



Federación Nacional de  
Cafeteros de Colombia



LXXIX

CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS

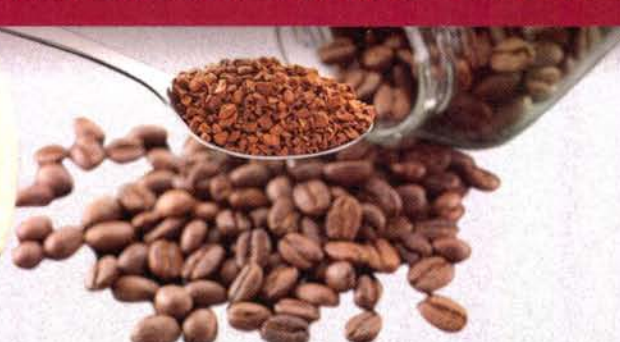
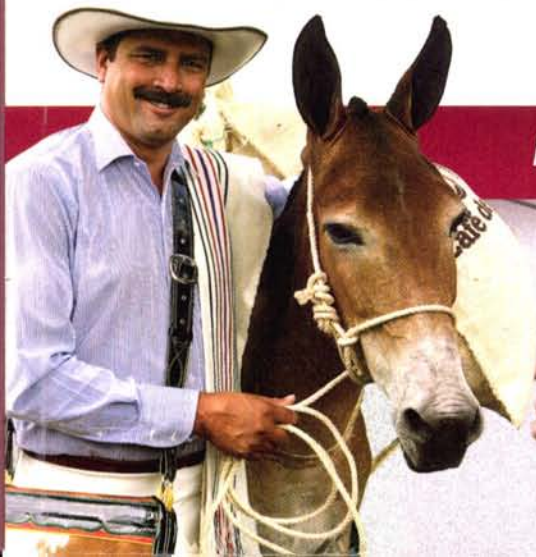
2013

— Por una —

# Caficultura Competitiva



*Informe del Gerente General*



**Gerente General**

Luis Genaro Muñoz Ortega

**Secretaria General**

María Aparicio Cammaert

**Gerente Administrativo**

Luis Felipe Acero López

**Gerente Comercial**

Andrés Valencia Pinzón

**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  
Presidencia de la República

**Diseño Portada y  
Destacados 2013**

Johnnatan López

**Diseño y Diagramación**

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

# Contenido

PAG 6

## Lo más destacado de 2013

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 40

## 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 68

## 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 80

## 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
- Fortalecer la lealtad entre el cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas
- Aumentar la penetración global del programa 100% café colombiano
- Avanzar en la diferenciación del café de Colombia como origen de calidad superior



PAG 92

## 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

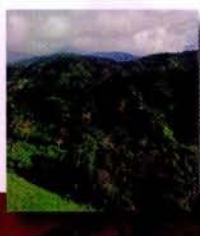
- Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial
- Asegurar la calidad del capital humano al interior de la organización
- Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados
- Optimizar la gestión del conocimiento



PAG 122

## 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 130

## La caficultura mundial y colombiana en cifras

# Lo más destacado de 2013

## Por una caficultura competitiva

Los diálogos de paz de La Habana, así como las manifestaciones sociales de la población rural hicieron evidentes para la sociedad colombiana dos cosas: i) las profundas dificultades estructurales que el sector rural ha enfrentado por décadas, y las cuales han obstruido el desarrollo rural; ii) Su importancia estratégica para la consolidación de una paz estable y duradera.

Como resultado, diversos sectores de la sociedad colombiana han señalado la urgente necesidad de diseñar e implementar una política nacional para el fomento de la competitividad del sector agropecuario y el desarrollo rural.

La Federación en su calidad de representante de las 561 mil familias productoras de café, no es ajena a dicha circunstancia. Por tal motivo, en el documento "Propuestas para la Competitividad de la Actividad Cafetera" ha compilado una serie de estrategias encaminadas a lograr la competitividad de la caficultura y garantizar la sostenibilidad de su tejido social.



La competitividad y rentabilidad de la caficultura es un asunto de todos porque depende de la **competitividad del país**, del **bienestar de la población rural** y del **logro de la paz**. Para ello, se propone:

-1-

**Establecimiento de un sistema para el reconocimiento de precios remunerativos** para reducir la vulnerabilidad de los productores a la volatilidad del precio del café. Para ello, se propone implementar un Fondo de Estabilización de Precios del Sector Agropecuario con fundamento en el Art. 65 CPC y Cap. VI de la Ley 101 de 1993

-2-

**Implementación de una política de costos de producción que incluya:**

- Reducción de precios de los agroinsumos mediante la entrega de un subsidio al precio interno equivalente a la diferencia entre el precio de venta y las cotizaciones internacionales.
- La optimización del uso de los agroinsumos.
- El acceso a líneas de crédito preferenciales en plazo y tasa de interés.
- El alivio al crédito cafetero.
- La flexibilización de exigencias para la deducibilidad sobre la renta de los costos de mano obra.
- El aplazamiento a la entrada en vigencia de los límites máximos de vertimientos y aplicación de tasas retributivas.

-3-

**El acceso a la seguridad social por parte de los productores y recolectores/jornaleros**, mediante la destinación de recursos del presupuesto general de la Nación para atender los costos de afiliación al sistema subsidiado de seguridad en salud y los Beneficios Económicos Periódicos (BEP)





## Sostenibilidad

### 2013, el año de la recuperación de la cosecha cafetera

En 2013 se produjeron 10,9 millones de sacos, 41% más que en 2012 (7,7 millones), alcanzando una productividad de 14,1 sacos/ha, 27% superior a la de 2012 (11,1 sacos/ha). La transformación productiva está detrás de este resultado: i) el 95% del área corresponde a cafetales tecnificados (929 mil has.), de las cuales el 83% son jóvenes; ii) el 61% (589 mil hectáreas) está sembrada en variedades resistentes; iii) entre 2008 y 2013 se han renovado 546 mil has.

### Programa de Protección del Ingreso del Caficultor (AIC/PIC): Un apoyo para la sostenibilidad

Para aliviar las pérdidas en el ingreso ocasionadas por la caída del precio interno, 376 mil productores recibieron \$1,1 billones por la presentación de 4,4 millones de facturas que respaldan la comercialización de 8,3 millones de cargas. El AIC/PIC reconoce un apoyo de \$165.000 cuando el precio se encuentra por debajo de \$480.000 por carga y sus recursos son girados directamente a los cafeteros.

### Programa Fertilización y Productividad para la sostenibilidad de la cosecha

Desarrollado en alianza con Nutrición de Plantas, este programa financió la adquisición de fertilizante por un monto equivalente al 70% del cupo disponible de AIC/PIC para cada caficultor, sin exceder \$1 millón por hectárea y un mínimo de \$500 mil como valor total de la transacción. En 2013, 7.655 cafeteros de 151 municipios del país, adquirieron 8.090 toneladas de fertilizante por valor de \$9.465 millones.



## Solidaridad

### Gestión Inteligente del Agua (GIA)

Ejecutado en alianza público-privada con el gobierno holandés, Nestlé y Nespresso, GIA generará mayor resiliencia frente al cambio climático y el desbalance hídrico y aportará en reducción de la pobreza y la convivencia pacífica, mediante sistemas productivos sostenibles y la protección de ecosistemas estratégicos. Cuenta con recursos por US\$33,5 millones para el beneficio de 11 mil familias cafeteras y 700 mil personas asentadas en la cuenca Cauca-Magdalena.

### Colombia Cafetera Sostenible (CCS) Fase II

Con recursos nacionales e internacionales se beneficiarán 1.400 familias cafeteras con acciones para el fortalecimiento de su capital social y la implementación de sistemas productivos sostenibles. CCS contribuirá al logro de la paz y el bienestar de estas comunidades de la Serranía del Perijá históricamente afectadas por el conflicto y el abandono estatal.

### Primera venta de servicios ambientales

Gracias al proyecto "Incorporación de la biodiversidad en el sector cafetero en Colombia" se logró la primera venta de certificados de reducción de 6.725 toneladas de carbono, lo que representa un hito para el sector cafetero y para el país en la venta de servicios ambientales a partir de especies nativas de pequeños productores.



## Futuro

### Zona de baja prevalencia de roya en Santander

Socorro, Páramo, Palmas del Socorro y Valle de San José fueron declarados mediante Resolución del ICA como la primera área del país libre de roya. Igualmente, se convirtieron en los primeros municipios en el mundo declarados oficialmente como libres de esta enfermedad. En estos municipios, el 100% del área cafetera está sembrada en variedades resistentes a la enfermedad.

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

En el año de celebración del décimo aniversario de la marca se obtuvieron importantes resultados: i) el plan de expansión de las tiendas Juan Valdez® permitió contar con 258 localidades en Colombia, EE.UU, Chile, Ecuador, España, Panamá, Aruba, Perú, México, El Salvador y Kuwait; ii) Juan Valdez® fue reconocida por la SIC como marca notoria en Colombia. iii) Apertura de la Tienda insignia Orígenes en la Zona G en Bogotá

### Mecanismos legales para la protección del origen colombiano en el mundo

Durante 2013 se obtuvieron importantes resultados: i) Café de Colombia fue reconocida como IGP en Suiza; ii) Café de Huila como DO Regional por la SIC; iii) Café de Nariño y Café Cauca como DO en Bolivia; iv) Café de Nariño como DO en Perú; v) ante la SIC al finalizar el año se radicará el pliego para el reconocimiento de Café de Santander como DO Regional.



## Alto desempeño

### El Servicio de Extensión dentro de los mejores a nivel mundial

Con base en la metodología DOFA, las Universidades de Illinois y Cornell adscritas al MEAS consorcio financiado por USAID, catalogaron al SE como uno de los mejores del mundo debido a su enfoque integral con cubrimiento en aspectos que van más allá de la asistencia técnica tales como el desarrollo comunitario y asociativo y el apoyo a las familias cafeteras.

### El Café de Colombia llega cada vez a más mercados

Con su incursión en 11 nuevos mercados, incluidos países tan lejanos como Arabia Saudita, Ucrania y Tailandia, o países productores como Brasil e Indonesia, el café colombiano se exporta a más de 90 destinos. En la conquista de nuevos mercados juega un papel importante su reconocimiento como el mejor café suave del mundo.

### Reconocimiento a la labor de la FNC por parte del Nobel de Paz 2007

Rajendra Pachauri en representación del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (ONU) resaltó la importancia que la FNC presta a la adaptación climática y manejo responsable de recursos ambientales, y destacó la importancia del café en el mantenimiento de las condiciones de paz.

