieron más de 2,3 millones de sacos de 60 kg. equivalente al 92% del total comprado por el FoNC, cantidad suficiente para dar cumplimiento a la totalidad de los compromisos de embarque asumidos en el año.

Del total de café comprado por el FoNC, el 71% corresponde a cafés especiales, entre los que se destaca la participación en los programas sostenibles como 4C, Nespresso AAA, Nespresso AAA Rainforest, Fair Trade y los programas de Café Regional.

Precio base de compra vs. Precio pagado por el FoNC  
2009 - 2014



Los caficultores colombianos recibieron un **25%**  
más del precio internacional que los productores  
de otros orígenes de cafés suaves

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Programa de protección del ingreso cafetero - 2014

Ante la drástica caída de los precios internacionales del café y la apreciación de la moneda colombiana en 2012, el gobierno nacional crea el programa de Apoyo al Ingreso del Caficultor, luego denominado programa de Protección al Ingreso Cafetero AIC/PIC, con el objetivo de aliviar las pérdidas en el ingreso del caficultor. El programa es financiado por el gobierno nacional y ejecutado por la Federación, en su condición de administradora del FoNC.



Inicialmente el programa reconocía un apoyo de \$60.000 por carga de c.p.s. cuando el precio del café se ubicara por debajo de \$650.000. Sin embargo ante la persistente caída de los precios, en marzo de 2013 se aumenta el apoyo pasando a \$145.000 por carga de 125 kg. c.p.s. cuando el precio de referencia este por debajo de \$700.000, o \$165.000 por carga de 125 kg. c.p.s. cuando el precio de referencia se encuentre por debajo de \$480.000 por carga de 125 kg. c.p.s. En todo caso el valor del subsidio y el precio no podrá superar los 700 mil pesos por carga.

En 2014, el PIC se ajustó para agilizar su entrega, ampliar la cobertura y reducir los eventos de fraude. En este sentido, la Resolución 127 de 2014 expedida por el MADR establece los

siguientes requisitos para recibir el apoyo en 2014:

- ❑ Los caficultores beneficiados debían mantener su calidad de productores durante 2014 y en caso de dejar la actividad debían informarlo a la Federación.
- ❑ Para aquellos productores que no tramitaron facturas para el pago del apoyo en 2012-2013, debían presentarse en el Comité de Cafeteros más cercano antes del 30 de abril y diligenciar un Auto registro de actualización de datos en el SICA e informar la forma de preferencia para el desembolso del apoyo, el cual podía ser la cédula o tarjeta cafetera inteligente o una cuenta bancaria a nombre del productor.

Los productores debían vender su café solamente a los Compradores Autorizados PIC, es decir que los comercializadores de café, que cumplieran con los criterios tributarios y de formalización establecidos por el MADR mediante la Resolución 352 de 2013 y eran considerados como agentes autorizados para emitir facturas o documentos equivalentes que luego eran tramitados para el reconocimiento del incentivo.

Para ello, durante 2014 se encontraban habilitados 540 Compradores Autorizados PIC de conformidad con la Resolución 352 de MADR, que operaban a través de 1.932 puntos de compra de café.

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Programa de protección del ingreso cafetero - 2014

De esta forma, en el nuevo sistema de pago del PIC 2014, los productores ya no debían tramitar personalmente las facturas, sino los Compradores Autorizados PIC eran los encargados de informar diariamente a la Federación sobre las transacciones realizadas para el trámite individual del PIC, el cual era girado directamente a la cédula o tarjeta cafetera o a la cuenta bancaria que el productor tenía registrada en el sistema. Con esta modificación se pretendió evitar el fraude por falsificación o duplicación de facturas.

El nuevo sistema también contó con mayores actividades de verificación mediante la implementación de llamadas de control sobre las transacciones reportadas por los Compradores Autorizados PIC, verificando su validez con los productores involucrados.

Para mantener la agilidad en el trámite, se continuó con el sistema de pago inmediato IVR en los puntos autorizados para tal efecto, donde, a través de un sistema de audio respuesta se recibía la autorización inmediata para el desembolso al cafetero de los recursos del PIC, previa

verificación de la capacidad productiva y del histórico de auxilios PIC cobrados por el productor.

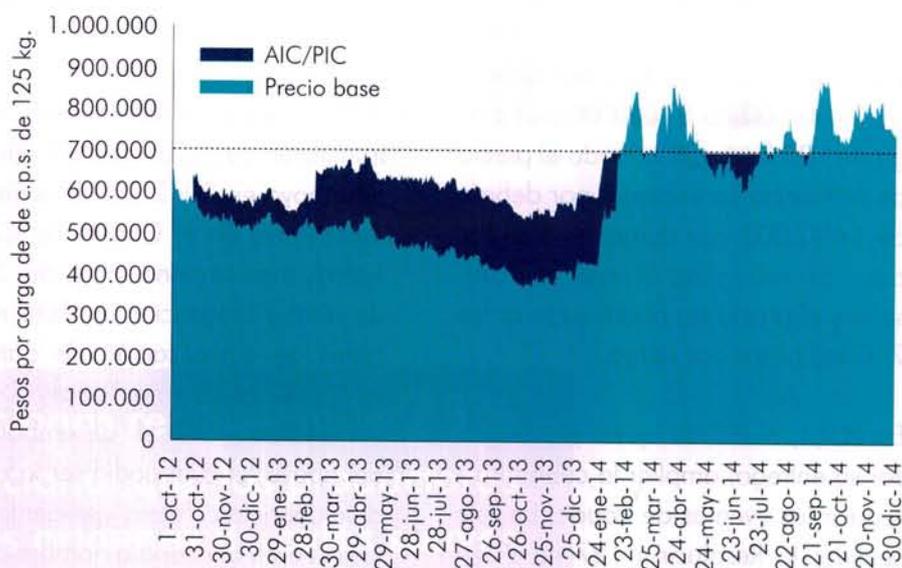
Como resultado del programa de apoyo al ingreso AIC/PIC realizado entre el 24 de octubre de 2012 y el 31 de diciembre de 2013, 379.524 cafeteros recibieron apoyos por \$1,16 billones por el trámite de 4,6 millones de facturas, por concepto de la compraventa de cerca de nueve millones de cargas de café pergamino seco.

Por su parte, en el programa PIC-2014 vigente hasta el 31 de diciembre de 2014, se ejecutaron recursos por más de \$154 mil millones, me-

dianTE el trámite de cerca de tres millones de facturas por concepto de la compraventa de cuatro millones de cargas de 125 kg. c.p.s. De estas transacciones, bajo el esquema de pago al momento de la venta, 25.123 productores se beneficiaron con apoyos al ingreso por \$7.581 millones.

Vale la pena señalar que para 2014 los precios se recuperaron y en marzo sobrepasaron el umbral de los \$700.000 por carga con ligeras caídas durante junio, julio y agosto, razón por la cual el PIC pagado para este año fue en promedio de \$30.000 por carga.

Precio base de compra y AIC/PIC  
2012 - 2014



Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Cooperativas de caficultores

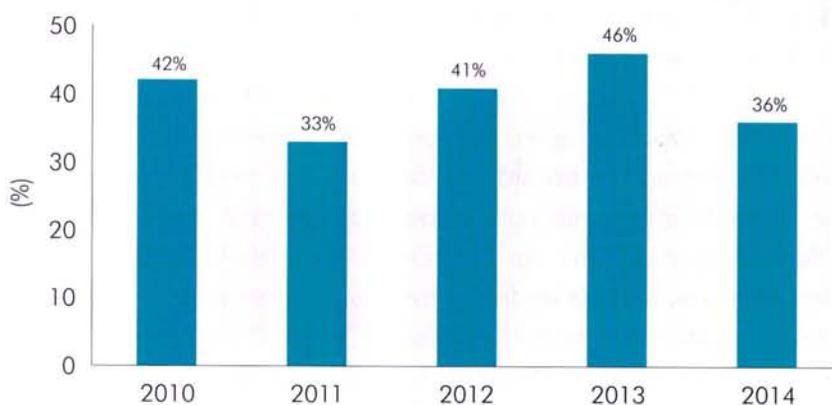
En 2014 operaron en los departamentos cafeteros del país 34 Cooperativas de Caficultores con una red de 536 puntos de compra, a través de los cuales se adquirió 4,4 millones de sacos de 60Kg, equivalentes al 36% de la cosecha cafetera. Lo anterior representa una disminución de 12% frente a lo adquirido en 2013.

Del total de café vendido por las Cooperativas en 2014, el 50%, equivalente a 2,3 millones de sacos fue entregado a Almacafé con destino al FoNC, el 29% se vendió a particulares y el 21% se negoció con Expocafé.

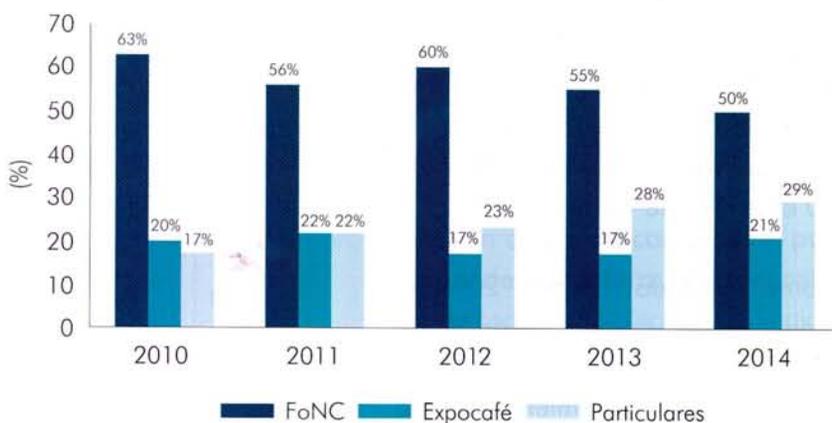
Para cumplir con el servicio de la garantía de compra, estas entidades cuentan con los recursos de la línea de crédito del FoNC, los cuales sirvieron para financiar el 39% del volumen de café adquirido por las Cooperativas.

Asimismo, la Federación apoya la labor de las Cooperativas a través de incentivos económicos en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores. De este modo para 2014 estos incentivos ascendieron a \$5.123 millones.

Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha 2010 - 2014



Participación del FoNC en las compras de Cooperativas 2010 - 2014



Las Cooperativas compraron el **36%** de la cosecha cafetera

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Almacafé

En cumplimiento de su función de operador logístico del FoNC, en 2014 Almacafé adquirió 13% menos café que en 2013.

Asimismo, Almacafé como responsable del proceso de transformación del café pergamino en café verde, adelanta el programa de Gestión de Trillas que consiste en la optimización del proceso productivo para el máximo aprovechamiento del pergamino, la calidad de los excelsos y coproductos. El indicador de eficiencia se calcula como la diferencia entre el factor de rendimiento en la compra de café pergamino y el factor de rendimiento obtenido en la trilla. El rendimiento es medido como la cantidad de kilos de pergamino necesarios para obtener un saco de 70 kilos de café verde excelso.

Como resultado, durante 2014 el rendimiento en compra fue de 90,87 kg; 0,81 kg. menos que en 2013, mientras que el rendimiento en trilla fue de 91,43 kg. En consecuencia el indicador de gestión de trillas fue 0,56 kg, el más bajo en los últimos 13 años. Este resultado demuestra la optimización en el proceso de trilla y el máximo aprovechamiento del café pergamino adquirido por el FoNC.

Como resultado, el porcentaje de excelso obtenido después de la trilla fue de 77%.

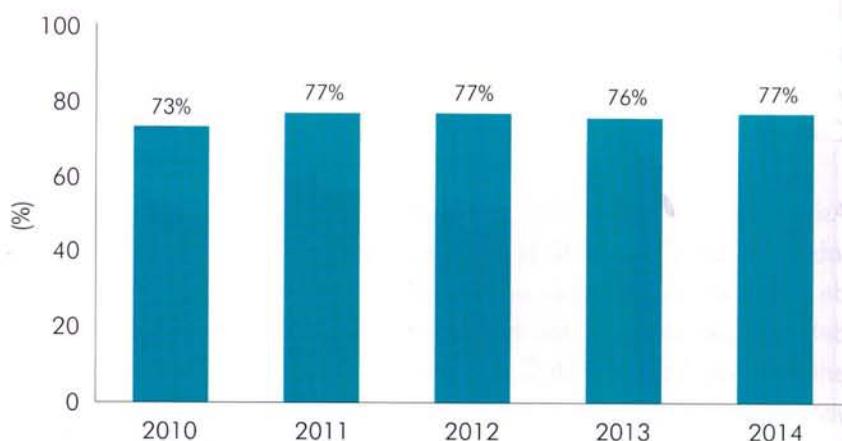
En 2014, CAFECERT certificó bajo las condiciones del reglamento de uso de la IGP 18 marcas de cafés procesados pertenecientes a seis clientes de la Unión Europea. Por su parte, concedió la Denominación de Origen Protegida a 119 marcas de café, de las cuales 48 corresponden a café verde excelso y 54 a café tostado, 9 a café verde consumo y 8 a café verde pasilla. De estos cafés, 59 recibieron la certificación para el uso de la IGP "Café de Colombia".

Por otra parte CAFECERT amplió el alcance de su acreditación incluyendo la certificación de los cafés regionales de Huila, Nariño y Cauca y la certificación de un café tostado de origen Nariño.

Bajo el Programa Q Coffee System, que facilita la certificación de cafés verdes especiales, se otorgó la categoría specialty a 23 lotes.

De manera adicional, se realizó la auditoría a la versión XII Taza de la Excelencia realizada en Neiva y a la II competencia Taza Café de Antioquia, realizado en Medellín.

Porcentaje de excelso obtenido a partir de 100 kg. de café pergamino  
2010 - 2014



Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Estrategias para administración del riesgo

Las fluctuaciones en las variables del mercado del café tienen efectos importantes sobre la operación y la rentabilidad de la actividad comercial del FoNC. Para mitigar el efecto de estas oscilaciones y asegurar el mayor precio posible al productor, en 2014 se continuó aplicando una estrategia de administración del riesgo fundamentada en los siguientes instrumentos financieros:

**Contratos de compra con entrega futura de café (CCCEF):** este instrumento se ofrece a los caficultores a través de las Cooperativas, el cual le permite al productor fijar el precio y volumen para entrega hasta 15 meses en el futuro.

Desde su creación, este programa ha canalizado la compra de cerca de 831 mil cargas de c.p.s. Durante 2014 se entregaron casi 5 millones de kilos de c.p.s que se habían comprado bajo esta modalidad y para el 2015 se han negociado algo más de 1,6 millones de kg. de c.p.s.

**Mecanismo de venta con participación:** esta herramienta permite que los caficultores a través de las Cooperativas aseguren un precio mínimo de venta del café. Para ello, se negocia



el café para entrega inmediata y simultáneamente se adquiere un derecho para participar del incremento del precio del café en el mercado de futuros del ICE en Nueva York. De esta manera, el productor o la Cooperativa aseguran un precio de venta que les permite mitigar los riesgos de deterioro del café en inventario.

**Contrato de protección de precio (CPP):** este mecanismo permite a los productores fijar con anticipación el precio de venta futuro al precio base de compra vigente el día de la compra del CPP o incluso 10% superior.

Buscando su masificación, el CPP está soportado en la plataforma tecnológi-

ca de la cédula y tarjeta cafetera y un sistema de respuesta por voz (IVR), mediante el cual los cafeteros pueden adquirirlo desde su celular, descontando el costo de la prima del saldo vigente en su cédula o tarjeta.

**Gestión activa de cambios de posición de cobertura:** este mecanismo de compra y protección es dirigido para aquellos caficultores que han tenido que cosechar con un alto contenido de granos averanados.

Este instrumento, permite darle salida a cafés con granos averanados, para el cual se encuentra un comprador y además se cubre el riesgo ante una caída en los precios.

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Ventas de café con valor agregado

En 2014, la Federación continuó aplicando su estrategia de comercialización de café con valor agregado, mediante el desarrollo de nuevas oportunidades para la industrialización del café, el fomento a la producción de cafés especiales y la oferta de servicios complementarios a los clientes del FoNC.

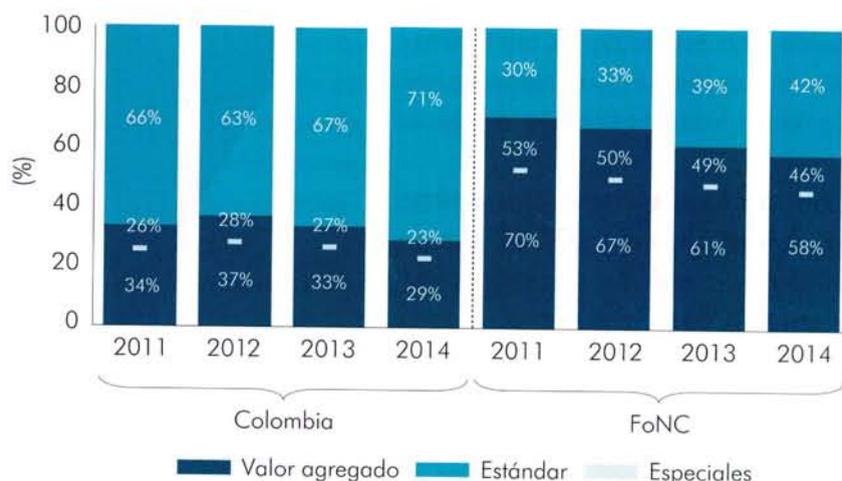
De este modo en 2014 las exportaciones con valor agregado de café colombiano alcanzaron el 29% del total de embarques, cuatro puntos porcentuales por debajo de lo registrado en 2013. Por su parte, las exportaciones de cafés especiales correspondieron al 23% del total de café colombiano exportado. Lo que ratifica el trabajo en diferenciación de los productos ofrecidos bajo un portafolio innovador que cumple con las necesidades de clientes del café de Colombia.

Por su parte, el 58% de las exportaciones realizadas por el FoNC correspondieron a productos con valor agregado. Lo anterior, representa una leve reducción con respecto a la composición del año anterior debido al mayor volumen de café estándar exportado por el FoNC en respuesta a un mayor volumen de producción. A diciembre de 2014, como reconocimiento al esfuerzo en el proceso de

producción y el mantenimiento de la calidad, se pagaron sobrepagos por US\$10,6 millones a los productores que han comercializado cafés

especiales través de la Federación. Lo anterior corresponde a un sobrepago promedio por libra equivalente a US\$4,99.

Participación de las exportaciones por tipo de café 2011 - 2014



Sobrepagos pagados al productor por la comercialización de cafés especiales 2010 - 2014



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Cafés especiales

En 2014, la Federación, continuó promoviendo y apoyando la producción de cafés especiales. Como resultado 196.955 fincas se encuentran certificadas y/o verificadas bajo al menos un código de producción sostenible. Lo anterior representa un incremento del 7% con respecto al número de fincas registras en 2013.

De acuerdo al SICA, estas fincas pertenecen a 151.828 productores, 28% del total, y representan alrededor de 378.555 hectáreas sembradas. Del total de fincas, el 63% se encuentran verificadas, el 19% certificadas y el 18% están verificadas y certificadas.

Durante 2014, Colombia exportó 2,5 millones de sacos de 60 kg de cafés especiales, de los cuales el 44% correspondieron a exportaciones del FoNC.

A continuación se describen los hechos destacados durante el año en el segmento de cafés especiales.

**Nespresso AAA:** en 2014, se suscribió "El Acuerdo de Compromiso Compartido" entre la Federación y Nespresso, en donde se establecieron los lineamientos para facilitar y mejorar la aplicación del Programa AAA en los clúster administrados por la Federación.

Como parte de la estrategia educativa, se realizaron 5.781 actividades

de capacitación y asistencia técnica en la que participaron 23,826 cafeteros del programa AAA.

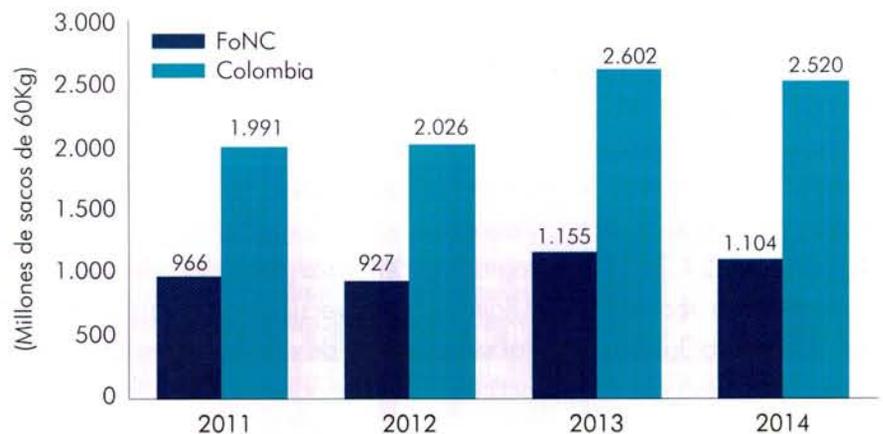
Como resultado, se logró aumentar el número de caficultores vinculados a la Certificación *Rainforest Alliance* a 3.385 fincas en Cauca, Nariño y

Santander. Además, se logró la certificación Comercio Justo de Estados Unidos bajo el esquema de Pequeños Productores Independientes Organizados que beneficiaran a más de 8.600 familias cafeteras de las seccionales Sandoná en Nariño y Macizo en Cauca.

Productores participantes en programas de café sostenible 2010 - 2014



Exportaciones de cafés especiales 2011 - 2014



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Cafés especiales

En abril de 2014, se realizó la celebración de los 10 años del Programa AAA de Calidad Sostenible en Colombia en el municipio de Páramo – Santander. Asimismo, en el marco del evento se oficializó el lanzamiento de dos nuevas cápsulas de edición limitada, denominadas como “Terroirs de Colombia” con cafés especiales de los departamentos de Cauca y Santander.

**Nescafé Plan:** durante 2014 el programa aumentó su cobertura a siete municipios del Valle del Cauca y 4 municipios del departamento de Risaralda. Adicionalmente, se distribuyeron 8,5 millones de almácigos, 700 mil kg de fertilizante, se realizaron capacitaciones de buenas prácticas y se apoyaron los planes de mejoramiento de finca.

**Código Común para la Comunidad Cafetera - 4C:** durante 2014, el Código 4C cumplió con el estatus de verificado en 16 unidades con más de 92 mil cafeteros socios de negocio, además logró consolidar una plataforma de trabajo e implementación de buenas prácticas agrícolas para que 24.367 fincas lograran certificaciones como UTZ, Rainforest, Comercio Justo o verificaciones como Nespresso y C.A.F.E Practices.



De otra parte, la Federación, el Programa de Café Sostenible impulsado por la IDH, Tchibo GmbH, la Asociación 4C y UTZ Certified, finalizaron el proyecto piloto “Ascendiendo de la conformidad con 4C a la certificación UTZ” realizado con 92 productores en Risaralda, mediante el cual se evidenció que el 4C es una sólida base para ascender a la certificación UTZ.

Dentro de los eventos comerciales más importantes para la promoción de cafés especiales colombianos, se destacan:

**XII Taza de la Excelencia:** durante esta versión participaron más de 841 lotes de diferentes regiones del país. El ganador de este año fue una cafi-

cultura de Antioquia que obtuvo un puntaje de 91,31 sobre 100, y cuyo café fue subastado en USD\$45,7 la libra.

**VII ExpoEspeciales “Café de Colombia”:** esta versión realizada entre el 2 y el 5 de octubre, contó con la participación de 71 expositores y más de 7.000 visitantes.

Los ejes temáticos de la agenda fueron la calidad, la diversidad y los aspectos diferenciadores de la caficultura colombiana. De igual manera, se llevó a cabo el IX Campeonato Nacional de Baristas y VI el Campeonato Nacional de Catadores.

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Buencafé liofilizado de Colombia

Frente a un escenario cada vez más competitivo en los principales mercados de café liofilizado como lo son Rusia, Japón y Reino Unido, durante 2014 Buencafé logró consolidarse a través de una estrategia de innovación orientada en la búsqueda de diferenciación, generación de eficiencias y reorientación hacia nuevos mercados.

Así las cosas, Buencafé registró ventas por 2014 8.039 toneladas, nivel similar al de 2013. Este resultado se debe, por una parte, a la guerra de precios entre los diferentes líderes en Rusia, lo cual ha afectado las ventas de los clientes de Buencafé en ese mercado. Y por otro lado, a la reducción de las ventas de extracto de café en Japón respecto al año anterior.

Este volumen de ventas permitió generar ingresos por \$ 224 mil millones, lo que equivale a un incremento de 1,6% con relación a 2013.

Por destino, las ventas de la fábrica se encuentran distribuidas de la siguiente forma: Europa, 43%; Estados Unidos, 26%; Asia-Pacífico, 14%; Centro y Suramérica, 9%, y Colombia, 7%.

Como parte de la estrategia de apertura de nuevos mercados y relaciones comerciales, Buencafé participó de la mano de Proexport en ferias internacionales tales como la feria Gulfood desarrollada en Medio Oriente, Seoul Café Internacional en Corea, la feria Foodex de Japón, Fine Food en Australia y Sial en París. Como complemento a las ferias internacionales, asistió a ASIC y Expoespeciales, en donde Buencafé realizó degustaciones y entregó muestras comerciales de sus productos.

Dentro de los logros obtenidos en 2014 se destaca: i) el reconocimiento por segundo año consecutivo del

International Taste and Quality Institute para dos de sus productos líderes en el segmento Premium: Sublime y Roasted Instant; ii) la consolidación de Buencafé como proveedor de producto Roasted Instant (Micromolido) en Reino Unido cerrando el año con negocios en 5 cadenas de supermercados, las cuales tienen el 60% de las ventas en este canal.

Por otra parte, Buencafé fortaleció el acompañamiento técnico y comercial a sus clientes mediante el desarrollo de una herramienta online la cual les permite tener mayor y mejor información disponible para el servicio de los clientes.

**Buencafé**  
Liofilizado de Colombia

**Líder mundial**  
en productos de alto valor

**Califican Según**

Sabor Residual	Sabor	Aroma
Apariencia	Primera Impresión	

Este premio también es para usted  
aprovéchelo en la promoción y  
publicidad de sus productos  
Roasted Instant y Sublime

**"Superior Taste Award de iTQi"**  
El Superior Taste Award es el sello de calidad en sabor otorgado por el iTQi, organización líder dedicada a catar y promover productos alimenticios de sabor superior, quien trabaja en asociación con las 15 instituciones culinarias más prestigiosas de Europa.

<http://buencafe.com/blog/>

[www.buencafe.com](http://www.buencafe.com)

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Procafecol

**P**rocafecol S.A. se creó en 2002 con el objetivo de escalar en la cadena de valor del café, generar ingresos adicionales a los caficultores y servir como un vehículo de promoción para el café premium de Colombia a través de la gestión de la marca de los cafeteros colombianos, Juan Valdez®. En 2014, la gestión y logros alcanzados por Procafecol se enmarcan en los siguientes aspectos:

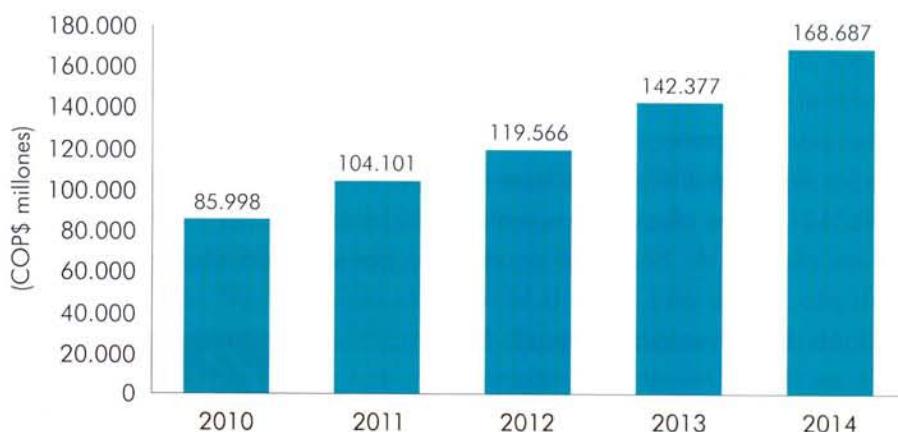
**Aspectos financieros:** a diciembre de 2014, los ingresos operacionales ascendieron a \$168 mil millones, lo que corresponde a un incremento de 18% respecto 2013. Asimismo obtuvo una utilidad neta de \$6 mil millones. De igual manera, en consistencia con la expansión internacional y las inversiones realizadas para alcanzar los objetivos de ingresos, el EBITDA registró un crecimiento de 9% frente a 2013.

**Expansión del negocio:** en 2014 Procafecol cerró con 310 tiendas a nivel mundial. Para ello, durante 2014 abrió en Colombia 33 tiendas nuevas de las cuales 11 se manejan bajo franquicia, para un total de 215 tiendas ubicadas en 22 ciudades. Adicionalmente, el café empacado y liofilizado marca Juan Valdez® se comercializa en 651 puntos a nivel nacional.

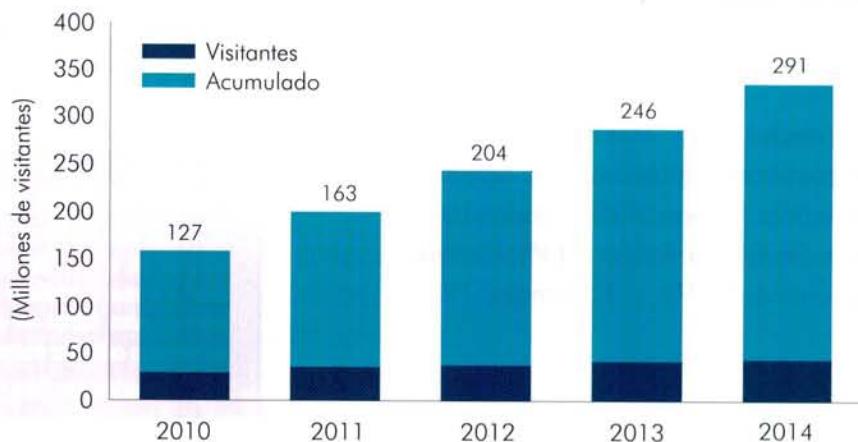
Por su parte, el plan de expansión internacional continúa con éxito bajo el modelo de franquicias. En 2014 se realizó la apertura de 16 tiendas nuevas en el exterior, 7 de las cuales se abrieron en nuevos mercados como Corea del Sur, Malasia, Bolivia y La Florida en EEUU, para un total de 95 tiendas ubicadas en 14 países.

Asimismo, el café Juan Valdez® se comercializa en más de 2.836 puntos de venta de Estados Unidos, El Salvador, Honduras, Guatemala, Panamá, Trinidad y Tobago, Ecuador, Perú, Chile, Uruguay, Polonia, Taiwan, Singapur, China, Corea del Sur y Malasia.

Ingresos acumulados Procafecol  
2010 - 2014



Número de visitantes tiendas Juan Valdez®  
2010 - 2014



Durante 2014, se estima que 45 millones de personas visitaron las tiendas Juan Valdez®, y desde la apertura de la primera tienda en más de 245 millones de personas en las 310 tiendas que operan en Colombia y el mundo.

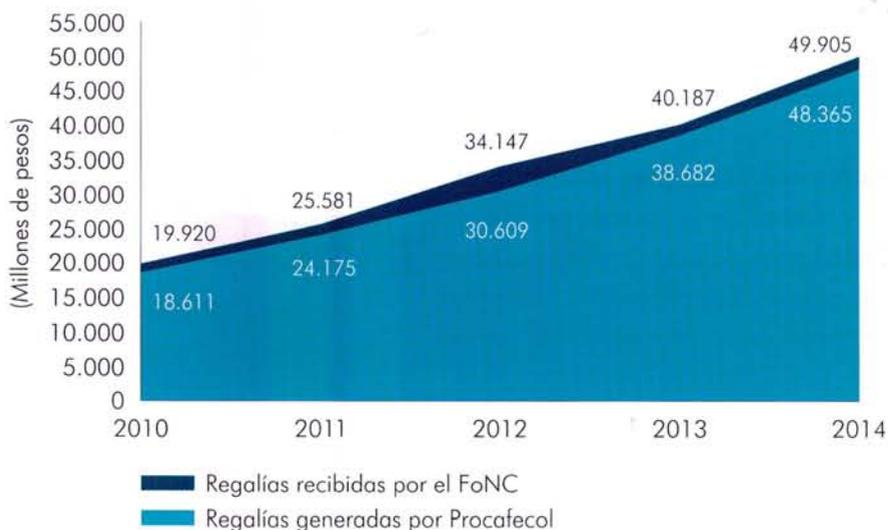
**Beneficios para los caficultores:**

en función de su compromiso con el desarrollo y bienestar de los caficultores colombianos, Procafecol ha transferido al FoNC \$48.365 mil millones de pesos en regalías por el uso de la marca Juan Valdez®. Este valor representa el 97% de las regalías totales que recibe el FoNC. En lo corrido del año, el diferencial promedio reconocido a los caficultores por la compañía fue de 27 USD¢/libra.

**Innovación desde los orígenes colombianos:**

con el objetivo de promover y resaltar las particularidades de los cafés provenientes de regiones como Huila, Cauca, Antioquia, Santander, Sierra Nevada y Nariño, Procafecol continuó comercializando bajo la marca Juan Valdez® estos cafés de origen e implementó una campaña que le enseña al consumidor las características geográficas, climáticas, arreglos agronómicos y perfiles de taza de estas regiones.

**Regalías pagadas acumuladas por Procafecol**  
2010 - 2014



En 2014 se lanzó una nueva línea de acompañamientos en alianza con los reconocidos chefs colombianos Rausch, dentro los que se encuentran sándwiches, wraps y ensaladas preparados con ingredientes y aderezos gourmet directamente en las tiendas.

A partir de los aprendizajes de la Tienda insignia "Orígenes" abierta en diciembre de 2013 en la Zona

Gourmet en Bogotá, la imagen y el ambiente de otras tiendas se ha renovado con adaptaciones de diseño, hospitalidad y decoración bajo el concepto de "la experiencia auténtica Juan Valdez®". En Bogotá ya son tres tiendas y una en Cartagena con estas renovaciones, asimismo la apertura de las dos tiendas en La Florida - EEUU, se hizo bajo este nuevo concepto.

**Desde su constitución, Procafecol ha reconocido al FoNC, \$48 mil millones por concepto de regalías**

Ofrecer a clientes y consumidores un portafolio innovador que se adapte a las necesidades del consumidor

Comercialización sostenible y con valor agregado

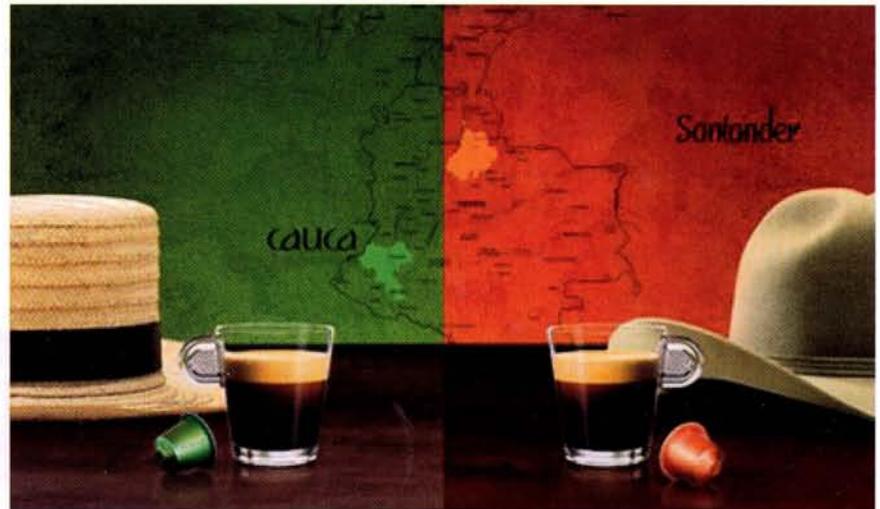
## Comercialización de café con servicios complementarios

En 2014, la Federación dio prioridad sus clientes estratégicos, desarrollando para ellos productos innovadores tales como:

**Cafés con conceptos innovadores:** en el marco de la conmemoración de los 10 años de trabajo conjunto entre Nespresso y los cafeteros de Colombia realizada en Santander, la multinacional suiza compartió con los productores el lanzamiento a nivel mundial de dos nuevas cápsulas de edición limitada, 'Terroirs de Colombia', hechas con cafés especiales de los departamentos de Cauca y Santander.