## Amigas y amigos cafeteros:

Las instituciones son instrumentos de cambio social. Y lo son, porque reducen la incertidumbre, disminuyen los costos de transacción y generan incentivos que orientan la interacción humana con el fin de potenciar su capacidad individual para enfrentar las dificultades y adaptarse al entorno.

Esto es la institucionalidad cafetera, una construcción social de los productores de café de Colombia quienes con su esfuerzo y visión durante más de 86 años, le han dado la madurez y trayectoria necesaria para reconocer las condiciones cambiantes del entorno con el fin de respaldar al productor no solo ante los retos que le impone el mercado mundial del café sino también para enfrentar los desafíos que demanda el desarrollo rural. Es decir, si los cafeteros son la rueda que se impulsa a partir de su propio esfuerzo, las instituciones son el sendero que guía el camino y el motor que los estimula para avanzar.

Reconocer esto, resulta de particular importancia ante las dificultades que enfrenta el productor por la coyuntura de precios, pero principalmente ante la coyuntura sociopolítica que vive el país derivada de la incertidumbre generada por la posibilidad de obtener la anhelada paz, que tanta falta hace en los campos colombianos, y las legítimas reivindicaciones sociales que surgen del proceso, principalmente en un sector que como el agropecuario ha acumulado durante décadas profundas debilidades estructurales que han limitado el desarrollo rural.

No se puede tapar el sol con un dedo, las manifestaciones sociales registradas en el país durante este año, evidencian que las actividades agropecuarias necesitan nuevas políticas e instituciones más sólidas pero sobre todo una visión integral del desarrollo que supere el espejismo de la rentabilidad del capital privado y se oriente más hacia la equidad y la construcción de capital social, dado

su papel estratégico en la consolidación de una paz estable y duradera.

La paz se logra en un ambiente de prosperidad, de ahí la importancia de que las actividades económicas de las cuales obtienen su ingreso millones de familias en el campo sean sostenibles, y sostenibilidad significa competitividad, eficiencia, rentabilidad pero también significa equidad social, igualdad de oportunidades y equilibrio ambiental. Es claro que el productor no podría por sí mismo de manera aislada enfrentar todos los retos de la sostenibilidad, también lo es que el mercado tiene poca conciencia social y que el Estado por su parte tiene limitada capacidad operativa, de manera que el desafío actual para el desarrollo rural es la búsqueda de soluciones cooperativas; esto es, arreglos institucionales sólidos en el que cada quien contribuya con lo que le corresponde. Si se le demanda al pequeño productor la competitividad, el Estado debe garantizarle los bienes públicos y las condiciones sociales e institucionales necesarias para lograrla, así como las regulaciones pertinentes para que el mercado actúe como un aliado para el productor y como un dinamizador de la inversión privada.

De allí la importancia y la urgente necesidad de diseñar e implementar una política nacional para el sector agropecuario, iniciativa liderada por el Gobierno Nacional a través del Pacto Nacional Agropecuario, en el que todos debemos participar con el firme propósito de hacer de la actividad agropecuaria un trabajo rentable y sostenible, pero con el fin último y supremo de que el campesino permanezca en el campo y reciba un ingreso digno. En esta misma consigna estamos comprometidos los cafeteros de Colombia y sus instituciones y por ello hemos presentado una serie de propuestas que contribuyen a la construcción de la política pública sectorial orientadas fundamentalmente hacia el logro de una caficultura competitiva.

No se puede ser competitivo sin rentabilidad. La rentabilidad de cualquier actividad depende de la relación entre los ingresos y los costos. En los bienes agrícolas, los ingresos están dados por la cantidad producida valorada al precio de venta mientras que los costos de producción corresponden al valor de la mano de obra y de los insumos. Así mismo, tanto el precio del producto final como el precio de los insumos utilizados para la producción están dados de manera exógena, razón por la cual el productor es tomador de precios en ambos mercados (el de los bienes que produce y el de los insumos que utiliza para la producción).

En el caso de la producción de café, el precio interno está determinado en función del precio del café en la bolsa de Nueva York (contrato C), la prima de calidad reconocida para el café de Colombia y la tasa de cambio vigente. Mientras que los costos de producción dependen del costo de la mano de obra y el precio de los agroinsumos, cuyo principal componente son los fertilizantes, que están atados al comportamiento de las cotizaciones internacionales de la urea, el potasio y el fósforo.

Así las cosas, lo único gestionable para el productor dentro de la ecuación de la rentabilidad es la cantidad producida y la cuantía de insumos utilizados, es decir, un mejoramiento de la productividad y de la eficiencia. Si revisamos con detenimiento, los resultados son contundentes en esta materia: desde 2008, cuando se emprendió la carrera por transformar el parque cafetero nacional, se han renovado más de 2.800 millones de árboles (546 mil hectáreas) y actualmente contamos con el 80% del parque cafetero tecnificado en edades jóvenes, alcanzando cerca de 774 mil hectáreas. Asimismo, el 61% (590 mil hectáreas) está sembrado con variedades resistentes a la roya y la densidad de siembra se incrementó en un 10%, al pasar de 4.642 a 5.095 árboles por hectárea, lo que resulta



sustancial pues esto no sólo se traduce en mayor productividad sino que genera un mejor aprovechamiento de la tierra. De igual manera, como resultado de este proceso de transformación productiva, la edad promedio de los cafetales disminuyó al pasar de 12,4 años en 2008 a 8,2 años en 2013, lo que también significa mayor capacidad de producción.

La sanidad vegetal ha sido otro gran logro. La roya del cafeto que durante los pasajes más duros de la pasada ola invernal de 2010 alcanzó niveles superiores al 33% se redujo a 4% en 2013 como resultado de la combinación de diversas acciones como el control fitosanitario, la fertilización oportuna y principalmente la renovación con variedades resistentes, lo que nos permite estar mejor preparados para enfrentar en el futuro los posibles ataques de roya exacerbados por el cambio climático; cosa que no ocurre hoy en día con la mayoría de las plantaciones de nuestros vecinos centroamericanos.

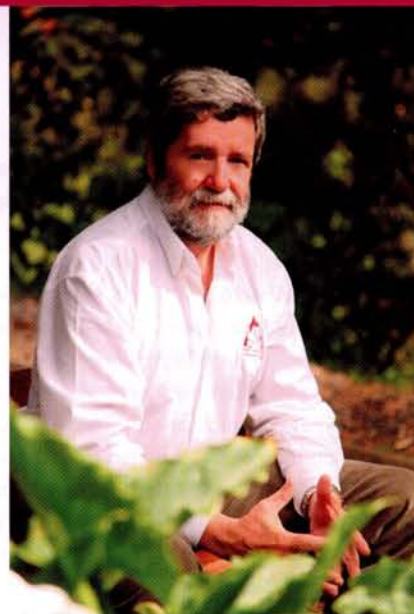
La combinación de estos factores de mejor sanidad vegetal del cultivo, la entrada en edad productiva de áreas renovadas con variedades resistentes y la estabilización de las condiciones climáticas, generó en 2013 un incremento en la producción nacional cercano a los 3 millones de sacos. Esto significa un mejoramiento de la productividad del 27% pasando de 11,1 sacos/ha en 2012 a 14,1 sacos/ha en 2013, tendencia que continuará en la medida en que las áreas renovadas entren en edad productiva y se mantengan las políticas de renovación así como el uso de las variedades resistentes y las prácticas de manejo de cultivo que hemos denominado caficultura climáticamente inteligente.

Sin duda, los resultados hablan por sí mismos, pero esto no es fruto de la casualidad ni mucho menos del azar, es el resultado del esfuerzo y sacrificio de más de 500 mil familias cafeteras que han hecho la tarea de mejorar

la productividad y lo han logrado gracias al apoyo permanente e irrestricto de su institucionalidad. Parecería improbable encontrar otro sector como el nuestro que, dominado por pequeñas plantaciones distribuidas en diversas regiones del país, haya puesto en marcha un proceso de transformación de semejante envergadura y con igual éxito, que no se ha detenido ni un momento, a pesar de las circunstancias adversas, tanto climáticas como económicas.

Ahora bien, a pesar de lo anterior, la situación que atraviesan los productores de café no deja de ser difícil por variables que están fuera de su control como la coyuntura del precio interno que cayó de un promedio de \$660 mil por carga en 2012 a \$466 mil por carga en 2013. Pero como hemos dicho, el precio interno está determinado por el precio internacional, la tasa de cambio y el diferencial de calidad, por lo que vale la pena analizar el comportamiento de cada uno:

El precio internacional en la Bolsa de Nueva York cayó 28% llegando a niveles de USD1,1 en 2013, que son los niveles más bajos en los últimos ocho años causados como consecuencia de tres factores principalmente: i) un aumento de la oferta mundial de café en 2013, cercano a 10 millones de sacos provenientes de Brasil, Indonesia y Colombia. ii) Un aumento de los inventarios en los países importadores, que de acuerdo con la Asociación de Café Verde de los Estados Unidos (Green Coffee Association - GCA) al finalizar septiembre superaban los 5,4 millones de sacos de 60kg, 7% más frente al mismo mes de 2012. Adicionalmente, por quinto mes consecutivo, los inventarios estuvieron por encima del promedio histórico de los últimos cinco años, siendo el dato de septiembre 10% más alto que el valor histórico. iii) el detrimento de la confianza de los inversionistas en los mercados financieros ante la incertidumbre por la situación económica de los Estados



Unidos a pesar de que el Congreso llegó a un acuerdo temporal con el tope de la deuda y el presupuesto del gobierno; la crisis fiscal de la zona Euro, y las señales de desaceleración de las economías de China, Brasil e India.

Además, a pesar de que la tasa de cambio registró una devaluación de 9% al finalizar 2013, viene de un proceso sistemático de revaluación de 17% registrado entre 2009 y 2012, que aún dista mucho de favorecer la competitividad de los productos exportables.

Por su parte, el diferencial del café colombiano también se redujo al pasar de USD¢22 en 2011 a USD¢13 en 2013, como resultado del ajuste del mercado ante una mayor oferta de suave colombiano y la tendencia decreciente del precio internacional de todos los orígenes.

De acuerdo con analistas internacionales como LMC, la participación de los costos del productor dentro del precio de exportación fue cercana al 90% en 2010/11. Sin embargo, durante 2012/13, la revaluación y la caída del precio internacional han hecho que este porcentaje hoy esté por encima del 100%, lo que justifica y valida un programa de apoyo al ingreso como el PIC. Un enorme esfuerzo del

gobierno nacional y de toda Colombia que los cafeteros debemos agradecer a través de una ágil, eficiente y transparente ejecución.

Y así lo hemos hecho, en poco más de un año se procesaron más de 4,6 millones de facturas por valor de \$1,1 billones desembolsados en 590 municipios cafeteros de 21 departamentos, además se desarrolló un sistema que permite el pago inmediato al momento de la compra-venta que se ejecuta a través de las 34 cooperativas de caficultores y un comercializador privado. Este sistema benefició en 2013 a cerca de 90.689 pequeños productores por \$74.346 millones, esto es el 24% del total de beneficiarios del PIC.

Realizar esta enorme cantidad de transacciones, con eficiencia y transparencia, única y exclusivamente a productores, se ha constituido sin duda en un inmenso esfuerzo al que hemos dedicado una altísima proporción de nuestra capacidad institucional. Además, lo hemos hecho a un costo de programa muy bajo frente a otros programas de cobertura similar. Solo para darles una idea, a un programa como Familias en Acción le cuesta cerca de \$6 mil activar cada beneficiario y \$6 mil adicionales por transacción realizada; en contraste, los costos de las transacciones del PIC son de \$13 pesos por transacción. No está por demás reiterar que la Federación ha realizado este arduo proceso sin ninguna contraprestación económica.

Lo anterior, me obliga a volver al tema institucional, creo firmemente que ninguna otra organización distinta a la Federación habría podido asumir semejante reto y que de no haberlo hecho, los cafeteros de Colombia enfrentarían una situación aún más compleja de la que ya de por sí viven. No obstante, debemos reconocer que ningún sistema es perfecto y que con el tiempo se hacen vulnerables, por lo que será necesario seguirlo mejorando constantemente mientras dure su ejecución.

Nos falta analizar la última variable de la ecuación de la rentabilidad, los costos de producción. De un lado los costos laborales representan cerca del 60% del costo de producción del café en regiones de difícil mecanización, como son las ubicadas en nuestra cordillera andina. Estos costos en Sur América (1,5 US\$/hora) representan más del doble de lo que son en Asia (0,7 US\$/hora) y África (0,3US\$/hora) y por lo menos el 50% más que en Centro América (0,98 US\$/hora). Entre 2008 y 2013, el salario mínimo en Colombia subió 35% y en términos reales 20%, ubicándose alrededor de US\$320. Así mismo, el valor de la mano de obra en Colombia es muy alto comparado con el valor del salario mínimo de otros países productores: por poner algunos ejemplos comparativos, en Vietnam es el 16% de Colombia (USD50); en Indonesia el 38% (US\$123); en México 47% (US\$149) y en Perú el 87% (US\$279).

Por otra parte y teniendo en cuenta que la inflación se ha situado alrededor del 3%, los costos laborales se han incrementado como mínimo en este porcentaje, lo que tiene como principal consecuencia que el costo de la mano de obra vaya siempre en aumento aunque los precios del producto no se dirijan en la misma dirección. De esta manera el costo impacta proporcionalmente en otros costos como el de la fertilización, el mantenimiento de los cultivos, los insumos, el transporte, el combustible, el manipuleo, la comercialización, entre otros.

De otra parte, Colombia es tomador de precios en el mercado de fertilizantes, por lo que depende del comportamiento de los precios y de la oferta externa tanto de los fertilizantes derivados del petróleo (urea), como de los provenientes de depósitos minerales (fosforo y potasio). Los costos de los insumos representan el 40% de los costos de producción y en su mayoría están asociados con costos fijos, es decir que no están afectados por mejoras en la productividad.

La carencia de infraestructura vial, los altos costos del combustible, peajes y seguros hacen que los costos de internación de los agroinsumos en Colombia sean un 37% más altos que en otros países de la región como Ecuador o Perú, y casi el doble de los de Brasil (80 US\$/ton frente a 155 US\$/ton en Colombia).

Ahora bien, la competitividad no depende solamente de los costos de producción, sino también de las ventajas comparativas que tiene el Café de Colombia por sus atributos de calidad, diferenciación y posicionamiento en el mercado internacional, que le representan un nivel de precios más altos y primas asociadas a la calidad reconocidas por el mercado.

Por lo anterior, también hemos venido trabajando en estrategias de agregación de valor con proyectos institucionales muy exitosos como Buencafé y las Tiendas Juan Valdez. La experiencia en este campo nos señala que la producción de un café diferenciado nos permitirá seguir siendo líderes en este sector, lo que implica ahondar en el conocimiento de nuestros consumidores actuales y futuros, conocer y prever las siempre variables condiciones del mercado y trabajar en pro de la prestación de un óptimo servicio, todo esto sustentado con una producción que cuenta con diferentes protocolos que redundan en la calidad y la satisfacción, lo que nos ha permitido una visibilidad y un reconocimiento a nivel mundial. Es por ello que en nuestro país más de 184 mil productores están trabajando en esta dirección para que el café de Colombia siga siendo diferenciado y fortalezca su capacidad de capturar mayor valor.

En conclusión, los cafeteros colombianos han actuado decididamente para mejorar la productividad y la agregación de valor, que son los factores que pueden gestionar, mientras que los costos laborales, el precio de los agroinsumos, el manejo de la tasa de cambio

y el precio externo del café se escapan de su control y requieren medidas de política macroeconómica de un mayor alcance.

Precisamente para desarrollar estas medidas y contribuir a la construcción de la política pública de desarrollo rural, la Federación como representante de las más de 500 mil familias productoras de café se ha sumado a la iniciativa del Pacto Nacional Agropecuario presentando al gobierno nacional, al Congreso de la República y los demás actores sociales interesados en el sector cafetero, una serie de propuestas encaminadas a garantizar la competitividad y sostenibilidad de la caficultura y su tejido social.

Estas propuestas se basan en una serie de principios orientadores, entre los que se encuentran en primer lugar el establecimiento de consensos sobre el diagnóstico de la problemática rural y un buen punto de partida es el Informe Nacional de Desarrollo Humano de 2011 elaborado por el PNUD que reconoce la importancia del sector agropecuario como dinamizador de la economía y establece como alternativas para combatir la pobreza y el conflicto en el sector rural: la seguridad humana, el desarrollo institucional, el desarrollo rural y una política integral de tierras.

Un segundo principio orientador es el reconocimiento de que si bien el país ha avanzado en competitividad, aún hace falta mucho en materia de infraestructura vial y competitividad de los costos laborales, lo que resulta esencial para balancear la ecuación de la rentabilidad agropecuaria. De acuerdo con Fedesarrollo el 80% de las vías secundarias y terciarias se encuentran en regular o mal estado y esto encarece el costo de internación de los insumos, en cuanto a los costos laborales ya he mostrado como el salario mínimo en Colombia está muy por encima del de otros países productores. Se trata entonces de buscar soluciones innovadoras, lideradas

por el Estado, que alivien los costos laborales en el campo sin desmejorar la calidad de vida del productor y procurando su vinculación a la seguridad social.

El tercer principio orientador, es el de proponer el modelo cafetero como referente para la construcción e implementación de una nueva política de desarrollo rural, en la medida en que se caracteriza por ser un modelo democrático, incluyente y participativo, que provee bienes públicos y respaldo institucional al productor frente a las condiciones cambiantes del entorno y que contribuye al establecimiento de condiciones de paz en el campo.

A partir de estos principios orientadores, se presentan tres ámbitos de propuestas para la competitividad de la caficultura:

- El establecimiento de un sistema para el reconocimiento de precios remunerativos, que reduzca la vulnerabilidad del productor y ponga en marcha lo establecido por la Ley 101 de 1993 en materia de Fondos de Estabilización de precios del sector agropecuario.
- Una política de costos de producción, que optimice el costo de acceso y mejore la rentabilidad de la caficultura, mediante el establecimiento de apoyos al precio interno de los fertilizantes equivalente a la diferencia entre las cotizaciones internacionales y el precio de venta al productor agropecuario (costos de internación y comercialización). Así como el diseño de esquemas de comercialización eficientes liderados por las organizaciones de productores y la creación de líneas de crédito con ICR para la construcción de plantas comunitarias de mezclas físicas simples.

De otra parte, será pertinente hacer mayores esfuerzos en la optimización del uso de los agroinsumos, mediante la aplicación

de análisis de suelos y la formulación de compuestos específicos para cada tipo de suelo. Igualmente, el acceso a líneas de crédito preferenciales en plazo y tasa asociadas al ciclo del cultivo así como la ampliación del ICR para medianos y grandes y el diseño de planes de alivio a través de mecanismos como el PRAN para las deudas vigentes.

En este esquema, disponer de sistemas de información de costos de producción para la generación periódica de datos y su referencia será estratégico.

- En materia de seguridad social, incrementar el acceso de los productores y recolectores/jornaleros, al sistema de seguridad social en salud y pensiones. Para lo que resulta necesario que el gobierno nacional promueva conjuntamente con la Federación la afiliación de los productores a los BEP y de los jornales y recolectores a un sistema subsidiado de seguridad social en salud.

El desarrollo de estas propuestas y sus mecanismos de implementación serán sin duda uno de nuestros más importantes propósitos durante el 2014, todo en miras de lograr los arreglos institucionales sólidos que se enfocan en un objetivo común: la competitividad como vía para el logro de una caficultura sostenible.

Reciban un cordial y caluroso saludo,



**Luis Genaro Muñoz Ortega**  
Gerente General

# El mercado del café



## Avances

en 2013

**10,9 millones**  
de sacos fue la producción colombiana  
de café en 2013

---

**35%**  
se incrementaron las exportaciones  
colombianas de café

---

**143,2 millones**  
de sacos de café se consumieron en el  
mundo en el año cafetero 2012/13

---

**5% aumentó**  
la producción mundial de café

---

**28% cayó**  
el precio del café en la bolsa de  
Nueva York

---

## Balance mundial cafetero

El año cafetero 2012/13 registró niveles de producción récord como consecuencia del ciclo bienal alto de Brasil y el incremento de la producción cafetera en Colombia e Indonesia.

En efecto, la producción mundial de café aumentó 5% respecto al año cafetero inmediatamente anterior, llegando a 146,8 millones de sacos. Los principales exportadores de grano registraron los siguientes niveles de producción: Brasil 55 millones de sacos; Vietnam 24 millones de sacos; Indonesia 11 millones de sacos y Colombia 10 millones de sacos.

Por su parte, el consumo mundial llegó a 143,2 millones de sacos, lo que corresponde a un nivel récord según analistas del mercado. Este crecimiento ha sido impulsado por la demanda de café en países productores como Brasil, Indonesia, México y Colombia, así como en los mercados emergentes para el café, comportamiento debido al cual el consumo de café en este grupo de países creció 3,2%. En los llamados países consumidores, la demanda de café aumentó 1,7% con relación a lo registrado en 2011/12.