Por otra parte, Dunkin' Donuts' presentó su nuevo Café Colombiano, el primer café de origen de esta marca. Este café con un tostado medio y un dulce sabor final, características que hacen del Café Colombiano un origen idóneo para cafés mono origen. Adicionalmente, éste café es el primero de la marca empacado con certificado *Rainforest Alliance*.

**Programa de Micro-lotes:** este programa destaca los cafés de primera calidad, de rigurosidad productiva, con perfiles de taza destacados, trazabilidad completa y capaces de satisfacer las necesidades de tostadores y consumidores especializados, baristas y entusiastas del café.



En 2014, el programa exportó más de 1.635 sacos de café de alta calidad, principalmente de orígenes como Huila, Cauca y Tolima. Este modelo de comercialización ha permitido la reliquidación de sobreprecios importantes a los cafeteros involucrados.

Este programa se ha ejecutado con fuerza en Europa teniendo como principales destinos Estonia, Noruega, Islandia y Suecia, mercados especializados en el consumo de cafés selectos.

**Servicio de exportación para productores individuales:** por medio de este programa, la Federación pone al servicio del caficultor toda su estructura logística y de exportación para aquellos productores que tie-

nen relaciones comerciales en firme con clientes internacionales, pero que carecen de la estructura y licencia para llevar a cabo el proceso de exportación al exterior. La Federación como prestadora del servicio asume el riesgo logístico, mientras facilita a los productores escalar en la cadena de valor.

Penetrar y consolidar nuevos mercados

Comercialización sostenible y con valor agregado

## El café de Colombia en mercados emergentes

En 2014, el volumen de exportaciones con destino a mercados emergentes ascendió a 679 mil sacos de 60 kg., equivalente al 6% del total de exportaciones del país y un incremento de 19% respecto a 2013.

Los principales destinos de las exportaciones son Corea del Sur (52%), Australia (15%), Rusia (14%), Israel (9%). El restante 11% es exportado a China, Marruecos, Nueva Zelanda, Siria, Sudáfrica y Turquía. Se resalta el aumento de la participación de Corea del Sur, quien paso de una participación de 45% en 2013 a 52% en 2014 y China en donde se incrementaron en un 45% los embarques.

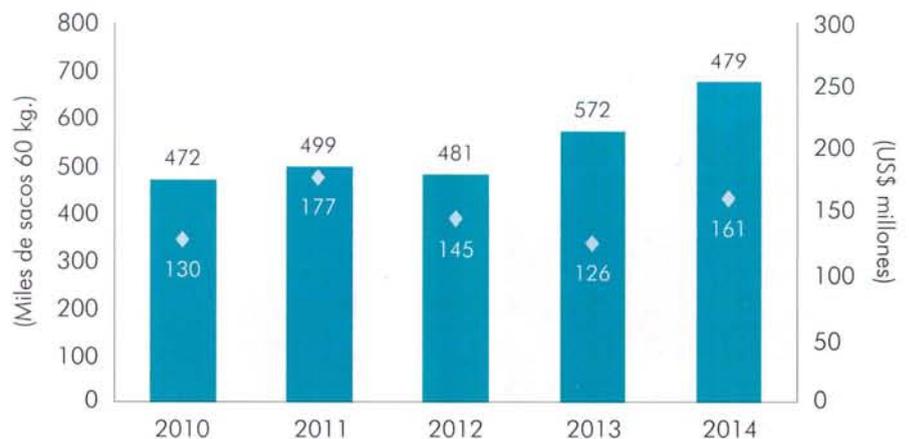
Durante 2014, la Federación continuó adelantando esfuerzos en la consolidación de nuevos mercados y el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los países denominados como emergentes para el consumo del café. Dentro de las actividades desarrolladas por la Federación en 2014 encaminadas a la promoción del consumo de café de Colombia en los mercados emergentes se destaca, el desarrollo de nuevos contenidos en idioma Coreano para las redes sociales, lo que permite acercar aún más el consumidor final al origen y al mayor reconocimiento del Café de Colombia.



Asimismo, se destaca la consolidación de la relación comercial con el programa Emerald Mountain en Corea, con un incremento de 1.500 sacos en las ventas. Y finalmente se resalta la promoción del Café de

Colombia y del concepto *Land of Diversity* en la feria de Café de Melbourne, Australia. La Federación contó con un Booth que generó muy buena acogida dentro de los visitantes por su diseño y distribución.

Exportaciones de café colombiano a mercados emergentes  
2010 - 2014



Fomentar el consumo de café en el mercado interno

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Programa de fomento al consumo interno

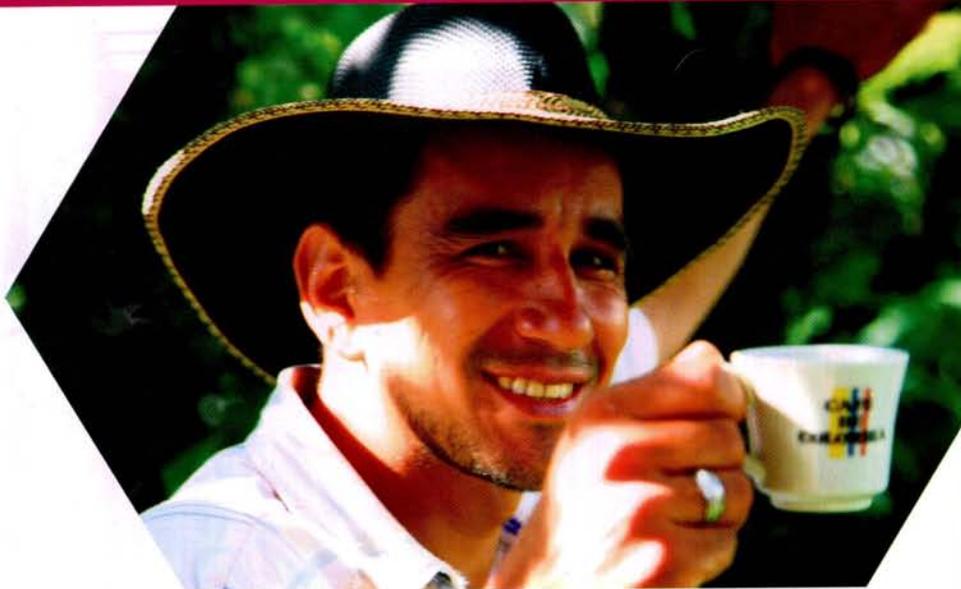
El Programa Toma Café en conjunto con la industria torrefactora nacional siguen trabajando en pro de mantener y elevar el consumo de café en el mercado doméstico. Las actividades del Programa han contribuido a reactivar la categoría que alcanza ventas de \$3,5 billones al cierre de 2014 según la firma Raddar, una dinámica que acumula 5 años de crecimiento por primera vez desde 1986. Entre las actividades de posicionamiento de la bebida y comunicación de sus beneficios se destacan:

**Promoviendo motivos para preferir el café:** durante 2014 se dio continuidad a la campaña publicitaria en medios masivos: "Explora la vida, explora el café" cuyo objetivo

es elevar la frecuencia de consumo entre los jóvenes motivándolos a probar nuevas preparaciones de café. Esta estrategia se reforzó mediante actividades educativas en las redes sociales como La Ecoaventura Cafetera y el reality en Facebook que cuentan con más de 120 mil visitantes.

También se aumentó la notoriedad por el café en la celebración de fechas especiales como el 27 de junio #Día del café y en amor y amistad con el lema, #dilo con café.

Se destaca la edición de 290 mil ejemplares del libro "Nuestro café del árbol a la taza" que busca educar a los consumidores sobre las buenas prácticas de preparación y sensibilizarlas sobre las personas detrás del proceso productivo. Los libros fueron distribuidos de forma gratuita por cuatro grandes cadenas de supermercados y en los peajes de las Autopistas del Café.



**Reduciendo barreras y comunicando beneficios:** durante 2014, destacados investigadores locales e internacionales presentaron sus estudios sobre café y salud en 13 Congresos en seis ciudades del país que contaron con la participación de cerca de 6.240 profesionales de la salud.

De igual manera, en el marco del Congreso Mundial de Ciencia del Café ASIC 2014 en Armenia se realizó el taller “Encuentro con los expertos”, evento que reunió a periodistas de 16 medios regionales y nacionales con los más importantes investigadores sobre café y salud del mundo, lo que permitió la comunicación de mensajes basados en evidencia científica a una audiencia de millones de colombianos.

**Más competitividad en la “última milla” de la cadena:** con el objeto de elevar las competencias labora-



les de los preparadores de café y la calidad de la bebida en los canales, Toma Café, en alianza con el SENA, ha formado en cuatro años cerca de 15.000 preparadores de café de hoteles, restaurantes y cafeterías del país a través de cursos en técnicas de preparación de bebidas con base en café.

**Investigación y desarrollo para estimular la innovación:** en 2014 el Programa Toma Café contrató el primer estudio cualitativo sobre la

oferta actual y las expectativas del consumidor de café fuera del hogar para 6 ciudades del país. Los hallazgos del estudio y su socialización permitirán identificar las oportunidades y las barreras para el crecimiento del consumo de café y estimular la innovación.

**15.000 personas formadas en preparación de bebidas con base en café**

# Competitividad e innovación

# Avances

en 2014

**68 mil hectáreas**

renovadas en 2014

**49%**

aumentó en la productividad frente a 2009  
(15,3 sacos por hectárea en 2014)

**\$1,1 billones**

en créditos PSF para renovación de cafetales  
de pequeños productores

**98% de los créditos**

PSF han recibido ICR por más  
de \$182 mil millones

**1.358 extensionistas**

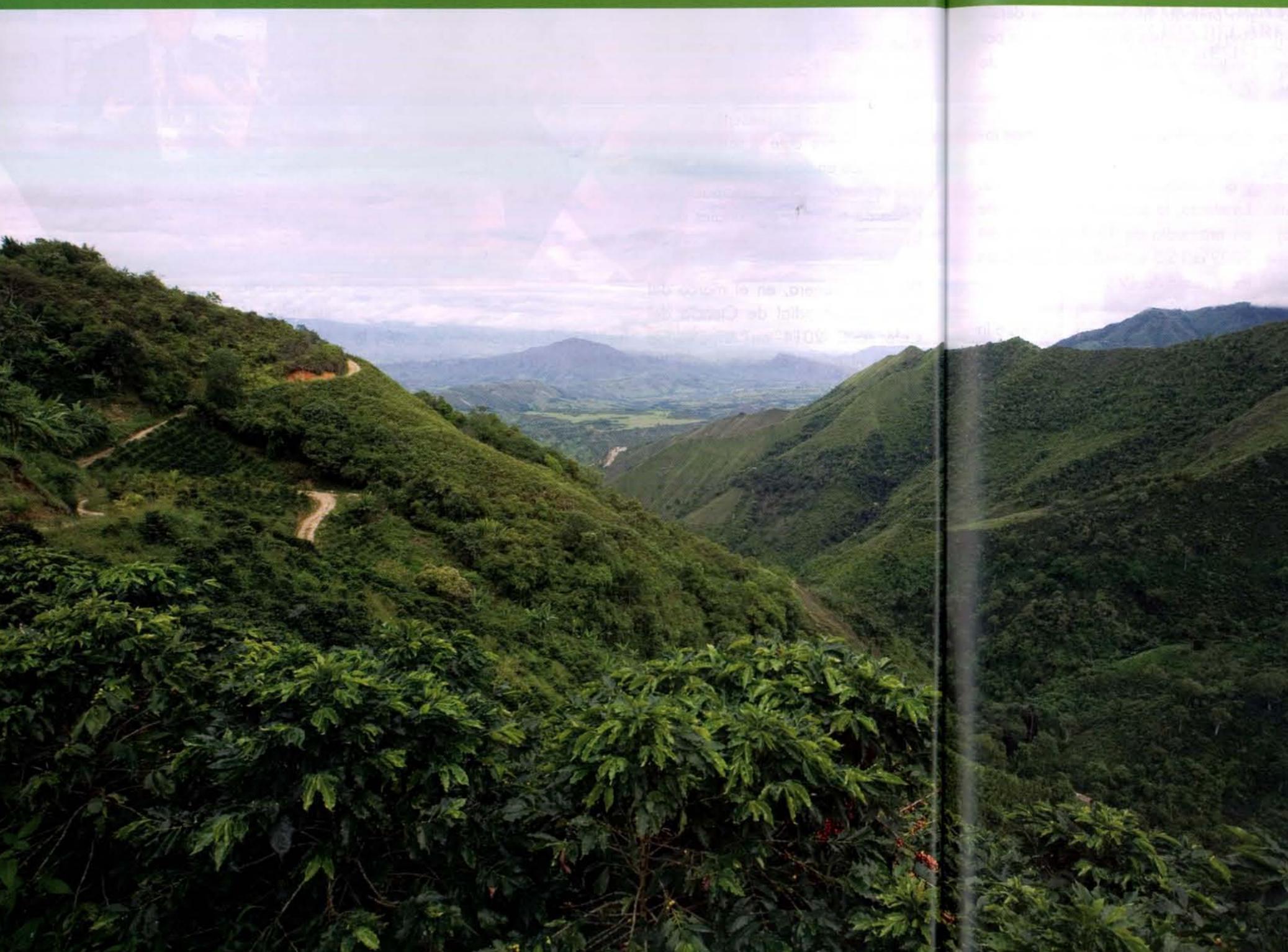
realizaron 1,5 millones de contactos  
de asistencia técnica

**197 mil fincas**

vinculadas a los programas de cafés sostenibles

**813 hectáreas**

de especies nativas establecidas para  
conservación de la biodiversidad



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Afianzar las prácticas de renovación

Para mantener un promedio de producción alto y estable por unidad de área sembrada, es necesario adoptar una rutina sistemática de renovación en el cultivo de café, independientemente del sistema productivo que se utilice, ya que si no se renueva el cafetal, su producción declinará año tras año por el deterioro físico de la planta generando pérdidas económicas.

Por esta razón la práctica de renovación del cafetal se considera una de las labores esenciales dentro del mantenimiento del cultivo ya que determina la producción y rentabilidad del mismo.

Teniendo en cuenta lo anterior, en 2014 los productores renovaron 68 mil hectáreas, cerca de 368 millones de árboles de café, utilizando diversas metodologías de renovación dentro de las que se destacan las nuevas siembras y la renovación por siembra o por zoqueo.

Así las cosas, se renovaron 34 mil (50%) hectáreas por siembra; 26 mil (38%) hectáreas por zoca y 8 mil (12%) hectáreas por nuevas siembras. Del total del área renovada, el 85% (58 mil hectáreas) se renovaron con variedades resistentes a la roya, esto es más de 314 millones de árboles.

Por su parte, el 61% de las renovaciones se efectuaron en cafetales tecnificados jóvenes, un 23% en cafetales envejecidos y un 3% en tradicionales.

Con esto, en los últimos seis años se renovaron en total 545 mil hectáreas, casi el 60% del parque cafetero y el área tecnificada joven resistente se incrementó en 160% (Ver mapa), lo que permitió lograr una real transformación productiva de la actividad cafetera en el país.

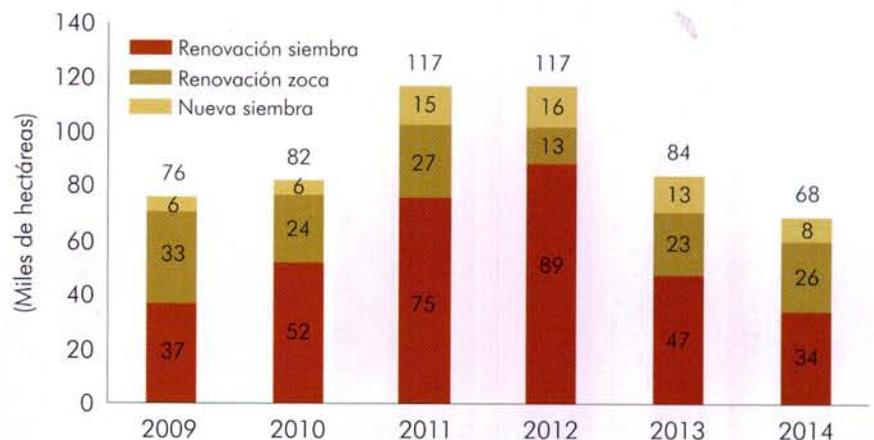
A diciembre de 2014, el 96% de las plantaciones de café son tecnificadas, el 81% son jóvenes y el 66% se encuentra sembrada en variedades resistentes a la roya. Además el parque cafetero conformado por 948 mil hectáreas, se incrementó en 789 millones de árboles (19%) en el mis-

mo periodo, alcanzando una densidad de siembra de 5.441 árboles por hectárea y una edad promedio de 7,2 años.

Esto significa una caficultura más joven, más tecnificada, más resistente y en consecuencia más productiva. En efecto, la productividad pasó de un promedio de 10,2 sacos/ha en 2009 a 15,3 sacos/ha en 2014, un incremento de 49%.

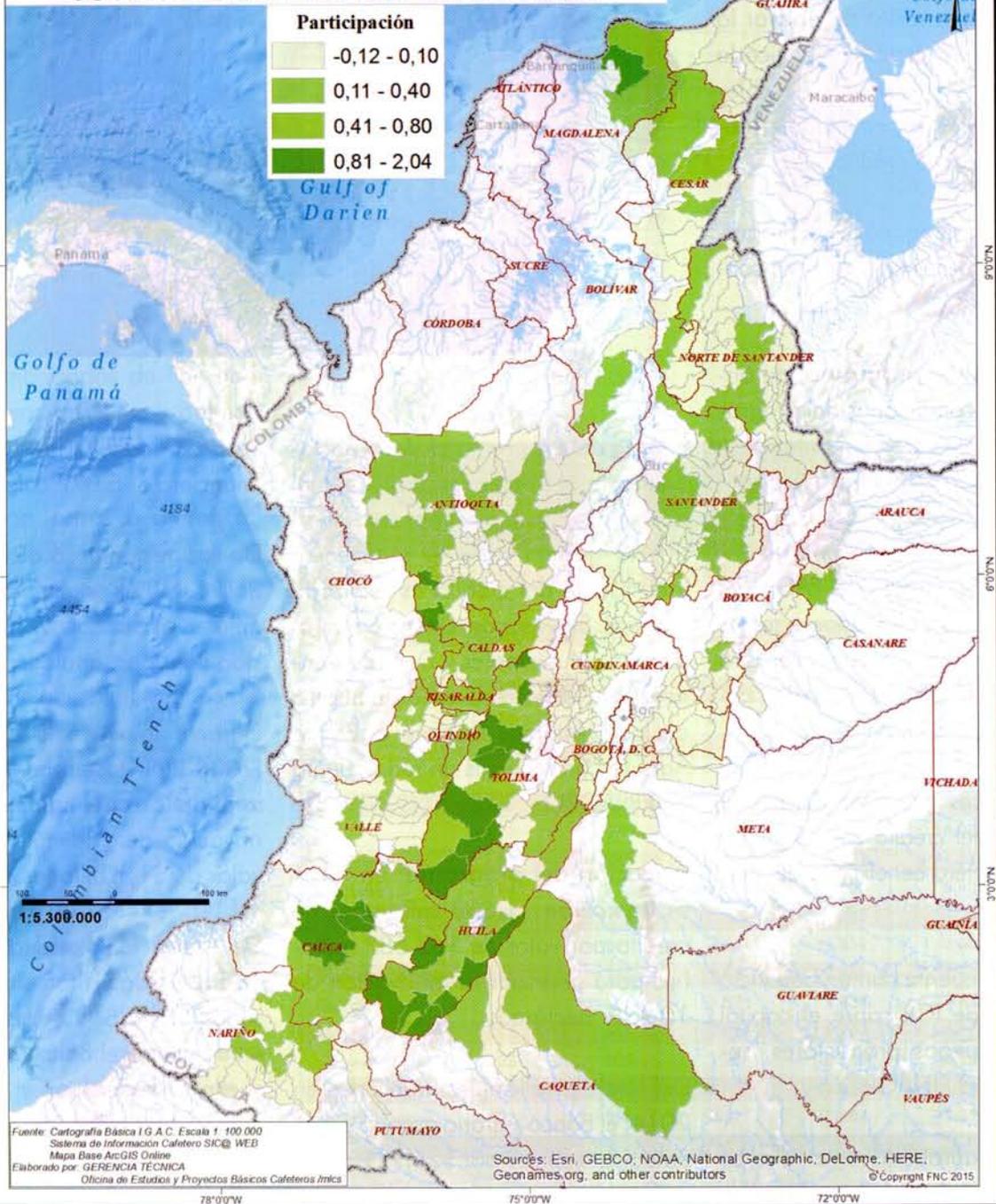
Es importante anotar que gracias a la transformación productiva, el ritmo de renovación en 2014 y los años subsiguientes será menor al observado en 2011/12. Sin embargo será indispensable continuar con la renovación de cafetales para sustituir variedades susceptibles y mantener el parque en edad óptima.

Área renovada por tipo de labor  
2009 - 2014



Fuente: FNC.

## PARTICIPACIÓN POR MUNICIPIO DE LA VARIACIÓN DEL ÁREA EN CAFÉ TECNIFICADO JOVEN RESISTENTE ENTRE 2009 Y 2014



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF)

El programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), que completa 7 años de ejecución, mantiene su propósito de apoyar la renovación por siembra tecnificada con variedades resistentes de cafetales de pequeños productores mediante el acceso a crédito.

Para cumplir este propósito el programa PSF cuenta con las siguientes condiciones:

**Condiciones del programa:** durante 2014, las condiciones del programa no se modificaron y mantuvieron la favorabilidad para el productor:

- ❑ El crédito cuenta con una garantía del 80% a través del FAG y del 20% a cargo del deudor, a través de un codeudor o cualquier otra garantía de acuerdo con las características del cafetero.
- ❑ Los intereses causados durante la vigencia del crédito son asumidos por el cafetero beneficiario del mismo.
- ❑ El crédito cuenta con un beneficio del 40% de ICR sobre el capital para pequeños productores, según criterio FINAGRO.
- ❑ Una vez aprobado el crédito se realiza un solo abono en la cédula o tarjeta cafetera inteligente.

El éxito del programa se debe principalmente al arreglo interinstitucional que soporta su ejecución. Así, mientras la gestión para la renovación y el trámite del crédito es realizada entre el Servicio de Extensión y los Comités Municipales y Departamentales de cafeteros, el desembolso de los préstamos lo hace el Banco Agrario con recursos de redescuento de FINAGRO.

**Ejecución del programa:** en 2014 se tramitaron 11.650 solicitudes de crédito por valor de \$62.583 millones para financiar la renovación de 10.439 hectáreas.

Del total de solicitudes tramitadas en 2014, el Banco Agrario aprobó y desembolsó recursos por \$26.929 millo-

nes, facilitando el acceso al sistema financiero a 5.027 cafeteros (43%).

De las restantes 6.623 solicitudes, 3.721 (32%) se encuentran en trámite en el Banco y 2.902 (25%) han sido negadas, anuladas o desistidas.

Durante la vigencia del programa (2008-2014) se han tramitado un total de 216 mil créditos para la renovación de 184 mil hectáreas por valor de \$1,1 billones.

Del total de créditos tramitados 185.890 (86%) han sido desembolsados, 20.438 (9,4%) se encuentran en trámite en el Banco o han sido devueltos a Federación y 9.984 (4,6%) han sido negados, anulados o desistidos.



### Incentivo a la capitalización rural:

en 2014 FINAGRO pagó incentivos por \$19.345 millones correspondientes a 8.734 créditos desembolsados en diferentes vigencias cuyo valor asciende a \$48.364 millones.

Durante toda la vigencia del programa PSF, se han otorgado un total de 182.442 incentivos por valor de \$359.372 millones correspondientes a créditos por más de \$898.429 millones. Con esto, el 98% de los créditos desembolsados de PSF han recibido recursos de ICR, y apenas un 2% han sido anulados o negados.

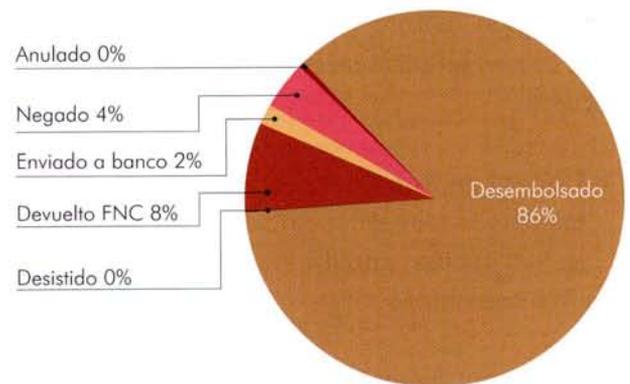
### Prefinanciación para la siembra:

este fondo operó hasta diciembre de 2011 con recursos por \$6.843 millones que beneficiaron a 6.265 cafeteros para financiar la renovación de cafetales potenciales beneficiarios de PSF. De esta cartera, hasta 2014 se recuperaron recursos por \$6.420 millones (94%) que fueron reintegrados al FoNC.

**Bancarización rural:** entre 2008 y 2014 el PSF permitió el acceso al sistema financiero de cerca de 186 mil productores, 38% del total de crédito para el sector cafetero. Esto ha facilitado tanto la renovación y tecnificación de la caficultura, como la bancarización de la población rural a través de la nueva cédula cafetera inteligente.

### Estado General de los Créditos (millones de pesos)

2008 - 2014



### Resultados programa PSF

2008 - 2014

Departamento	2014			2008-2014		
	Caficultores	Hectáreas Financieras	Millones de pesos	Caficultores	Hectáreas financiadas	Millones de pesos
Antioquia	669	392	2.353	28.066	17.410	103.071
Boyacá	319	237	1.420	4.598	3.074	18.304
Caldas	1.159	589	3.538	21.054	13.264	77.790
Caquetó	95	123	740	1.108	1.315	7.842
Casanare	67	83	497	969	1.002	5.962
Cauca	676	538	3.224	29.939	21.835	129.737
Cesar	747	1.265	7.576	6.648	10.646	63.125
Chocó	7	3	18	83	43	260
Cundinamarca	562	420	2.518	11.693	9.802	57.865
Huila	1.077	873	5.239	19.236	18.061	107.480
La Guajira	90	133	793	921	1.316	7.697
Magdalena	194	273	1.634	3.801	5.439	32.213
Meta	49	73	440	938	1.137	6.778
Nariño	1.164	801	4.801	11.859	7.644	45.280
Norte de Santander	261	276	1.649	7.459	6.837	40.459
Quindío	71	63	375	1.837	1.698	9.974
Risaralda	916	659	3.955	9.787	7.278	43.121
Santander	233	205	1.226	10.506	8.251	47.976
Tolima	2.668	2.878	17.258	33.626	36.297	214.717
Valle del Cauca	626	556	3.327	12.184	12.395	73.541
<b>Total Nacional</b>	<b>11.650</b>	<b>10.439</b>	<b>107.362</b>	<b>216.312</b>	<b>184.743</b>	<b>1.093.192</b>

Fuente: FNC.

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Crédito cafetero

**Crédito con redescuento Finagro:** el Servicio de Extensión asesora al caficultor en otras líneas especiales de crédito agropecuario:

- ❑ **Capital de trabajo:** financia costos de sostenimiento asociados a la fertilización, control fitosanitario y cosecha.
- ❑ **Inversión:** financia costos de establecimiento como la preparación del suelo, semillas o material vegetal, siembra, fertilización, control de malezas y fitosanitario.
- ❑ **Infraestructura:** financia costos de inversión para la construcción de infraestructura para la producción.

En 2014 se otorgaron 36.036 créditos para café por valor de \$227.007 millones en las diferentes líneas. Del valor total de crédito para café, el 36% corresponden a colocaciones para renovación de cafetales, 29% para nuevas siembras, 19% para sostenimiento de café tecnificado y 15% para infraestructura.

Por su parte, el programa PSF aportó el 34% del valor de crédito para renovación de cafetales y el 12% del total de colocaciones para el sector cafetero en 2014.

**Línea especial de crédito para beneficio comunitario:** busca mejorar la productividad y competitividad reduciendo los costos en finca, garantizando la calidad y preservando el medio ambiente.

Las administradoras del beneficio comunitario son las Cooperativas de Caficultores, quienes reciben créditos con recursos de Finagro en condiciones blandas, para la construcción de las centrales. Actualmente se encuentran tres proyectos en marcha:

- ❑ **Cañasgordas (Antioquia):** Inició su operación a finales de 2014 con una capacidad de 10 mil @/año. Este proyecto contó con crédito por \$380 millones

otorgado a la Cooperativa de Caficultores del Occidente de Antioquia y ya cuenta con ICR aprobado por Finagro.

- ❑ **Belén de Umbría (Risaralda):** busca beneficiar 110 pequeños productores con una capacidad de 12,5 mil @/ año. El costo estimado es de \$870 millones financiados con aportes de Colciencias y un crédito del Banco Agrario pendiente de aprobación.
- ❑ **Ciudad Bolívar (Antioquia):** proyecto liderado por la Cooperativa de Caficultores de Andes, por un valor estimado de \$4 mil millones y una capacidad de 60 mil @/año que beneficiará 400 familias.

### Colocación de crédito para café 2013 - 2014

Líneas de crédito	2013		2014		
	Créditos	Millones \$	Créditos	Millones \$	%
<b>Sostenimiento</b>	27.362	77.061	13.555	43.348	19
Café Tradicional	357	1.428	265	924	0,4
Café Tecnificado y control broca	17.830	58.628	13.290	42.424	19
Sostenimiento ACC	9.175	17.005	-	-	-
<b>Inversión</b>	36.932	291.653	19.078	149.039	66
Siembra de Café	10.024	85.231	9.327	65.784	29
Renovación de Cafetales	26.849	205.940	9.722	82.850	36
Café Especial	25	238	18	115	0,1
Mejoramiento Cafetales	34	245	11	290	0,1
<b>Infraestructura</b>	3.501	37.770	3.403	34.620	15
Beneficiaderos de Café	3.501	37.770	3.403	34.620	15
<b>Total</b>	67.795	406.485	36.036	227.007	100
Renovación PSF+ ACC*	27.026	116.006	5.190	28.016	
Participación (%)	40	29	14	12	

\* Corresponde a créditos desembolsados.  
Fuente: Finagro y Fiduciaria Bogotá.

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Programas de alivio a la deuda cafetera

**Cartera PRAN-FINAGRO:** la Ley 1731/14 amplió el plazo hasta el 30 de junio de 2015 para que los deudores del PRAN Cafetero, PRAN alivio a la deuda cafetera y PRAN agropecuario, puedan extinguir la obligación a su cargo pagando sin intereses corrientes ni de mora el valor pagado por FINAGRO al momento de comprar la cartera.

Con esto se espera recuperar 28.872 obligaciones de 26.439 caficultores por \$50.674 millones.

**Normalización de cartera FIDUCAFE:** los beneficios de la Ley 1694/13, se extendieron a los deudores de FIDUCAFE quienes tienen hasta el 30 de diciembre de 2014 para pagar el 30% del capital inicial.

En FIDUCAFE existen 10.597 obligaciones que pertenecen a 7.498 deudores por valor de \$5.080 millones.

**Fondo Nacional de Solidaridad Agropecuaria (FONSA):** creado por la Ley 302 de 1996 con el fin de brindar apoyo económico a los productores agropecuarios para el alivio total o parcial de sus deudas cuando presentan crisis asociadas a eventos climáticos, fitosanitarios o de orden público. La Ley 1694 de 2013 incluyó las caídas severas y sostenidas del

### 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 máximo	Capital + Costos Adicionales Capital: \$20.000.000 Costos adicionales: Intereses + Primas de Seguros + Costos Jurídicos. Hasta el 25 % del Capital
Cobertura	Capital + Intereses + Primas de Seguros + Costos Jurídicos	
Plazo	10 años con 4 años de periodo muerto	
Tasa de Interes	NO TIENEN INTERESES	
Beneficios	Los productores pueden pedir créditos nuevamente	

ingreso como nuevas situaciones de crisis para los productores.

Condiciones de pago:

- ❑ Financia 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 24.378 caficultores que cuentan con 27.152 créditos con un saldo de cartera de \$86.729 millones. Esto incluye créditos de renovación otorgados por los Bancos Davivienda y Bogotá y todas las líneas de crédito para café que ofrece el Banco Agrario.

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Cultivos complementarios al café

La zona cafetera posee condiciones agroecológicas óptimas para el cultivo de maíz, por ello en los últimos años con el apoyo del CIMMYT se han entregado entre los caficultores semillas mejoradas de alto rendimiento, resistentes a ciertas enfermedades y de buena adaptación en zonas de ladera.

Con base en lo anterior, en 2014 el Servicio de Extensión continuó promocionando la siembra tecnificada de maíz y frijol ya sea en lotes que han sido renovados y se encuentran en etapa improductiva o en áreas no sembradas en café dentro de sus fincas.

Tanto el maíz como el frijol sembrados en una finca cafetera se consideran un componente fundamental para la dieta alimenticia de las familias, bien sea que su cosecha se destine al consumo del hogar o para la generación de ingresos cuando existen excedentes comercializables.

Como resultado, en 2014 se sembraron en zona cafetera 27.043 hectáreas de maíz y 21.019 hectáreas de frijol durante los dos semestres.

Como contribución a estas siembras, FENALCE entregó a la Federación cerca de 15 toneladas de semilla entre maíz amarillo FNC318 y blanco FNC3056 que fue entregada de manera gratuita a los caficultores por parte del Servicio de Extensión.



Siembras de maíz y frijol  
en zona cafetera  
2014 (hectáreas)

Departamento	Maíz	Frijol
Antioquia	2.928	3.421
Boyacá	108	53
Caldas	823	295
Caquetá	110	0
Casanare	40	4
Cauca	1.450	553
Cesar - Guajira	3.147	1.659
Cundinamarca	1.239	3.936
Huila	4.056	3.253
Magdalena	476	361
Meta	370	172
Nariño	742	530
Norte de Santander	256	217
Quindío	501	267
Risaralda	1.178	343
Santander	1.660	1.049
Tolima	5.426	4.296
Valle del Cauca	2.536	612
Total	27.043	21.019

Fuente: FNC.

En 2014 se establecieron en la zona  
cafetera **27** mil hectáreas de maíz y **21**  
mil de frijol.

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Jóvenes caficultores emprendedores

**Jóvenes generadores de empresas cafeteras en la Escuela Bilbao (Planadas):** este proyecto 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). Para su ejecución se cuenta con recursos por \$521 millones aportados por RCG Coffee Ing, la Cooperativa de Caficultores del Sur del Tolima, la Federación y los jóvenes beneficiados.