Como resultado, los niveles de inventarios para el año cafetero se ubicaron en 32 millones de sacos, lo que equivale a

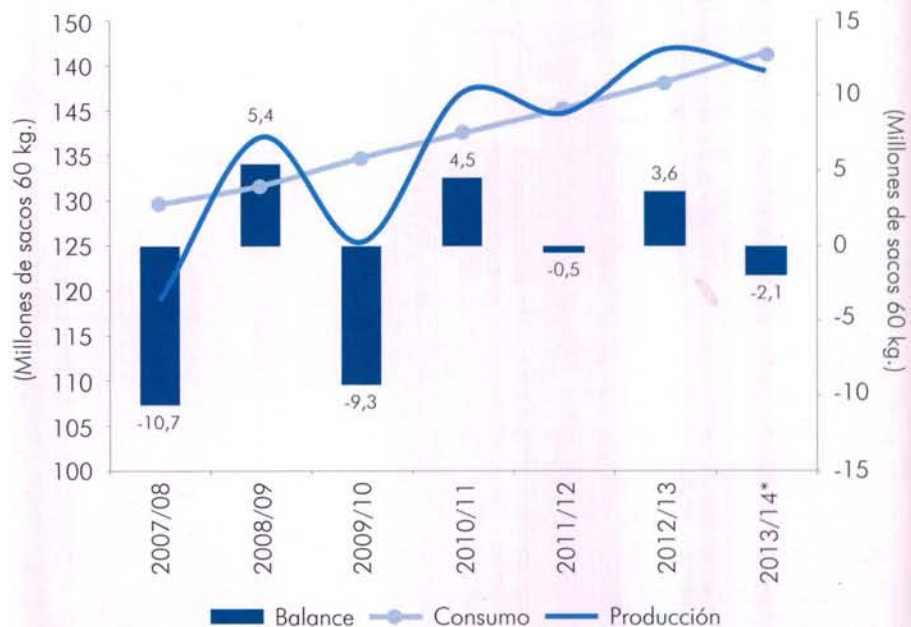
un incremento de 6% con respecto al año cafetero anterior.

De acuerdo con estimativos de reconocidos analistas, se espera que durante el año cafetero 2013/14 se mantenga la tendencia creciente en el consumo. No obstante, debido a la epidemia de roya y la expansión del brote del perforador de la rama de café que afecta a Uganda y toda África Central y Oriental, se espera que la producción mundial de café caiga hasta 144,3 millones de sacos, de los cuales Brasil

aportará 52, Vietnam 27 y los demás países 65,3. Durante el mismo período se proyecta que Colombia registre mayores niveles de producción, resultado de mejores condiciones climáticas y la entrada en producción de hectáreas recientemente renovadas.

El consumo mundial se estima en 146,4 millones de sacos, de los cuales 102,6 millones de sacos corresponderán a la demanda de países consumidores y 43,8 millones de sacos a los países productores.

Balance mundial cafetero  
2007/08 - 2013/14\*



\* Estimado.

Fuente: J. Ganes Consulting, LMC & USDA.

## Exportaciones mundiales de café

De acuerdo con cifras de la OIC, durante el año cafetero 2012/13 se exportó un volumen récord de 110,2 millones de sacos de 60 Kg, 2% más que en el año cafetero anterior.

El incremento más fuerte se registró en las exportaciones de suaves colombianos con un 21%, mientras que las de otros suaves se redujeron un 8% debido al efecto negativo de la roya sobre la producción de Centroamérica. Del total exportado, los suaves colombianos representaron el 9% y los otros suaves el 23%.

Los naturales brasileños incrementaron cerca de 7% explicado principalmente por el fuerte aumento de las exportaciones de Brasil, las cuales corresponden al 30% de los embarques mundiales.

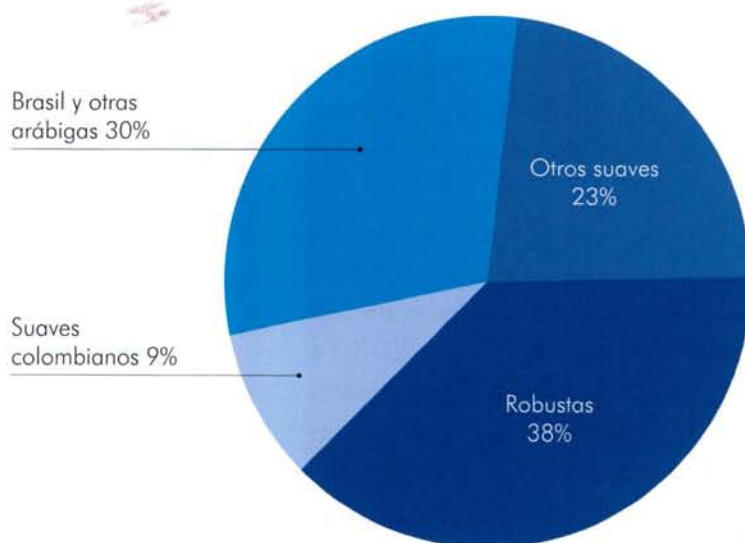
Por su parte, las exportaciones de robustas participaron con el 38% del total mundial y crecieron 2% con relación al año cafetero anterior. Este incremento se dio a pesar del descenso en 8% de las exportaciones provenientes de Vietnam, el cual fue compensado por el incremento de 40% en la exportaciones de robusta de Indonesia y el 45% de incremento en los embarques originados en Uganda.

Exportaciones mundiales de café por tipo  
2010/11 - 2012/13

Tipo de café	2010/11	2011/12	2012/13	Variación % 2011/12-2012/13
<b>Arábicas</b>	<b>67,8</b>	<b>66,9</b>	<b>68,5</b>	<b>2,4%</b>
Suaves Colombianos	9,2	8,4	10,2	21,2%
Colombia	8,1	7,3	8,8	21,2%
<b>Otros Suaves</b>	<b>25,4</b>	<b>27,5</b>	<b>25,2</b>	<b>-8,3%</b>
6 Países <sup>(1)</sup>	14,9	16,7	15,8	-5,1%
<b>Brasil &amp; Otras Arábicas</b>	<b>33,1</b>	<b>31,0</b>	<b>33,1</b>	<b>6,8%</b>
Brasil naturales y arábicas	28,6	24,1	26,4	9,3%
<b>Robustas</b>	<b>36,9</b>	<b>40,8</b>	<b>41,7</b>	<b>2,1%</b>
Vietnam	16,8	21,7	20,0	-7,9%
Brasil robustas	2,5	1,4	1,2	-13,2%
<b>Total</b>	<b>104,7</b>	<b>107,7</b>	<b>110,2</b>	<b>2,3%</b>
Brasil total	31,1	25,5	27,6	8,1%

(1) 6 países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua.  
Fuente: OIC

Participación por tipo de café en las exportaciones mundiales  
2012/13



Fuente: OIC.

## Precio internacional del café

Durante 2013, el precio del café en la Bolsa de Nueva York cayó 28% en comparación con el mismo periodo del año anterior. La expectativa de una producción alta en Brasil, la influencia de los agentes especuladores en la bolsa, así como eventos macroeconómicos de orden mundial, explican este comportamiento decreciente en las cotizaciones internacionales.

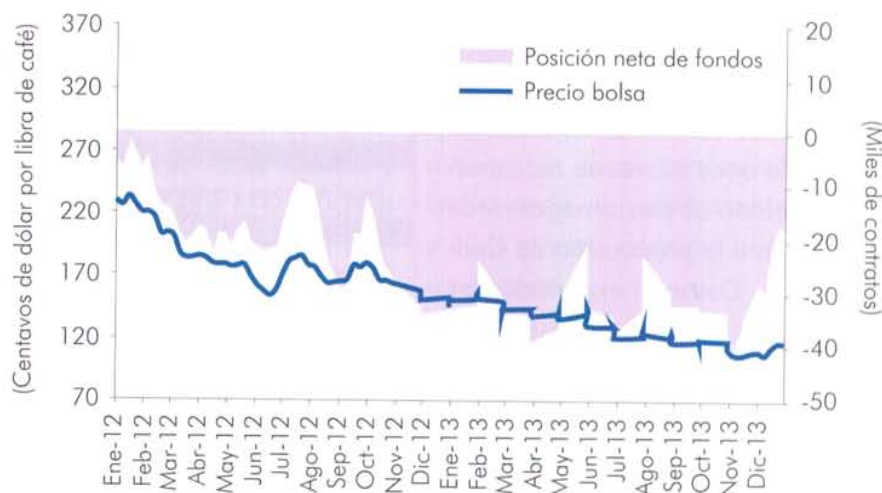
A finales de abril y tras el anuncio de que el invierno en Brasil podría afectar la cosecha del año cafetero 2013/14 se produjo un incremento en el precio del café, hasta niveles de 141US¢/libra. Sin embargo, esta tendencia se revirtió debido a las estimaciones para el año cafetero 2013/14 de una cosecha récord correspondiente a la bialidad baja en Brasil. Como resultado, en junio de 2013 los precios descendieron hasta 117 US¢/libra y mantuvieron una tendencia a la baja ubicándose en 105 US¢/libra a inicios de noviembre, debido al incremento de las exportaciones brasileñas.

Al finalizar el año, el mayor nivel de precipitaciones en las zonas cafeteras del Brasil diluyó la expectativa de una cosecha récord para el año 2013/14 y condujo a que el mercado adoptara una expectativa más conservadora para el volumen mundial de producción. En diciembre, este cambio en las expectativas presionó el precio del café al alza hasta un nivel de 110 US¢/libra.