El proyecto incluye tres componentes el pedagógico, productivo y socioempresarial, descritos a constatación:

El componente pedagógico está apoyado por la metodología de Escuela y Café, para lo cual en 2014 se avanzó en la articulación del PEI con la cátedra de Escuela y Café; y la ii) capacitación a docentes a través de dos giras educativas.

En el componente productivo, se dio asesoría técnica a 59 jóvenes en manejo técnico, productivo y social de las fincas cafeteras, se entregaron los insumos para el establecimiento de 5.500 chapolas. Adicionalmente se realizaron dos giras en campo y otra en la sede de la Fundación Manuel Mejía, en las que se capacitaron a

los estudiantes en institucionalidad cafetera, comercialización de café y en aspectos técnicos.

Por último, en el componente Socio Empresarial, se desarrollaron capacitaciones en i) administración de la finca cafetera con enfoque gerencial, contable y financiero; ii) comercial y de sellos de certificación; y iii) social, el cual tiene como objetivo fortalecer las capacidades de liderazgo y convivencia.

**Jóvenes caficultores sembradores de futuro:** este proyecto cuenta con la cooperación proyecto cuenta con la cooperación de Community Coffee Company de Estados Unidos, para beneficiar cerca de 100 jóvenes entre los 12 y 18 años pertenecientes

a los municipios de Toledo y Labateca en Norte de Santander.

El objetivo es establecer 18 hectáreas de café a través de proyectos pedagógicos productivos que plantan un total de 100 mil nuevos árboles, en las fincas de las familias de los jóvenes vinculados.

Para ello, en 2014 se realizaron dos talleres de capacitación técnica y dos de planeación de un proyecto productivo y de vida. Asimismo se entregaron semillas e insumos para la germinación y cartillas cafeteras.

De este modo, el 100% de los jóvenes beneficiados han participado en las capacitaciones y han sembrado 7,2 hectáreas con 10.455 plántulas.



Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz

Competitividad e innovación

## Servicio de Extensión

**E**quipo humano del Servicio de Extensión: en 2014 el Servicio de Extensión continuó brindando apoyo y asesoría a los cafeteros en todos los temas relacionados con el cultivo, los predios, las zonas cafeteras y la institucionalidad cafetera.

Con recursos del Fondo Nacional del Café, se logró mantener la cobertura y atención del Servicio de Extensión que conservó su estructura organizacional de acuerdo con la certificación bajo la norma ISO 9001 que hace parte del Sistema Integrado de Gestión.

De esta forma, se contó con 196 personas con cobertura departamental que se encargaron de las labores de coordinación, técnica y operativa de los diferentes programas de capacitación dirigidos a los productores en 18 departamentos, 96 seccionales y 595 municipios del área de influencia cafetera.

En el nivel seccional, se contó con un total de 1.162 profesionales entre ellos 94 coordinadores, 142 auxiliares, 911 extensionistas con distrito, y otros 15 que apoyan temas sociales y ambientales para un total de 1.358 profesionales y técnicos que conforman el Servicio de Extensión de la Federación a nivel nacional.

Por otra parte, la Federación gestionó el apoyo de cooperantes como Nespresso, Nescafé, Secretarías de Agricultura Departamental y municipal, Universidades e institutos descentralizados para el desarrollo de programas específicos de extensión a través de los Comités de Cafeteros que aportaron 437 técnicos adicionales de extensión, así como pasantes y aprendices.

De igual manera, los Comités Departamentales han destinado recursos propios y han gestionado con alcaldías

y gobernaciones convenios especiales para el fortalecimiento del servicio de extensión, entre los que se destacan Risaralda, Santander y Boyacá.

Asimismo a través de los recursos de regalías algunos Comités han logrado apalancar recursos para extensión, entre los que se destacan Cauca y Norte de Santander.

Es importante resaltar que en varios Comités se tramitan actualmente proyectos a través de diferentes fuentes

### Equipo Humano del Servicio de Extensión

2014

Departamento	Líderes Deptales Coordinadores y Auxiliares Administrativos	Extensionistas programas nacionales	Subtotal Servicio de Extensión	Otros programas de Asistencia Técnica	Total equipo humano
Antioquia	34	144	178	6	184
Boyacá	5	22	27	6	33
Caldas	21	115	136	8	144
Cauca	13	81	94	117	211
Cesar - Guajira	7	29	36	3	39
Cundinamarca	7	79	86	13	99
Huila	12	110	122	39	161
Magdalena	7	11	18	4	22
Nariño	6	47	53	48	101
Norte Santander	7	45	52	21	73
Quindío	12	56	68	3	71
Risaralda	13	80	93	45	138
Santander	5	88	93	29	122
Tolima	23	114	137	79	216
Valle del Cauca	20	120	140	15	155
Caquetá	4	7	11	0	11
Casanare	0	6	6	0	6
Meta	0	8	8	1	9
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>1.162</b>	<b>1.358</b>	<b>437</b>	<b>1.795</b>

Fuente: FNC.

de cofinanciación que incluyen profesionales de extensión para el desarrollo de programas complementarios.

En total el Servicio de Extensión más los técnicos de programas específicos suman cerca de 1.795 personas al servicio directo del caficultor.

**Labores educativas del Servicio de Extensión:** para estar en contacto directo con los cafeteros y brindar una mejor asesoría, el Servicio de Extensión utiliza diversas metodologías de educación de acuerdo con las necesidades de los productores en cada región.

Así durante 2014, se realizaron 551.715 actividades de capacitación utilizando métodos individuales, de los cuales 267.379 fueron visitas a finca y 284.336 visitas recibidas en oficina. Este método permite atender las necesidades particulares de cada productor.

De igual manera utilizando las metodologías grupales se realizaron 43.160 eventos con asistencia de 990.395 cafeteros, equivalente a una participación promedio de 23 cafeteros por actividad. Estas meto-

dologías se destacan porque permiten una mayor cobertura y atención en número de productores.

Después de las visitas a finca el método de extensión grupal más utilizado fue la reunión, con 29.573 eventos, que atendieron un total de 284.336 cafeteros, seguidos de los cursos cortos (7.435), las demostraciones de método (3.554) y los días de campo (1.413). En total durante 2014 se realizaron 1.542.110 contactos con cafeteros en los diversos métodos de extensión.

Adicional a lo anterior, durante los primeros meses de 2014, la continuidad del programa PIC demandó buena parte de la dedicación del Servicio de Extensión por la necesidad de actualización de los lotes cafeteros en el SICA y el trámite de facturas que quedaron pendientes de 2013 y que tuvieron que ser verificadas por inconsistencias en la información.

**Programas de capacitación al Servicio de Extensión:** fortalecer las capacidades de los extensionistas es clave para asegurar una atención efectiva y pertinente al caficultor. Para

ello se utilizan metodologías presenciales y virtuales con el apoyo de Cenicafé y de la Fundación Manuel Mejía (FMM):

❑ **Capacitación presencial:** se dictaron 20 cursos con la asistencia de 495 extensionistas en 13 departamentos para tratar las siguientes temáticas: Clima y café, Conservación de suelos, Sistemas Agroforestales, Suelos y nutrición de cafetales, Manejo de plagas, Manejo de enfermedades.

❑ **Capacitación virtual:** se centró en tres temas: Extensión Rural, y Comunicaciones con la participación de 424 extensionistas; Clima en la Producción Vegetal con la participación de 484 extensionistas; y El cafeto con la participación de 136 extensionistas de todos los Comités departamentales.

Actualmente la FMM está diseñando los contenidos de un nuevo curso para 2015: El suelo: su manejo e influencia en el cultivo del café.

## Sanidad vegetal

La productividad de los cafetales es el resultado de la interacción de diferentes factores ambientales, genéticos y agronómicos. En cuanto a la oferta climática de 2014, el Océano Pacífico ecuatorial mantuvo una condición neutra, no obstante en la zona cafetera entre la segunda semana de junio y la primera de septiembre predominaron las condiciones secas con baja disponibilidad de agua, alto brillo solar y elevadas temperaturas con lo cual en algunas regiones se afectó el normal crecimiento y llenado de los frutos provenientes de floraciones del primer semestre.

En consecuencia algunos municipios con cosecha principal en el segundo semestre observaron incrementos en los niveles de infestación por broca y ataques a los frutos. Por esta razón fue necesario intensificar, con apoyo del Servicio de Extensión, las prácticas de manejo integrado como la cosecha sanitaria, previa a la renovación del primer semestre, y la calidad en la recolección que incluye prácticas de control de broca poscosecha hasta el beneficio y el uso del control biológico principalmente.

Finalmente el manejo de insectos-plaga como el minador de las hojas registrado en algunas zonas de Antioquia se enfocó en el manejo de controladores biológicos.

**Sistema de alertas tempranas para broca y roya:** gracias al trabajo conjunto entre los caficultores y su institucionalidad, la vulnerabilidad del parque cafetero a la roya es cada vez menor. Así lo demuestran las mediciones del Sistema de Alertas Tempranas (SAT) que se ejecuta desde 2010.

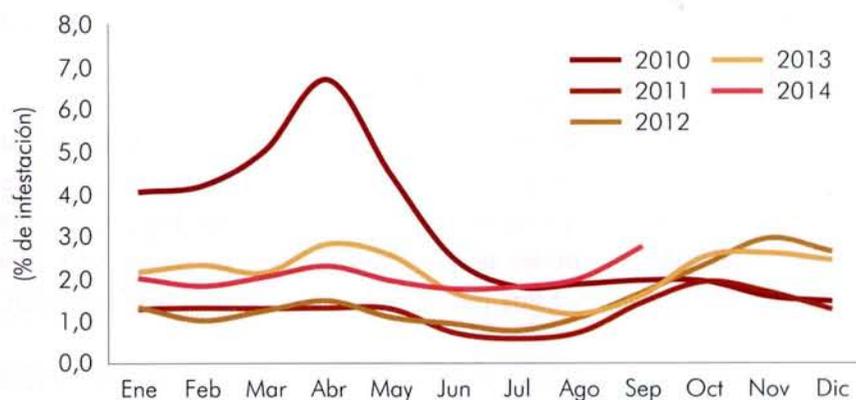
Durante 2014 se evaluaron más de 6 mil lotes de café con edades entre 24 y 84 meses, para determinar el comportamiento de los dos problemas fitosanitarios más relevantes de la caficultura.

De esta forma, de acuerdo con las evaluaciones de campo realizadas por el Servicio de Extensión, la roya se mantuvo en niveles por debajo del 5% y la broca por debajo de 3% que es el umbral de daño económico.

Es importante destacar que el SAT fue reconocido en el marco de la Conferencia Internacional sobre ciencia del café (ASIC 2014) como un modelo con enfoque preventivo para la toma de decisiones oportunas y eficientes en función del comportamiento del clima, la fenología del cultivo, la distribución de la cosecha y los datos de campo.

Finalmente, gracias a la caracterización de la caficultura contenida en el SICA, con el apoyo de Cenicafé se avanzó en la evaluación del riesgo de problemas fitosanitarios ausentes como la enfermedad de las cerezas del café (CBD) y se han consolidado alianzas con instituciones públicas y privadas con el fin de optimizar la interacción de los factores ambientales, genéticos y de manejo agronómico para aumentar la productividad.

Niveles de Infestación de broca pergamino en Almacafé



Fuente: FNC.

## Programas para la producción de cafés especiales

Una forma de mejorar las oportunidades de comercialización y de generación de ingresos de los productores es agregando valor y diferenciando el producto que sale de sus fincas. Por esta razón, el Servicio de Extensión incentiva la participación de los caficultores en los programas de cafés especiales, en particular los relacionados con producción sostenible.

De esta forma, el Servicio de Extensión incluyó dentro de su plan de capacitación anual todos los temas relacionados con la verificación y certificación de las fincas con el fin de lograr una venta del grano con valor agregado y acceder a mejores precios.

Las temáticas de capacitación incluyen aspectos como la actualización de las normas de los diferentes estándares o códigos de conducta, buenas prácticas agrícolas en el cultivo, buenas prácticas en el beneficio húmedo y seco, control de plagas, manejo de enfermedades, sistemas de renovación, manejo integrado de arvenses, manejo del sombrío, nutrición de los cultivos, manejo de residuos y sistemas de tratamiento de aguas y lixiviados.

En 2014 la cobertura del programa en la categoría de sostenibles fue de 197 mil fincas de propiedad de 152 mil caficultores con 379 mil hectáreas de café. Por número de fincas participantes se destacan los programas 4C (104 mil), FLO (62 mil)

y Nespresso (50 mil). Así mismo los departamentos con mayor número de fincas vinculadas son Cauca (36 mil), Antioquia (33 mil) y Nariño (27 mil), que juntos suman el 49% del total de fincas vinculadas a los programas de cafés sostenibles.

Otros programas específicos para la producción de cafés sostenibles:

**Proyecto mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la producción de café de calidad:** con recursos de Mitsubishi Corporation (Japón) y la Federación por \$3.468 millones para diez años. Este programa busca el mejoramiento ambiental y el fortalecimiento de la producción de café de calidad de 2.880 caficultores pertenecientes a Familias Guardabosques en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander.

En 2014, sexto año del proyecto, se capacitaron 280 familias de Cucutilla y Arboledas (Norte de Santander) en temas de buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, calidad del café y manejo de aguas residuales. Además se dotó de infraestructura para manejo de aguas residuales y secado a cada familia participante.

**Nescafe Plan Colombia:** este programa busca mejorar el ingreso de los productores a través de mayor

productividad y mejor calidad del café, para lo cual se brinda asistencia técnica, se renuevan las plantaciones y se incentiva la verificación 4C.

En 2014, el programa se consolidó en 7 municipios del Valle y se extendió a 4 más de Risaralda. Como resultado más de 2.800 productores capacitados en BPA, 450 de estos fueron verificados con el código 4C y se entregaron 8,5 millones de colinos para la renovación de 1.400 hectáreas de café.

**Producción de Café sostenible para mejorar la calidad de vida en Santander, Cauca y Nariño - Nespresso - FNC:** este programa busca impulsar la sostenibilidad de la producción, el aumento de la productividad, la generación de capacidades y el cuidado del medio ambiente en 27 mil productores de 65 municipios en los 3 departamentos. En 2014, se fortaleció el componente técnico de los clústers, a través del desarrollo de actividades educativas direccionadas al fortalecimiento de conocimientos en los componentes ambientales, sociales, económicos y de calidad, con una cobertura del 77% de los cafeteros vinculados. Adicionalmente se evaluó el 88% de las fincas a través de visitas de campo que permitieron desarrollar Planes de Acción, y así jalonar los procesos de mejoramiento continuo de estas empresas cafeteras.

Liderar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente

Competitividad e innovación

## Silvicultura como complemento al cultivo de café

**Programa Forestal:** por más de 20 años, la Federación ha desarrollado este programa en 58 municipios de 8 departamentos cafeteros adelantando actividades de incremento forestal, protección y recuperación de bosques naturales con el apoyo de cooperantes nacionales e internacionales. El programa contempla el componente forestal, acompañamiento a las familias en seguridad alimentaria y acciones de conservación de la biodiversidad e implementación de BPA en cuencas hidrográficas estratégicas.

❑ **Componente Forestal:** en 2014, el MADR aportó recursos por \$4.200 millones a través de convenios de cooperación que permitieron brindar asistencia técnica a los agricultores para conservar las 69.193 hectáreas de especies forestales.

❑ **Componente de asociación y transformación de madera:** busca fortalecer los procesos de organización de pequeños reforestadores en empresas asociativas para aprovechar, transformar y comercializar productos de madera. En 2014, se estimó el volumen de madera existente en el núcleo desarrollado en la cuenca del río Risaralda, obteniendo cerca de



62m<sup>3</sup> de madera en pie en 2 mil hectáreas. Para extraerlas se implementó un sistema de toboganes Leykam Log-line.

❑ **Componente Seguridad Alimentaria y Nutricional:** consiste en el desarrollo de procesos educativos con las familias participantes para modificar sus prácticas de producción y consumo de alimentos.

En 2014, las acciones se enfocaron en 1.600 familias (200 por departamento) con el fin de aumentar el impacto del programa y la recordación de los temas educativos tratados. De esta forma las familias vienen mejorando dieta con hortalizas, frutas y proteínas, producidas en sus propias fincas con BPA, y generando excedentes para la venta.

Además se ha fortalecido el trabajo con los niños en las escuelas con el fin de lograr mayor adopción de las prácticas alimentarias a nivel individual, familiar y comunitario.

❑ **Componente biodiversidad:** busca mejorar el manejo de la biodiversidad y construir corredores de conservación en siete microcuencas cafeteras. Como resultado, en 2014 se establecieron 813 hectáreas de especies nativas, para un total de 1.741 ha; se desarrollaron acciones para la implementación de sistemas de producción sostenibles para el manejo del agua en las microcuencas de Cauca, Huila y Santander; y se trabajó con los comités comunitarios participativos en jardinería, en temas de educación ambiental.

Liderar iniciativas  
que generen un  
impacto positivo en  
el medio ambiente

Competitividad e innovación

## Incorporación de la biodiversidad en los paisajes cafeteros de Colombia

Este proyecto es apoyado por el GEF (Global Environment Facility) y ejecutado por PNUD y la Federación y busca crear un entorno propicio para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café que contribuyan al bienestar de la población y la generación de beneficios ambientales.

El proyecto culminó en 2014 y estos son los principales logros:

### Incremento de biodiversidad:

- Se establecieron 1.022 ha. de corredores de conservación que fortalecen la conectividad de 10 mil ha. de bosques y fragmentos de bosque.
- Se propagaron 580 mil plantas nativas de 264 especies y se entregaron protocolos de propagación de 8 especies de importancia global.
- Se incrementó el hábitat para 50 especies de aves de importancia global y se mejoraron las condiciones de 26 especies de plantas amenazadas y endémicas.
- Se diversificó el sombrero de café con la combinación de 143 especies de plantas y el establecimiento de 520 hectáreas de arreglos agroforestales.
- Se incrementó la disponibilidad de información biológica en el Sistema Nacional de Biodiversidad.

### Incentivos para incorporación de la biodiversidad:

buscan compensar y fomentar la participación de los productores en la adopción de prácticas sostenibles e incluyen certificación/verificación de áreas de café bajo esquemas de sostenibilidad, pago por servicios ambientales (carbono y agua), cadenas de valor y exoneración predial.

- Se vincularon 31 mil ha. de café en programas que favorecen la conservación como Rainforest, 4C, Nespresso y UTZ.
- Se desarrolló el programa de GEI con especies nativas certificado por ICONTEC con una oferta de 9.475 ton de CO<sub>2</sub>.
- Se vendieron 7 mil ton de CO<sub>2</sub> en el mercado voluntario.
- Reducción de sedimentos de neta de 3,9 mg/l en dos microcuencas de Nariño como piloto de pago por servicios ambientales hídricos (PSAH).
- Disminución de 55% del total de carga contaminante por café en la microcuenca Toro (Valle del

Cauca) como segundo piloto de PSAH.

- Tres municipios (Filandia, Arboleda y Ansermanuevo) apropiaron el incentivo de exoneración predial como instrumento para promover la conservación al cual han accedido 108 ha. de bosques de caficultores.
- El ingreso neto de los beneficiarios se incrementó en 8% sobre la venta por kilo de café producido por ha/año debido a los diferentes incentivos de conservación implementados 12% por certificación/verificación; 5% por herramientas de manejo de paisaje; 7% por exoneración predial; 5% por cadenas de valor; 9% por servicios ambientales de carbono y 13% por compensaciones de servicios ambientales hídricos.

### Articulación y trabajo institucional:

durante la vigencia del proyecto fueron capacitados 18 mil productores y técnicos en certificación/verificación, gestión empresarial y conservación de biodiversidad.

Además en el V Informe Nacional de Biodiversidad se destacó este proyecto, como ejemplo en el establecimiento de estrategias productivas sostenibles para el país.

## Cenicafé

La gestión de Cenicafé se enmarca en el Plan Quinquenal de investigación basado en el plan Estratégico de la Federación y en el pilar de sostenibilidad de la caficultura a través del estudio de los factores que afectan la producción y productividad del café desde una óptica regional, así como la adaptación del cultivo a la variabilidad climática.

**Programa Producción y Productividad:** tiene por objeto ajustar los factores de producción para optimizar el uso de los recursos, ofrecer alternativas sostenibles para gestionar problemas fitosanitarios, optimizar la selección de nuevas variedades y afianzar métodos de cosecha y poscosecha para mejorar la calidad y agregar valor al café.

- ❑ **Conocimiento de los factores de producción:** se apoyó la parametrización del SICA con indicadores bioclimáticos como herramienta de planificación regional. Se obtuvieron 14 mapas que permiten priorizar la renovación en función de variables agroclimáticas, altitud, variedad y sombrío.
- ❑ **Aumentar la eficiencia de los factores de producción:** se evaluaron diversas formas del manejo de la densidad y del zoqueo para sistemas de producción a libre exposición solar y en café con siste-

mas agroforestales. Así mismo en materia de nutrición de los cafetos, se encontró que en sistemas de altas densidades hay una respuesta importante de la producción a la fertilización con lombri-compuesto en mezcla con sulfato de potasio. En cuanto al desarrollo de tecnologías cosecha y poscosecha se cuenta con dos patentes por la invención de las tecnologías Eco-mill®, que tiene nueve licenciatarios, y Fermaestro® que tiene un licenciatarario produciendo e instalando los nuevos equipos.

- ❑ **Estrategias de protección de cultivos:** se evaluaron enemigos naturales nativos de la broca al igual que plantas que afectan su comportamiento encontrando que la estevia, la caléndula, el tabaco y la artemisa son repelentes a las hembras adultas. De igual forma, se incorporó un nuevo criterio en la aplicación de fungicidas para el control de la roya, que es el de calendario fijo, 60 días después de la floración principal, encontrando resultados positivos tanto en lo fisiológico como en lo patológico.
- ❑ **Desarrollo de materiales para entrega de variedades:** se seleccionaron 50 progenies F5 de Caturra x Híbrido de Timor - HT por características agronómicas y

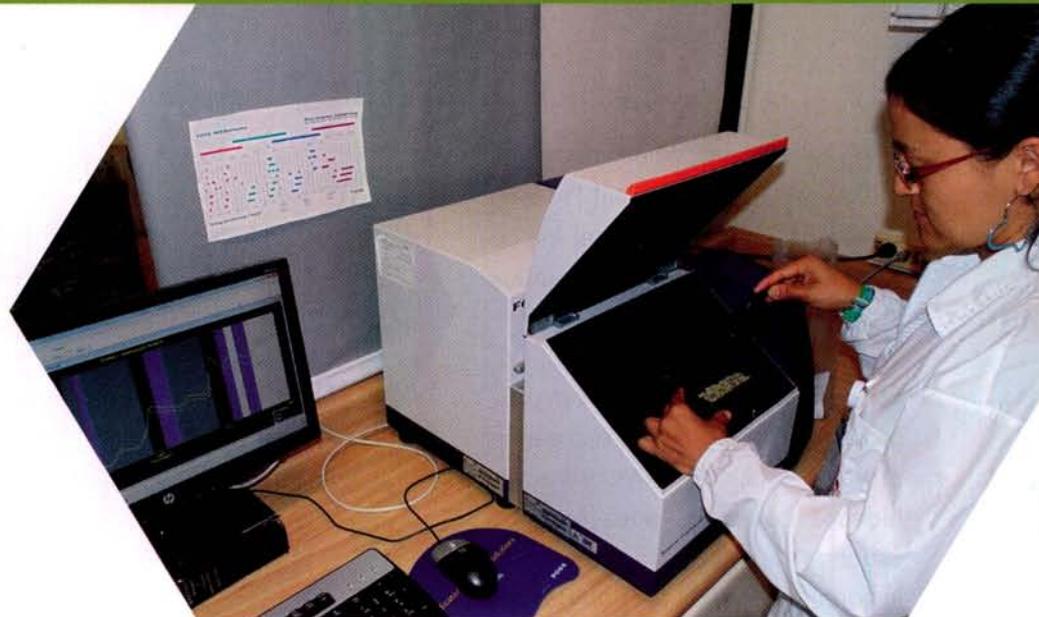
resistencia a la roya. Además, se seleccionaron progenies F2 con resistencia al CBD, que presentan resistencia a roya y un tamaño de grano semejante al de la variedad Castillo®.

- ❑ **Proteger el cultivo frente a limitantes potenciales de la producción:** se realizaron estudios epidemiológicos de la roya, que mostraron que la enfermedad se desarrolla más rápidamente a menores altitudes. Se continuó con la evaluación del Índice Compuesto de Infección de Roya (ICIR), utilizando series de tiempo hasta de 30 años, con los registros de varias estaciones de la red climática cafetera. La integración de estos modelos a la plataforma agroclimática de Cenicafé permitirá generar alertas de manera diaria y regionalizada para todo el país.
- ❑ **Agregación de valor:** se estructuró la base de datos NIRS y las asociaciones de ésta con elementos del clima y suelo para la Denominación de Origen "Café de Tolima". Se inició el documento técnico para Denominación de Origen "Café de la Sierra" y se realizaron validaciones de modelos de certificación de origen de las DO reconocidas Café de Cauca, Café de Nariño y Café de Huila.

**Programa Caficultura y Variabilidad climática:** tiene por objeto desarrollar estrategias de adaptación para asegurar la sostenibilidad de la caficultura colombiana frente al riesgo asociado a la variabilidad climática, basado en conocimiento científico y tecnológico.

- ❑ **Dinámica de interacción de la broca y el minador de la hoja de café con el clima:** con experimentos realizados en la cuenca del río Risaralda se encontró que la broca presenta curvas de crecimiento poblacional en relación directa con la temperatura e inversa con la altitud. Mientras que los frutos brocados caídos sirven de reservorio y refugio al insecto para infestaciones posteriores en el árbol considerado el principal problema en el manejo de la broca. Por su parte el nivel de infestación del minador de las hojas del cafeto no mostró correlación con la altitud ni con las variables de clima.

- ❑ **Caracterización del riesgo por movimientos en masa en la región cafetera:** se desarrolló la metodología para caracterizar el riesgo ambiental por movimientos en masa en Caldas, que incluye cuatro fases: i) caracterización de susceptibilidad deslizamientos, ii) zonificación de la amenaza, iii) zonificación del riesgo ambiental, iv) aplicación web con recomendaciones.



- ❑ **Modelación matemática de factores asociados al cultivo:** tiene como objetivo desarrollar modelos para factores abióticos y bióticos asociados al sistema de producción, entre ellos: modelos de agua en la relación suelo/planta/atmósfera; modelos de producción potencial para Castillo® y Tabi; modelo de floración del cafeto en función del clima; ajuste al modelo de broca del café.

- ❑ **Identificar y generar estrategias que reducen el riesgo agroclimático:** para ello se desarrollaron tres investigaciones específicas: i) identificación de áreas con grado de exposición al déficit y exceso hídrico (gestión del riesgo); ii) determinación de épocas de siembra y renovación en variabilidad climática; y iii) variabilidad climática interanual asociada a El Niño/La

Niña en la temperatura media del aire en la zona cafetera.

- ❑ **Gestión Inteligente del Agua (GIA):** este proyecto promueve la seguridad y sostenibilidad hídrica en el sector cafetero y Cenicafé es el encargado de las siguientes estrategias:

- ❑ **Agua para una caficultura sostenible:** busca que 44 mil caficultores de 25 municipios de Antioquia, Caldas, Cauca, Valle del Cauca y Nariño mejoren los indicadores de desempeño ambiental y sus sistemas productivos, gestionando los riesgos relacionados con el agua y el clima. Ya se cuenta con la línea base de las 25 microcuencas y se están desarrollando los planes de mejoramiento del beneficio en finca a partir de tres índices: Índice de Calidad Ambiental en el Proce-

Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

Competitividad e innovación

## Cenicafé

so de Beneficio (ICAPBH), el Índice de Manejo de Agua en el Proceso de Beneficio (IMAPBH) y el Índice de Manejo de las Aguas Residuales Domésticas (IMARD).

- ❑ **Ecosistemas hídricos estratégicos:** el objetivo es recuperar, proteger y cuidar los ecosistemas hídricos cafeteros, para que los usuarios de 25 microcuencas de la zona cafetera dispongan de una mayor cantidad y de una mejor calidad físico-química y microbiológica del agua.

El proyecto tiene cuatro componentes: i) bioingeniería para estabilización de suelos de ladera y cuencas hídricas; ii) manejo forestal para la conservación de cuencas y biodiversidad; iii) plan de renovación de cafetales con variedades resistentes; y iv) estudio de viabilidad sobre oportunidades de pago por servicios ambientales.

- ❑ **Decisiones responsables frente al agua:** el objetivo es diseñar e implementar un sistema integrado de monitoreo de Agua y Clima que permita generar alertas tempranas de prevención y adaptación a nivel local, regional y nacional.

Tiene tres componentes: i) sistema de monitoreo hidroclimático; ii) es-



tudio de calidad del agua de fuentes superficiales; iii) valoración de la huella hídrica asociada a la producción de café aplicados en las 25 microcuencas de la zona cafetera.

Durante 2014 se construyeron los planes de trabajo de las estaciones hidroclimáticas y de la determinación de la huella hídrica del café.

**Huellas de Paz:** en 2014 se continuó con el acompañamiento a las intervenciones realizadas por los Comités en cuanto a renovación, instalación de infraestructura productiva, saneamiento básico, construcción de SMTA, biodigestores y acueductos. Además se desarrollo el modulo de formación "Buenas Prácticas para producir café de calidad" y se capacitó el servicio de extensión y a los instructores SENA en Nariño y Cauca.

**Divulgación y transferencia de tecnología:** en el marco de ASIC 2014, Cenicafé participó con 12 ponencias orales y 30 posters, que se presentaron durante el evento de ciencia y tecnología de café más importante del mundo.

Además, se publicaron los avances técnicos No.435 al 447 y la Revista Cenicafé Volumen 63 Número 1 y 2 y Volumen 64 Número 1, el libro Agroforestería y sistemas agroforestales con café, así como el Boletín Técnico Instrumentos para estimar el porcentaje de sombra en el cafetal.

Una de las actividades más importantes desarrolladas por Cenicafé, es la capacitación de los extensionistas de todo el país, a los cuales asistieron 1.110 colaboradores del Servicio de Extensión durante 2014.

Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

Competitividad e innovación

## Investigación participativa

### Ubicación de las parcelas IPA, 2014

La estrategia de Investigación Participativa con Agricultores (IPA) se ha consolidado como una de las mejores herramientas de extensión grupal en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), con el involucramiento de caficultores líderes en todo el país para facilitar localmente la toma de decisiones a partir de la comparación en campo de prácticas tradicionales con innovaciones, resultado de la investigación y experimentación científica.

Durante 2014 se instalaron cerca de 80 parcelas IPA, la mayoría en asociación con empresas productoras de fertilizantes, para facilitar los procesos de adopción de la nutrición como una de las principales prácticas que contribuye al adecuado crecimiento y el logro del máximo potencial productivo en el cultivo del café.

**Proyección de la cosecha cafetera:** por cuarto año consecutivo se implementó la nueva metodología para la proyección de la cosecha semestral, que se ha venido consolidando como un instrumento eficaz para la toma de decisiones y la planificación de algunos programas de apoyo al productor.

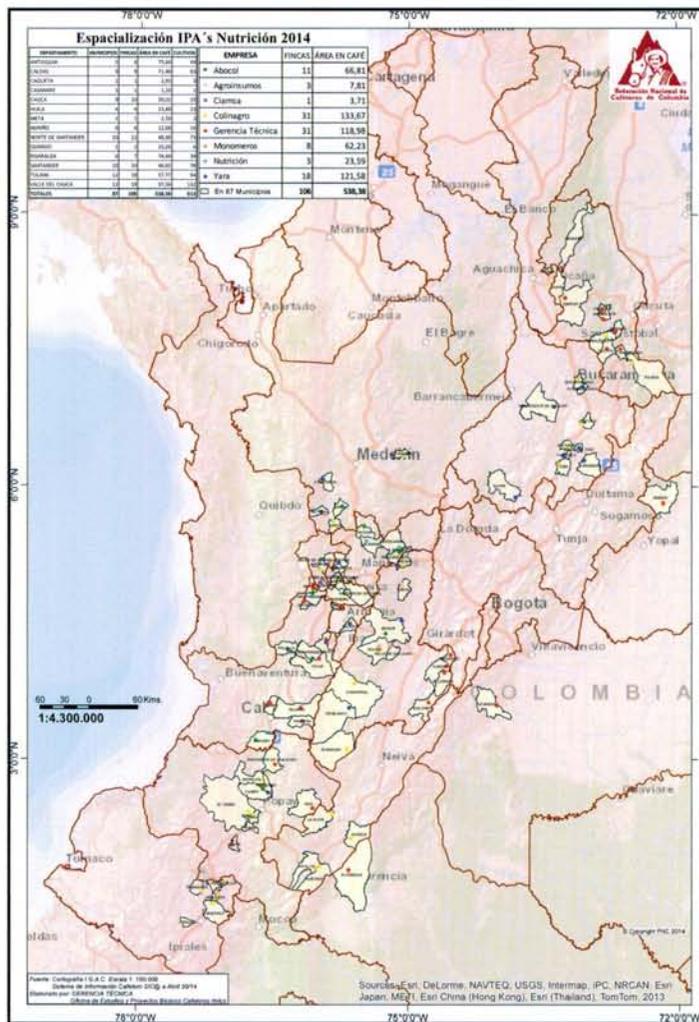
La metodología se basa en un muestreo estratificado para los departamentos cafeteros, la zona y la variedad, que permite obtener la estimación de

café cereza verde por hectárea y a partir de ella, la estimación en sacos de café verde por hectárea para cada semestre del año.

El marco de muestreo sobre el cual se realiza el estudio, son las fincas que tienen al menos una hectárea sembrada en café con una edad igual o supe-

rior a dos años, por lo que se les considera responsables de la producción.

De esta manera se busca que el modelo recoja los principales factores que inciden en el comportamiento de la producción y brinde información relevante y oportuna para la toma de decisiones gremiales.



Fuente: Cenicafe.

# Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación



## Avances

en 2014

**298 mil**

cafeteros cuentan con la nueva cédula cafetera inteligente

**80%**

de los cafeteros agremiados cuenta con la cédula cafetera inteligente

**\$490 mil**

millones de pesos en ahorro por menores costos transaccionales a través de la nueva cédula cafetera inteligente

Cédula y tarjeta cafetera inteligentes elegida

**caso de estudio exitoso**

por el Fondo de Desarrollo de Capital de Naciones Unidas

Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Cédula Cafetera Inteligente

La cédula cafetera inteligente es la identificación de los cafeteros agremiados y el medio transaccional a través de la cual los productores pueden recibir el pago de la venta de su café, apoyos e incentivos monetarios de programas que desarrolla y ejecuta la Federación.

En la actualidad, el 80% de los cafeteros agremiados cuenta con la cédula cafetera inteligente. Como resultado de este trabajo, los cafeteros cuentan con un nivel de inclusión financiera mayor al promedio nacional, que a marzo de 2014 ascendía a 71%.

Gracias a lo anterior, 440.840 caficultores disfrutan de los beneficios de este medio transaccional, de los cuales en el período comprendido entre 2008 y 2014, más de 391 mil han sido utilizadas activamente para acceder a los programas de la Federación. La red de la cédula cafetera inteligente está compuesta por: i) 445 puntos de compra de las Cooperativas de Caficultores; ii) 466 establecimientos comerciales; iii) 424 almacenes de insumos agrícolas; iv) 675 sucursales del Banco de Bogotá a nivel nacional; v) los cajeros automáticos de la red bancaria.

Este sistema de manejo de recursos utiliza un medio de pagos inmediato, ágil, seguro y transparente, por medio del cual se han realizado 10 mi-

llones de transacciones valoradas en \$2,2 billones.

En tanto, se han realizado abonos en cerca de ocho millones de operaciones por un valor de \$2,3 billones, entregando recursos directamente al caficultor.

Es así como por concepto del AIC/PIC se han entregado pagos directos al caficultor y su familia por un valor de \$1,2 billones en más de cuatro millones de operaciones, a través de esta herramienta.

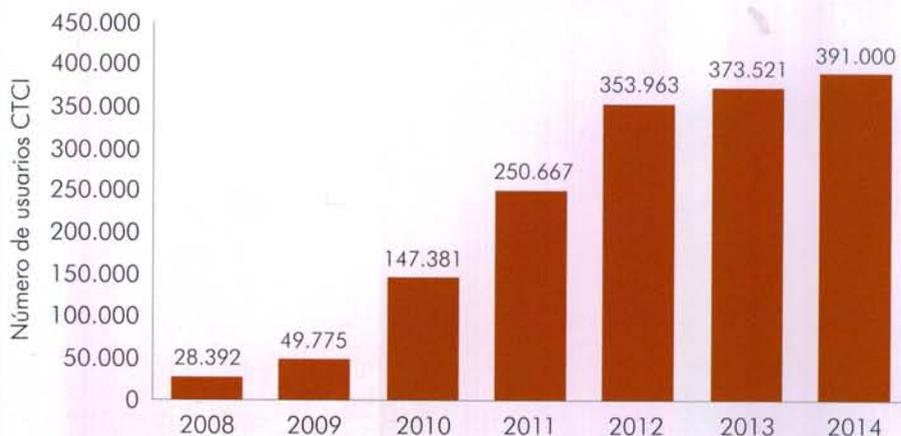
Adicionalmente, a partir de mayo se implementó el nuevo sistema de ges-

tion de novedades en línea de cedula- ción cafetera, el cual mediante un diseño ágil y amigable para el usuario, administra las solicitudes de creación, reexpedición y cancelación de cédula y tarjeta inteligente, a nivel nacional.

Sin duda, la cédula cafetera inteligente se ha convertido en una importante herramienta para la mejora de la calidad de vida de los caficultores. Es así como la Alianza "Better Than Cash" de la cual forma parte el Fondo de Desarrollo de Capital de las Naciones Unidas eligió la Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligentes como un exitoso caso de estudio.

### El 80% de los cafeteros agremiados cuenta con la cédula cafetera inteligente

Cédulas y tarjeta cafeteras usadas 2014



Fuente: FNC.

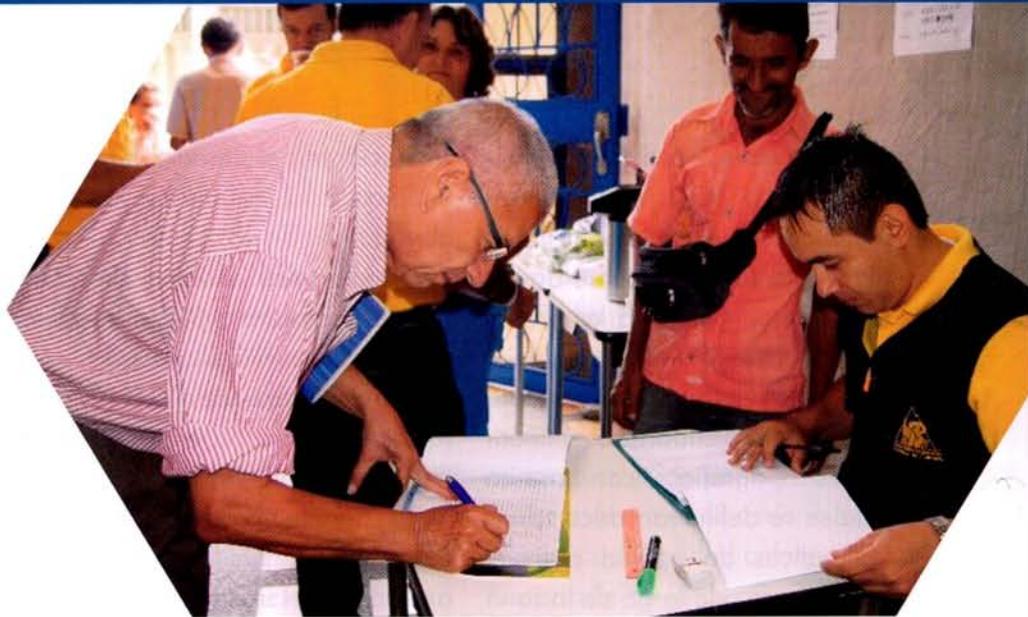
Teniendo en cuenta la importancia creciente de la cédula y tarjeta cafetera inteligente, la Federación adelanta un plan de evolución de este mecanismo, a través del cual los caficultores tendrán acceso a múltiples servicios del sistema financiero nacional.

De esta forma, se inició un plan de mejora y avance en la Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente. Esta plan permitirá a los caficultores colombianos acceder a la totalidad de servicios y canales financieros, mediante la apertura de una cuenta de ahorros individual en alianza con el Banco de Bogotá.

Para realizar la migración hacia la nueva Cédula Cafetera se efectuaron varios eventos piloto a lo largo del año.

Para este efecto se estableció un programa de migración en 377 municipios a ejecutarse entre septiembre y diciembre del año 2014. De esta forma, se vienen realizando un promedio de 11 eventos simultáneos en diferentes municipios del país. A diciembre de 2014 se bancarizaron 298 mil cafeteros.

Los beneficios que adquieren los cafeteros con esta alianza no se limitan solo al importante ahorro en costos



transaccionales estimado en \$490 mil millones, sino que tendrán a su disposición mecanismos de autenticación que incrementarán la seguridad en el uso de la tarjeta, así como acceso a todos los canales del sistema financiero tales como la red de oficinas del Grupo Aval, Corresponsales Bancarios, Internet y más de 230 mil puntos de acceso para realizar compras.

La migración a la Nueva Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente representa un avance para los cafeteros y para el gremio en términos de inclu-

sión financiera, el cual contribuye de manera importante al bienestar de las familias cafeteras en la medida que permite reducir los costos de acceso a servicios financieros y será la puerta de entrada para la construcción de relaciones de crédito.

Dentro de los beneficios se cuenta: i) más de 223 mil puntos para la realización de transacciones tales como cajeros automáticos y datafonos; ii) bajos costos transaccionales; iii) beneficios en términos de servicio y atención.

**Con la nueva Cédula Cafetera los caficultores tendrán acceso a múltiples servicios del sistema financiero nacional**

Acercar al cliente consumidor a la caficultura colombiana utilizando las herramientas tecnológicas y de información

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## SIC@ Web

**Integración de Servicios de Información al SIC@:** los datos recopilados durante 30 años a través de las estaciones meteorológicas de Cenicafe integrados a los provenientes de la red climática mundial WorldClim, sirvieron para la identificación de 21 indicadores bioclimáticos y tres topográficos, con base en los cuales se definieron doce zonas agroclimáticas de aptitud para el cultivo del café a lo largo de la zona cafetera del país.

Los indicadores bioclimáticos aplican a nivel regional y se están integrando a todos los lotes cafeteros registrados en el SIC@, lo cual a corto plazo permitirá a los caficultores y los extensionistas acceder a la información de los principales elementos del clima tales como: i) temperatura media, máxima y mínima; ii) volumen de precipitaciones y su distribución anual; iii) comportamiento de los indicadores agroclimáticos integrados a los procesos fisiológicos más importantes de cada lote cafetero registrado.

La visualización y consulta de los datos de los cafetales e indicadores, se realizará a través de un aplicativo multiplataforma en la nube, conectado en línea con los servidores de Cenicafe y el SIC@, lo cual facilita el acceso a los usuarios, así como su

utilización en el desarrollo de investigaciones.

**Evaluación al sistema de información cafetera - SICA:** buscando mejorar los servicios prestados a los cafeteros a través del SIC@, la Federación encomendó a una empresa especializada con amplia trayectoria, la realización de un análisis DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) del sistema. Como resultado se definió un portafolio de proyectos necesarios para el mejoramiento y fortalecimiento de la información contenida en el SIC@, el cual se espera comenzar a poner en marcha en 2015. Valga resaltar que para llevar a cabo dicha evaluación se realizaron entrevistas a los usuarios actuales más relevantes, así como aquellos potenciales a nivel interno y externo.

**Imágenes satelitales y aerofotografías:** durante 2014, se adquirió material aerofotográfico a color de alta resolución gracias a lo cual se cuenta con un cubrimiento de 76% de la zona cafetera con imágenes de alta resolución con fecha reciente de toma.

Las nuevas tecnologías en sensores remotos que capturan imágenes de alta resolución y la utilización de programas especializados y calibra-

dos en la detección de cultivos en café, han permitido la identificación, monitoreo y actualización del área cafetera del país. Asimismo, han facilitado el trabajo en campo de los extensionistas, lo que le da mayor precisión y calidad a los datos registrados en el SIC@.

**Migración del aplicativo SIC@ a dispositivos móviles robustos:** dado que la conectividad en la zona rural es limitada, el Servicio de Extensión registra en campo las novedades de caficultores y sus lotes cafeteros en formatos impresos, circunstancia que hace menos eficiente su labor.

Debido a lo anterior, se desarrolló un aplicativo que permite acceder al SIC@ desde dispositivos móviles robustos de fácil portabilidad, lo cual permitirá la captura, registro y consulta de información directamente en campo sin necesidad de conexión a internet. Una vez el extensionista tenga acceso a internet, las novedades se sincronizarán de manera automática optimizando la labor del Servicio de Extensión.

De manera paralela se está trabajando con el portal geográfico corporativo, ArcGIS Online, que permite crear, compartir y publicar información geográfica cafetera con

cifras consolidadas a nivel municipal y departamental.

El SICA es una herramienta fundamental en para el diseño, planeación y seguimiento a diversos programas de apoyo al caficultor.

**Programa Gestión Inteligente del Agua - GIA:** este programa cuenta con información veraz y actualizada la cual ha sido fundamental para: i) la delimitación de las áreas de intervención; ii) la selección de la muestra de caficultores a los cuales se les aplicó el instrumento de caracterización, iii) la selección definitiva de las fincas donde se realizarán las intervenciones claves en pro de mejorar la gestión del recurso hídrico por su ubicación geográfica y su incidencia en los cuerpos de agua; iv) la evaluación y análisis en función de las necesidades del programa, entre otros aspectos.

Gracias a lo anterior; el SIC@ se ha convertido en herramienta fundamental para la ejecución de este programa que cuenta con recursos de cooperación europea (Para mayor información referirse al Capítulo 3 de Competitividad).

**Convenio Ministerio del Trabajo:** en 2014, la Federación suscribió un convenio de asociación con el Mi-

nisterio de Trabajo cuyo propósito es aunar esfuerzos para el mejoramiento de las condiciones de salud y de trabajo de los caficultores.

Para el desarrollo de las actividades establecidas dentro del convenio, el SIC@ se convirtió en factor clave para la identificación de la población caficultora vulnerable objeto de intervención, circunstancia que facilitó la caracterización de las variables indicadas por el Ministerio de Trabajo, así como la selección de 3.000 caficultores beneficiarios del convenio y quienes se encuentran ubicados en 15 departamentos.

**Programa de Sostenibilidad y Futuro - PSF:** este programa fue diseñado por la Federación con el apoyo del Ministerio de Agricultura, con el objeto de brindar acceso al crédito para la renovación por siembra con variedades resistentes de cafetales tradicionales, tecnificados envejecidos o tecnificados jóvenes sembrados en variedades susceptibles con extensiones por debajo de cinco hectáreas.

El programa PSF se enmarca en el subproceso "Gestionar el Sistema de Información Cafetera SICA" con fundamento en el que el aplicativo para el trámite de los créditos, mediante la consulta en línea de la base de

datos del SIC@, identifica los beneficiarios potenciales.

**Programa Mujeres Cafeteras:** el SIC@ ha brindado soporte a este programa mediante el suministro de estadísticas desagregadas por género con base en los cuales se determinan niveles de participación de la mujer cafetera en la cadena de valor y la institucionalidad cafetera. La actualización de estas cifras es una tarea que se lleva a cabo cada cuatro meses.

**Elecciones Cafeteras:** a partir de mayo se implementó el nuevo sistema de gestión de novedades en línea de Cedulación Cafetera, el cual mediante un diseño ágil y amigable para el usuario, administra las solicitudes de creación, reexpedición y cancelación de Cédula y Tarjeta Inteligente, a nivel nacional. Una de las grandes novedades de este sistema fue la interacción de este con el Sistema de Información Cafetera - SICA, de forma tal que toda la información es consultada y validada en línea. Lo cual, sumado al proceso de depuración de las bases de datos, con Base en la información registrada en el SICA, fue de vital importancia para la generación del Censo Electoral de forma ágil y con una confiabilidad de los datos del 99,99%.

Acercar al cliente consumidor a la caficultura colombiana utilizando las herramientas tecnológicas y de información

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Plataformas en internet para audiencias especializadas

La necesidad de llegar a un número cada vez mayor de productores en todo el país, a los diferentes tipos de audiencias nacionales e internacionales y a consumidores en todo el mundo, han generado que Federación incremente su presencia a través de comunicaciones digitales, dentro de las que se destacan las siguientes:

**Café de Colombia y Federación en el mundo digital:** en 2014 se continuó con la estrategia de comunicación en redes sociales tanto para Café de Colombia como para la Federación y Juan Valdez®. Estos canales se han constituido en un medio valioso para mantener comunicación directa con el consumidor final y generar conversaciones profundas sobre la marca y la institucionalidad. Durante lo corrido del año, se destacan el crecimiento de las cuentas de twitter de Café de Colombia y Juan Valdez® Café, así como el fortalecimiento del engagement (involucramiento) de las cuentas de Facebook. Valga destacar que los nuevos canales Café de Colombia Worldwide creados el año anterior, registraron un crecimiento permanente.

A la estrategia de redes sociales, se suma una plataforma de boletines digitales dirigidos a miembros del Programa Café 100% Colombiano

(*Bean and Beyond*); los clientes de la Federación (Colombian Coffee Insights); periodistas y cofinanciantes (Al Grano); Colaboradores (Contacto) y Productores (Pergamino).

Estos canales permiten mantener un diálogo constante con diferentes públicos y generar valor agregado a la relación comercial del gremio con sus clientes nacionales e internacionales.

**Colombian Coffee Hub - CCH:** el CCH es la comunidad virtual dirigida a baristas y profesionales de la industria de cafés especiales creada

por la Federación, que en la actualidad cuenta con más de 3.000 miembros en 66 países, a los que se suman los más de 2000 seguidores en Twitter.

La participación e interacción entre los miembros con el origen Café de Colombia sigue creciendo y la generación de contenidos e información han hecho del CCH un referente en el mundo barista. De igual manera, el CCH se ha convertido en un vehículo para aproximar a medios especializados como Barista Magazine o *Bean Scene*, que hoy siguen y multiplican el contenido del sitio.

Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Programas educativos virtuales

**Capacitación virtual de extensionistas:** durante 2014, la FMM realizó un programa de capacitación virtual para el Servicio de Extensión. Las acciones están enmarcadas en apoyar la estrategia de la Federación para el mejoramiento de la productividad cafetera y el logro de una Caficultura Climáticamente Inteligente.

En el marco del proyecto, se realizaron los siguientes cursos que contaron con la participación de 683 extensionistas:

- Actualización e implementación de dos cursos virtuales para extensionistas: El clima y la producción de café y El Cafeto.
- Implementación del curso Extensión y comunicaciones: fortaleciendo vínculos con nuestros cafeteros.
- Rediseño del curso El suelo: su manejo e influencia en el cultivo del café.

**Formación de cafeteros en los centros de conectividad:** durante 2014, la FMM realizó un proceso de for-

mación virtual para cafeteros del país compuesto por cinco cursos: i) Informática básica; ii) Fertilización de cafetales; iii) Cafetales productivos; iv) Construyendo la empresa cafetera, y v) Sembrando convivencia.

Los cafeteros pueden tomar los cursos en los 60 Centros de Conectividad ubicados en Casanare, Cauca, Guajira, Huila, Nariño, Norte de Santander, Magdalena, Risaralda y Santander.

Con el propósito de ampliar la oferta, actualmente se encuentra en proceso de diseño y desarrollo el Taller de aplicación: El clima en la producción de café.

De esta forma, participaron 1.278 cafeteros, para cuya capacitación la Fundación Manuel Mejía contrató 52 monitores encargados del acompañamiento a los cafeteros en los Centros de Conectividad.

**Curso virtual Elecciones Cafeteras:** la FMM desarrolló e implementó el curso virtual Elecciones Cafeteras 2014 Selecciono mi futuro: decido y voto. Además, prestó acompañamiento durante la capacitación.

El curso estuvo dirigido a capacitar a los colaboradores, candidatos, jurados de votación y miembros de las comisiones de escrutinios.

En el curso virtual participaron un total 6.070 personas. De estas, de acuerdo con el rol en las elecciones 45% correspondieron a colaboradores de la Federación, 37% a jurados de votación y 16% a candidatos.

**Curso virtual de entrenamiento de las tiendas Juan Valdez®:** la FMM diseñó por encargo de Procafecol, un curso para el entrenamiento virtual de los Baricultores™ de las tiendas Juan Valdez® Café. Para ello, se puso en marcha una estrategia que consistió en el curso de entrenamiento virtual compuesto por dos módulos: Todos somos Juan Valdez® y Vamos a las tiendas. La implementación piloto estuvo dirigida a cien personas pertenecientes al personal de entrenamiento de las tiendas. A futuro se espera adaptar y aplicar esta estrategia en todos los países donde se encuentran ubicadas las tiendas Juan Valdez® Café.

# Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Avances

en 2014



24 mil

cafeteros capacitados en gestión empresarial

33.376

cafeteros y colaboradores de la FNC fueron capacitados por la FMM

22.241

cafeteros y colaboradores de la FNC fueron capacitados por la FMM

Más de \$48 mil millones  
para inversión en infraestructura comunitaria

18 mil

caficultores priorizados para ingresar al programa BEP

Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Gestión empresarial

**E**l 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.

Para esto el programa cuenta con dos niveles, básico y avanzado.

**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 2014 se realizaron 483 evaluaciones de conocimiento, donde se obtuvieron los siguientes resultados: i) el 87% de los caficultores compartieron experiencias exitosas en renovación, aumento de la densidad, fertilización y registros de producción; ii) el 95% adoptó herramientas de croquis de la empresa; iii) el 94% de conteo de arboles; el 80% de diagnóstico de la empresa; iv) el 77% un plan de mejoramiento; v) el 65% un cronograma de labores; el 85% esta mejorando las practicas tecnológicas; y vi) el 78% ha empezado a manejar indicadores de eficiencia de mano de obra.

**Nivel avanzado:** en este nivel los productores profundizan en la adop-

ción 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 399 encuestas en los que se evaluaron los cinco logros, donde los caficultores beneficiados tuvieron experiencias exitosas en los siguientes porcentajes: i) el 87% adoptó algún indicador económico; ii) el 71% elaboró el presupuesto para café en producción; iii) el 89% conoce el costo de producción de una arroba de café,

incluyendo su mano de obra; iv) el 77% utiliza indicadores de eficiencia; y v) el 69% inició la elaboración de un plan de alternativas.

En 2014, se amplió el programa beneficiando a más de 24 mil productores que conformaron 1.530 grupos y asistieron a 13.382 reuniones.

Como resultado, entre 2002-2014, se han capacitado 186 mil productores y se han ejecutado recursos por \$15.012 millones, 11,5% aportados por SAC, SENA, Ministerio de Agricultura y 88,5% por la Federación.

### Beneficiarios programa Gestión Empresarial 2014

Departamento	Cafeteros	Grupos conformados	Reuniones realizadas
Antioquia	2.984	197	1.677
Boyacá	415	24	214
Caldas	2.071	124	1.005
Caquetá	194	9	84
Casanare	111	7	61
Cauca	2.687	156	1.567
Cesar	325	24	134
Cundinamarca	1.384	114	834
Huila	3.136	177	1.722
La Guajira	85	7	32
Magdalena	324	19	176
Meta	180	7	80
Nariño	1.636	104	669
Norte de Santander	1.090	61	585
Quindio	856	58	535
Risaralda	1.567	78	852
Santander	1.517	90	747
Tolima	2.154	145	1.176
Valle del Cauca	1.739	130	1.232
<b>Total</b>	<b>24.455</b>	<b>1.530</b>	<b>13.382</b>

Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Programa de educación para la competitividad

Desde hace 33 años la Gobernación de Caldas y la Federación decidieron apostarle a la educación rural a través de la metodología Escuela Nueva. En 2012, la CHEC grupo EPM se sumó a esta iniciativa apoyando el programa Educación para la Competitividad, el cual ha sido catalogado como única alternativa que fomenta la permanencia de los niños y los jóvenes en el campo.

Este programa tiene por objeto contribuir a que los jóvenes rurales de Caldas cierren los ciclos educativos y se inserten en el mercado laboral. Es ejecutado por el Comité Departamental de Cafeteros de Caldas y cuenta con recursos por \$25 mil millones provenientes de la Gobernación de Caldas, CHEC grupo EPM y diferentes socios estratégicos como la Universidad de Caldas, la Universidad Católica de Manizales, la Universidad de Manizales, el Banco Agrario, las alcaldías municipales, la Alcaldía de Manizales, la Corporación para el Desarrollo de Caldas, DPS, Cooperativa de Caficultores de Manizales, Nespresso e Isagen. Durante un período de cinco años, se busca beneficiar 24 mil jóvenes estudiantes hijos de caficultores.

El programa se desarrolla alrededor de las siguientes líneas de acción: i) educación media; ii) acceso a la educación superior y iii) conexión laboral.

A continuación se describen los avances obtenidos en la vigencia del proyecto.

### Educación media con profundización para el trabajo:

bajo esta línea se han realizado los siguiente avances: i) 28 instituciones educativas vinculadas con 1.205 alumnos de los grados 10° y 11°; ii) 3.056 procesos evaluados en certificación de competencia de los estudiantes rurales; iii) 35 instituciones educativas en el proyecto de emprendimiento y 2.100 ideas de negocio en desarrollo.

### Acceso a la educación superior:

esta línea cuenta con dos proyectos: i) acceso de los jóvenes a programas de educación técnica y superior, a través del cual se han beneficiado

2.279 jóvenes rurales inscritos en programas técnicos profesionales y 387 jóvenes en programas de Tecnólogos profesionales; ii) financiación de 78 planes de emprendimiento que fueron catalogados como los mejores.

### Conexión laboral:

esta línea tiene como propósito generar condiciones apropiadas para que los jóvenes rurales egresados de programas educativos formales se inserten al mercado laboral. A la fecha, 478 jóvenes han sido contratados de manera temporal.

Por otra parte, el programa incluye un componente orientado a facilitar que jóvenes caficultores se conviertan en propietarios de unidades productivas rurales. Para ello, se les brinda apoyo en el trámite de créditos para la compra de tierra ante el Banco Agrario. Como resultado, cinco jóvenes se convirtieron en propietarios de fincas con tres hectáreas de café cada una.

educación para la  
competitividad



Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Programas educativos de La Fundación Manuel Mejía

La Fundación Manuel Mejía continuó desarrollando programas educativos enfocados a facilitar el acceso al conocimiento a la población rural, con especial énfasis en las comunidades ubicadas en la zona cafetera. A diciembre de 2014, la FMM ha vinculado a sus programas de formación virtual o presencial a 33.376 cafeteros y colaboradores del gremio, 3.161 a productores en programas para el desarrollo rural, 3.953 familias en el sector urbano y 72.123 a personas que apoyan al sector rural.

Entre los principales programas ejecutados por la FMM en 2014 se destacan:

**Formación de cafeteros para fortalecer la productividad con criterios técnicos, empresariales y ambientales:** este proyecto es realizado en alianza con el SENA, la FMM y los Comités Departamentales de Cafeteros de Antioquia, Caldas, Cauca, Norte de Santander, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca, y las Cooperativas de Caficultores de Antioquia. En 2014, con el objetivo brindar oportunidades de mejora de las competencias laborales mediante los programas de formación a dis-



tancia: i) Técnico en Aseguramiento de la Calidad del café en la finca y ii) Auxiliar en producción de café, se espera beneficiar a 3.700 cafeteros.

**Programa de formación en empresa para organizaciones de productores agropecuarios:** desarrollado por la FMM en alianza con el Ministerio de Agricultura en 29 departamentos, con el propósito de brindar competencias administrativas y contables y consolidar la capacidad de convocatoria y trabajo en equipo de las organizaciones de productores agropecuarios. Como resultado, durante 2014 se beneficiaron 12.576 productores agropecuarios, pertenecientes a 217 organizaciones de productores.

**Proyecto Modelo educativo juventud rural, educación y desarrollo rural:** en convenio con la Fundación Génesis para Niñez, La Fundación Bancolombia y la Fundación Cerrejón, la FMM implementa en Instituciones Educativas del Amazonas, La Guajira y el Tolima, el modelo Juventud Rural, para dar acompañamiento y capacitación técnica a estudiantes de los grados 9°, 10° y 11°. En 2014 se beneficiaron 1.124 estudiantes pertenecientes a 15 Instituciones Educativas.

**Acompañamiento en la etapa pre censal del Tercer Censo Nacional Agropecuario:** en convenio con la Asociación Colombiana de Universidades, se realizó el acompañamiento para el desarrollo de las jornadas de entrenamiento en la etapa pre censal de las fases II y III del Tercer Censo Nacional Agropecuario en el aula virtual de la Fundación. La FMM estuvo encargada de brindar orientación didáctica y acompañamiento pedagógico a los formadores del DANE, diseño y realización de talleres, cursos y videos.

**Programa de formación en Extensión Rural:** con el propósito de mejorar el desempeño de los asistentes técnicos colombianos a partir de la exitosa experiencia del Servicio de Extensión, el MADR le encargo a la FMM la segunda fase del programa, que busca fortalecer los métodos y herramientas de extensión rural, de manera que mejoren sus estrategias de llegar a los productores y lograr cambios culturales, tecnológicos, empresariales y de asociatividad. Esta



fase estuvo dirigido a un grupo de 192 nuevos asistentes técnicos que trabajan en alianzas productivas en fase de operación.

**Familias con Bienestar Rural:** en continuidad al trabajo realizado con el ICBF, se suscribió un nuevo convenio cuyo objeto es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias ubicadas en su zona urbana del Quindío. Como resultado en 2014, se capacitaron de 3.953 familias pertenecientes a la estrategia Red UNIDOS, familias priori-

zadas desde el ICBF y catalogadas como PARD, víctimas y vulnerables reportadas por diferentes modalidades de atención institucional.

**Actividades educativas presenciales:** en 2014, la FMM ha atendido 1.255 personas en los diferentes programas académicos distribuidos en: 427 en Giras Educativas y 828 en eventos educativos, en temas sobre proceso productivo del café e institucionalidad cafetera.

**33.376** cafeteros y colaboradores del gremio recibieron capacitación de la FMM

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

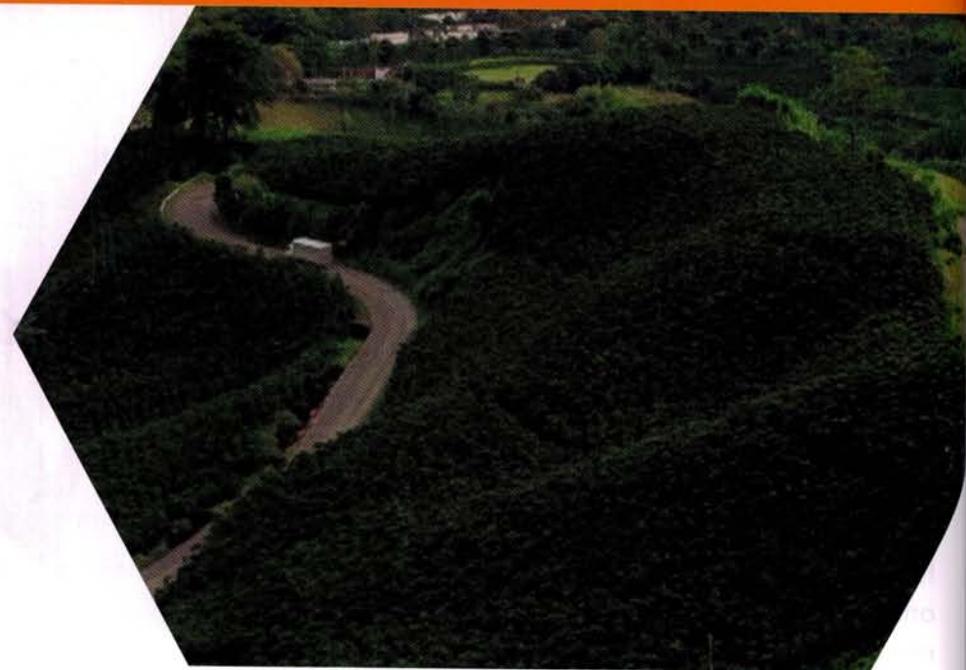
Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Proyectos de infraestructura comunitaria

**E**n 2014, la Federación apoyó al gobierno nacional con la ejecución de programas de infraestructura comunitaria y domiciliaria en municipios cafeteros.

**Vías en el sur del Tolima:** con el fin de coordinar acciones de desarrollo social, materializada en el mejoramiento de la vía Ataco-Planadas. En convenio suscrito con el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República (DAPRE), el Fondo de Programas Especiales para la Paz y la Federación por \$20.664 millones para la pavimentación de 3,72 km. de difícil topografía, conocida como el sector de "La Brecha", la construcción de un puente "La Hamaca", la repotenciación del puente metálico "El Cóndor" y la construcción del pontón "El Cóndor", así como la atención de sitios críticos en 2,34 kms, en que sobresalen las obras de contención de muros con cimentación profunda y obras de drenaje, así como el mantenimiento de vías cafeteras convergentes en 60 kms.

En la vía Chaparral-Río Blanco, en 2014 se inicio la ejecución de obras de estabilización, contención y dre-



naje en un sitio crítico de una falla geológica y la pavimentación del sector del K4, con inversiones presupuestadas de \$8.534 millones y cuya ejecución continuará en los primeros meses del año 2015.

**Ampliación de la Infraestructura Educativa Anatoli:** con el fin de garantizar mejores condiciones educativas en la Institución Educativa Anatoli ubicada en el municipio de la Mesa en Cundinamarca, en 2007 se adelantó un proyecto de mejoramiento de la infraestructura, permitiendo la implementación de los cursos décimo y once, así como la vinculación de adultos no bachilleres.

Sin embargo, como consecuencia del aumento de la demanda educativa, se identificó la necesidad de ampliar las instalaciones y fortalecer sus programas productivos para garantizar una educación de calidad y pertinente para el contexto rural, en el que se beneficiarían cerca de 324 estudiantes.

Este proyecto esta valorado en \$664 millones, aportados por la Fundación Costa, la Federación, el Comité Cundinamarca, la Gobernación de Cundinamarca y la Alcaldía de la Mesa.

**CHEC ilumina el campo:** como resultado de la alianza público privada integrada por CHEC grupo EPM, las Gobernaciones de Caldas y Risaralda, Fondo Nacional del Café, Comités Departamentales de Cafeteros de Caldas y Risaralda, Isagen 40 Alcaldías Municipales, Resguardos Indígenas, el Programa de Paz Magdalena Centro, la Comunidad beneficiada y otros actores los departamentos de Caldas y Risaralda, 115.000 familias del área rural cuentan con acceso universal al servicio de energía eléctrica, es decir que ahora el 100% de la zona rural de estos departamentos disponen de este servicio, mejorando así su calidad de vida.

**Programa de reubicación y reconstrucción de viviendas:** en 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"



en zonas rurales de los departamentos de Caldas, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Guajira, Huila, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Tolima y Valle del Cauca. El valor actual del contrato asciende a \$ 3.271 millones.

**Educación y participación de la comunidad para el desarrollo sostenible:** en 2014 concluyó este proyecto el cual beneficia a 500 niños y jóvenes, de la Institución Educativa Minipí ubicada en el municipio La

Palma (Cundinamarca). Para ello, se contó con recursos por \$2.100 millones aportados por Costa Foundation, Complete Coffee, la Embajada del Japón, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de La Palma, el DPS y la Federación.

La infraestructura de la escuela cuenta con cerca de 1.840 m<sup>2</sup> dentro de los cuales se encuentra un módulo biblioteca con un área de 240 m<sup>2</sup>, donado por el Gobierno del Japón.

**100%** de la zona rural de los departamentos cafeteros de Caldas y Risaralda cuentan con energía eléctrica

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Proyectos de infraestructura comunitaria

### Mejoramiento y construcción de infraestructura comunitaria:

en convenio con el Departamento para la Prosperidad Social (DPS) se aunaron esfuerzos para apoyar a las poblaciones afectadas por la violencia y en condiciones de pobreza, permitiendo que las familias rurales accedieran a servicios de infraestructura básica y social comunitaria, en diez departamentos afectados por la violencia, la presencia de cultivos ilícitos y la pobreza, con proyectos integrales de infraestructura en los sectores de energía, saneamiento básico, social comunitario, transporte y vías, recreación, cultura y deporte; focalizados en virtud del desarrollo de las políticas de Seguridad Democrática y Recuperación Económica y Social del Plan Nacional de Desarrollo.

Mediante este convenio se espera mejorar el bienestar de las familias rurales en departamentos de Caldas, Cauca, Cesar, Choco, Cundinamarca, Huila, Meta, Nariño, Quindío, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca. El cual cuenta con recursos por \$28.521 millones.



Dentro de los componentes de este proyecto se encuentra i) la construcción de placa huella y filtro en cinco veredas del municipio de Tena en Cundinamarca; ii) Camineras por la Prosperidad, desarrollado en Quindío, en el que participaron 135 mujeres de 12 municipios adelantando labores de mejoramiento vial preventivo y rutinario de 681 km de vías terciarias; iii) mejoramiento vial en el municipio de Sevilla en Valle del Cauca; iv) Mejoramiento de vivienda rural cafetera en Caldas; v) construcción de un puente vehicular en zona

rural cafetera del municipio de Aguadas en Caldas; vi) mantenimiento vial mecanizado en zonas rurales del departamento de Calas; y vii) Construcción de 150 unidades sanitarias en el municipio de Yacuanquer en Nariño.

Como resultado a diciembre de 2014 se tiene un avance del 100% de los proyectos en todos los departamentos a excepción de Caldas con un avance del 93%.

**\$28 mil millones** en proyectos de infraestructura comunitaria

Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Seguridad social

### Beneficios económicos periódicos

**(BEP):** mediante el Decreto 2983 de 2013, el Ministerio de Trabajo modificó y complementó el Decreto 604 de 2013 que reglamenta el acceso y operación del Servicio Social Complementario de Beneficios Periódicos. Este esquema está dirigido a personas de escasos recursos que no cumplen con las condiciones requeridas para obtener una pensión.

Para acceder al sistema ahora las personas deben cumplir con dos requisitos: i) ser ciudadano colombiano; y ii) pertenecer a los niveles I,II,III del SISBEN.

Una vez cumplidos estos requisitos y sean aceptados en el programa, los beneficiarios recibirán i) un incentivo periódico del 20%; ii) seguridad y rentabilidad de los recursos; iii) administración sin costo para los vinculados; iv) podrán acceder a microseguros en caso de invalidez o muerte; y v) puede ser heredable en la fase del ahorro.