En general, el comportamiento a la baja del precio internacional estuvo relacionado con: i) el aumento de la oferta mundial cafetera en 2012/13

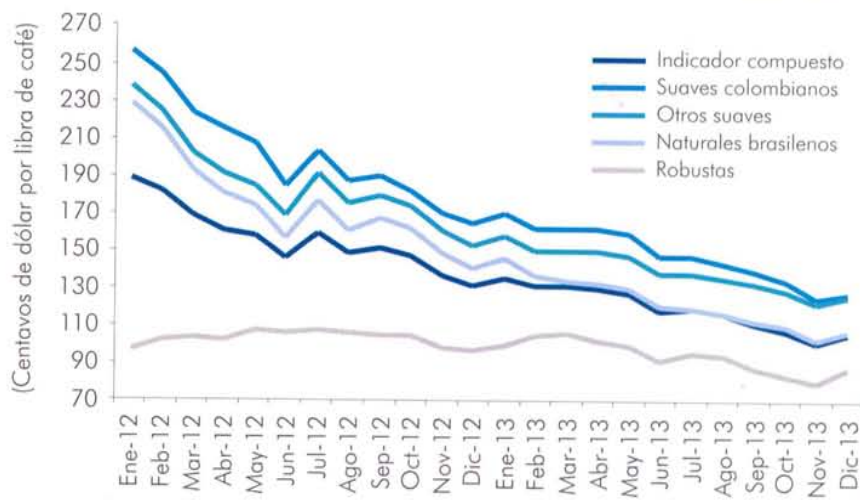
del 14% de Brasil, 27% de Indonesia y 30% de Colombia y ii) la posición neta corta de los fondos frente a la perspectiva de los fundamentales.

Precio de bolsa y posición neta de fondos (futuros)  
2012 - 2013



Fuente: ICE y CFTC.

Precio internacional de los diferentes tipos de café  
2012 - 2013



Fuente: ICO.

## Balance cafetero en Colombia

En 2013 la producción colombiana de café creció 41% ubicándose en 10,9 millones de sacos, cerca de 3,1 millones de sacos más que la cosecha registrada el año anterior.

La recuperación de la producción colombiana de café es el resultado del programa de renovación de cafetales emprendido por los cafeteros con el apoyo de la Federación, cuyo objetivo es elevar la productividad y mejorar la sanidad vegetal de los cafetales. Así, la renovación por siembra de variedades resistentes ha permitido contar con cafetales más jóvenes y mejor preparados para enfrentar los retos del cambio climático. Debido a lo anterior, la productividad por hectárea aumentó pasando en 2012 de 11,1 sacos de café verde por hectárea, a 14 sacos en 2013. Se espera que este indicador continúe mejorando en 2014, con la entrada en producción de 117 mil hectáreas renovadas en los últimos dos años.

Debido a lo anterior, para esta vigencia se proyecta una cosecha cafetera que podría estar incluso por encima de 11,3 millones de sacos.

Adicionalmente, la mayor producción generó una reducción de 30% en el volumen de café importado, el cual pasó de 1,1 millones de sacos de 60 kg. en 2012 a 600 mil en 2013.

Durante 2013 el valor de la cosecha ascendió a \$3,4 billones, 1% menos

que en 2012 a causa de la caída de 28% en el precio internacional del café. Valga resaltar que la caída en el valor de la producción no fue mayor debido al incremento en la productividad del parque cafetero y la devaluación de 9% experimentada por el peso colombiano. Adicionalmente, el valor de la cosecha sumado a los recursos del programa AIC/PIC ascendió a \$4,7 billones ayudando a compensar las pérdidas en el ingreso caficultor.

Valor y volumen de la cosecha cafetera colombiana  
2010 - 2013



Fuente: FNC.

En 2013 se produjeron **10,9** millones de sacos, 41% más que en 2012



## Balance cafetero en Colombia

De otra parte, el consumo interno en 2013 se mantuvo por encima de 1,4 millones de sacos. Lo anterior, en respuesta a las acciones del programa para el fomento del consumo interno Toma Café, liderado por la Federación de Cafeteros en compañía de la industria torrefactora colombiana, y el cual estimula el consumo de café en los colombianos y las buenas prácticas de preparación.

Adicionalmente, durante el mismo periodo se observó un incremento del 51% en los inventarios como consecuencia del mayor volumen de producción.



**9,7 millones de sacos fueron las exportaciones colombianas de café, 35% más que en 2012**

**Balance cafetero en Colombia (millones de sacos 60 kg.)**  
2010 - 2013

Concepto	2010	2011	2012	2013
1) Producción e importaciones	9,55	8,83	8,85	11,49
- Producción	8,92	7,81	7,74	10,89
- Importaciones <sup>(1)</sup>	0,63	1,02	1,11	0,61
2) Exportaciones y consumo	9,07	9,06	8,62	11,09
- Exportaciones	7,82	7,73	7,17	9,67
- Consumo Interno	1,25	1,33	1,46	1,42
3) Balance (1) - (2)	0,48	-0,23	0,23	0,40
4) Inventarios totales	0,97	0,67	0,80	1,21

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

## Exportaciones colombianas de café

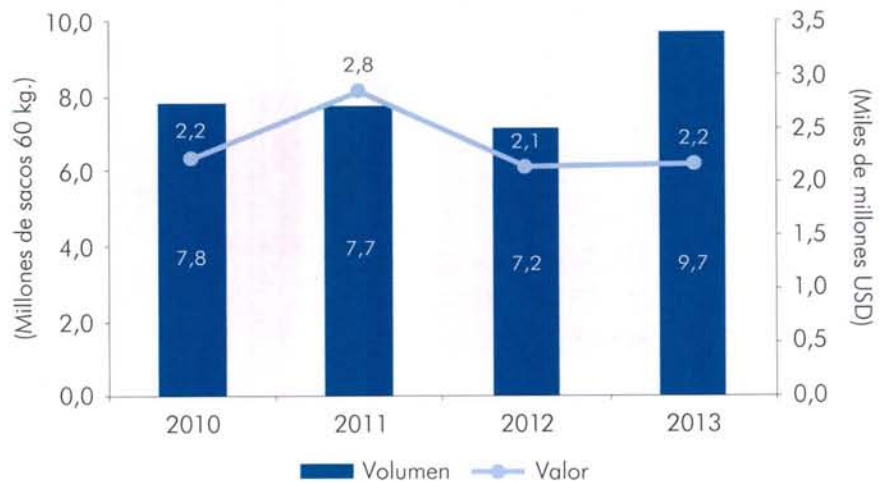
Durante 2013 las exportaciones colombianas de café ascendieron a 9,7 millones de sacos, cifra 35% superior a lo observado en la vigencia anterior.

Por su parte, el valor de las exportaciones colombianas ascendió a US\$2,2 millones, lo que representa una reducción de 1% en comparación con 2012, asociada principalmente a la caída del 28% registrada por los precios internacionales del café.

Entre los destinos del café de Colombia se destaca la exportación de 4,2 millones de sacos de café a Estados Unidos, país al que se envía el 44% de los embarques totales, con lo cual se constituye en el primer destino para la exportación de café colombiano.

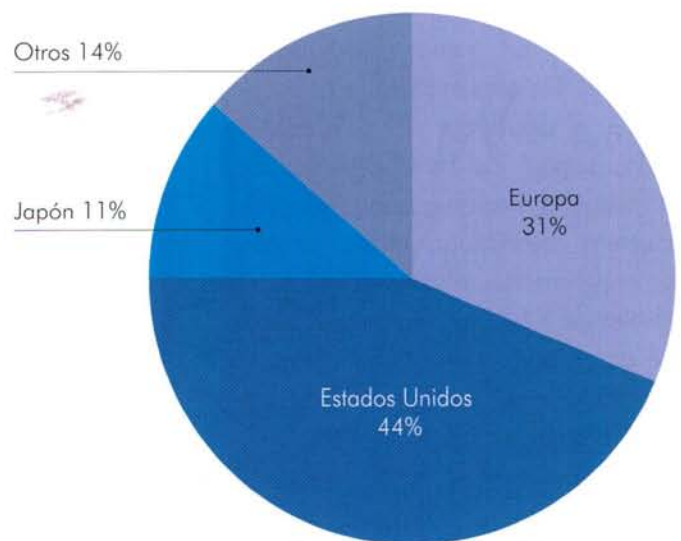
También, sobresale el volumen de exportaciones con destino a Europa, que a pesar de la crisis económica, continúa siendo el segundo mercado para las exportaciones de café con un volumen equivalente a 3 millones de sacos (31%). Finalmente, es de notar la exportación de 1,1 millones de sacos a Japón, cifra que representa el 11% del total de exportaciones.

Valor y volumen de las exportaciones colombianas  
2010 - 2013



Fuente: ICO.

Participación de las exportaciones por destino  
2013



Fuente: ICO.

## Precio interno del café

La evolución del precio interno del café está explicada principalmente por el comportamiento de tres variables: la tasa de cambio, el precio internacional del café y el diferencial sobre la bolsa de Nueva York reconocido en los mercados internacionales.

En 2013 el diferencial pagado por el café excelso en los mercados internacionales estuvo afectado principalmente por el brote de roya que afecta a Centroamérica y el aumento de la producción cafetera nacional.

En efecto, los anuncios de la OIC acerca de los altos índices de infección de roya registrada en centroamérica incrementaron los diferenciales en los orígenes de café suave ante una expectativa de menor disponibilidad del café. De esta manera, en abril de 2013, el diferencial del café colombiano superó los 18 USD¢/libra. Sin embargo, a medida que la producción cafetera colombiana mostró señales de recuperación, el diferencial cayó a niveles de 5,5 USD¢/libra a mediados de diciembre, momento en el que se revirtió la tendencia para ubicarse, al finalizar el año en 7 USD¢/libra.



Diferenciales Colombia UGQ vs. otros orígenes  
2013



Fuente: Complete coffee coverage.

De otra parte, el mejor comportamiento de la economía de Estados Unidos y los anuncios de retiro de los estímulos monetarios por parte de la FED afectó a la mayoría de países emergentes, entre ellos Colombia. De tal suerte que durante lo corrido del año, el peso colombiano se devaluó 9%. Así, la tasa de cambio pasó de \$1.768 en enero a \$1.926 al finalizar el año.

El precio del Contrato C transado en la bolsa de Nueva York mantuvo una tendencia bajista que a diciembre de 2013 corresponde a una caída de 28% con respecto a lo registrado en el mismo período de 2012.

Este comportamiento de la tasa de cambio, el diferencial por calidad del café colombiano y la dinámica a la baja del precio del café en la bolsa de Nueva York, ocasionaron una caída de 29% en el precio de referencia publicado por la Federación. Así las cosas, a lo largo del año, el precio interno mantuvo una tendencia decreciente llegando a niveles inferiores a \$370 mil por carga de 125 kg. c.p.s., con un promedio anual de \$466 mil por carga de 125 kg. c.p.s.



Tasa Representativa del Mercado (TRM) vs Precio Interno del Café  
2010 - 2013



Fuente: Superintendencia financiera y FNC.