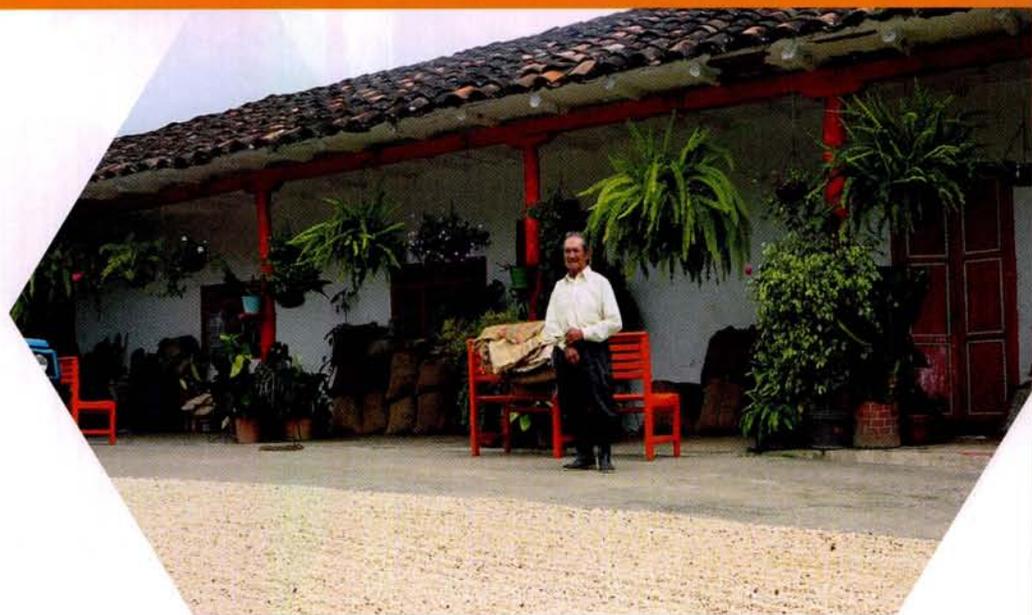
En cuanto a las condiciones se establece que i) tiene un tope máximo anual de \$885.000; ii) un beneficio máximo de acceder a 85% SMMLV; y iii) la edad para disfrutar el beneficio es de 57 años para las mujeres y 62 para los hombres.

Para esto, en 2014 se realizó con Colpensiones una caracterización de la población cafetera, donde se obtuvo

que de los 550 mil caficultores, 387 mil pertenecen a los niveles I, II y III del SISBEN. De estos el 25% tiene entre 18 y 24 años, el 46% tiene entre 41 y 61 años y el 29% tiene más de 62 años.

De acuerdo a este estudio se priorizaron 18.350 productores que cumplen las dos condiciones y pertenecen al programa Colombia Mayor o a otros programas.

En noviembre se realizó una jornada de divulgación del programa a 60 productores y se brindó atención personalizada con para revisar sus condiciones de ahorro. Asimismo, se realizaron jornadas de capacitación a algunos miembros del Servicio de Extensión. Actualmente se continúan revisando alternativas y mecanismos que contribuyan a facilitar las contribuciones de los productores al sistema BEP.



### Encuesta de condiciones de salud y trabajo:

en convenio con el Ministerio de Trabajo, durante 2014 se realizaron acciones de identificación de las condiciones de trabajo y de capacitación para la gestión de los riesgos laborales en los que participaron 3.164 caficultores pertenecientes a 20 departamentos.

Entre los principales hallazgos se encontró que el 17% de los caficultores sufrió de algún accidente, de los cuales el 59% no informó del evento y la lesión más frecuente fue ser golpeado con o contra algo.

De las condiciones de trabajo se obtuvo que el 62% considera que su puesto de trabajo es seguro. Asimismo se identificaron riesgos químicos, biológicos, biomecánicos, físicos, de desastres naturales y sanitarios.

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Otros proyectos de cooperación

**D**urante 2014 se ejecutaron convenios de cooperación con el fin de fortalecer las condiciones de vida de las familias cafeteras.

**Desarrollo Rural y Seguridad Nutricional:** este proyecto tuvo como objetivo contribuir al mejoramiento del desarrollo rural y la seguridad alimentaria de 240 caficultores en los municipios de Armenia, Heliconia, Montebello, Pueblorico, Santa Bárbara, Támesis y Tarso en el departamento de Antioquia, desarrollada entre 2013 y 2014, con una inversión de €227.400 aportada por BMZ, LAZ y el Comité de Cafeteros de Antioquia.

Esta iniciativa permitió contribuir al relevo generacional, al brindarle a los jóvenes herramientas teórico prácticas para el cultivo sostenible del café, adicionalmente se construyeron germinadores comunitarios para la siembra de cerca de 670 mil plantas de café. Asimismo, se establecieron huertas caseras se realizaron capacitaciones e manejo de cultivos y resolución de conflictos, liderazgo y valores.

**Mejoramiento de las condiciones ambientales:** tiene como propósito



contribuir al mejoramiento de las condiciones ambientales de las fuentes y cauces de agua de la zona cafetera del municipio de Támará, Casanare, mediante la conservación, protección, reforestación, concientización y capacitación de 80 familias cafeteras.

El proyecto empezó en marzo de 2013 y tiene una duración de 24 meses. A la fecha los logros alcanzados han contribuido con el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno, en la medida en que se han implementado acciones para el cuidado de los recursos hídricos y la conservación de la biodiversidad en una zona que ha sido afectada por la sequía. El proyecto cuenta con aportes por \$396 millones, donde la Fundación Ernesto Illy aporta \$134 millones.

**Educación para el futuro:** el proyecto está dirigido a 100 jóvenes entre los 13 y 25 años, que sean estudiantes o recién egresados del colegio Florentino González, hijos de caficultores del municipio de Coromoro. Tiene una duración de 36 meses durante los cuales el cooperante aporta €80.000.

Con la ejecución de actividades se busca mejorar las condiciones de vida de los jóvenes del colegio Florentino González, a través de la caficultura como actividad sostenible que permita la generación de ingresos para garantizar el relevo generacional de caficultores en el corregimiento de Cincelada.

Impulsar el desarrollo integral de la mujer cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Programa Mujeres Cafeteras

El modelo de desarrollo cafetero contribuye con la promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, alineado con los modelos de paz y sostenibilidad exitosos.

**Observatorio de Mujer y Familia Cafetera:** el compromiso de la mujer en la actividad cafetera dentro del modelo de desarrollo rural de la Federación se manifiesta en su participación. De las 550 mil familias cafeteras el 29% son mujeres productoras y el 71% hombres, proporción que se mantiene en el registro de las cédulas cafeteras. Asimismo, las mujeres cuentan con el 26% del área sembrada en café y en igual medida del área en café tecnificado. Es así que de los 12,2 millones de sacos producidos en 2014, las mujeres aportaron alrededor del 25%.

**Feria de cafés especiales (SCAA):** con el fin de promover la comercialización de café producido por mujeres, se apoyó la participación en la feria de mujeres líderes pertenecientes a organizaciones cafeteras de la Plata (Huila) y el Tambo (Cauca). Estas mujeres se reunieron con representantes de las compañías MC Foods y Camel Coffee del Japón, quienes manifestaron su interés en comprar el café, solicitando muestras de 150 sacos de café.

**Mujeres cafeteras en VII ExpoEspeciales:** con el objetivo de fortalecer la

capacidad de emprendimiento de las mujeres, el programa Mujeres Cafeteras contó con un stand en el cual participaron líderes de los departamentos de Cauca, Caldas, Huila, Nariño, Quindío y Santander, quienes promocionaron y realizaron degustaciones de su café. Asimismo, participaron en las conferencias de la agenda académica e hicieron contactos con clientes nacionales e internacionales. La Feria también fue el preámbulo para promover la IV Convención Internacional de Mujeres en Café de la International Women's Coffee Alliance - IWCA, que se realizará en el marco de ExpoEspeciales 2015 en Bogotá.

**Instituto Norte Sur de Canadá (INS):** la Federación y el INS están implementando el Proyecto "Mejorando la capacidad para la acción sobre la equidad de género en la industria cafetera en los departamentos

de Cauca, Huila y Nariño". Este proyecto tiene como propósito establecer una metodología de seguimiento en el análisis de género para el sector cafetero, lo que le permitirá a la Federación seguir avanzando en la implementación de la Política de Equidad de Género en las regiones cafeteras.

**Proyecto Gestión Inteligente del Agua-GIA:** alineados con la estrategia de equidad de género del proyecto, se diseñaron los instrumentos de medición con enfoque de género, así como también el informe de análisis de línea base de 1.100 encuestas.

**Huellas de Paz:** en el componente de género, se realizaron talleres de formación a gestores y gestoras, dichos talleres estaban enfocados a promover la participación, el liderazgo, la convivencia familiar y la salud sexual y reproductiva de las familias.



# Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario



## Avances

en 2014

72 mil seguidores en Twitter de la  
cuenta @CafedeColombia

Juan Valdez

participó en *The Advertising Week* en Nueva York

La Federación y Cenicafe fueron anfitrionas  
de la conferencia

ASIC 2014

La SIC reconoció la Denominación  
Regional de Origen  
"Café de Santander"

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad  
intelectual reconoció las

Denominaciones de  
Origen Regionales

Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de los caficultores

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Agenda Juan Valdez

El personaje Juan Valdez continúa capturando la atención de medios y consumidores. Sus apariciones no sólo tienen un gran valor publicitario, sino que se constituyen en una oportunidad para recordarle a los públicos interesados, los valores de la marca y los cuales están asociados al 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.

Durante 2014, el personaje estuvo presente en varias inauguraciones de tiendas Juan Valdez® Café en El Salvador, Corea del Sur, Emiratos

Árabes Unidos y Estados Unidos. En este último país, Juan Valdez hizo presencia en compañía del futbolista Radamel Falcao, en la inauguración de la tienda en el centro histórico de Miami.

De otra parte, durante la visita del Primer Ministro japonés a Colombia, Juan Valdez le dio como regalo de bienvenida al señor Shinzo Abe un saco de "Café de Colombia".

Por otra parte, durante 2014 Juan Valdez estuvo presente en eventos con caficultores e hizo entrega de las placas conmemorativas a los ganadores de la Taza de la Excelencia 2014 en Neiva.

Igualmente, su presencia en la Feria ExpoEspeciales 2014 realizada en Medellín, marcó un momento de reconocimiento con productores, clientes y periodistas internacionales.

Por último, Juan Valdez participó en el Advertising Week (Semana de la Publicidad) organizado por la publicación *Advertising Age*, catalogado como uno de los eventos con mayor impacto en el mundo publicitario.

Durante esta edición el representante de los caficultores colombianos asistió en compañía de otros personajes publicitarios al cierre realizado en Times Square.



Aumentar la penetración global del programa 100% colombiano

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcado

## Programa Café 100% Colombiano

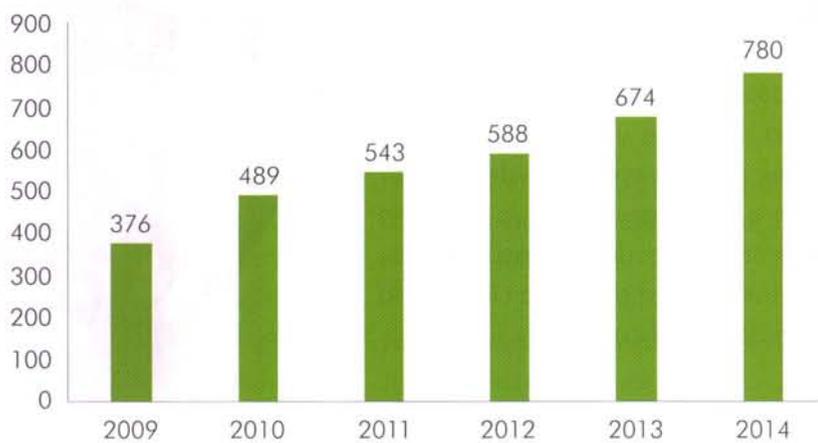
El programa Café 100% Colombiano mantiene una presencia relevante a nivel nacional e internacional. Como resultado al cierre de 2014 cuenta con 160 empresas vinculadas, que comercializan a nivel mundial 780 marcas con el logo de Café de Colombia como marca ingrediente. En comparación con el año anterior, estas cifras representan un incremento de 16% en el número de empresas participantes gracias a que en septiembre de 2014, se logró concretar la vinculación de 26 miembros al programa. De igual manera, se registró un crecimiento de 13% en el número de marcas registradas, dentro de las que se destacan algunas que gozan de amplio reconocimiento como es el caso de Dunkin Donuts.

De acuerdo con cifras reportadas por la firma de investigación de mercados IRI resulta importante resaltar el crecimiento de 6,2% registrado durante el primer semestre de 2014 en comparación con el mismo período del año anterior, en el volumen de ventas de las marcas en Estados Unidos pertenecientes al programa.

Asimismo, 1.074 referencias de Café 100% Colombiano que se comercializan en supermercados americanos registran una participación en el mercado de 8%.

Lo anterior, gracias a la fidelidad de las empresas participantes en el programa, que pese a las dificultades de suministro de café colombiano enfrentadas por los licenciarios en vigencias anteriores, decidieron mantener.

Marcas registradas en el programa 100% Café Colombiano 2009-2014



Fuente: FNC.



**780 marcas** de café en el mundo llevan en logo Café de Colombia, como garantía de calidad

Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## XXV Conferencia Internacional sobre Ciencia y Café - ASIC 2014

La Federación fue la organización elegida por la Asociación para la Ciencia y la Información sobre el Café (ASIC) para organizar la asamblea que se lleva a cabo cada dos años y reúne a los principales actores en temas de innovación e investigación de la industria cafetera, la academia y especialistas en diversos campos de la ciencia y la tecnología del café.

El evento reúne a más de 400 profesionales del café de todo el mundo, de los cuales cerca de 300 provienen de países diferentes a Colombia. Esto permitió contar con conferencistas de talla mundial, los cuales divulgaron trabajos realizados en 34 países, ofreciendo un portafolio de 80 ponencias orales en torno a ejes temáticos como los efectos fisiológicos y química del café; la genómica/genética del café; el mejoramiento genético; la adaptación al cambio climático; la calidad del café; el control de plagas y enfermedades, y la sostenibilidad de la actividad.

Con 17 ponencias orales y 44 posters, las investigaciones realizadas en Colombia tuvieron un papel protagónico en el encuentro internacional, lo que a su vez confirmó el liderazgo de Colombia en materia de investigación científica alrededor del café.



En la parte agronómica, con el desarrollo de nuevas variedades mejor adaptadas a la variabilidad climática y resistentes a plagas y enfermedades como la roya, el trabajo de la Federación de Cafeteros y Cenicafe fue reconocido como modelo y referente mundial.

Dentro de los principales resultados del evento se encuentran los estudios que confirmaron que los efectos fisiológicos del café son en su gran mayoría positivos, desmintiendo los mitos o falsos temores al respecto.

Así, se puede resaltar las bondades del café en diferentes aspectos:

Una ponencia de un equipo de científicos británicos concluyó que el café cuando es consumido con

moderación no causa deshidratación y por el contrario contribuye a los requerimientos diarios de ingesta de líquidos.

- De otra parte, en una segunda ponencia se encontraron efectos benéficos del café para prevenir afecciones del hígado y colon.
- En tanto, un grupo de investigadores de Italia encontró efectos positivos en el hígado humano, ya que la cafeína participa en la desintoxicación de carcinógenos.
- Un equipo de científicos alemanes dijo que el consumo regular de la bebida contribuye a mantener la integridad del ADN y está asociado con adicionales efectos benéficos en la salud.

Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Estrategia web

En 2014 se continuó con la estrategia de comunicación en redes sociales tanto para Café de Colombia como para Federación de Cafeteros y Juan Valdez. Estos canales continúan siendo un medio valioso para tener comunicación directa con el consumidor final y generar conversaciones profundas sobre la marca y la institucionalidad.

En 2014 se destaca el crecimiento de las cuentas de Twitter de Café de Colombia y Juan Valdez® Café, así como el fortalecimiento en *engagement* (involucramiento) de las cuentas de Facebook.

Vale la pena destacar especialmente que los nuevos canales Café de Colombia Worldwide creados en el 2013 para públicos internacionales han crecido consistentemente.

De esta forma, la presencia activa en medios digitales le permite a la marca Café de Colombia mantenerse relevante frente a un consumidor más informado y exigente. Para ello, se han diseñado las siguientes iniciativas:

**Redes sociales:** la audiencia de Café de Colombia en Twitter se ubicó en 72 mil seguidores en 2014. El canal de YouTube acumula 282 mil reproducciones de video. A su vez, la pági-

na de Facebook cuenta con 338 mil fans en 2014. Entre tanto, el canal de Facebook de Juan Valdez® Café ha acumulado más de dos millones de seguidores.

Por otra parte, la cuenta de @Fedecafeteros cuenta con más de 5.000 seguidores dentro de los cuales se encuentran importantes personalidades, siendo un importante canal para la discusión y divulgación de temas relevantes para la institucionalidad cafetera.

**Páginas web:** en 2014, la Federación continuó con su estrategia de divulgación de información a través de sus páginas institucionales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Juan Valdez® y Café de Colombia. De esta forma, en lo corri-

do del año cerca de 400 mil personas han visitado la página de la Federación Nacional de Cafeteros, en tanto que 550 mil personas consultaron la página de Café de Colombia.

Por otra parte, las páginas web de los comités departamentales han recibido más de 3.000 visitas.

**Juan Valdez en internet:** el blog de Juan Valdez es el espacio en donde el personaje cuenta sus historias como caficultor y representante de las familias cafeteras. Desde su creación en octubre de 2011, el blog ha recibido más de 85 mil visitas, de las cuales más de 29 mil fueron este año.

Por otra parte, el perfil de Twitter de Juan Valdez ha adquirido relevancia al contar con 41 mil seguidores en 2014.



La audiencia de Café de Colombia en Twitter se ubicó en 72 mil seguidores

Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Otras iniciativas en los mercados del mundo: Estados Unidos

**D**urante 2014, la Federación desarrolló múltiples actividades para la promoción del Café de Colombia en Norteamérica.

**Rueda de Negocios de Clientes Internacionales:** en trabajo coordinado con Procolombia se realizaron gestiones para asegurar la presencia de 18 clientes provenientes de Estados Unidos y Canadá en la Rueda de Negocios que se llevó a cabo en Medellín, el 2 y 3 de octubre durante ExpoEspeciales 2014.

El evento permitió que los representantes de las asociaciones de productores se reunieran con pequeños tostadores e importadores, con el acompañamiento de la Federación para explorar posibilidades de negocio. La percepción de los participantes fue muy positiva y se espera que como resultado se concreten negocios durante los próximos meses.

En el marco de esta rueda de negocios, se realizó una reunión de la Junta Directiva del *Coffee Quality Institute* (CQI).

**Presentación de la Federación en NYU:** como parte de las actividades de difusión de diversidad de las zonas cafeteras y la institucionalidad

cafetera, se dictó una conferencia a estudiantes de MBA de la Escuela de Negocios Stern de la Universidad de Nueva York.

Dentro de los temas tratados se incluyó el papel protagónico de Colombia como mayor productor de cafés arábigos lavados, las memorables campañas publicitarias de Café de Colombia y la estrategia de valor agregado de la Federación. Asimismo, se brindó información acerca de Cenicafé, Buencafé, el Servicio de Extensión, el Fondo Nacional del Café, la política de garantía de compra y las tiendas Juan Valdez®.

**NTN24:** la Federación es el patrocinador oficial del programa televisivo Club de Prensa, transmitido al público de habla hispana en los Estados Unidos y Latinoamérica. Durante la emisión diaria del programa, su director en compañía de reconocidos periodistas disfrutó de una taza de café de Colombia.

**Convención de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos (NCA):** en marzo en Nueva Orleans se llevó a cabo este evento al cual asistió una delegación de la Federación que cumplió con una agenda de reuniones con importantes comercia-

lizadores y tostadores norteamericanos como RGC, Massimo Zanetti, The Folgers Coffee Company, Community Coffee, Coex, Club Coffee, Tim Hortons, Dunkin Donuts, y Gaviña.

Durante el evento se puso en conocimiento de la industria, los avances de la caficultura colombiana en cuanto al programa de renovación de cafetales, la recuperación de la producción, el mejoramiento de la sanidad vegetal y la consolidación del país como origen de café de alta calidad.

**Cumbre de la Asociación Nacional de Café (NCA) 2014:** en octubre la Federación participó en este evento académico durante el cual se discutieron las últimas tendencias e innovaciones de la caficultura y la industria cafetera. La cumbre giró en torno de la sostenibilidad, temática que despierta enorme interés tanto de los consumidores como de los accionistas de las grandes compañías de café, y en la cual la Federación de Cafeteros cuenta con amplia experiencia por cuanto desde sus orígenes, se ha preocupado por el bienestar de los productores y la protección del medio ambiente.

**Conferencia anual Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCCA):** en abril se celebró en Seattle, esta feria que se ha convertido en el evento más importante de su tipo en el mundo. Contó con la participación de 11.000 asistentes. Café de Colombia® estuvo presente con un stand cuyo mensaje principal fue la sostenibilidad y los programas de renovación de cultivos.

**Cena Anual de la Asociación de Café Verde (Green Coffee Association):** en diciembre esta organización realiza una cena anual para la industria de café. Representantes de la Federación asisten para intercambiar percepciones de mercado y estrechar relaciones con los principales actores de la industria cafetera norteamericana.

**Sesiones de catación y presentaciones a la industria:** durante 2014 se continuó como estrategia de promoción de la diversidad de cafés que se producen en el país, las sesiones de catación y presentaciones a la industria en el laboratorio de la Oficina de la Federación en Estados Unidos. Este tipo de actividades tienen lugar durante reuniones que congreguen a los representantes de la industria norteamericana e inter-



nacional y cuenta con el apoyo de catadores de la Oficina de Calidades de Almacafé.

Durante las sesiones de catación se da a conocer el efecto de las diversas técnicas de beneficio del café, así como las perspectivas de producción cafetera en Colombia y las tendencias de consumo en Norteamérica y el mundo.

**Intercambio Colombia 2014 Keurig Green Mountain:** la Federación junto a algunos importadores y grupos de productores que suministran café a Keurig Green Mountain (KGM) participaron activamente en el intercambio organizado por este tostador.

El encuentro se llevó a cabo a mediados del año en la finca Combia en Calarcá (Quindío) y durante el mismo se reunieron 150 participantes de grupos asociativos de productores, exportadores, importadores, ONG y organizaciones financieras en torno a los cafés certificados Comercio Justo y los cafés convencionales. Valga resaltar que Keurig Green Mountain es la compañía torrefactora y comercializadora de mayor crecimiento en Norteamérica gracias a su participación en el mercado de las monodosis.

Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario

## Otras iniciativas en los mercados del mundo: Asia y Oceanía

En 2014, dentro de las actividades desarrolladas por la Federación en Asia y Oceanía se destacan las siguientes:

### Japón

La Federación continúa apoyando a Coca Cola Japón en el desarrollo de nuevos conceptos asociados a la marca Georgia Emerald Mountain. En 2014, con motivo de 20 aniversario de la marca, se lanzó una edición especial denominada Georgia Emerald Mountain Premium fabricada a base de 100% café colombiano Emerald Mountain proveniente de San Agustín (Huila), que es el origen de café utilizado durante su introducción al mercado japonés.

Resultado del trabajo conjunto entre la Federación y Suntory, que es la segunda compañía más grande de bebidas de Japón, se lanzó una nueva bebida de café listo para tomar *Boss Colombia Traditional Blend* hecha con granos producidos en la región del Paisaje Cultural Cafetero (PCC).

Para fortalecer el reconocimiento de la marca Café 100% Colombiano, la



Federación apoyó a Brooks en su promoción anual de café de Colombia.

En cuanto al extracto de café, se continuó trabajando conjuntamente con Ogawa & Co. Ltda para suplir de materia prima a la industria japonesa.

Empresas líderes del mercado de bebidas RTD como Asahi utilizan el extracto de Buencafé. En la industria láctea, Glico ha extendido el rango de productos que utilizan el extracto de Buencafé tanto para su marca propia como los productos que maquilan bajo la marca de las tiendas de conveniencia Lawson.

Se realizó una nueva versión del curso *International Training Course Mild Coffee Quality Control Specialist* del cual se graduaron 12 representantes de importantes compañías japonesas como Mitsubishi, Mitsui, MC Foods y UCC, entre otros.

### Corea del Sur

Se consolidó la relación comercial con la cadena de tiendas Emart mediante la proveeduría de café Colombia Caldas Supremo, así como la búsqueda de nuevos orígenes de que permitan ampliar la gama de productos de alta calidad ofrecida por esta cadena.

Se mantuvieron relaciones comerciales con clientes tradicionales como Korea McNulty y Goutier Coffee, e igualmente se trabajó en la búsqueda y consolidación de nuevas relaciones comerciales.

20 años cumplió la marca  
**Georgia Emerald Mountain**

## China

Café de Colombia obtuvo un importante protagonismo mediante el patrocinio del Campeonato Barista de China y el *China Cup Taster Competition*. En las 24 sedes en las que tuvieron lugar los dos eventos se logró una importante exposición del logo de Café de Colombia. De igual manera, se realizaron en varios campeonatos regionales, sesiones especiales de promoción y catación de cafés especiales de Colombia dirigidas a los profesionales del café en China.

La Federación participó en las 4 ferias más importantes de café en China: Hotelex - Expo Fine Food, Shanghai en Abril; Sial Shanghai en Mayo; China International Coffee Industry Exhibition en Junio; y Cafe Show China en Agosto.

Desde el año pasado, la FNC participa activamente en el *Barista Camp by Fritz and Maruyam* en Shanghai. En 2014 este espacio dio la oportunidad para la FNC de presentar a los baristas profesionales la caficultura desde el punto de vista del productor colombiano.

La Federación participó en la XIX Conferencia internacional de Café de Asia con una conferencia sobre las oportunidades y desafíos del café de Colombia en el mercado de China. También



se participó en la VIII Cumbre empresarial Sino-Latinoamericana en la que Café de Colombia y Juan Valdez® fueron los únicos representantes de la industria cafetera en el evento.

Café de Colombia ha logrado una importante difusión en Asia mediante el patrocinio de la escudería CVTS de la Copa Audi R8, que es una competencia de vehículos con gran difusión en la región que incluye carreras en Corea del Sur, Japón, Malasia, China y Emiratos Árabes Unidos. Se ha aprovechado también la copa para lograr mayor promoción del café colombiano dentro del público joven.

### Australia y Nueva Zelanda

Participación en el *Foro Global Coffee Review Leaders Symposium* en la sección de Comercio Directo duran-

te la cual se presentó la experiencia colombiana en la generación de valor agregado para los cafeteros. El caficultor y catador del Huila, José Joaquín Ordoñez tuvo una participación destacada llegando a cuartos de final y con el patrocinio de la Federación en el Campeonato Mundial de Catadores.

Buencafé con el apoyo de Procolombia, participó en la Feria Finefoods 2014, que es el evento de alimentos y bebidas más importante en la región.

Incremento de las ventas de cafés especiales en el mercado de Australia y Nueva Zelanda y consolidación de la relación comercial con los principales clientes tales como *H.A. Bennett & Sons* en Australia y *Trade Aid Importers Ltd.* en Nueva Zelanda.

Avanzar en la diferenciación del café de Colombia como origen de calidad superior

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Estrategia para defensa del origen

**D**urante 2014, se continuó trabajando en pro del reconocimiento y protección de las Indicaciones Geográficas del Café de Colombia, gracias a lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

**Denominación de Origen Café Santander:** el 25 de agosto, mediante Resolución No. 50042 y luego de analizar el pliego de solicitud radicado por la Federación, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) declaró la protección del Café de Santander como denominación de origen.

Por medio de esta misma Resolución la SIC delegó la facultad de autorización de uso de esta denominación de origen a la Federación, ratificando de esta manera la labor y legitimidad del gremio como represen-

tante de los productores de café de la región.

**Denominaciones de Origen Café de Cauca, Café de Nariño y Café de Huila:** habiéndose agotado el procedimiento administrativo correspondiente, el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, autoridad marcaria de ese país, expidió resoluciones en las que reconoció las denominaciones de origen Café de Cauca, Café de Nariño y Café de Huila, permitiendo su protección en ese país. Así las cosas, estas tres denominaciones regionales de origen

completan los trámites de protección en los países miembros de la CAN.

**Denominaciones de Origen Café del Norte de Colombia y Café de Tolima:** durante 2014 se continuó el trámite para la obtención de estas denominaciones regionales de origen. En este sentido se avanzó en la elaboración de los Pliegos de Solicitud de las Denominaciones de Origen de Café procedente de Norte de Santander, la Serranía del Perijá y la Sierra Nevada, los cuales se espera radicar ante la SIC antes de finalizar la vigencia.

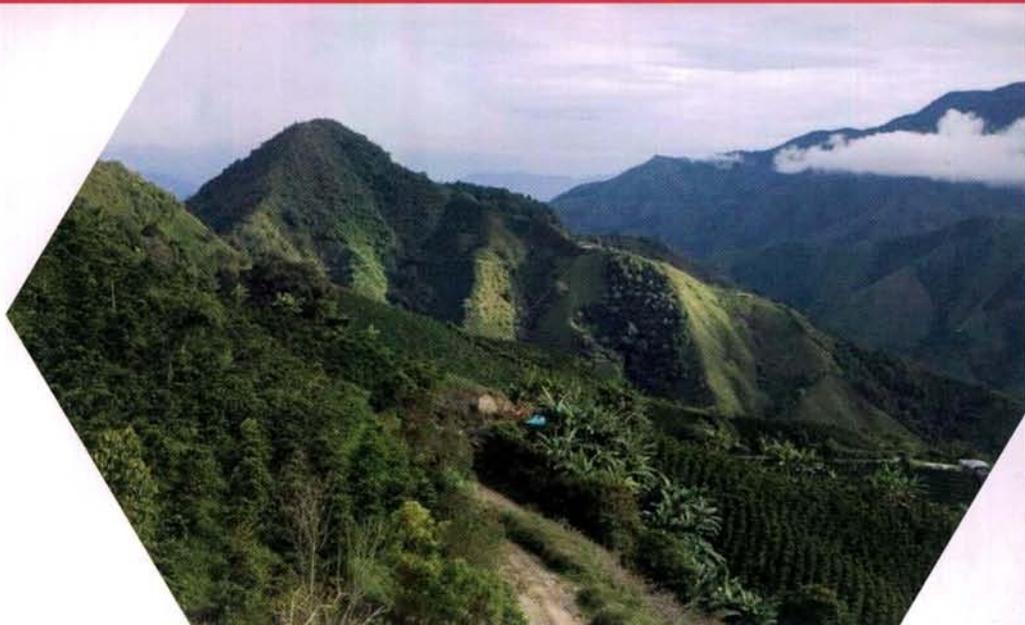


De igual manera se ha avanzado en la caracterización de la zona cafetera del Tolima, de acuerdo a sus componentes geográficos, climáticos, calidad de producto, sistemas de producción por medio del trabajo de campo realizado por parte del equipo investigador de Cenicafé.

Adicionalmente, se están gestionando recursos para iniciar un proceso similar en Caldas, como parte del Paisaje Cultural Cafetero.

**Indicación Geográfica Protegida y Denominación de Origen:** desde el año 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. A continuación se describen los principales resultados obtenidos a 2014.

- ▣ 62 compañías han sido autorizadas como usuarias de la DOP y de la IGP, lo cual equivale a un incremento del 138% y 72% en comparación con el año anterior.
- ▣ 223 Marcas de café tostado son comercializadas bajo la DOP. Esto significa un aumento de 72% frente a 2013.
- ▣ 230 Marcas de café tostado son comercializadas bajo la IGP, lo que equivale a un significativo incremento cuando se tiene en cuenta que en 2013 sólo se había otorgado autorización de uso a 33 marcas.



**230 marcas de café tostado se comercializan bajo la IGP "Café de Colombia"**

# Agenda cafetera para el país y el mundo

## Avances

en 2014

**\$157 mil millones**  
en programas de inversión social

**\$151 mil millones**  
de cooperación internacional para programas  
en las regiones cafeteras

**\$80 mil millones**  
del Sistema General de Regalías para la ejecución  
de programas en las zonas rurales cafeteras

**Dos patentes de  
invención otorgadas  
a la Federación**  
por la Superintendencia de Industria y Comercio

**Colombia Cafetera  
Sostenible fase II**  
con Holanda para fortalecer la producción,  
el comercio y el consumo sostenible  
de café en Europa



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

**E**l Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 establece el marco de política cafetera de mediano plazo, con miras a lograr la sostenibilidad de los cafeteros y sus familias. Igualmente busca fortalecer y consolidar la caficultura como modelo de paz, crecimiento económico y desarrollo social equitativo en las zonas rurales del país.

A continuación se describen los principales avances del acuerdo a diciembre de 2014, en torno a las seis prioridades establecidas:

### 1. Crear prosperidad democrática en el campo

### 2. Consolidar la caficultura como una locomotora que jalone el crecimiento de todo el agro colombiano

Para este propósito se ha trabajado en la transformación de la estructura productiva de la caficultura, logrando recuperar la producción a 12 millones de sacos y aumentar la competitividad del cultivo, mejorando el nivel de ingresos de las familias cafeteras.

□ Para ello, en 2014 se han renovado 65.788 hectáreas de las cuales 10.469 hectáreas han sido renovadas mediante el programa PSF. Con esto, entre 2010 y 2014



se han tramitado 176 mil créditos, por \$943 mil millones, para la renovación de 157 mil hectáreas.

□ El área sembrada en café en el país ascendió a 948 mil hectáreas, como resultado de la siembra de 61 mil nuevas hectáreas desde 2010.

□ Debido a lo anterior, el 96% de los cultivos de café son tecnificadas, el 66% están sembrados en variedades resistentes y el 82% del área en café está compuesta por cafetales con edades por debajo de nueve años

□ El principal impacto de la transformación productiva de la caficultura se refleja en la recuperación de la cosecha cafetera con una producción de 12,1 millones

de sacos de café, lo que se traduce en un crecimiento del 12% frente a igual periodo anterior, lo que implica una productividad promedio equivalente a 15,3 sacos por hectárea.

□ Este buen comportamiento interno se refleja a su vez en las exportaciones, que en 2014, se alcanzaron la cifra de 10,9 millones de sacos, superando en un 13% las registradas en similar periodo del año anterior, que fue de 9,6 millones.

□ En consecuencia, las exportaciones de cafés especiales correspondieron al 23% de los embarques del FoNC y 46% para los embarques a nivel nacional, lo que corresponde a la cifra mas alta registrada en la historia.

**3. Erradicar la pobreza en las zonas cafeteras:** mediante el aumento de la productividad de los cultivos, resultado directo de la renovación, se contribuye al mejoramiento del ingreso de las familias cafeteras y por esa vía al incremento de la calidad de vida de los hogares.

**4. Formalizar el empleo:** mediante el Decreto 2616 se reguló la cotización a seguridad social, permitiendo que los trabajadores dependientes que laboren por periodos inferiores a un mes, puedan cotizar su pensión por semanas. Además establece que sus cotizaciones pasen al sistema de Beneficios Económicos Periódicos.

**5. Mejorar la competitividad de la caficultura colombiana:** en 2014 se construyeron 3,22 km. de vías en el sur del Tolima. Asimismo se continuó con el proyecto de Mejoramiento y construcción de infraestructura comunitaria en convenio con el DPS por \$26 mil millones, que a 2014 ya cuenta con un avance del 98%. Este proyecto tiene obras de construcción y mejoramiento vial, saneamiento básico y electrificación rural.



**6. Fortalecer las Finanzas del FoNC:** a partir del plan de sostenibilidad financiera implementado en 2010, se ha logrado optimizar los recursos del FoNC, lo cual ha generado ahorros y excedentes por mas de \$487 mil millones. Así mismo, ha mantenido su reconocimiento financiero en bancos nacionales e internacionales, lo que le ha permitido aumentar su cupo de crédito a USD1.028 millones, mas del doble de lo registrado para 2008.

Adicionalmente, mediante los acuerdos establecidos con el gobierno nacional, se obtuvieron recursos destinados a la entrega de apoyos al precio a través del programa AIC/PIC; y \$40 mil millones para la atención directa de los caficultores mediante el Servicio de Extensión.

**Misión de Estudios para la Competitividad de la Caficultura:** establecida en 2013 por el CONPES 3763 con el fin de analizar la situación actual de la caficultura y realizar recomendación de política de corto, mediano y largo plazo tendientes a superar los problemas estructurales del sector, garantizando su sostenibilidad y competitividad.

Actualmente la Misión le entregó al Comité Directivo un informe preliminar a el cual le realizaron una serie de recomendaciones. Se espera que en 2015 se entregue el informe definitivo y se abra el espacio de dialogo y confrontación de ideas en función que estas contribuyan al bienestar de los caficultores colombianos.

Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## LXXX Congreso Nacional de Cafeteros

Entre el 3 y 5 de diciembre se llevó a cabo el LXXX Congreso Nacional de Cafeteros bajo el lema "Por la caficultura que queremos".

La instalación del evento estuvo a cargo del representante de Antioquia el señor Iván de Jesús Arango, quien felicitó a los nuevos delegados al Congreso. Asimismo, señaló que uno de los grandes desafíos es promover la creación de un Fondo de Estabilización de Precios para protegerse ante volatilidades del mercado; al igual que líneas de créditos blandos y medidas que permitan hacer frente ante los altos costos de producción.

Por su parte, el Gerente General dio la bienvenida a los nuevos delegados y agradeció el apoyo del gobierno nacional para con el sector. Adicionalmente, presentó el informe de gestión y la propuesta del Plan Estratégico 2015-2019 para consideración del Congreso Cafetero.

A su vez, el Presidente de la República hizo un breve recuento de la relación del gobierno con los cafeteros que inicio con el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera y su apoyo ante la crisis de precios y la ola invernal. Resaltando que el trabajo conjunto entre los cafeteros, la Federación y el gobierno, han rendido sus frutos. Por ultimo, se refirió a los estudios ade-

lantados por la Misión, a la espera que sus recomendaciones generen reflexiones profundas que conduzcan cambios positivos en el modelo cafetero.

En la intervención del director del DNP, Simón Gaviria manifestó que se promoverán programas enfocados a lograr una caficultura moderna y ambientalmente sostenible.

En el segundo día de sesiones, el Ministro de Agricultura el señor Aurelio Iragorri resalto la importancia que ha tenido el sector para contener la violencia en las regiones. Adicionalmente anuncio los planes de distribuir recursos presupuestales de acuerdo a las necesidades reales, reforzar la asistencia técnica, desembolso de los créditos con tramitados con ICR, refinanciamiento de créditos con el

FONSA, mayor acercamiento entre Corpoica y Cenicafé y mantenimiento de programas de renovación con variedades resistentes, todo esto bajo la supervisión de la ciudadanía.

Por otra parte, se contó con la intervención de Humberto de la Calle, Jefe negociador del actual proceso de paz, quien también destacó el aporte del modelo institucional del sector cafetero a la paz de Colombia y su importancia para el posconflicto. Adicionalmente, subrayó que el modelo de provisión de bienes públicos y de creación de tejido social de la Federación, ha sido eficaz y ha permitido mitigar los efectos del conflicto violento. Y que las recomendaciones de la Misión, que se adopten para mejorar la caficultura deben preservar los contornos de política social de ese modelo.



La intervención de la Ministra de Comercio, Cecilia Álvarez Correa, se enfocó en los retos hacia i) la promoción de las exportaciones a través del desarrollo de empresas exportadoras; ii) la potencialización de las regiones mediante fortalecimiento de clúster e integrarlos con el sector turístico; y iii) continuar fomentando el consumo interno de café colombiano con la debida protección de los derechos de propiedad intelectual.

Como parte de la agenda internacional del Congreso, se contó con la presencia Ric Rhinehart, director ejecutivo de la SCAA, quien destacó que el consumo fuera del hogar y de mono-dosis está transformando la industria y generando mayor interés por cafés de alta calidad en mercados maduros, la nuevas generaciones exigen calidad e información sobre el productor que consumen.

Por su parte, Ramón González, director del Consejo Regulador del Tequila y presidente de OriGIn, resaltó cómo en el mundo de las denominaciones de origen es necesario trabajar con estándares de calidad para ganar reputación, confianza y credibilidad hacia clientes y consumidores.

Y el señor Takashi Wasa, vicepresidente sénior de mercadeo Coca-Cola Japón hizo mención a que la compañía

celebró los 20 años de la tradicional bebida Georgia Emerald Mountain®, resaltando que su posicionamiento se basa en la calidad como elemento diferenciador.

En el último día, el Presidente de Dunkin' Brands, Nigel Travis en su presentación afirmó que la calidad y consistencia del café colombiano son dos atributos diferenciales que valora, al igual que la confiabilidad del suministro.

A su vez el Ministro de Hacienda destacó el rol clave que la institucionalidad cafetera juega en el desarrollo rural del país. En relación al Fondo de Estabilización afirmó se abordará con propuestas concretas y que el gobierno está abierto a evaluarlas. Igualmente, señaló que si bien la participación en las exportaciones de café se ha reducido, el café y su institucionalidad siguen siendo el eje central de la cohesión social en el campo colombiano. Y finalmente insistió en la importancia de seguir trabajando en la reducción de costos producción en la caficultura.

Por otra parte, en el marco del Congreso se firmó un nuevo convenio con Procolombia, que tiene por objeto coordinar, promover e implementar iniciativas de apoyo de promoción de exportaciones de café industrializado y especial de productores individuales, Asociaciones de productores y de

micro y pequeñas empresas colombianas de productores de café que busquen penetrar mercados internacionales.

Asimismo, se firmó un convenio marco con el DPS con el fin de establecer líneas estratégicas de cooperación en las áreas de Seguridad Alimentaria y Nutrición, Emprendimiento Rural, Infraestructura y Hábitat y Empleo Temporal.

De este modo el LXXX Congreso Cafetero concluyó con la aprobación del nuevo Plan Estratégico el cual marcará la ruta de acción de los próximos cinco años. Igualmente, se definieron los nombres de los nuevos representantes al Comité Nacional de Cafeteros y Directivo de la siguiente manera: José Fernando Montoya, (Antioquia); José Alirio Barreto Buitrago (Boyacá); Danilo Reinaldo Vivas Ramos (Cauca); Eugenio Vélez Uribe, (Caldas); Crispín Villazón de Armas, (Cesar- Guajira); Javier Bohórquez, (Cundinamarca); Octavio Oliveros Collazos (Huila); Edilberto Rafael Álvarez Pineda (Magdalena); Leonardo Javier Pabón Sánchez (Nariño), Alfredo Yáñez Carvajal, (Norte de Santander); Carlos Alberto Cardona, (Quindío); Alejandro Corrales Escobar (Risaralda); Jorge Julián Santos, (Santander); Luis Javier Trujillo Buitrago, (Tolima) y Camilo Restrepo Osorio (Valle del Cauca).

Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Agenda Cafetera en el Congreso de la República

La Federación Nacional de Cafeteros, en aras de mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los caficultores y sus familias, ha participado en la presentación de propuestas, así como en el seguimiento de los proyectos de ley que cursan en el Congreso de la República, y que podrían repercutir directa o indirectamente en la caficultura nacional.

**Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropiaciones para la vigencia fiscal 2015:** bajo la Ley 1737 de diciembre de 2014 en su artículo 74 se autoriza la transferencia de recursos al FoNC destinados a 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.

**Medidas de financiamiento para el sector agropecuario:** bajo la Ley 1731 del 31 de julio de 2014, mediante Artículo 7°, se estableció un alivio especial a deudores del Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN) y del Fondo de Solidaridad Agropecuaria (FONSA), toda vez que podrán 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.

**Reforma al Estatuto Tributario:** aprobada el 23 de diciembre mediante la ley 1739 de 2014, donde se aplaza hasta el 2019 el desmonte del gravamen a los movimientos financieros 4x1000.

**Alivio de cartera para productores:** con el fin de reactivar el sector agropecuario, el Proyecto de Ley 026 de 2014 busca establecer un alivio de cartera para pequeños y medianos productores agropecuarios, por una sola vez, donde el Gobierno Nacional efectuaría una compra hasta por el 90% de la cartera actual y a través de FINAGRO, se crearía una línea de crédito para sustituir las deudas adquiridas con proveedores por parte de los pequeños y medianos productores.

**Recuperación de la caficultura en Quindío:** mediante el Proyecto de Ley 151 de 2014 se establecen medidas especiales para la recuperación de la caficultura en Quindío como principal renglón económico del departamento. La Ley busca aumentar la productividad a través del incremento del área cafetera, la renovación de cafetales envejecidos y susceptibles, la renovación por zoca y la aplicación de las buenas prácticas agrícolas.

**Medidas para la mitigación y adaptación al cambio climático:** el Proyecto de Ley 028 de 2014 pretende fortalecer los mecanismos económicos, de política y la institucionalidad pública del país para responder adecuadamente a los impactos del cambio climático y adaptarse a sus consecuencias. Así mismo pretende que el gobierno nacional, las CAR`s y las entidades territoriales incluyan en sus planes de desarrollo y de ordenamiento territorial, políticas de gestión ambiental y de desarrollo sectorial, acciones e instrumentos orientados a la minimización de los impactos, la reducción de la vulnerabilidad y la mayor resiliencia al cambio climático.

**Control de costos de fertilizantes:** a través del Proyecto de Ley 028 de 2014 se establecen medidas para proteger a los productores agrícolas frente a los altos costos de los fertilizantes, que les permita ser internacionalmente competitivos.

**Citaciones al Congreso de la República:** durante 2014 la Federación asistió al debate de Control Político realizado el 22 de agosto de 2014, cuyo tema era: "Las medidas tomadas para evitar la pérdida de las cosechas de café por los fenómenos climáticos y como proponen invertir y realizar las reformas estructurales para el crecimiento de la caficultura".

Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

**A**cuerto Internacional del Café (AIC) 2007: en 2014 la Federación gestionó ante el Ministerio de Relaciones Exteriores el instrumento para la adhesión del Acuerdo 2007, que entró en aplicación provisional para el país mediante el Decreto 4289 del 13 de noviembre de 2008.

Así mismo, en cumplimiento del numeral 2 del artículo 40 del AIC 2007, que entró en vigor desde el 2 de febrero de 2011, el Congreso de la República de Colombia expidió la Ley 1589 del 19 de noviembre de 2012 que aprueba el Acuerdo Internacional del Café 2007. Cabe mencionar que dicha Ley fue suscrita a nombre del gobierno nacional por los respetivos Ministros de Relaciones Exteriores, Agricultura y Desarrollo Rural y Comercio, Industria y Turismo, de igual manera cuenta con la revisión de la Corte Constitucional que mediante sentencia C-089-14 la declaró exequible.

El Acuerdo le permite a los países miembros participar en las deliberaciones del Consejo Internacional del Café, en la que se analiza el mercado cafetero, se elaboran políticas y definen prioridades. Asimismo, les permite la presentación de proyectos de cooperación internacional para el desarrollo cafetero, la mejora de la calidad del café, la promoción del consumo. Adicionalmente, ante la solicitud de al-



gunos gobiernos de ampliar el plazo para el depósito de instrumentos de ratificación, aceptación o aprobación del Acuerdo Internacional del Café de 2007 que vencían el 30 de septiembre de 2014, el Consejo Internacional del Café resolvió prorrogarlo un año más.

**IV Foro consultivo sobre financiación del sector cafetero:** en esta oportunidad el tema del Foro fue “Cómo los países productores pueden establecer participación eficaz con instituciones financieras multilaterales y donantes, y asegurar que la financiación de esas organizaciones satisfaga las necesidades de los productores”, en la que se contó con la asistencia de 24 representantes instituciones financieras multilaterales tales como el Banco Mundial, el BID, el Banco de

Desarrollo Asiático, agencias de cooperación gubernamentales incluyendo a EEUU, Holanda, España y Alemania entre otros, fundaciones, instituciones financieras especializadas en proyectos de desarrollo agrícola como el Rabobank y otros.

Durante el foro se discutieron mecanismos de financiación y apoyo para proyecto de desarrollo en países productores y se realizó una sesión de establecimiento de contactos entre los representantes de los países y las instituciones invitadas.

Por otra parte, Colombia fue elegida de nuevo para continuar como presidente del Grupo Básico del Foro Consultivo y el gobierno de Estados Unidos como vicepresidente del mismo.

Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

**Estudio sobre riesgo y financiación en el sector cafetero:** en el 113º periodo de sesiones del Consejo Internacional del Café -CIC, el Banco Mundial presentó una perspectiva general del estudio, el cual a través de análisis de caso, busca identificar limitaciones que enfrentan pequeños productores y otros agentes de la cadena de valor para acceder a mecanismos de financiación.

Este estudio encuentra que las instituciones financieras se muestran indecisas a la hora de financiar al sector cafetero, dada la dificultad de cuantificar el riesgo. Para lo cual se examinan alternativas a seguir por parte de los gobiernos, ya sea a través de inversión directa o como facilitadores de instrumentos financieros.

**Promoción y desarrollo del mercado:** Andrea Illy, presidente del Comité de Promoción y Desarrollo del Mercado, presentó los avances en el Plan de Promoción y Desarrollo del Mercado de la OIC, con campañas dirigidas a desmitificar los efectos nocivos del café en la salud.

Asimismo, en el informe de avance del Programa de Mejora de la Calidad del Café, se encontró que solo el 64% del volumen exportado cuenta con información acerca de la calidad, vale la pena recordar que



este programa se creó para equilibrar un poco la oferta y la demanda, estimulando la demanda con cafés de mejor de calidad, desviando los cafés de menor calidad hacia usos alternativos.

**Día internacional del café:** durante el 112º periodo de sesiones del CIC se aceptó la propuesta de Oxfam de realizar el Día internacional del café el 1 de octubre, iniciando en 2015 en el marco de la feria Expo Milán, esto con el fin de promover el consumo de café a nivel mundial.

**Estrategia de desarrollo cafetero:** el CIC en el 113º periodo de sesiones presentó la estrategia de desarrollo cafetero en la cual a través de un análisis global, se identifican los principales retos de la economía cafetera y se dan recomendaciones para afrontarlos.

En este sentido, se evidencia que para hacer sostenible la actividad cafetera, los países deben: i) promover una economía sostenible, dados los efectos del cambio climático; ii) aumentar el consumo y desarrollar mercados, mediante proyectos educativos y de promoción en nuevos mercados; iii) mejorar la calidad para mantener a los actuales y atraer a nuevos consumidores; iv) diversificar horizontalmente para generar ingresos complementarios; v) mejorar los sistemas de comercialización manteniendo los beneficios al productor, con sólidas instituciones que brinden programas y proyectos pertinentes; vi) mayor investigación y desarrollo de nuevas tecnologías; y vii) adelantar programas de rehabilitación de la capacidad de producción, siempre que esto no afecte el equilibrio entre la oferta y la demanda.

Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Negociaciones comerciales

La Federación ha acompañado al gobierno nacional a lo largo de las diferentes negociaciones comerciales para garantizar condiciones de acceso preferentes a los mercados internacionales, salvaguardando las normas de origen, así como los controles de calidad y la contribución cafetera, importantes instrumentos de política. Esto con el fin de proteger los intereses de los caficultores y generar condiciones de acceso a nuevos mercados.

En 2014 se dio continuidad a la negociación comercial del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) con Japón, en el que se realizaron cuatro rondas de negociación. En este Acuerdo se han defendido los instrumentos de política cafetera (controles de calidad y contribución cafetera) y se ha procurado obtener acceso libre de aranceles para los productos de la cadena cafetera.

Por otra parte, el TLC con Corea fue aprobado Congreso de la República de Colombia mediante la ley 1747 de diciembre de 2014. Con este Acuerdo se elimina rápidamente los aranceles, lo que permitirá al café colombiano seguir creciendo en un mercado que aumentará su consu-

mo en los próximos años de manera significativa. En ese sentido el Acuerdo busca mejorar la competencia con países que ya cuentan con un TLC con este país.

Como resultado, a diciembre de 2014 Colombia cuenta con 13 Acuerdos Comerciales vigentes con México, Chile, Canadá, Estados Unidos, Cuba, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Honduras, Venezuela y la Unión Europea y con los bloques comerciales del EFTA, la CAN, CARICOM, MERCOSUR y la Alianza del Pacífico.

Adicionalmente, en los Acuerdos que se encuentran suscritos con Costa

Rica, Israel y Panamá, se ha logrado salvaguardar los instrumentos de la política cafetera nacional mediante el establecimiento de excepciones al trato nacional. Para el caso de Costa Rica y Panamá el café y sus derivados quedaron excluidos de los tratados al ser países productores y con Israel, se obtuvo acceso inmediato con cero arancel.

De este modo, actualmente solo se encuentran en procesos de negociación los TLC con Japón y Turquía. Esta última ha estado suspendida desde el 2012 falta de acuerdo en el acceso a mercado y desgravaciones arancelarias.



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Defensa del Patrimonio Marcario

En 2014, se mantuvo la estrategia de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos alrededor del mundo. Asimismo, se continuó protegiendo las invenciones realizadas por Cenicafé tramitando las patentes ante los organismos de control.

**Registro y Protección de Marcas:** con el fin dar un mayor soporte legal a la estrategia de protección y promoción del Café de Colombia, en 2014 se tramitaron y obtuvieron 21 nuevos registros marcarios en el ámbito nacional e internacional, tanto a favor del Fondo Nacional del Café como a favor de la Federación. Además, se solicitaron 34 nuevos registros, de los cuales uno corresponde a la renovación del diseño de la etiqueta para el café Buendía®, y los restantes a la marca "firma Juan Valdez®" en países como Vietnam, Singapur, Malasia e Indonesia, entre otros del sudeste asiático.

Durante este mismo periodo se presentaron 43 oposiciones en el territorio nacional. La mitad 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 y Café de Cauca.



**Innovación y Patentes:** durante 2014 la Federación solicitó y obtuvo patentes de invención las cuales propenden el mejoramiento de los procesos productivos del café colombiano. Mediante las Resoluciones 38905 del 24 de junio de 2014 y 43037 del 14 de julio de 2014, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) otorgó a la Federación las patentes de invención tituladas i) "Sistema modular para el beneficio húmedo de café sin contaminación de las aguas" y ii) "Sistema de lavado de café despulpado de flujo vertical ascendente", respectivamente. Estas invenciones son conocidas como la tecnología ECOMILL.

Asimismo, mediante la Resolución 43039 de fecha 14 de julio de 2014, la SIC otorgó patente de invención "Método e implemento para deter-

minar la finalización de procesos críticos que incluyan disminución de densidad aparente", conocida como FERMAESTRO, que consiste en un dispositivo que determina el punto final de fermentación del mucílago de café, basado en cambios en la densidad del café en los estados de recién despulpado y lavado.

Adicionalmente, se realizó la solicitud de protección de ocho líneas de la variedad Castillo® como variedades vegetales ante el Instituto Colombiano Agropecuario-ICA. Así mismo se solicitaron 2 variedades en 8 jurisdicciones (México, Ecuador, Perú, Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, Japón y Suiza), de las cuales a la fecha están solicitadas en México, Ecuador, Perú y la Unión Europea.

Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Alianzas estratégicas para gestión de recursos

La Federación se ha posicionado en el ámbito nacional e internacional como una de las ONG más grandes en el ámbito internacional debido a su trabajo constante en la implementación de estrategias que aseguren el bienestar de los cafeteros y el desarrollo de las zonas rurales de Colombia.

Esto le ha permitido ejecutar proyectos y programas de sostenibilidad en alianza con socios internacionales públicos, privados y civiles. La cooperación se enmarca en políticas de desarrollo y acuerdos de responsabilidad social de mayor alcance.

De este modo, durante 2014, se ejecutaron 14 proyectos con 23 socios internacionales provenientes de 10 países en Europa y Norteamérica.

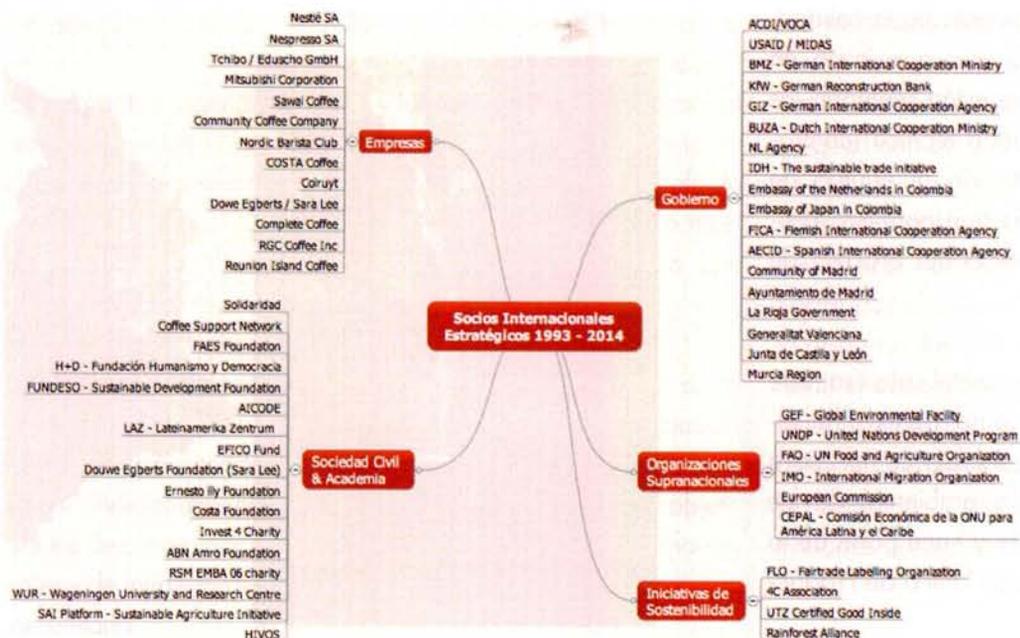
Con fundamento en lo anterior se suscribieron cuatro acuerdos para la ejecución de nuevos programas de inversión social por \$3.551 mil millones provenientes de organismos de cooperación internacional entre los que des-

tacan IDH, Costa Foundation, Complete Coffee, Fondo Efico y Colruyt.

Como resultado, en la vigencia se ejecutaron proyectos de cooperación internacional valorados en \$151 mil millones, siendo los proyectos más significativos el de Gestión Inteligente del Agua y los convenios Huellas de Paz y Prospero: Capacitacio para la sostenibilidad.

**\$151 mil millones para nuevos programas de inversión social en alianza con entidades internacionales**

### Aliados estratégicos internacionales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia



Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Alianzas estratégicas para gestión de recursos

**Gestión Inteligente del Agua:** Este proyecto descrito en detalle en el capítulo de Competitividad de la Caficultura, realizado desde mediados del 2013 y cuyo objetivo es la implementación de un sistema integrado de gestión de los recursos hídricos ha tenido los siguientes avances:

En el primer año del proyecto, se identificaron las necesidades de las diferentes zonas de intervención presentes en 25 microcuencas de los cinco departamentos cafeteros, lo que permitió la estructuración de la estrategia integral tendiente a contribuir a que en las zonas de intervención se implementen acciones que permitan la gestión integral del recurso hídrico, en términos de uso racional, conservación y mejoramiento de la calidad. Para el segundo año que inició en junio de 2014, se están sentando las bases de capacidad técnica (contratación y capacitación al equipo de Extensionistas), lo que permitirá asegurar el buen inicio del proceso de implementación.

**Piloto Huella ambiental cafetera:** este proyecto tiene como objetivo desarrollar una metodología común para calcular la huella ambiental de los productos de café y hace parte de la iniciativa "Mercado Único de Produc-

tos Verdes" de la Dirección General de Medio Ambiente de la Comisión Europea.

El proyecto es apoyado por los principales actores del sector cafetero como Maestro Blenders 1753, Mondeléz International, Nestlé, Tchibo la Federación Europea del Café, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la Oficina Federal Suiza para el Medio Ambiente, SAI Patform y Quantis como consultora Análisis Ciclo de Vida (ACV). Cuenta con recursos por \$ 420 millones y se desarrollaría entre 2014 y 2016.

El proyecto incluye la evaluación de pautas de comportamiento ambiental existentes en el sector del café y la identificación de sus límites y dife-

rencias. Estas reglas serán luego evaluadas en productos existentes en el mercado europeo.

**Recuperación y protección de fuentes de agua en Tamara:** con el fin de conservar y proteger las fuentes de las agua y sus cauces en el municipio de Tamara, en Casanare, la Federación en alianza con la Fundación Ernesto Illy, ejecutan una estrategia que integra el diseño e implementación de un plan de reforestación, la producción del material vegetal y capacitación de las 80 familias participantes para llevar a cabo un buen manejo forestal e hídrico en sus fincas.

El proyecto cuenta con recursos por \$490 millones, para ser ejecutados entre el 2013 y 2015.



### Sistema General de Regalías (SGR):

con el propósito de obtener mayores recursos para financiar programas que contribuyan al desarrollo integral de la zona cafetera, la Federación se sumó a la iniciativa del Departamento de Planeación Nacional (DNP) para hacer parte de la Red de Estructuradores, bajo la cual se compromete a brindar asistencia y técnica y acompañamiento a los municipios y departamentos en la identificación, formulación y estructuración de proyectos de interés, para ser presentados ante los Órganos Colegiados de Administración y Decisión (OCAD) del SGR.

Como resultado en 2014 se gestionaron 19 proyectos en departamentos cafeteros valorados en \$126 mil millones, de los cuales \$80 mil millones se financiaron con recursos del SGR.

Asimismo, de los proyectos vigentes se liquidaron cuatro proyectos, 8 se encuentran en ejecución y el restante en formulación o trámite.

Estos proyectos están dirigidos a mejorar la calidad de vida de los productores, a través de nuevas plantaciones y renovación de cafetales en variedades resistentes, con componentes de capacitación y asistencia técnica. Adicionalmente comprenden proyectos de conservación de recursos naturales y de infraestructura productiva y comunitaria.



A continuación se señalan los principales resultados de los convenios en ejecución:

#### Antioquia, origen de cafés especiales:

este proyecto se encuentra en su tercera fase, el cual tiene como objetivo mejorar la competitividad del sector cafetero en Antioquia a través de la asistencia técnica, innovación tecnológica y formación técnico-vocacional a productores y profesionales de la industria; para la producción de café de calidad que permita el acceso a mercado internacionales. Y cuenta con recursos por \$6.635 millones.

**Mantenimiento y conservación de la red vial rural de los 17 municipios de Caldas que hacen parte del Paisaje Cultural Cafetero:** tiene como objetivo realizar la recuperación y mante-

nimiento de 180,5 kilómetros de red vial terciaria de 17 municipios que pertenecen al Paisaje Cultural Cafetero.

El convenio está valorado en \$1.433 millones, de los cuales el SGR aporta \$1.331. En la vigencia 2014 se realizó mantenimiento mecanizado a 167 Km en 16 municipios del Paisaje Cultural Cafetero; y manual a esta misma longitud con 32 Camineros.

**Fortalecimiento de la "Caficultura como una oportunidad en el Pacto Social por el Cauca":** tiene por objeto disminuir los índices de la pobreza rural, el desempleo y generar oportunidades laborales en las zonas rurales cafeteras del departamento, mediante la renovación y siembra de café y actividades de capacitación.

Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Sostenibilidad en Acción

El modelo institucional desarrollado por la Federación ha permitido mediante la gestión de recursos provenientes de diversas fuentes nacionales e internacionales, convertir el ahorro colectivo de los cafeteros en bienes públicos, que no podrían generar individualmente.

Con este modelo la Federación ha logrado desde 1927; mantener la garantía de compra de la cosecha a los cafeteros, adelantar proyectos de investigación científica, transferir tecnología al campo cafetero, posicionar al Café de Colombia como el mejor del mundo y gestionar e implementar programas sociales, mediante alianzas con el gobierno nacional, los gobiernos locales, clientes especiales, la banca multilateral para el desarrollo y la cooperación internacional.

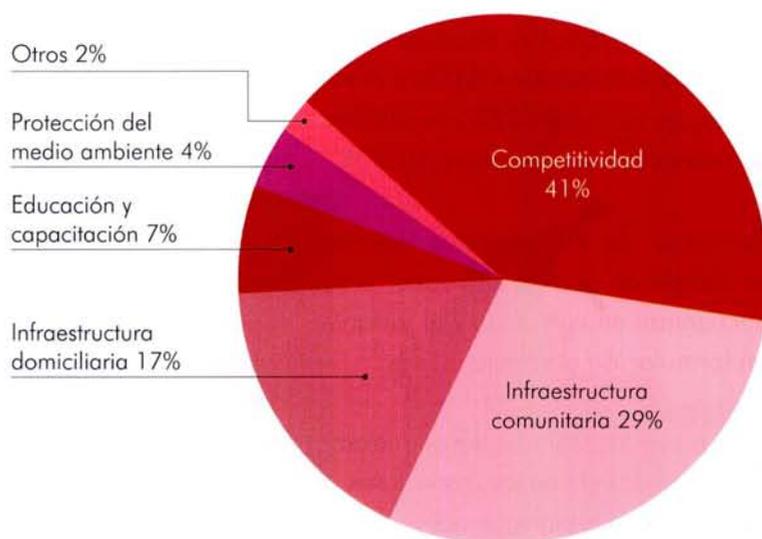
A continuación se presentan los resultados de gestión con base en cuatro indicadores que evalúan la gestión realizada por la Federación.

**Valor creado por el FoNC:** este indicador mide el desempeño de la Federación en la constitución de alianzas estratégicas con diversas entidades

nacionales e internacionales para la consecución de recursos de inversión, apalancada en activos institucionales intangibles como su capacidad de gestión y la transparencia, eficacia y eficiencia en la ejecución. Como resultado, durante 2014, la Federación ha ejecutado proyectos valorados en más de \$157 mil millones sin PIC, provenientes de la institucionalidad cafetera, los gobiernos nacional, departamental y municipal, los organismos de cooperación nacional e internacional y las comunidades beneficiadas.

Estos recursos se destinaron a la financiación de programas enfocados a promover la sostenibilidad del ingreso de las familias cafeteras, mediante el cual el 41% a programas de competitividad, el 29% se destinó a programas de infraestructura comunitaria, el 17 a infraestructura domiciliaria, el 7% en proyectos de educación y capacitación, el 4% en programas de protección del medio ambiente y el resto de los dineros se ejecutaron en programas protección social, fortalecimiento gremial y conectividad (2%).

Valor creado por el FoNC por rubro de inversión social 2014



**Apalancamiento de la gestión:** con el fin de incrementar los recursos disponibles para el desarrollo de programa de inversión social, la Federación ha establecido importantes alianzas estratégicas. Como resultado, en 2014 el indicador de apalancamiento de recursos del FoNC fue de 1:7,27, lo que significa que por cada peso proveniente del FoNC, se gestionaron \$7,27 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación. Esta caída se debe a la reducción del apoyo bajo el Programa Protección del Ingreso del Caficultor, dada la recuperación de los precios internacionales del café.

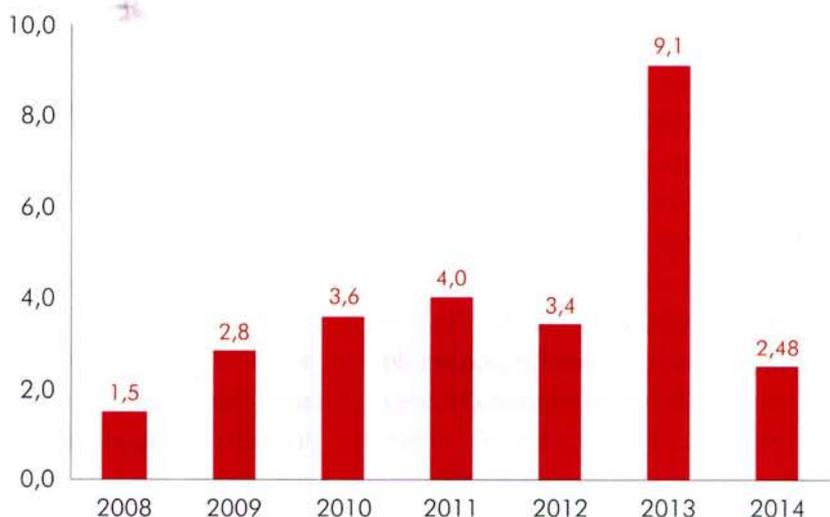
**Beneficios para los caficultores:** este indicador mide la eficiencia de la Federación en la obtención de recursos en contraprestación de los ingresos por contribución cafetera, los cuales se destinan a la provisión de los bienes públicos cafeteros. Estos beneficios están representados en incentivos a los programas de renovación, los mayores ingresos percibidos por los productores que vendieron su café al FoNC, así como los recursos para la vinculación al régimen subsidiado de salud y a la prestación de servicio de asistencia técnica.

Como resultado durante 2014, la institucionalidad cafetera generó beneficios directos a los productores por mas de 2,48 veces sus aportes totales por contribución cafetera.

Vale la pena señalar que la caída entre 2013 y 2014 se debe a los menores recursos del PIC, dada la recuperación de los precios internacionales. Sostenibilidad en acción: para la Federación, las labores adelantadas en el ámbito de responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad social, ambiental y económica de la comunidad cafetera son parte integral de las promesas de valor de cara a las familias cafeteras y sociedad colom-

biana. Por ello, este indicador cuantifica los recursos del FoNC y otros cooperantes, destinados a la ejecución de programas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa, lo que permite comparar la gestión de la Federación frente a los recursos ejecutados por otras ONG rurales. De este modo en 2014, se ejecutaron programas en los pilares de Sostenibilidad en Acción por USD 273 millones. Este monto equivale a inversiones que ascienden a mas de USD 760 mil diarios en programas distribuidos en los cuatro ejes de acción: finca cafetera, comunidad, medio ambiente y conectividad.

**Beneficios para los caficultores (valorados en pesos) por cada peso de contribución aportado al FoNC**  
2014



Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector cafetero

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Paisaje Cultural Cafetero

Después de más de tres años de haber logrado la inscripción del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) en la lista de Patrimonio Mundial de la Unesco, diferentes instituciones de la región, lideradas por el Ministerio de Cultura y la Federación, acordaron seguir aunando esfuerzos para garantizar a las futuras generaciones, la preservación de los valores excepcionales de la región.

Vale la pena mencionar que la región está compuesta por 51 municipios de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, reconocidos como un ejemplo sobresaliente de adaptación humana a condiciones geográficas y naturales únicas alrededor del cultivo del café.