# Comercialización sostenible y con valor agregado



## Avances

en 2013

**\$1,1 billones**  
en apoyos del programa AIC/PIC

**61%**  
de las exportaciones del FoNC corresponden a  
café con valor agregado

**33%**  
de los cafeteros producen con criterios  
de sostenibilidad

**65%**  
de las compras del FoNC corresponden a  
café especiales

**US\$11,3 millones**  
en sobrepagos para los productores que han  
comercializado café especiales través del FoNC

**19%**  
crecieron los ingresos operacionales  
de Procafécol

Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Transferencia de precio al caficultor

**D**urante 2013, la Federación en cumplimiento de su misión de defender el ingreso del productor, permitió que los cafeteros colombianos recibieran un 22% más del precio internacional del grano. Este indicador, calculado a partir de datos de la OIC, se obtiene de comparar el porcentaje del precio internacional recibido por los caficultores colombianos versus la porción transferida a los productores de cafés suaves de otros orígenes.

Por otra parte, la política de garantía de compra ha permitido asegurar el mejor precio posible al productor. En efecto, durante 2013, el precio promedio pagado por el FoNC fue 11% superior al precio base de compra publicado diariamente por la Federación.

Asimismo, la Federación continuó aplicando la compra relacional de café mediante la metodología de calificación de almendra sana, con base en la cual durante lo corrido del año, se

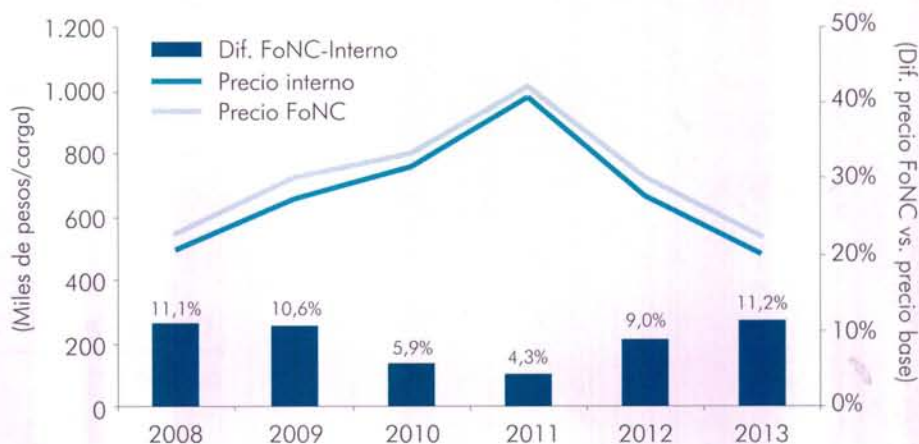
adquirieron 3,2 millones de sacos de 60kg. Esta cantidad fue suficiente para dar cumplimiento de manera oportuna y eficiente a la totalidad de los compromisos de embarque asumidos para la vigencia. Este volumen de compras representa un crecimiento del 31% con relación a 2012.

Valga resaltar que el 63% del total de compras de café del FoNC corres-

ponden a cafés especiales, dentro de las cuales se destacan el grano verificado 4C y AAA Nespresso, así como el café certificado Fair Trade y aquel protegido por las denominaciones de origen regional.

Adicionalmente, en 2013 el FoNC adquirió 8,8 millones de kilos de coproductos entre pasillas y consumos para suplir las necesidades de Buencafé.

Precio base de compra vs. Precio pagado por el FoNC  
2008 - 2013



Los caficultores colombianos recibieron **22%** 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 del caficultor (AIC/PIC)

La Federación le fue encargada por el gobierno nacional la ejecución del programa de Protección del Ingreso al Caficultor (AIC/PIC) mediante el cual se buscaba mitigar el impacto en el ingreso de los productores generado por la caída del precio interno del café. En su primera fase (octubre de 2012 a marzo de 2013) el programa se denominó Apoyo al Ingreso del Caficultor (AIC) y reconoció un apoyo de \$60.000 por carga de 125 kg. c.p.s. cuando el precio interno del café se ubicara por debajo de \$650.000 por carga de 125 kg. c.p.s.

En marzo de 2013, ante la persistente caída del precio, el gobierno nacional estableció el AIC/PIC que reconoce \$145.000 por carga de 125 kg. c.p.s. cuando el precio base de compra se encuentra por debajo de \$700.000, o \$165.000 por carga de 125 kg. c.p.s. cuando el precio de referencia se ubique por debajo de \$480.000 por carga de 125 kg. c.p.s.

De conformidad con las resoluciones expedidas por el Comité Nacional de Cafeteros y el MADR, el AIC/PIC se causaba con fundamento en compraventas de café soportadas por facturas de venta o documentos equivalentes que cumplieran con el contenido informativo exigido por las normas tributarias y mercantiles aplicables.

Asimismo, se establecieron los siguientes controles para la ejecución del programa: i) acreditación de la condición de caficultor registrado en SICA; ii) determinación de cupos individuales de producción potencial con fundamento en la información sobre las condiciones de tecnificación de los cafetales (área sembrada, edad de los árboles, densidad de siembra, régimen de exposición solar y variedad de café) para el establecimiento del valor máximo del apoyo que cada caficultor podía recibir.

Los recursos del PIC eran depositados directamente a los cafeteros a través de diversos medios tales como la cédula o tarjeta cafetera inteligente; la transferencia bancaria; el pago en cheque, y el giro por medio del Banco Agrario o el sistema Daviplata que funciona a través de corresponsales no bancarios.

Buscando cumplir con los acuerdos alcanzados por el gobierno, relacionados con el pago del AIC/PIC al momento de la compra y previo concepto favorable de la SIC, la FNC realizó una convocatoria abierta en la que participaron 34 comercializadores de café interesados en aplicar esta alternativa. De éstos, 19 fueron habilitados por cumplir con la documentación solicitada y uno de ellos entró en operación luego de que el FoNC

le aprobara las garantías exigidas para el manejo de recursos públicos. Adicionalmente, las 34 Cooperativas de Caficultores realizaron el pago del apoyo al momento de la compra.

De otra parte, el Comité Nacional buscando frenar los intentos de fraude, aprobó la conformación de un registro de compradores autorizados AIC/PIC. De esta forma, el MADR mediante Resolución 352 de 2013 estableció los criterios tributarios y de formalización que debían cumplir los comerciantes de café para ser considerados como agentes autorizados para emitir facturas o documentos equivalentes que luego podían ser tramitados por los productores ante la Federación para el reconocimiento del incentivo. De esta forma, 515 comercializadores de café fueron incluidos dentro de dicho registro.

Como resultado, a diciembre 31, 376.766 cafeteros recibieron apoyos por \$1,1 billones por el trámite de más de 4,6 millones de facturas por concepto de la compraventa de 8,3 millones de cargas de 125 kg. c.p.s. De estas transacciones, bajo el esquema de pago al momento de la venta, 90.689 productores tramitaron apoyos por \$74.346 millones mediante el sistema de pago al momento de la compra.

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Cooperativas de Caficultores

**D**urante 2013, operaron en los departamentos cafeteros del país, 34 Cooperativas de Caficultores con una red de 514 puntos de compra, los cuales compraron 5 millones de sacos de 60Kg, equivalentes al 46% de la cosecha cafetera nacional. Lo anterior corresponde a un crecimiento del 58% frente a las compras realizadas en 2012.

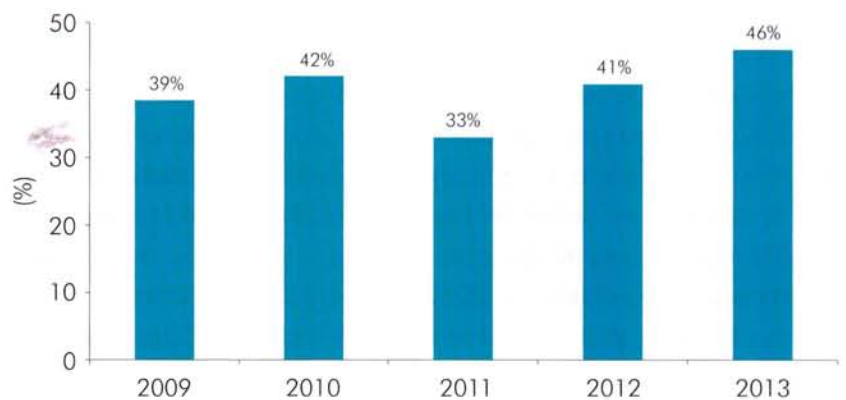
Por su parte, del total de café comercializado por las Cooperativas, el 55% (2,6 millones de sacos) fue entregado a Almacafé con destino al FoNC.

Para cumplir con la política de la garantía de compra, estas entidades cuentan con los recursos de la línea de crédito del FoNC, los cuales sirvieron para financiar el 41% del volumen de café adquirido por las Cooperativas en 2013.

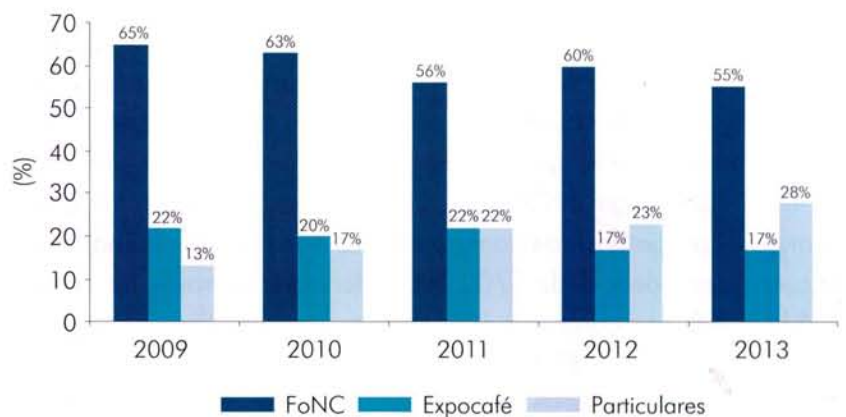
La Federación continuó apoyando la labor de las Cooperativas a través del reconocimiento de incentivos económicos por \$4.428 millones, en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores.

También resulta importante resaltar la participación activa de las cooperativas en el programa de Protección del Ingreso del Caficultor (AIC/PIC).

Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha  
2009 - 2013



Participación del FoNC en las compras de Cooperativas  
2009 - 2013



El 41% de las compras de las Cooperativas se financiaron con la línea de crédito del FoNC



Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Almacafé

**D**urante 2013 y en cumplimiento de su función de operador logístico del FoNC, Almacafé adquirió 33% más café que en 2012.

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 en la obtención de excelsos. Así la cosa, 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. Por su parte, el rendimiento es medido como la cantidad de kilos de pergamino necesarios para obtener un saco de 70 kilos de café verde excelso.