Durante el año 2014 se continuó fortaleciendo el Plan de Acción a través de las siguientes actividades:

- ❑ Generación documento CONPES 3803 "Política para la preservación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia", con una inversión de \$104 mil millones entre 2014 y 2016.
- ❑ Actualización de la cartilla "Lineamientos para la revisión y ajuste de los POT de los municipios del área Paisaje Cultural Cafetero", reforzando aspectos técnicos y mejorando los lineamientos de apropiación por parte de los Concejos Municipales del PCC.
- ❑ Aprobación de proyectos al Comité Regional de Turismo del PCC por: i) el diseño de la marca "Rutas del Paisaje Cultural Cafetero"; ii) "Estructuración del Producto Turístico del Paisaje Cultural Cafetero" por \$947 millones; iii) "Fortalecimiento empresarial a prestadores de servicios turísticos en los 51 municipios por \$1.925 millones; y iv) "Proyecto para el montaje de un Sistema de Información Turística para el PCC (SITUR), por \$1.621 millones.
- ❑ El Ministerio de Cultura continúa trabajando con los Ministerios de Minas y de Ambiente, la Agencia Nacional Minera, el IGAC y las cuatro Corporaciones Autónomas Regionales, para acordar las condiciones de la explotación minera en la región, así como en el establecimiento de medidas eficientes de fiscalización, control y manejo de las áreas otorgadas en explotación previas a la declaratoria.
- ❑ Aprobación de la OCAD eje cafetero de tres proyectos con recursos del SGR: i) mantenimiento y conservación de la red vial rural; ii) reparación de viviendas rurales con técnicas tradicionales de construcción; e iii) implementación de la Denominación de Origen del café regional y su marca.
- ❑ Aprobación de la OCAD Pacífico del proyecto Mantenimiento y conservación de la red vial rural para los municipios del PCC.
- ❑ Diseño de una estampilla conmemorativa PCC, emitida por el Ministerio de las TICs, donde se destaca la finca típica, los cultivos, el yipao, la arquitectura. La estampilla se encuentra disponible en las oficinas de 4-72 de todo el país y en 142 países alrededor del mundo.

Por otra parte, el proyecto "Rutas del PCC" liderado por la Cámara de Comercio de Armenia es uno de los finalistas de los Premios Ulises número 11 a la innovación en el turismo realizado por la Organización Mundial del Turismo.

Este proyecto ofrece servicios innovadores en el campo del turismo mediante las nuevas tecnologías y el compromiso de responsabilidad social corporativa.



Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector cafetero

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Programas para la atención de población cafetera en condiciones de vulnerabilidad

**Colombia Cafetera Sostenible II:** ante la exitosa experiencia obtenida en la primera fase, que tenía por objetivo desarrollar condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras de las comunidades cafeteras de la Serranía del Perijá, a finales de 2013 se dio inicio a la fase II, la cual tiene como fin dar sostenibilidad a los resultados obtenidos, mediante el fortalecimiento de las redes sociales y condiciones productivas. El proyecto cuenta con recursos por \$1.067 millones aportados por, la Fundación Douwe Egberts, la Federación y la Gobernación del Cesar.

Su ejecución se realiza bajo dos sistemas el productivo y el social. Bajo el sistema productivo se busca la sostenibilidad del cultivo para lo cual espera: i) implementar planes de mejora en 500 fincas con 35 jóvenes cafeteros como gestores; ii) mayor adopción de sistemas cafeteros en 500 fincas; iii) certificaciones UTZ en 400 fincas; iv) aumentar la productividad en 700 has. mediante buenas prácticas agrícolas y optimización en la fertilización.

Y bajo el sistema social se busca: i) mejorar la autogestión de las comunidades; ii) fomentar proyectos productivos de desarrollo comunitario en 32 Comités veredales; iii) fortalecer las redes sociales y la convivencia en 800 familias; iv) mayor arti-

culación con instituciones locales; v) establecer 10 proyectos productivos con enfoque empresarial.

**Huellas de paz:** con un horizonte de tiempo de 5 años (2011–2015) y una inversión cercana a USD 8 millones aportados por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Fundación Humanismo y Democracia (H+D) y las administraciones departamentales y municipales, se busca mejorar el bienestar de más de 18 mil pequeños caficultores de 22 municipios de Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

A continuación se describen los principales avances en 2014:

■ Línea social: se continuó promoviendo la gobernabilidad democrática de las comunidades y se

capacitaron cerca de 100 personas entre gestoras y formadoras.

■ Línea ambiental: i) construcción de un acueducto en Santa Rosa de Osos, Antioquia en beneficio de 127 familias; ii) entrega e instalación de baterías sanitarias a 110 familias de Santander de Quilichao y Caloto; y iii) instalación de 15 sistemas modulares de tratamiento de aguas residuales, 50 biogestores con aprovechamiento de gas doméstico e implementación de Herramientas del Manejo del Paisaje en 65 has. dadas por los productores para mejoramiento de la biodiversidad en Valle del Cauca.

■ Línea económica: entrega e instalación de infraestructura productiva a 497 familias de Antioquia, Cauca y Nariño.



# Eficacia, legitimidad y democracia



## Avances

en 2014

15 mil

líderes gremiales participaron como candidatos en las elecciones cafeteras 2014

67,3%

de participación en las elecciones cafeteras 2014

50%

de renovación de los delegados en los Comités Departamentales

Premio Nacional al Mérito Científico a Cenicafé en la categoría de Divulgación de la Ciencia

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Elecciones Cafeteras 2014

Como mecanismo para contribuir a la consolidación de la democracia e institucionalidad cafetera y del país, a través de la fiel y libre expresión de la voluntad de los cafeteros, en 2014 se llevaron a cabo las Elecciones Cafeteras, una de las citas más importante que tienen los caficultores federados cada cuatro años para elegir a sus representantes gremiales del nivel municipal y departamental.

Este año, las Elecciones Cafeteras demostraron con sus resultados que son un ejemplo de democracia a nivel nacional, puesto que presentaron una participación del 67,3%, es decir 251 mil cafeteros se acercaron a depositar su voto de manera presencial. De esta forma, se fortalece la gobernabilidad de la Federación como la institución que representa los intereses de los caficultores y se demuestra que es una institución participativa donde quienes participan puede promover e incidir en las políticas gremiales y agrícolas que impactan la caficultura colombiana. Las Elecciones Cafeteras cuentan además con la particularidad de ser el ejercicio democrático no gubernamental más grande del mundo. Con el resultado obtenido se pone

en un nivel superior a las elecciones en otros países como las elecciones parlamentarias en EEUU o Japón.

**Liderazgo Gremial:** estas elecciones también pusieron un nuevo punto de partida en lo referente a los candidatos que participaron en esta contienda electoral. El aumento en la inscripción de planchas para Comité Departamental y listas para Comité Municipal evidencia la voluntad de los cafeteros para promover y liderar un mayor desarrollo de la caficultura y mejorar las condiciones de vida en

cada lugar donde el café hace parte del sustento familiar.

En esta oportunidad se incrementó el número de candidatos inscritos en 10,2% al pasar de 14.402 en el año 2010 a 15.864 en el año 2014. Por lo cual, las planchas inscritas para Comité Departamental aumentaron en 10%, pasando de 175 en 2010 a 192 en 2014. Situación similar sucedió con la inscripción de listas para Comité Municipal, que pasó de 1.171 en 2010 a 1.290 en 2014, incrementando también un 10%.



**El 67% de los productores habilitados participaron en las Elecciones Cafeteras 2014**

**Renovación Gremial:** la renovación de los líderes cafeteros contribuye a la consolidación de la democracia participativa y la generación de ideas renovadoras para el fortalecimiento institucional. En las elecciones para Comité Departamental se obtuvo una renovación del 49%, es decir, que 89 de los 180 representantes son nuevos. De la misma forma, para Comité Municipal se obtuvo una renovación del 46%, es decir que 2.044 de los 4.440 son nuevos representantes.

**Legitimidad Gremial:** de acuerdo con los resultados de estas elecciones cafeteras, los Comités Departamentales

quedaron conformados en un 56% por pequeños caficultores y en un 44% por medianos y grandes. En el caso de los Comités Municipales, el porcentaje de pequeños caficultores es aún mayor llegando al 87% y dejando un 13% a los medianos y grandes caficultores.

Respecto a la edad de los representantes elegidos, 50% del Comité Departamental y 45% del Comité Municipal tienen entre 46 y 60 años.

Para lograr que el proceso electoral contará con una masiva participación de los caficultores cedulados y,

además, existiera proceso electoral ágil y transparente se llevaron a cabo las siguientes estrategias:

**Independencia al proceso electoral:** para lo cual se nombro i) una Comisión Asesora constituida por tres personas de las más altas calidades profesionales, de gran reconocimiento público y de gran solvencia moral. Y ii) una Gerencia Delegada cuya labor consistió en coordinar la logística electoral e integrar los esfuerzos que hicieran posible la consecución de los objetivos propuestos, la cual estuvo a cargo del doctor Juan Carlos Galindo.

### Participación Electoral por Departamento 2014

	Censo electoral	Votantes	% Participación
Antioquia	55.925	38.987	70
Boyacá	6.927	4.780	69
Caldas	25.205	19.289	77
Casanare	1.251	840	67
Cauca	47.621	28.992	61
Cesar Guajira	9.014	5.834	65
Cundinamarca	20.744	12.384	60
Huila	58.639	36.185	62
Magdalena	4.400	2.502	57
Nariño	24.233	16.291	67
Norte de Santander	12.395	9.639	78
Quindío	4.359	3.071	70
Risaralda	15.005	11.110	74
Santander	20.612	15.778	77
Tolima	50.671	35.701	70
Valle del Cauca	17.539	10.530	60
<b>Total</b>	<b>374.540</b>	<b>251.913</b>	<b>67</b>

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Elecciones Cafeteras 2014

### Garantías al proceso electoral:

con el fin de asegurar la transparencia de las elecciones se contó con los siguientes sistemas de control: i) jurados de votación, como máxima autoridad electoral el día de las votaciones, donde más del 90% de los 7.164 jurados fueran ciudadanos colombianos externos a la Federación; ii) Comisiones de escrutinios, conformada por 16 comisiones de escrutinio, una por cada departamento, compuesta por tres miembros independientes; y iii) una Misión de Observación Electoral (MOE), compuesta por 430 observadores en todos los departamentos, cubriendo 380 mesas en 183 municipios. Adicionalmente, hizo presencia durante las comisiones de escrutinio.

**Jornada de capacitación electoral:** para capacitar a los diferentes actores que participarían de forma directa o indirecta en el proceso electoral se desarrolló e implementó un curso interactivo didáctico con la información más relevante sobre las Elecciones Cafeteras, en la que se obtuvo una participación de 6.000 personas entre colaboradores, can-



didatos y jurados, equivalente al 66% del público objetivo.

**Mesas de votación:** para lograr una mayor participación se diseñó un esquema de acercamiento de las mesas de votación al caficultor, que incluyó: i) Mesas móviles, ubicadas en vehículos automotores que recorrían las veredas más alejadas de la cabecera municipal; ii) Mesas múltiples, en las que los caficultores fedrados podían sufragar en un municipio diferente, si y solo si eran colindantes; y iii) Mesas fijas, instaladas en las cabeceras municipales o en otros lugares estratégicos.

Adicionalmente los caficultores contaban con dos herramientas en casos fortuitos: i) Votación por poder, que le permitía a los caficultores que se encontraban en condiciones de dificultad para acudir a las urnas, o que así lo desearan, otorgar un poder a una persona mayor de edad de su confianza, para votar en su nombre; y ii) Inscripción para votar en un municipio diferente al que pertenecía su cédula cafetera o que no tuviera mesa colindante, previa inscripción.

Para lograr una masiva participación de los caficultores en el proceso democrático se desarrolló un mensaje clave y línea de comunicación para cada una de los públicos que participaron activamente en el proceso, donde el mensaje central fue:

<<En cada paso de la producción del mejor café colombiano los caficultores se encuentran frente a exigentes procesos de selección. SELECCIONEMOS, de igual forma, a los líderes que representan nuestro gremio>>

A partir de estos conceptos se elaboró la canción de la campaña (jingle), que buscó articular ampliamente estos dos principios. La letra expresó con claridad la importancia que representan para la democracia cafetera y para los productores las elecciones, percibidas como el espacio clave para que desde el mismo sector se decida el futuro del gremio. Para maximizar la apropiación, la canción se grabó en tres ritmos que trataron de cubrir todo el país cafetero. En tal sentido se contó con la versión sur, centro y costa norte.

Con estos elementos se planteó una campaña creativa, alegre e inclusiva que permitió el diseño de un mensaje coherente, directo y cercano a los productores.



### Medios en Elecciones Cafeteras

**Radio:** se realizaron 69 programas de radio de los Comités Departamentales. En tanto, 21 ediciones del noticiero radial excelso y 15 Yarumadas.

De otra parte, 300 emisoras realizaron 58 mil cuñas en el transcurso de un mes y medio antes y durante el día de elecciones.

**Televisión:** dos ediciones especiales del programa del Profesor Yarumo en 2014. En el primero de ellos se infor-

mó y motivó para la participación y se transmitió en dos oportunidades. El segundo programa se realizó en directo el sábado 20 de septiembre de 2014 para informar los resultados electorales y realizar el sorteo de las 16 motos para todo el país.

**Medios complementarios:** se enviaron 1,2 millones mensajes de texto; se instalaron 1.136 pasacalles en 568 municipios; se contrataron más de 50 horas de perifoneo y entregaron 100 mil volantes instructivos de cómo votar.

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Liderazgo y comunicación gremial

La Federación como órgano de representación de los productores de café en Colombia debe dar cumplimiento con sus principios y comunicar a sus agremiados las diferentes actividades realizadas. Este es un proceso básico de rendición de cuentas de las organizaciones democráticas y que le da legitimidad a las mismas.

Con ello día tras día la Federación da a conocer a los caficultores, los acontecimientos que afectan positiva o negativamente al sector cafetero, a través de los canales de comunicación que dispone la institucionalidad y de las actividades que realiza. Para cumplir con estos dos propósitos, el gremio cafetero ha dado especial énfasis a las comunicaciones digitales a través de páginas web y las redes sociales, convirtiendo estas plataformas en canales esenciales para fortalecer la comunicación con sus diferentes audiencias.

A continuación se presentan las principales acciones desarrolladas en 2014:

**Carta del Gerente:** actualmente, el Gerente General mantiene su práctica de enviar cada semana una carta personal en donde comparte

su visión del acontecer de la organización y la industria, así como de la coyuntura cafetera nacional e internacional.

Durante 2014, el Gerente ha abarcado en su carta semanal temas como: elecciones cafeteras, institucionalidad, precios internacionales, cifras del PIC y aumento de la producción y de las exportaciones.

**Encuentros gremiales:** en 2014 se llegó a la cifra de 143.553 participantes en reuniones y actividades gremiales relacionadas con temas de liderazgo, elecciones cafeteras, cédula cafetera, entre otros.

Con respecto al año 2010, los encuentros gremiales presentaron un aumento del 69%.



### Boletines de prensa

- ❑ **Boletín Pergamino:** se emitieron 7 ediciones y 26 flashes informativos dirigidos a 14.000 productores.
- ❑ **Boletín Virtual de "Contacto":** se emitieron 5 ediciones y 24 flashes informativos dirigidos a 2.830 colaboradores.
- ❑ **Boletín "Al grano":** se emitieron 5 ediciones, las cuales estuvieron dirigidas a 1.507 periodistas.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Reconocimientos obtenidos por las instituciones cafeteras

**D**urante 2014, resultado de los esfuerzos por mejorar las condiciones de vida de los caficultores la Federación obtuvo importantes reconocimientos internacionales.

**Premio Nacional al Mérito Científico a Cenicafé:** a finales del año pasado la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia, ACAC, en la entrega del XXIV Premio Nacional al Mérito Científico 2014, distinguió a Cenicafé con el premio en la categoría de Divulgación de la Ciencia. Este premio se otorga por la producción y divulgación realizada por Cenicafé, así como por el empleo de la tecnología en la sostenibilidad de nuestra caficultura, respetando en grado sumo las condiciones humanas de nuestros caficultores y a su vez cuidando y preservando nuestros recursos naturales.

En particular, esta labor se vio sintetizada en el Manual Cafetero, en el cual, en tres tomos, se reúnen los trabajos de más de 70 investigadores. Este importante galardón es un importante reconocimiento para la caficultura, toda vez que refleja la relevancia de la institucionalidad en la generación de conocimiento.



En tanto, Astrid Nehlig, presidenta de la Asociación para la Ciencia y la Información sobre el Café (ASIC), indicó que Cenicafé es uno de los centros de investigación en café más importantes.

**Cédula Cafetera Inteligente modelo de inclusión financiera:** la alianza global, *Better Than Cash*, destaca a la Cédula Cafetera Inteligente como modelo de inclusión financiera rural.

A esta conclusión se llegó luego de la realización del estudio "La tarjeta inteligente de los cafeteros colombianos: Llevando con éxito pagos electrónicos a las comunidades rurales", el cual describe los grandes esfuerzos y desafíos que ha requerido su imple-

mentación, destacando que, más allá de la simple transferencia de recursos, ha implicado todo un cambio cultural en el sector rural, donde el efectivo es el medio de pago preferido.

Así, la Cédula Cafetera Inteligente es un ejemplo para otras organizaciones gremiales o asociativas, gobiernos y socios del desarrollo que asesoran, diseñan o implementan programas de pagos en áreas rurales.

**Medios internacionales destacan labor de la Federación:** en el último año, la labor de la Federación Nacional de Cafeteros ha sido ampliamente destacada en importantes medios internacionales, como Bloomberg, Miami Herald, Reuters, Financial Times y Quartz.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Modelo operativo PIC 2014

Debido a la continuidad de la caída en el precio internacional a principios de 2014, el MADR mediante la Resolución 127 del 13 de febrero de 2014, estableció los términos y condiciones del Programa de Protección del Ingreso Cafetero-PIC, ejecutado por la Federación.

De este modo y con el fin de mitigar los riesgos de fraude, tener una mejor trazabilidad y registro de las operaciones, reducir los tiempos de pago y optimizar la carga laboral de los extensionistas y personas de apoyo en los Comités, se establecieron los siguientes parámetros:

- ❑ Vender el café a los compradores Autorizados.
- ❑ Realizar el trámite de Autoregistro en caso de no haber reclamado PIC en 2012 o 2013, antes del 30 de abril.
- ❑ Solo se aceptan facturas/documentos equivalentes por parte de los compradores de los Compradores Autorizados y estos a la Federación.

Para lo cual la Federación realizó ajustes al modelo existente, donde



ahora el trámite de los apoyos se realiza de la siguiente manera:

- ❑ El caficultor vende el café al Comprador Autorizado.
- ❑ Los Compradores Autorizados PIC 2014 transmiten las facturas a través del Kiosco PIC asignado.
- ❑ Se digitaliza la información de las facturas, que se encuentra centralizada en el Centro de Registro de Información. Esto además permite visualizarlas en cualquier momento vía web.
- ❑ Se realiza el cruce entre la información de la factura y el SICA, donde se valida si fue beneficiario en el 2013 o 2012, producción estimada y novedades.
- ❑ Pago del apoyo a través de la Cedula Cafetera o transferencia bancaria.
- ❑ Se le notifica al caficultor el pago mediante mensaje de texto, si hay número de celular registrado.
- ❑ Este modelo operativo del Programa PIC 2014, se ha dado respuesta a las necesidades de los caficultores colombianos, entregando el apoyo de manera más ágil, segura y oportuna.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Sistema de Gestión Integral

**E**l sistema de gestión es un herramienta con la cual la Federación busca tener explícito el conocimiento organizacional y fortalecer la autogestión y medición de los procesos, pensando siempre en entregar el mejor producto y servicio a sus clientes.

Es así que desde que obtuvo la primera certificación ISO en el Servicio de Extensión Rural obtenida en 2009, el Sistema de Gestión de la Federación ha crecido, incorporando los procesos de la cadena de valor de la organización buscando de esta manera asegurar la relación con sus partes interesadas el cliente y aumentando su satisfacción.

Actualmente, la Federación es una de las 900 mil empresas en el mundo certificadas bajo estándar ISO 9001 y de las 130 mil certificadas en ISO 14001. En Colombia, hace parte de las 6.300 empresas certificadas en ISO 9001 y de las 300 en 14001.



Es importante resaltar que Colombia ocupa el tercer puesto dentro de los países en Sudamérica con mayor número de certificaciones, antecedido por Brasil y Argentina.

Lo que la incluye en el portafolio de empresas con modelos de excelencia que busca de mejorar los servicios a los caficultores y clientes comerciales, así como de las empresas que desarrolla procesos enmarcados en una gestión ambiental responsable.

Como fruto de la implementación de estos estándares internacionales, la organización ha logrado movilizar su cultura organizacional migrándola a una cultura enfocada a la mejora continua y al cumplimiento de indicadores y metas.

**La Federación hace parte de las 900 mil empresas en el mundo certificadas bajo estándar ISO 9001 y de las 130 mil certificadas en ISO 14001**

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Plataformas tecnológicas para la información

En 2014, se realizaron labores de mantenimiento y actualización de la infraestructura tecnológica de la Federación: i) migración de bases de datos ORACLE; ii) migración de plataformas de navegación de internet; iii) protección de servidores internos; iv) soporte y mantenimiento a los módulos SAP para comercialización de café, gestión tributaria, contable y de tesorería.

**Sistema SAP ERP-PORTAL:** con el fin de agilizar los procesos de cierres logísticos, financieros y especialmente el proceso de compra de café en las cooperativas, se implementó la tecnología de almacenamiento flashsystem y la funcionalidad de compresión de la base de datos; logrando mejorar los tiempos de respuesta hasta en un 90%.

**Sistema IVR para elecciones cafeteras:** con el fin de ofrecerles a los caficultores la posibilidad de realizar consultas del proceso de las elecciones en cuanto a fechas de inscripción, requisitos e impedimentos para ser candidato. Además de confinación de cédulas inscritas, fecha y lugar de votación y procedimiento del mismo, se habilitó el sistema IVR (Interactive Voice Response) mediante el cual se recibieron más de 77 mil llamadas.

**Sistemas de información web:** en 2014 se diseñó e implementó una

infraestructura de administración de acceso a las páginas web, obteniendo una alta disponibilidad en la plataforma de acceso a los portales desde internet y cifrado de la información que se transfiere desde y hacia las páginas web de los portales transaccionales para aumentar la seguridad en el acceso utilizando HTTPS.

Dentro de las aplicaciones con esta infraestructura se destacan: el servicio LDAP, el directorio de autenticación

para los usuarios de SICA y cedulación, y los portales i) transaccionales de las elecciones cafeteras; ii) de manejo de reportes, Software Jasper; iii) de consulta de servicios web de SAP con 5 nodos de SAP Application server; iv) del Sistema de Información Cafetera SICA; v) de cedulación cafetera y vi) del programa PIC 2014.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Cooperativas de Caficultores

**D**urante el 2014 el Proceso de Promover el Desarrollo Cooperativo se enfocó a dar cumplimiento a las actividades contempladas en el Plan Operativo 2014.

A continuación se presentan las principales actividades desarrolladas durante 2014.

**Información Financiera:** se acompañó a las Cooperativas en el proceso de convergencia a las normas internacionales de Información Financiera NIIF, donde se vincularon 33 entidades y se capacitaron a los líderes de Proyecto y los lineamientos generales para realizar ajustes al Balance General de Apertura bajo la norma internacional.

**Capacitación en economía solidaria:** estos cursos tienen como objetivo que los directivos y delegados de las Cooperativas, conozcan las ventajas del modelo cooperativo y el rol que juegan dentro de estas. Como resultado durante 2014, se capacitaron 151 caficultores vinculados a los cuerpos directivos de las Cooperativas de Cauca, Risaralda, Central del Valle y Huila.

**Proyecto SAP:** se están gestionando aportes económicos para avanzar en la implementación del Proyecto SAP en las Cooperativas de Cauca, Norte del Cauca, Occidente, Norte de Nariño y Nororiente Colombiano.

**Centrales de beneficio comunitario:** se dio acompañamiento a los proyectos de centrales de beneficio de las Cooperativas de Andes, Occidente de Antioquia y Risaralda.

La Central de beneficio Cañasgordas - Antioquia, liderada por la Cooperativa de Caficultores de Occidente. Beneficiará a 70 productores con capacidad de 10 mil arrobas de café pergamino seco al año cuyo valor es de \$450 millones y cuenta con un ICR aprobado por \$180 millones.

Adicionalmente para la Central de beneficio Bolívar-Antioquia el crédito ya fue aprobado, liderada por la Cooperativa de Andes, beneficiará a 400 caficultores con capacidad 60 mil arrobas de café pergamino seco al año, con una inversión de \$870 millones y un ICR de \$348 millones. Por último, la Central de beneficio Belén de Umbría-Risaralda cuenta con recursos aportados por Colcien-

cias para la compra de equipos con tecnología Ecomill.

Sin embargo, el crédito aun esta pendiente de aprobación por parte del Banco Agrario por \$800 millones, se estima que se beneficiarán cerca de 110 productores y tendrá una capacidad de 12,5 mil arrobas de c.p.s.

**Almacenes de provisión agrícola:** durante 2014 las Cooperativas abrieron tres almacenes de Provisión Agrícola. Esto como parte de la estrategia de generación de ingresos complementarios y generar mayor competencia en el mercado.

**Cuadro de Mando Integral (CMI):** durante 2014 se continuó apoyando a las Cooperativas en la medición de la gestión a través CMI, que contempla indicadores para medir su gestión en aspectos comerciales, financieros, sociales y ambientales.

# Sostenibilidad financiera

## Avances

en 2014

**\$111 mil millones**

destinados a programas de inversión social a través de los Comités Departamentales

**23%**

más de ingresos por contribución cafetera, asociados a mayores exportaciones

**18%**

de margen neto en Buencafé, el más alto en 10 años

**USD979**

millones en líneas de crédito de corto plazo para cumplir con la Garantía de Compra

**\$51.358 millones**

fue la utilidad del FoNC

el crecimiento del  
precio internacional  
del café en 2014

## Principales acontecimientos

**E**conomía colombiana se mantiene estable: el crecimiento en 2014 fue de 4,6% para el total de la economía colombiana, con lo cual las expectativas de crecimiento para el 2015 se estiman en niveles entre el 4,2% y el 4,5%. Por su parte, la agricultura creció 3,5%. Dentro del sector de agricultura se destaca el desempeño del café, superior a los demás subgrupos con incremento en la actividad en 18%.

La inflación se ubicó dentro del rango meta proyectado por el Banco de la República cerrando en 3,66% a diciembre. Un resultado que vale la pena destacar es el comportamiento de la tasa de desempleo, la cual se ubicó en 8,1% en el último trimestre de 2014, inferior en 0.1% al mismo período de 2013.

**Incertidumbre económica mundial:** como los ingresos cafeteros dependen del precio internacional del café y el tipo de cambio, es importante analizar también el contexto económico mundial.

En este sentido, la incertidumbre en el panorama de los países desarrollados ha generado la aversión al riesgo y altas volatilidades en los mercados financieros incluido el mercado cambiario y el de commodities.

La volatilidad del petróleo en 30 días alcanzó el 20% en promedio durante 2014 debido a las bajas proyecciones de consumo, lo que condujo a una caída de su valor de 46% al cierre de 2014, generando además efectos devaluacioncitas en la tasa de cambio.

La zona Euro siguió con una leve recuperación, logrando cifras positivas de crecimiento por primera vez desde 2011.

Por su parte, la economía China sigue presentando los más altos crecimientos frente a las demás economías grandes, sin embargo los crecimientos registrados son los menores de los últimos 7 años, dando señales de desaceleración lo que podría generar efectos sobre los precios de los bienes básicos.

En cuanto a la economía estadounidense, registró un crecimiento del 2,4% en 2014, al sufrir una reducción importante en el cuarto trimestre. Los principales analistas consideran que la tasa de fondos federales se mantendrá en niveles muy controlados por lo menos hasta los primeros meses de 2015, con efectos sobre la tasa de cambio.

Los países emergentes siguen siendo un punto referente de la inversión extranjera directa, pero conservan algunas dificultades en el mediano plazo. América Latina presenta resultados mixtos en desempeños de economías como Argentina, Venezuela, Brasil, México y Chile, mientras otras como la colombiana mantienen crecimientos superiores al promedio.



**VARIABLES CAFETERAS:** el entorno económico mundial así como el desempeño nacional, ha tenido incidencia sobre el comportamiento de las principales variables del sector cafetero:

**Tasa de cambio:** en 2014 el peso colombiano se devaluó 24,2% frente al cierre del año 2013 y en 7% comparado contra el promedio de 2013. De esta forma el peso Colombiano fue la segunda divisa con mayor devaluación de América Latina en 2014, después del Peso Argentino.

Esta situación ha generado para los productores de café, precios más altos por carga, mientras que los ingresos por contribución cafetera que recibe el FoNC, para la provisión de bienes públicos, también se incrementaron en 23% debido a la mejor tasa de cambio y al incremento en las exportaciones de café.

**Precio internacional:** el precio del café en la bolsa ICE de Nueva York alcanzó los USDc/lb 177 en promedio durante 2014, 42% frente al promedio del 2013. La volatilidad promedio de 30 días del Contrato C fue de 45% como consecuencia de la inestabilidad económica mundial y de la incertidumbre en la cosecha cafetera 2014/15 de Brasil.

**Prima del suave colombiano:** en 2014, la prima o diferencial de precio que recibe el café suave colombiano en el mercado mundial, se mantuvo alrededor de 12 USD¢/libra, equivalente a un 7% del precio del Contrato C.

En 2014, el diferencial alcanzó una volatilidad diaria de 11% superior a la de 2013 (6%) lo que impactó negativamente los márgenes de la actividad comercial del FoNC.

**Producción:** en 2014 la producción de café llegó a 12,1 millones de sacos de 60Kg, 12% superior a la producción registrada en 2013. Esto fundamentalmente como fruto de los programas de transformación productiva presentados en el capítulo 3.

**Precio interno:** a partir del comportamiento de la tasa de cambio, el contrato C y el diferencial, en 2014 el precio promedio de la carga se situó en \$705 mil, 51% mayor al registrado en 2013. Además los productores contaron con el Programa de Protección de Ingreso al Cafetero (PIC).

A pesar de lo anterior, y ante la volatilidad futura que se espera de la tasa de cambio y el precio internacional, continúa siendo necesario que los ca-

ficultores amplíen el uso de mecanismos de protección de precio.

Entre los mecanismos de protección de precios que tiene disponible el caficultor se encuentran:

- ❑ Contrato de Protección de Precio (CPP): permite al productor fijar con anticipación el precio de venta futuro del café que espera cosechar.
- ❑ Precio Determinable (PD): brinda la posibilidad de fijar el precio del café hasta 30 días después de la fijación de las cantidades.
- ❑ Entregas Futuras (EF): permiten a las cooperativas entregar el café en el futuro a un precio fijo pactado en la negociación.
- ❑ Compras con Participación (CP): aseguran un precio mínimo de venta de café, permitiendo que se participe en posibles incrementos del precio internacional.

**42% aumentó el precio internacional del café en 2014**

Fortalecer  
financieramente  
el FoNC, la FNC  
y sus entidades  
relacionadas

Sostenibilidad financiera

## Finanzas del Fondo Nacional del Café

**E**l Plan de Sostenibilidad Financiera del FoNC implementado desde 2010, ha permitido fortalecer el control en el uso de los recursos del fondo a la vez que se mantiene y mejora el perfil de riesgo ante las entidades financieras, logrando incrementar el cupo de crédito del FoNC para respaldar la Garantía de Compra, principal bien público de los caficultores colombianos.

El seguimiento a la implementación del Plan, permite mostrar el siguiente avance:

**Ajuste al esquema de comercialización:** la política de gestión comercial llevada a cabo desde 2010 se ha enfocado en mantener un libro de ventas balanceado, trasladando el riesgo del diferencial al cliente final. Esto ha permitido estabilizar los resultados de la actividad comercial del FoNC, generando márgenes positivos, que permiten remunerar los activos invertidos y los riesgos asociados a la operación.

**Rentabilización de Buencafé Liofilizado:** la fábrica ha logrado mantener el equilibrio financiero en su operación. En 2014, el relacionamiento estratégico con los clientes, la diversificación del portafolio de productos y el acceso a nuevos mercados le permitió generar un margen neto de 18%, el más alto de los últimos diez años.

**Liquidación de activos e inversiones no estratégicas:** durante 2014 se continuó aplicando esta estrategia. Los recursos generados se han destinado a la reducción de la deuda financiera institucional.

**Priorización de gastos institucionales:** a pesar del incremento de 23% en los ingresos por recaudo de contribución cafetera, producto del mayor volumen de exportaciones y del mejor nivel de la tasa de cambio, el costo de los bienes públicos sigue siendo mayor, lo que implica un importante esfuerzo financiero del FoNC para apalancar recursos suficientes para su financiación.

**Acuerdos con el Gobierno Nacional:** a través de convenios de cooperación, el FoNC ha gestionado recursos de la nación para el desa-

rollo de programas en beneficio de los caficultores y sus familias.

Desde 2010, el gobierno nacional ha destinado recursos por \$40 mil millones como transferencia directa de la nación destinada a la financiación de programas de asistencia técnica, investigación, promoción y marcas y fomento al cooperativismo.

De igual manera, como se mencionó en capítulos anteriores, en 2014 el gobierno nacional dio continuidad al programa Protección del Ingreso Caficultor (PIC), que consiste en la entrega de un apoyo directo al precio de la carga cuando éste se encuentra por debajo de \$700 mil. En 2014, se ejecutaron recursos por \$285 mil millones para la ejecución del programa PIC, correspondientes a pagos pendientes de 2013 y lo ejecutado en 2014.



Fortalecer  
financieramente  
el FoNC, la FNC  
y sus entidades  
relacionadas

Sostenibilidad financiera

## Recursos disponibles para la inversión

Uno de los principales objetivos de la Federación, en su condición de administradora del FoNC, es garantizar la sostenibilidad de la actividad cafetera a través de la aplicación de buenas prácticas de gestión financiera.

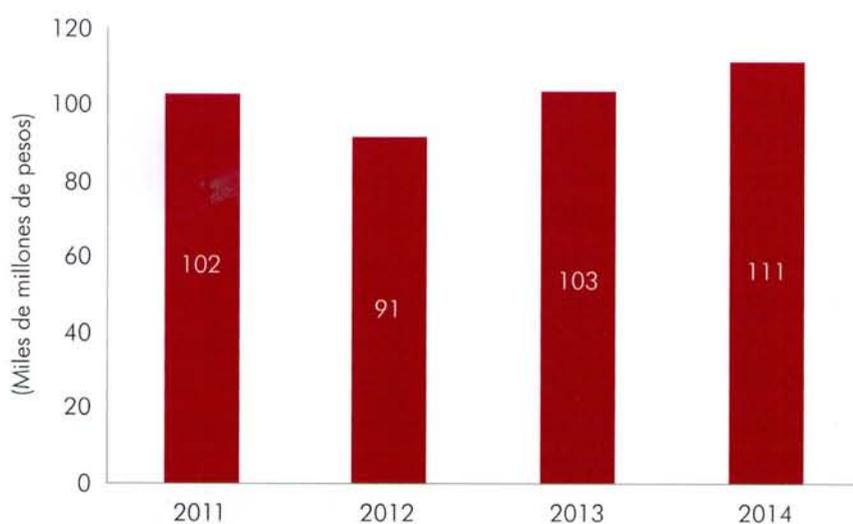
Es por esto que a través de los Comités Departamentales y la Oficina Central se gestionan recursos de terceras fuentes para el desarrollo de proyectos de inversión social en las zonas cafeteras en beneficio del productor y su familia.

Los recursos apalancados provienen principalmente de entidades públicas y privadas del orden nacional e internacional para el desarrollo de programas de competitividad, comunicación, transporte, infraestructura; mejoramiento de vivienda; infraestructura comunitaria y productiva; investigación, capacitación y fortalecimiento gremial, entre otros.

En 2014, se destinaron recursos a los Comités Departamentales de Cafeteros por \$111 mil millones para programas de inversión social.



Ejecución de recursos en programas de inversión social de los Comités Departamentales 2011-2014



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

## Resultados financieros del FoNC

**Resultado neto depurado:** se utiliza con el fin de mitigar el efecto contable que genera la valoración de los instrumentos de cobertura a precios de mercado y los inventarios de café, que respaldan dichos instrumentos, a precios históricos como señala la norma pública contable.

Gracias al Plan de Sostenibilidad del FoNC, el resultado neto depurado ha presentado una mejoría pasando de -\$44 mil millones en 2010 a \$51 mil millones al cierre de 2014. Destacándose los \$40.518 millones de utilidad neta de Buencafé, lo que representa un margen neto de 18%, el más alto en diez años.

**Patrimonio:** la evolución constante y positiva de los resultados del FoNC, han permitido fortalecer su patrimonio, el cual llegó a \$895 mil millones al cierre del año 2014, creciendo 4% frente al registrado en 2013.

**Líneas de crédito:** la recuperación de la salud financiera del FoNC le ha brindado un posicionamiento crediticio en los mercados locales e internacionales que se reflejan en una ampliación de sus cupos de crédito hasta US\$979 millones, 80% más que lo registrado en 2010.

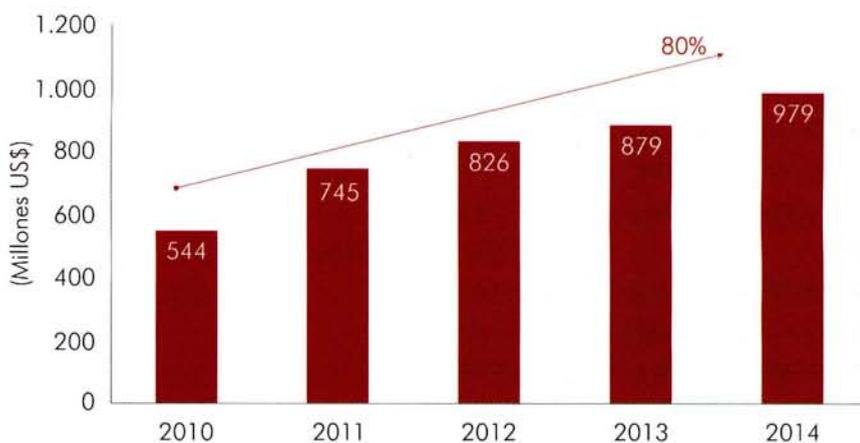
La consolidación de las líneas de crédito es imperante para ejercer con solvencia la garantía de compra, principal bien público de los caficultores colombianos.

**Estrategia de coberturas:** durante 2014 se mantuvo la estrategia de coberturas para minimizar los riesgos

asociados a la volatilidad de la tasa de cambio, protegiendo los ingresos por contribución cafetera.

Como resultado de la estrategia de coberturas en 2014, se recibieron compensaciones a favor por \$3.871 millones, que sirvieron como fuente para financiar programas institucionales.

Líneas de crédito de corto plazo disponibles  
2010-2013



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

**En 2014, el patrimonio del FoNC ascendió a \$895 mil millones**

Mantener las mejores prácticas en la administración financiera

Sostenibilidad financiera

## Políticas para el manejo financiero en 2015



El soporte financiero del FoNC para 2015 estará orientado por las siguientes directrices:

- ❑ Continuar trabajando en tener cupos de crédito suficientes que permitan ejercer de manera eficaz el ejercicio de la Garantía de Compra, más aún con los niveles y la volatilidad del precio observados en los últimos meses.
- ❑ Dar continuidad al análisis y monitoreo de las principales variables, macroeconómicas y cafeteras que pueden generar riesgos para los resultados financieros del FoNC.
- ❑ Seguir con la política de coberturas de tasa de cambio que ha resultado tan beneficiosa en los últimos años, la cual tiene como objetivo proteger los ingresos por contribución cafetera y los ingresos por ventas en el exterior de la fábrica de café liofilizado Buencafé.
- ❑ Continuar con la ejecución del Plan de Sostenibilidad Financiera, de manera conjunta con el Gobierno Nacional, para priorizar los programas de mayor beneficio al productor.
- ❑ Profundizar el programa de Cédula Cafetera con el fin de darle mayor operatividad y bancarización en beneficio de los caficultores.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

## Índice

LXXX CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS - 2014  
ANEXO ESTADÍSTICO

### PRODUCCIÓN

- Cuadro 1: Producción mundial total de café verde  
Años Cosecha 2008/09-2013/14
- Cuadro 2: Colombia - Volumen y valor de la producción registrada de café verde  
Años Cafeteros 2001/02-2013/14

### EXPORTACIÓN

- Cuadro 3: Exportación mundial de café verde a todo destino  
Años Cafeteros 2008/09-2013/14
- Cuadro 4: Exportaciones de café colombiano según países de destino  
Años Cafeteros 2008/09-2013/14
- Cuadro 5: Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque  
Años Cafeteros 2000/01-2013/14
- Cuadro 6: Exportaciones colombianas por tipos de café  
Años cafeteros 2000/01-2013/14
- Cuadro 7: Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café  
Años Cafeteros 2000/01-2013/14

### CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8: Consumo interno de café verde en países productores  
Años Cosecha 2008/09-2013/14

### PRECIOS

- Cuadro 9: Precios indicativos según los grupos de la organización internacional del café  
Años Cafeteros 2007/08-2013/14
- Cuadro 10: Colombia - Precio externo OIC, precio interno y tasa de cambio  
Promedios 2000/01-2013/14



# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 1. Producción mundial de café verde**  
Años Cosecha 2008/09 - 2013/14\*  
Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	08/09		09/10		10/11		11/12		12/13		13/14*	
		S/S	%										
<b>Total Mundial</b>		<b>128,6</b>	<b>100,0</b>	<b>123,0</b>	<b>100,0</b>	<b>131,4</b>	<b>100,0</b>	<b>132,0</b>	<b>100,0</b>	<b>145,0</b>	<b>100,0</b>	<b>145,2</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas abr-mar</b>		<b>63,0</b>	<b>49,0</b>	<b>57,1</b>	<b>46,4</b>	<b>64,5</b>	<b>49,1</b>	<b>59,7</b>	<b>45,3</b>	<b>71,3</b>	<b>49,2</b>	<b>67,9</b>	<b>46,8</b>
Brasil	(ANL/R)	46,0	35,8	39,5	32,1	48,1	36,6	43,5	32,9	50,8	35,1	49,2	33,9
Ecuador	(AS/R)	0,8	0,6	0,8	0,7	0,9	0,7	0,8	0,6	0,8	0,6	0,7	0,5
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,0	0,8	1,0	0,8	0,9	0,7	1,4	1,1	0,7	0,5	0,8	0,6
Perú	(AS)	3,9	3,0	3,3	2,7	4,1	3,1	5,4	4,1	4,5	3,1	4,3	3,0
Indonesia	(R/AS)	9,6	7,5	11,4	9,2	9,1	6,9	7,3	5,5	13,0	9,0	11,7	8,0
Madagascar	(R/AS)	0,7	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4	0,6	0,4
Otros		1,0	0,8	0,6	0,5	1,0	0,7	0,7	0,6	0,9	0,6	0,7	0,5
<b>Cosechas jul-jun</b>		<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>	<b>2,2</b>	<b>1,5</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5	0,3	0,4	0,3
Tanzania	(AS/R)	1,2	0,9	0,7	0,5	0,8	0,6	0,5	0,4	1,1	0,8	0,8	0,6
Otros		0,6	0,5	1,2	1,0	0,7	0,5	0,6	0,5	0,6	0,4	0,0	0,6
<b>Cosechas oct-sep</b>		<b>60,8</b>	<b>47,3</b>	<b>62,6</b>	<b>50,8</b>	<b>63,8</b>	<b>48,4</b>	<b>69,4</b>	<b>52,6</b>	<b>70,4</b>	<b>48,5</b>	<b>74,2</b>	<b>51,0</b>
Colombia	(AS)	8,7	6,8	8,1	6,6	8,5	6,5	7,7	5,8	10,4	7,2	11,0	7,6
Costa Rica	(AS)	1,3	1,0	1,3	1,1	1,4	1,1	1,5	1,1	1,6	1,1	1,4	1,0
El Salvador	(AS)	1,4	1,1	1,1	0,9	1,8	1,4	1,2	0,9	1,4	0,9	0,8	0,6
Etiopía	(ANL)	4,9	3,8	6,9	5,6	7,5	5,7	6,8	5,1	6,2	4,3	6,6	4,5
Guatemala	(AS/R)	3,8	3,0	3,8	3,1	4,0	3,0	3,8	2,9	3,7	2,6	3,1	2,2
Honduras	(AS)	3,5	2,7	3,6	2,9	4,3	3,3	5,9	4,5	4,5	3,1	4,2	2,9
India	(AS/R)	4,0	3,1	4,8	3,9	4,7	3,6	4,9	3,7	5,0	3,4	5,1	3,5
Kenia	(AS)	0,5	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5	0,8	0,6	0,9	0,6	0,8	0,5
México	(AS/R)	4,7	3,7	4,1	3,3	4,0	3,0	4,6	3,5	4,3	3,0	3,9	2,7
Nicaragua	(AS)	1,4	1,1	1,9	1,5	1,6	1,2	2,2	1,7	1,9	1,3	1,5	1,0
Camerún	(R/AS)	0,7	0,5	0,9	0,7	0,5	0,4	0,6	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2
Costa de Marfil	(R)	2,4	1,9	1,8	1,5	1,0	0,7	1,9	1,4	2,0	1,4	2,1	1,4
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4	0,3	0,3	0,2	0,4	0,2
Tailandia	(R)	0,7	0,5	0,8	0,6	0,8	0,6	0,8	0,6	0,6	0,4	0,6	0,4
Uganda	(R/AS)	3,3	2,6	2,8	2,3	3,2	2,4	2,8	2,1	3,7	2,6	3,6	2,5
Vietnam	(R/AS)	18,4	14,3	17,8	14,5	19,5	14,8	22,3	16,9	22,0	15,2	27,5	18,9
Otros		0,7	0,5	1,8	1,5	0,0	0,0	1,4	1,1	1,3	0,9	1,3	0,9
<b>Otros países productores**</b>		<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>	<b>0,8</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>

\* Preliminar.

\*\* Guinea Ecuatorial, Guyana, Laos, Liberia, Malasia, Nueva Caledonia y Yemen.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

Cuadro 2. Colombia - Volumen y valor de la producción registrada de café verde

Años Cafeteros\* 2000/01 - 2013/14

Año cafetero	Miles sacos de 60 kg.	Millones de pesos corrientes	Millones de pesos constantes (sep-14 = 100)
00/01	10.519	2.010.000	3.561.695
01/02	11.950	2.068.000	3.458.037
02/03	11.712	2.246.000	3.506.222
03/04	11.053	2.423.000	3.569.351
04/05	11.430	3.467.000	4.863.331
05/06	11.952	3.518.000	4.718.894
06/07	12.274	3.604.000	4.603.829
07/08	12.515	4.057.000	4.817.628
08/09	8.664	3.567.000	4.103.866
09/10	8.098	3.719.387	4.183.732
10/11	8.523	5.042.000	5.467.324
11/12	7.653	3.928.000	4.132.092
12/13	9.927	3.388.236	3.484.933
13/14	12.124	4.526.012	4.526.012

\* Período: octubre-septiembre.  
Fuente : FNC - Inteligencia Competitiva, Gerencia Financiera.

## La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 3. Exportación mundial de café a todo destino**  
**Años Cafeteros\* 2008/09 - 2013/14\*\***  
**Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	Calidad de café	08/09		09/10		10/11		11/12		12/13		13/14*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>Total Mundial</b>		<b>97,0</b>	<b>100</b>	<b>94,3</b>	<b>100</b>	<b>103,4</b>	<b>100</b>	<b>145,6</b>	<b>100</b>	<b>109,2</b>	<b>100</b>	<b>146,7</b>	<b>100</b>
<b>Cosechas abr-mar</b>		<b>44,8</b>	<b>46,1</b>	<b>43,8</b>	<b>46,5</b>	<b>46,5</b>	<b>45,0</b>	<b>83,9</b>	<b>57,7</b>	<b>48,2</b>	<b>44,1</b>	<b>86,9</b>	<b>59,3</b>
Brasil	(ANL/R)	31,6	32,6	30,9	32,8	34,3	33,2	26,8	18,4	30,9	28,3	28,4	19,4
Ecuador	(AS/R)	1,1	1,1	1,2	1,2	1,4	1,3	1,6	1,1	1,3	1,2	1,2	0,8
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,1	0,8	0,7	0,7	0,6	0,4
Perú	(AS)	3,4	3,5	3,5	3,7	3,6	3,4	4,6	3,2	3,8	3,5	3,2	2,2
Indonesia	(R/AS)	6,8	7,0	6,6	7,0	5,5	5,3	8,6	5,9	10,6	9,7	9,7	6,6
Madagascar	(R/AS)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Otros abr-mar		0,8	0,9	0,6	0,6	0,7	0,7	41,1	28,2	0,8	0,7	43,7	29,8
<b>Cosechas jul-jun</b>		<b>1,4</b>	<b>1,4</b>	<b>0,7</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	<b>2,2</b>	<b>1,5</b>
Rep. Dominicana	(AS)	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	1,2	1,2	0,6	0,6	0,8	0,8	0,6	0,4	1,0	1,0	1,0	0,7
Otros jul-Jun		0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,7	0,5	0,0	0,0	1,1	0,7
<b>Cosechas oct-sep</b>		<b>50,9</b>	<b>52,5</b>	<b>49,3</b>	<b>52,3</b>	<b>55,3</b>	<b>53,4</b>	<b>60,3</b>	<b>41,4</b>	<b>59,9</b>	<b>54,4</b>	<b>57,6</b>	<b>39,2</b>
Colombia	(AS)	8,7	9,0	7,2	7,6	8,1	7,8	7,2	4,9	8,8	8,1	8,2	5,6
Costa Rica	(AS)	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	0,9	1,4	1,2	1,3	0,9
El Salvador	(AS)	1,3	1,4	1,0	1,0	1,9	1,8	1,1	0,7	1,1	1,0	1,1	0,7
Etiopía	(ANL)	1,9	1,9	2,9	3,1	3,0	2,9	2,6	1,8	3,1	2,8	3,0	2,0
Guatemala	(AS/R)	3,5	3,6	3,4	3,7	3,7	3,5	3,7	2,5	3,6	3,3	3,5	2,4
Honduras	(AS)	3,0	3,1	3,2	3,4	3,9	3,7	5,5	3,8	4,3	3,9	4,3	2,9
India	(AS/R)	2,9	3,0	4,2	4,5	6,0	5,8	5,1	3,5	5,3	4,9	4,9	3,3
Kenia	(AS)	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,8	0,6	0,8	0,7	0,7	0,5
México	(AS/R)	2,8	2,9	2,6	2,7	2,7	2,6	3,4	2,3	3,3	3,0	3,2	2,2
Nicaragua	(AS)	1,4	1,5	1,7	1,8	1,5	1,5	1,6	1,1	2,0	1,8	1,9	1,3
Camerún	(R/AS)	0,5	0,6	0,8	0,9	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
Costa de Marfil	(R)	1,5	1,6	2,0	2,2	1,0	0,9	1,5	1,0	1,7	1,6	1,6	1,1
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Uganda	(R/AS)	3,1	3,2	2,7	2,8	3,2	3,0	2,6	1,8	3,5	3,2	3,4	2,3
Vietnam	(R/AS)	17,4	17,9	14,6	15,5	16,9	16,3	21,7	14,9	19,0	17,4	18,9	12,9
Otros oct-sep		0,6	0,7	0,9	0,9	0,7	0,7	1,4	1,0	1,1	1,0	1,1	0,7

\* Período: octubre-septiembre.

\*\* Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

**Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino**  
**Años Cafeteros\* 2008/09 - 2013/14\*\***  
**Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	08/09		09/10		10/11		11/12		12/13		13/14*	
	S/S	%	S/S	%								
<b>Total Mundial</b>	<b>8.716</b>	<b>100</b>	<b>7.196</b>	<b>100</b>	<b>8.064</b>	<b>100</b>	<b>7.298</b>	<b>100</b>	<b>8.847</b>	<b>100</b>	<b>10.842</b>	<b>100</b>
<b>América</b>	<b>4.123</b>	<b>47,3</b>	<b>3.318</b>	<b>46,1</b>	<b>3.980</b>	<b>49,4</b>	<b>3.784</b>	<b>51,9</b>	<b>4.466</b>	<b>50,5</b>	<b>5.575</b>	<b>51,4</b>
Estados Unidos	3.493	40,1	2.678	37,2	3.328	41,3	3.155	43,2	3.763	42,5	4.670	43,1
Canadá	504	5,8	513	7,1	546	6,8	524	7,2	575	6,5	733	6,8
Argentina	8	0,1	6	0,1	7	0,1	6	0,1	6	0,1	6	0,1
Otros (1)	119	1,4	121	1,7	98	1,2	99	1,4	122	1,4	166	1,5
<b>Europa</b>	<b>2.835</b>	<b>32,5</b>	<b>2.132</b>	<b>29,6</b>	<b>2.508</b>	<b>31,1</b>	<b>2.309</b>	<b>31,6</b>	<b>2.848</b>	<b>32,2</b>	<b>3.518</b>	<b>32,4</b>
<b>Unión Europea</b>	<b>2.303</b>	<b>30,2</b>	<b>1.680</b>	<b>27,1</b>	<b>1.866</b>	<b>28,7</b>	<b>1.769</b>	<b>28,7</b>	<b>2.314</b>	<b>26,2</b>	<b>2.928</b>	<b>27,0</b>
Alemania	609	7,0	334	4,6	423	5,2	418	5,7	631	7,1	915	8,4
Bélgica	569	6,5	526	7,3	577	7,2	523	7,2	661	7,5	781	7,2
Italia	217	2,5	90	1,3	130	1,6	114	1,6	141	1,6	244	2,3
Suecia	218	2,5	133	1,9	126	1,6	112	1,5	139	1,6	173	1,6
Países Bajos	63	0,7	54	0,7	36	0,5	38	0,5	67	0,8	84	0,8
España	193	2,2	207	2,9	258	3,2	210	2,9	243	2,7	259	2,4
Finlandia	123	1,4	122	1,7	120	1,5	166	2,3	181	2,0	206	1,9
Francia	177	2,0	155	2,2	121	1,5	119	1,6	158	1,8	141	1,3
Dinamarca	31	0,4	18	0,3	19	0,2	20	0,3	26	0,3	35	0,3
República Checa	2	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	0	0,0
Polonia	36	0,4	8	0,1	13	0,2	13	0,2	16	0,2	17	0,2
Portugal	10	0,1	7	0,1	7	0,1	4	0,0	8	0,1	9	0,1
Austria	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grecia	14	0,2	6	0,1	3	0,0	7	0,1	10	0,1	12	0,1
Otros	39	0,4	20	0,3	32	0,4	24	0,3	33	0,4	51	0,
<b>Otros Europa</b>	<b>533</b>	<b>2,3</b>	<b>452</b>	<b>2,5</b>	<b>641</b>	<b>2,4</b>	<b>540</b>	<b>3,0</b>	<b>534</b>	<b>6,0</b>	<b>590</b>	<b>5,4</b>
Reino Unido	334	3,8	272	3,8	446	5,5	324	4,4	335	3,8	347	3,2
Noruega	107	1,2	87	1,2	112	1,4	105	1,4	115	1,3	134	1,2
Rusia	84	1,0	91	1,3	80	1,0	101	1,4	77	0,9	100	0,9
Suiza	0	0,0	0	0,0	1	0,0	6	0,1	1	0,0	2	0,0
Otros (2)	8	0,1	3	0,0	3	0,0	5	0,1	6	0,1	8	0,1
<b>Otros países</b>	<b>1.758</b>	<b>20,2</b>	<b>1.746</b>	<b>24,3</b>	<b>1.577</b>	<b>19,6</b>	<b>1.205</b>	<b>16,5</b>	<b>1.533</b>	<b>17,3</b>	<b>1.750</b>	<b>16,1</b>
Japón	1.347	15,5	1.339	18,6	1.123	13,9	748	10,3	1.011	11,4	1.042	9,6
Corea del Sur	230	2,6	247	3,4	297	3,7	230	3,1	235	2,7	326	3,0
Australia	46	0,5	52	0,7	50	0,6	70	1,0	85	1,0	99	0,9
Otros (3)	134	1,5	108	1,5	108	1,3	157	2,2	202	2,3	283	2,6

\* Período: octubre-septiembre.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas.

(2) Principalmente, Turquía, Islandia, Albania.

(3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 5. Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**  
Años Cafeteros\* 2000/01 - 2013/14  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros**		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
00/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100
01/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100
02/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100
03/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100
04/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	52	0,5	11.032	100
05/06	5.655	52,6	4.728	44,0	285	2,6	84	0,8	10.752	100
06/07	5.138	46,0	5.696	51,0	274	2,4	69	0,6	11.177	100
07/08	4.828	41,8	6.412	55,5	259	2,2	58	0,5	11.557	100
08/09	4.716	54,1	3.825	43,9	131	1,5	44	0,5	8.716	100
09/10	4.190	58,2	2.736	38,0	209	2,9	61	0,8	7.196	100
10/11	4.300	53,3	3.572	44,3	146	1,8	46	0,6	8.064	100
11/12	3.929	53,8	3.041	41,7	291	4,0	37	0,5	7.298	100
12/13	4.980	56,3	3.502	39,6	329	3,7	35	0,4	8.847	100
13/14	6.280	57,9	4.055	37,4	476	4,4	31	0,3	10.842	100

\* Período Octubre - septiembre.

\*\* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

Fuente: FNC - Grupo Información Comercial.

**Cuadro 6. Exportaciones colombianas por tipo de café**  
Años Cafeteros\* 2000/01 - 2013/14  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros**		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
00/01	8.841	93,3	594	6,3	34	0,4	4	0,0	9.473	100
01/02	10.003	94,1	593	5,6	27	0,3	6	0,1	10.629	100
02/03	9.914	94,4	557	5,3	19	0,2	9	0,1	10.499	100
03/04	9.566	93,6	614	6,0	24	0,2	16	0,2	10.220	100
04/05	10.352	93,8	640	5,8	23	0,2	17	0,2	11.032	100
05/06	10.110	94,0	604	5,6	19	0,2	18	0,2	10.752	100
06/07	10.587	94,7	560	5,0	16	0,1	14	0,1	11.177	100
07/08	10.846	93,9	664	5,8	12	0,1	34	0,3	11.557	100
08/09	8.072	92,6	582	6,7	23	0,3	39	0,5	8.716	100
09/10	6.533	90,8	588	8,2	13	0,2	62	0,9	7.196	100
10/11	7.430	92,1	546	6,8	28	0,3	60	0,8	8.064	100
11/12	6.705	91,9	503	6,9	13	0,2	77	1,1	7.298	100
12/13	8.215	92,9	521	5,9	29	0,3	82	0,9	8.847	100
13/14	10.247	94,5	480	4,4	36	0,3	79	0,7	10.842	100

\* Período Octubre - septiembre.

\*\* Tostado y Molido.

Fuente: FNC - Grupo Información Comercial.

**Cuadro 7. Volumen y valor de las exportaciones  
Años Cafeteros\* 2000/01 - 2013/14  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Años cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
00/01	3.415	36,1	6.057	63,9	9.473	100
01/02	3.400	32,0	7.229	68,0	10.629	100
02/03	2.532	24,2	7.947	75,8	10.478	100
03/04	2.913	28,7	7.241	71,3	10.154	100
04/05	2.827	25,6	8.204	74,4	11.032	100
05/06	3.179	29,6	7.573	70,4	10.752	100
06/07	2.447	21,9	8.730	78,1	11.177	100
07/08	3.011	26,1	8.546	73,9	11.557	100
08/09	2.465	28,3	6.251	71,7	8.716	100
09/10	2.009	21,8	7.196	78,2	9.205	100
10/11	1.950	24,2	6.114	75,8	8.064	100
11/12	1.786	24,5	5.512	75,5	7.298	100
12/13	2.410	27,2	6.436	72,8	8.847	100
13/14	2.409	22,2	8.433	77,8	10.842	100

**USD millones**

Años cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
00/01	318	34,9	594	65,1	912	100
01/02	267	31,0	594	69,0	861	100
02/03	221	28,8	546	71,2	767	100
03/04	304	30,7	685	69,3	989	100
04/05	416	26,7	1.142	73,3	1.558	100
05/06	488	30,5	1.114	69,5	1.602	100
06/07	425	23,5	1.379	76,5	1.804	100
07/08	598	27,0	1.613	73,0	2.210	100
08/09	504	28,3	1.276	71,7	1.780	100
09/10	522	21,6	1.893	78,4	2.415	100
10/11	709	25,1	2.121	74,9	2.829	100
11/12	600	25,3	1.773	74,7	2.373	100
12/13	581	27,4	1.542	72,6	2.124	100
13/14	597	24,3	1.862	75,7	2.458	100

\* Período: octubre - septiembre.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 8. Consumo interno de café verde en países productores**  
**Años Cafeteros\* 2008/09 - 2013/14\*\***  
**Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	Calidad de café	08/09		09/10		10/11		11/12		12/13		13/14*	
		S/S	%										
<b>Total Mundial</b>		<b>38,8</b>	<b>100</b>	<b>40,1</b>	<b>100</b>	<b>41,8</b>	<b>100</b>	<b>42,7</b>	<b>100</b>	<b>43,7</b>	<b>100</b>	<b>44,1</b>	<b>100</b>
<b>Cosechas abr-mar</b>		<b>22,0</b>	<b>61,7</b>	<b>22,7</b>	<b>61,7</b>	<b>23,5</b>	<b>56,1</b>	<b>24,0</b>	<b>56,4</b>	<b>25,0</b>	<b>57,2</b>	<b>25,2</b>	<b>57,3</b>
Brasil	(ANL/R)	17,7	49,9	18,4	45,9	19,1	45,7	19,7	46,2	20,3	46,5	20,1	45,6
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,3	0,2	0,4
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú	(AS)	0,3	0,7	0,3	0,6	0,3	0,6	0,3	0,6	0,3	0,6	0,3	0,6
Indonesia	(R/AS)	3,3	9,1	3,3	8,3	3,3	8,0	3,3	7,8	3,7	8,4	4,2	9,5
Madagascar	(R/AS)	0,5	1,3	0,5	1,2	0,5	1,1	0,5	1,1	0,5	1,1	0,5	1,1
Otros abr-mar		0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
<b>Cosechas jul-jun</b>		<b>2,1</b>	<b>5,6</b>	<b>2,8</b>	<b>5,6</b>	<b>3,1</b>	<b>7,4</b>	<b>3,2</b>	<b>7,4</b>	<b>3,2</b>	<b>7,2</b>	<b>3,2</b>	<b>7,2</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	1,0	0,4	1,0	0,4	0,9	0,4	0,9	0,4	0,9	0,4	0,9
Tanzania	(AS/R)	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Otros jul-jun		1,6	4,5	2,4	4,5	2,7	6,4	2,7	6,4	2,7	6,3	2,7	6,2
<b>Cosechas oct-sep</b>		<b>14,7</b>	<b>32,9</b>	<b>14,2</b>	<b>32,9</b>	<b>15,2</b>	<b>36,4</b>	<b>15,5</b>	<b>36,2</b>	<b>15,5</b>	<b>35,5</b>	<b>15,7</b>	<b>35,6</b>
Colombia	(AS)	1,4	3,8	1,3	3,8	1,3	3,1	1,4	3,4	1,4	3,3	1,5	3,3
Costa Rica	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,7	0,3	0,7	0,3	0,6	0,3	0,7	0,2	0,5
El Salvador	(AS)	0,2	0,6	0,2	0,6	0,3	0,7	0,3	0,6	0,3	0,6	0,3	0,6
Etiopia	(ANL)	3,0	5,0	3,2	5,0	3,4	8,1	3,4	7,9	3,4	7,8	3,7	8,3
Guatemala	(AS/R)	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8
Honduras	(AS)	0,5	0,9	0,3	0,9	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8
India	(AS/R)	1,6	3,9	1,7	3,9	1,8	4,3	1,9	4,5	1,9	4,4	1,9	4,3
Kenia	(AS)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
México	(AS/R)	2,2	6,0	2,2	6,0	2,4	5,6	2,4	5,5	2,4	5,4	2,4	5,3
Nicaragua	(AS)	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Camerún	(R/AS)	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Costa de Marfil	(R)	0,3	0,9	0,3	0,9	0,3	0,8	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Tailandia	(R)	0,5	1,4	0,5	1,4	0,5	1,2	0,5	1,2	0,5	1,1	0,5	1,1
Uganda	(R/AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
Vietnam	(R/AS)	1,1	3,0	1,2	3,0	1,6	3,8	1,6	3,7	1,6	3,6	1,6	3,6
Otros oct-sept		2,7	4,1	2,1	4,1	2,1	5,0	2,1	4,9	2,1	4,8	2,1	4,7

\* Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

**Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café**  
**Años Cafeteros\* 2008/09 - 2013/14\*\***  
**Centavos de dólar por libra**

Año cafetero	Oct	Nov	Dice	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Total
07/08	136,49	133,32	140,12	142,66	159,90	151,64	142,04	143,60	149,15	151,18	151,03	148,36	145,79
08/09	130,99	130,45	130,89	142,32	144,55	154,16	181,10	212,05	194,02	187,29	185,39	177,45	164,22
09/10	178,13	178,33	192,11	207,51	204,71	205,71	199,50	200,33	224,49	235,52	243,98	247,77	209,84
10/11	230,02	244,02	262,03	279,88	296,44	300,86	312,95	302,69	287,64	285,21	286,97	287,54	281,35
11/12	257,66	256,99	251,60	255,91	244,14	222,84	214,46	207,71	184,67	202,91	187,14	190,10	223,01
12/13	181,39	170,08	164,40	169,19	161,70	161,53	161,75	158,43	147,55	147,46	143,26	138,60	158,78
13/14	133,81	124,65	126,54	132,90	172,22	211,07	220,62	211,66	195,17	194,22	211,60	206,78	178,44
<b>Otros Suaves**</b>													
07/08	134,29	131,00	137,58	139,86	157,29	149,89	140,70	141,95	146,15	147,36	146,43	143,27	142,98
08/09	123,59	121,89	118,97	128,30	129,48	128,52	134,88	150,99	149,79	140,90	149,76	148,53	135,47
09/10	154,57	152,21	158,26	158,90	160,42	164,50	170,68	177,50	190,90	203,21	214,56	222,71	177,37
10/11	217,64	233,48	248,25	263,77	287,89	292,52	300,12	291,58	274,78	268,02	270,44	274,88	268,61
11/12	247,82	245,09	236,71	237,21	224,16	201,26	191,45	184,97	168,69	190,91	174,82	178,98	206,84
12/13	173,32	159,91	152,74	157,29	149,46	149,78	149,79	147,30	138,26	138,39	135,15	132,28	148,64
13/14	128,69	122,02	125,97	132,73	173,64	214,09	223,48	214,61	197,89	196,87	212,97	210,53	179,46
<b>Brasileros y otras Arábicas</b>													
07/08	122,12	119,87	125,93	127,93	143,78	136,41	127,67	129,52	133,65	134,88	133,28	130,26	130,44
08/09	110,27	107,96	103,46	109,18	107,69	102,81	105,95	118,40	115,42	107,80	116,86	116,16	110,16
09/10	124,62	126,17	132,99	131,67	124,57	129,58	125,71	131,98	143,29	156,87	167,62	177,22	139,36
10/11	175,38	190,62	204,32	219,77	247,00	261,32	273,40	269,14	250,05	245,69	249,83	255,64	236,85
11/12	234,28	236,75	228,79	228,21	215,40	192,03	180,90	174,53	156,17	176,38	160,05	166,53	195,84
12/13	161,20	148,25	140,69	145,17	136,63	133,61	132,60	130,39	120,01	119,47	116,81	112,65	133,12
13/14	109,55	102,57	107,40	114,02	148,74	182,97	190,62	182,41	165,34	164,92	183,32	182,15	152,83
<b>Robustas***</b>													
07/08	91,10	92,59	91,39	99,21	115,45	121,92	111,29	108,88	111,34	115,23	112,56	105,38	106,36
08/09	88,77	90,76	82,51	82,74	80,22	76,31	75,53	75,62	73,79	71,68	72,35	73,82	78,68
09/10	73,51	69,48	70,00	70,08	70,80	67,25	71,52	73,36	76,92	85,27	90,21	85,22	75,30
10/11	85,27	92,04	93,80	101,09	109,35	118,06	117,37	121,86	117,75	112,73	112,07	106,06	107,29
11/12	98,10	97,24	98,41	96,72	101,93	103,57	101,80	106,64	105,70	106,60	106,52	104,95	102,35
12/13	104,47	97,67	96,59	99,69	104,03	106,26	101,67	99,23	90,79	95,21	94,01	87,78	98,12
13/14	83,65	79,51	87,89	87,70	95,90	105,37	105,55	102,88	98,91	101,82	100,25	100,52	95,83
<b>Precio Indicativo Compuesto****</b>													
07/08	115,71	114,43	118,16	122,33	138,82	136,17	126,55	126,76	130,51	132,78	131,14	126,69	126,67
08/09	108,31	107,88	103,07	108,39	107,60	105,87	111,61	123,05	119,05	112,90	117,45	116,40	111,80
09/10	121,09	119,67	125,11	126,85	123,37	125,30	126,89	128,10	142,20	153,41	157,46	163,61	134,42
10/11	161,56	173,90	184,26	197,35	216,03	224,33	231,24	227,97	215,58	210,36	212,19	213,04	205,65
11/12	193,90	193,66	189,02	188,90	182,29	167,77	160,46	157,83	145,31	159,18	148,50	151,28	169,84
12/13	147,12	136,35	131,31	135,38	131,51	131,38	129,54	127,05	117,58	118,93	116,45	111,82	127,87
13/14	107,01	100,99	106,56	110,75	137,81	165,03	170,58	163,94	151,92	152,50	163,08	161,79	141,00

\* Período: octubre-septiembre.

\*\* Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%.

\*\*\* Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%.

\*\*\*\* Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas.

Fuente: OIC.

## La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 10. Colombia - Precio externo exdock  
Promedios 2000/01 - 2013/14**

Año cafetero	Precio externo	Precio compra base	TRM
	US Cts/libra	Pesos por carga de 125 kg. de café pergamino	Pesos/dólar
00/01	77,05	323.191	2.266,35
01/02	63,75	278.962	2.384,14
02/03	65,89	309.093	2.864,55
03/04	74,38	329.603	2.712,71
04/05	112,30	442.404	2.377,74
05/06	113,05	458.919	2.353,88
06/07	122,08	451.052	2.148,41
07/08	145,80	488.975	1.899,17
08/09	164,22	633.087	2.238,90
09/10	209,84	704.397	1.923,06
10/11	281,35	950.893	1.833,85
11/12	223,01	750.522	1.831,43
12/13	159,61	504.451	1.841,83
13/14	175,83	607.298	1.936,40
<b>2013/2014</b>			
Octubre	135	406.451	1.885,82
Noviembre	125	384.344	1.921,32
Diciembre	126	400.595	1.934,08
Enero	132	432.452	1.959,41
Febrero	162	619.474	2.041,45
Marzo	211	763.613	2.020,84
Abril	216	791.583	1.938,86
Mayo	213	747.012	1.916,25
junio	196	663.542	1.888,20
Julio	193	646.676	1.858,83
Agosto	210	715.083	1.897,89
Septiembre	192	716.756	1.973,87
* Período: octubre-septiembre.			
Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva, Gerencia Financiera.			