De esta forma, el rendimiento en compra fue de 91,7 Kg., 1,58 Kg. más que en 2012 (90,1 Kg.), mientras que el rendimiento en trilla fue de 92,5 Kg. En consecuencia, el indicador de gestión de trillas fue 0,81 Kg. que corresponde al nivel más bajo en los últimos 12 años.

Como resultado, hasta octubre de 2013, el porcentaje de excelso obtenido de la trilla fue de 75,7%.

También en 2013, CAFECERT certificó bajo las condiciones del reglamento de uso de la IGP, 22 marcas de café tostado de propiedad de siete clientes europeos. Por su parte, concedió la Denominación de Origen Protegida a 77 marcas de café, de las cuales 26 corresponden a café en forma de café verde excelso, 49 a café tostado, una a café verde consumo y una a café verde pasilla. Bajo el Programa Q Coffee System, que facilita la certificación de cafés verdes especiales, otorgó la categoría *specialty* a 31 lotes. De manera adicional, llevó a cabo las auditorías al concurso de la Taza de la Excelencia realizada en Pereira, así como al III Concurso Nacional de Catadores de Café realizado en Bogotá.

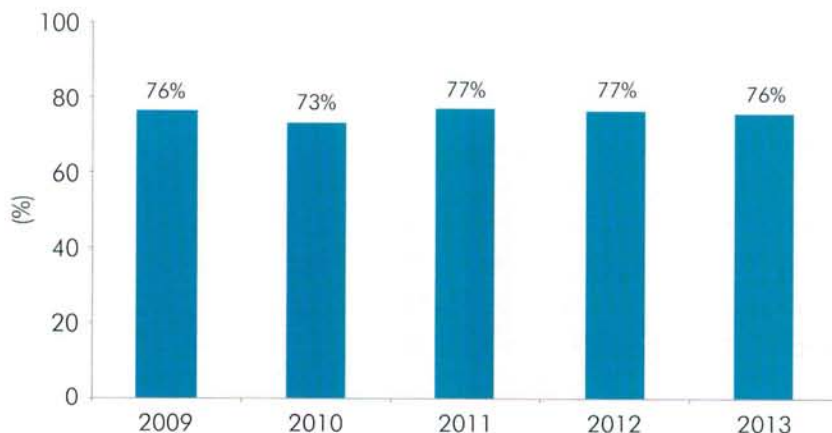
De manera adicional, CAFECERT fue re-acreditado por ONAC bajo los re-

quisitos de la Guía ISO/IEC 65:1996 y recibió autorización para certificar las denominaciones de origen regional Huila, Cauca y Nariño.

Para mantener los estándares y requerimientos de los mercados internacionales, Almacafé estableció nuevas condiciones tecnológicas de tuestión, molienda y empaque en su planta torefactora ubicada en Bogotá.

**77** marcas de café obtuvieron la Denominación de Origen Protegida "Café de Colombia"

Porcentaje de excelso obtenido a partir de 100 kg. de café pergamino 2009 - 2013



Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Estrategias para administración del riesgo

Para cumplir con el propósito de transferir el mayor porcentaje de precio internacional al productor, la Federación, con fundamento en el uso de instrumentos financieros, ha establecido una serie de estrategias para la cobertura del riesgo asociado a la volatilidad del precio del café, dentro de las cuales se destacan las siguientes:

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

En 2013, se negociaron 8,6 millones de kg de c.p.s. bajo este mecanismo. Dichas transacciones fueron realizadas a precios 19% por encima del precio base de compra vigente al momento de la entrega del grano.

**Mecanismo de venta con participación:** esta herramienta empezó a ofrecerse a mediados del año, para brindar una alternativa de administración del riesgo tanto a los productores, como a las Cooperativas de Caficultores. Para ello, se negocia el café para entrega inmediata y simultáneamente se adquiere un derecho para participar del incremento del precio del café en la Bolsa de Nueva York. De esta ma-



nera, el productor o la Cooperativa aseguran un precio de venta que les permite mitigar los riesgos asociados a la caída del precio del café en inventario.

**Contrato de protección de precio (CCP):** este mecanismo permite a los productores fijar con anticipación el precio de venta futuro para el café que se espera cosechar. Para ello, el caficultor puede escoger un valor igual al precio base de compra vigente el día de la compra del CPP o incluso 10% por encima. Buscando su masificación, el CPP está soportado en la plataforma tecnológica de la cédula cafetera inteligente y un sistema de respuesta por voz (IVR), a través del 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:** estos instrumentos están diseñados para cubrir el riesgo de precio del café que se mantiene en inventario para cumplir con los compromisos comerciales del FoNC. Para ello, los contratos de cobertura se gestionan mediante la liquidación y toma de instrumentos financieros que permitan extender su vencimiento. Durante 2013 el FoNC llevo a cabo más de 10 mil transacciones de este tipo.

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Ventas de café con valor agregado

La estrategia de valor agregado ejecutada por la Federación busca fomentar la exportación de cafés con valor adicional al verde estándar a través del fomento a la producción de cafés especiales, el desarrollo de proyectos para la industrialización del café y el ofrecimiento de servicios complementarios a los clientes del FoNC.

Como resultado, a diciembre de 2013, el FoNC exportó en volumen 18% más café con valor agregado y 25% más cafés especiales. Del total de embarques realizados, el 61% correspondieron a cafés con valor agregado y el 48% a cafés especiales. 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.

Para el total de las exportaciones, los embarques de café con valor agregado y cafés especiales aumentaron en volumen 22% y 28% respectivamente. En cuanto a la estructura de las exportaciones colombianas del grano, el 33% correspondieron a cafés con valor agregado, mientras que los embarques de cafés especiales ascendieron a 27%. Al igual que en las cifras del FoNC se observa un leve descenso en la participación de las exportaciones con valor agregado, resultado de la recuperación de la cosecha cafetera.

Como reconocimiento al esfuerzo en el proceso de producción y el mantenimiento de la calidad, se pagaron sobrepagos por US\$11,3 millones a los productores que han comercializado cafés especiales través del

FoNC. Lo anterior corresponde a un sobrepago promedio por libra equivalente a US\$4,33, 12% por debajo del valor reconocido durante 2012. Lo anterior, a causa de la caída de las cotizaciones internacionales.

Participación de las exportaciones por tipo de café 2010 - 2013



Sobrepagos pagados al productor por la comercialización de cafés especiales 2009 - 2013



## Cafés especiales

Durante 2013, la Federación continuó su labor de promoción y apoyo a la producción de cafés especiales fomentando entre los cafeteros la adopción de prácticas de producción sostenible avaladas por certificaciones y verificaciones internacionales. Gracias a lo anterior, el número de fincas dedicadas a la producción sostenible de café creció 43%, mientras el área aumentó 26%.

Actualmente, existen en Colombia más de 184 mil productores, 33% del total, cuyas fincas poseen más de 461 mil hectáreas certificadas o verificadas bajo algún estándar internacional. De estos, el 75% son cafeteros cuyos cultivos ascienden a 325 mil hectáreas verificadas, mientras que el 25% son propietarios de más de 136 mil hectáreas certificadas.

En 2013, Colombia exportó 2,6 millones de sacos de 60 kg de cafés especiales, de los cuales el 44% correspondieron a exportaciones realizadas por el FoNC.

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

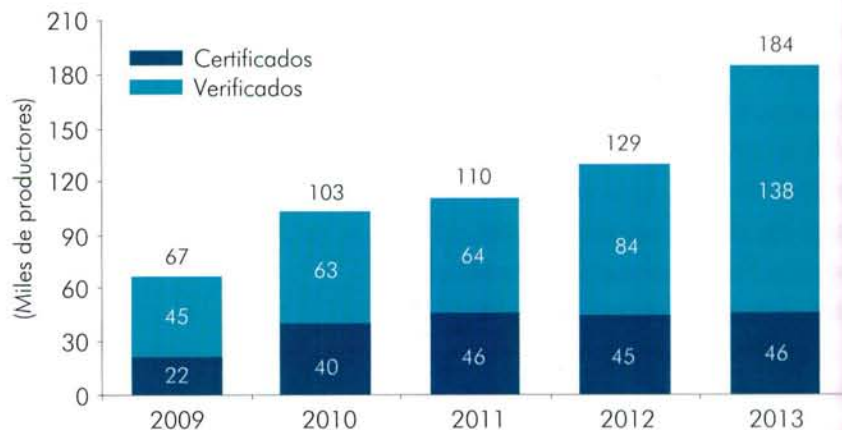
**Nespresso AAA:** gracias al trabajo mancomunado del Servicio de Extensión y Nespresso, 2.674 fincas cafeteras en Cauca y Nariño perte-

necientes a este programa, lograron certificarse bajo el estándar Rainforest Alliance. Asimismo, en este clúster se alcanzaron los siguientes resultados: i) dotación de 690 tanques tina para el beneficio ecológico del café; ii) construcción de 457 secadores solares parabólicos; iii) implementación

de 556 sistemas de tratamiento de aguas residuales.

Por su parte, en Santander se continuó con el proceso de ampliación y consolidación del clúster, el cual ya cuenta con 1.394 cafeteros vinculados al programa.

Productores participantes en programas de café sostenible 2009 - 2013



Exportaciones de cafés especiales 2010 - 2013



**Nescafé Plan:** se renovó el acuerdo entre Nestlé S.A. y la Federación para dar continuidad a las actividades de este programa en Colombia. De igual manera, durante 2013 se obtuvieron los siguientes resultados: i) producción de 6,5 millones de colinos de café de variedad resistente entregados a 1.260 cafeteros; ii) ampliación de la cobertura del programa a siete municipios del Valle del Cauca en los que se encuentran asentadas cerca de 5.300 familias cafeteras.

**Certificación de nuevos grupos de productores:** durante 2013, se verificaron 45 mil fincas bajo los principios del programa 4C, lo que equivale a una variación del 81% con respecto a 2012. Los departamentos de Norte de Santander, Cundinamarca y Tolima mostraron los mejores desempeños, al aportar 30 mil de las fincas incluidas durante la vigencia al programa. Valga señalar que durante el año, el programa se extendió a Boyacá, región en la que se verificaron 1.798 fincas bajo este estándar.

De otra parte, con el fin de ser habilitadas para comercializar café a Starbucks, se establecieron 839 nuevas unidades bajo el estándar C.A.F.E. Practices que en 2013 iniciaron su proceso para la obtención de la ve-



rificación para convertirse en nuevos eslabones en la cadena de suministro de esta marca.

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

**XI Taza de la Excelencia:** durante esta versión participaron 374 lotes de café originarios de regiones con cosecha principal entre el último trimestre de 2012 y el primer trimestre de 2013. El ganador de este año fue un caficultor del Huila que obtuvo un puntaje de 90,4 sobre 100 y cuyo café fue subastado a USD\$20,5 por libra.

**VI ExpoEspeciales "Café de Colombia":** este evento tuvo lugar del 16 al 19 de octubre en Corferias y contó con la participación de 102 expositores y 10.780 visitantes.

La agenda académica del evento incluyó la realización de tres seminarios internacionales, uno sobre roya del café, otro sobre mujeres cafeteras y finalmente uno sobre las diferentes iniciativas de sostenibilidad que se aplican en Colombia.

Adicionalmente, en el marco de la feria se llevaron a cabo el Campeonato Nacional de Baristas y el Campeonato Nacional de Catadores.

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Buencafé liofilizado de Colombia

**D**urante 2013 a causa de la situación económica en algunos mercados estratégicos y la tendencia a la baja registrada en el precio internacional, se generaron grandes retos para Buencafé que impulsaron cambios en la gestión organizacional, tales como la generación de eficiencias, la reorientación hacia nuevos mercados y la diversificación de clientes.

En 2013, se vendieron 8.025 toneladas, 1,3% más que en 2012. Este volumen permitió generar ingresos por US\$118 millones, lo que equivale a una reducción de 8% con relación a la vigencia anterior.

Por regiones, la participación en las ventas registró las siguientes variaciones: i) Europa redujo su participación en 7 puntos porcentuales y alcanzó el

47%, resultado de una reducción en las ventas al principal cliente; ii) Asia Pacífico subió 6 puntos porcentuales, con lo cual representa el 16% de las ventas de la fábrica y se convierte en el mercado con mayor crecimiento; iii) Norteamérica aumentó un punto porcentual llegando a 23%; iv) Centro y Suramérica participan con el 7%, dinamizada por Bolivia como nuevo nicho de mercado; v) Colombia mantuvo su participación de 8%.

Valga resaltar que los productos *Premium Sublime* y *Roasted Instant* representan el 14% del total de las ventas de Buencafé y se han convertido en los productos estrella en Rusia, Reino Unido y Corea. Asimismo, durante el año estos mismos productos fueron objeto de importantes reconocimientos internacionales: i) en el concurso *Superior Taste Award*,

obtuvieron una excelente valoración; ii) de acuerdo con la revista *Which*, el *Roasted* fue catalogado por encima del VIA de Starbucks y Millicano, al quedar tercero dentro del ranking de cafés solubles comercializados en el Reino Unido; iii) la fábrica fue seleccionada por *Walmart* como uno de sus proveedores más importantes y confiables.

Continuando con la estrategia de apertura de nuevos mercados, Buencafé estableció relaciones comerciales con ocho nuevos clientes en Asia, Colombia y Sur América, lo que representó ingresos por US\$1 millón. De igual manera, se han adelantado esfuerzos para: i) ampliar las líneas de negocio en Australia y Nueva Zelanda, donde ya se cuenta con presencia, y ii) abrir mercados en Corea, Indonesia y China.

Con motivo de los 40 años de Buencafé, se lanzó la edición especial del producto *Premium Café Buendía Sublime*, disponible en el punto de venta ubicado a la entrada de la fábrica, espacio que fue ampliado para brindar a los compradores un espacio más agradable.

El café *Premium Roasted* fue catalogado por encima del VIA de Starbucks y Millicano



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Procafecol

En 2013, la marca y cadena de tiendas Juan Valdez® Café continuó consolidándose en diversos frentes mostrando los siguientes resultados:

**Aspectos financieros:** a diciembre de 2013, los ingresos operacionales ascendieron a \$142 mil millones, lo que equivale a un aumento del 19% en comparación con lo observado en el mismo periodo del año anterior. Como resultado, el EBITDA registró un crecimiento de 8% frente al año anterior.

**Expansión del negocio:** durante el año, Procafecol continuó con su plan de expansión en el mercado interno mediante la apertura de 28 locales nuevos, para un total de 182 tiendas ubicadas en 24 ciudades colombianas. Resulta destacable la apertura de una tienda Juan Valdez® Café en la zona turística de San Andrés.

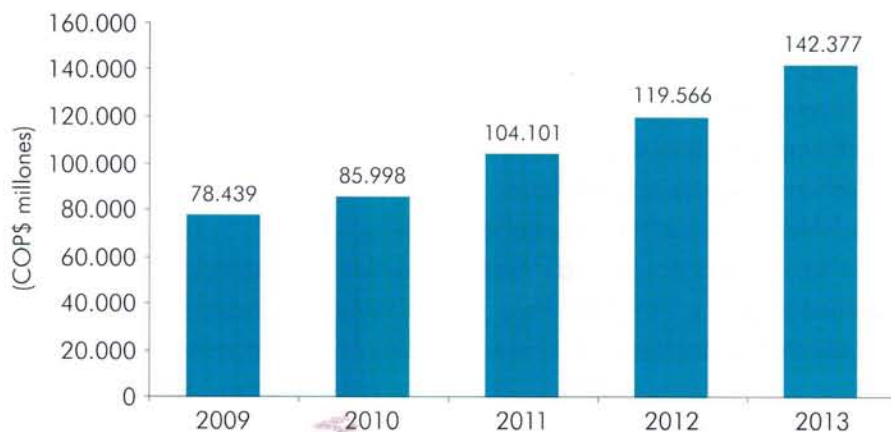
En cuanto a las grandes superficies, el café empacado y liofilizado marca Juan Valdez® se comercializa en más de 3.200 puntos de Estados Unidos, El Salvador, Guatemala, Chile, Ecuador, Uruguay, Perú, Reino Unido, Rusia, Taiwan, Singapur, China, Corea y Malasia. De manera adicional, en Colombia la marca mantuvo su liderazgo y presencia en la categoría Premium de café gracias a que se comercializa en 652 puntos de las grandes superficies.

El plan de expansión internacional se mantuvo con éxito bajo el modelo de franquicias. En 2013 se consolidó la presencia de la marca en los mercados latinoamericanos con la apertura de cinco tiendas en México y once en Perú, además de la apertura de la primera tienda Juan Valdez en Kuwait. En Aruba, Ecuador, Panamá, El Salvador y Chile se abrieron 14 tiendas nuevas.

Con lo anterior se totalizan 76 puntos de venta distribuidos en 10 países.

A lo largo del año, se cristalizaron acuerdos negocio que en 2014 permitirán la apertura de las primeras tiendas en Corea del Sur, Malasia, Costa Rica, Paraguay, Singapur, Emiratos Árabes, Brunei y Bolivia.

Ingresos acumulados Procafecol  
2009 - 2013



Número de visitantes tiendas Juan Valdez®  
2009 - 2013



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Procafecol

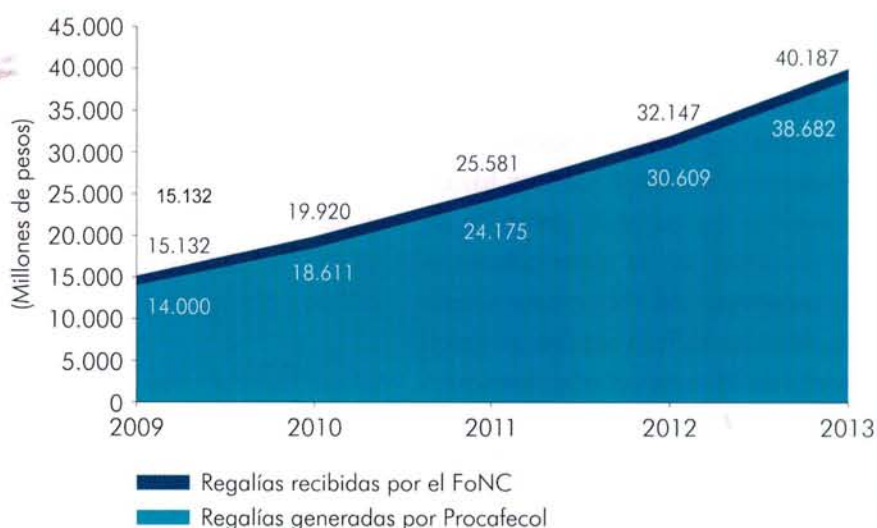
Durante 2013, se estima que 42 millones de personas visitaron las tiendas Juan Valdez®, gracias a lo cual desde la apertura del primer local, más de 200 millones de visitantes se han deleitado con el servicio y calidad de las tiendas.

**Beneficios para los caficultores:** desde su constitución, Procafecol ha reconocido al FoNC, \$38.682 millones por concepto de regalías, dinero que se reinvierte en proyectos de impacto social y en la generación de bienes públicos para beneficio de los caficultores colombianos. De igual manera, en lo corrido del año la compañía reconoció un diferencial promedio igual a 26 USD¢/libra por el café comprado.

**Cultura de innovación:** durante el año, Procafecol innovó en los procesos y productos que ofrece a sus clientes, destacándose los siguientes: i) licor de ron & café Juan Valdez®; ii) café edición especial 10 años Juan Valdez®; iii) café de origen Antioquia; iv) café conmemorativo 150 años de Pereira; v) lanzamiento nueva colección de ropa Semilla; vi) nuevos empaques para LAN, entre otros.

En agosto de 2013, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)

Regalías pagadas acumuladas por Procafecol  
2009 - 2013



declaró a Juan Valdez® como marca notoria, prorrogando su estatus especial en el mercado colombiano. Las marcas notorias son aquellas ampliamente reconocidas por los consumidores y que gozan de una protección especial frente a quienes intenten imitarla.

**10 años Juan Valdez® Café:** con motivo de esta celebración se rea-

lizaron diversas actividades en las tiendas: i) ediciones especiales de los productos con mayor acogida; ii) lanzamiento de una edición especial de café que reúne 10 orígenes diferentes; iii) realización del concurso en las redes sociales "Cuéntanos tu historia de café" que otorgó premios en viajes a los ganadores; iv) lanzamiento de una nueva estrategia web y cambio de imagen en internet.

**26 USD¢/libra es el diferencial promedio para los cafeteros que le vendieron su café a Procafecol**



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

Durante 2013, la Federación continuó dando prioridad a los clientes considerados como estratégicos y a quienes ofrece un portafolio innovador de productos adaptado a sus necesidades:

**Cafés con conceptos innovadores:** en 2013, Nespresso lanzó al mercado dos ediciones especiales de cápsulas denominadas *Trieste* y *Napoli* que utilizan café colombiano como base de preparación más grano proveniente de otros orígenes. Próximamente se lanzará al mercado una edición especial con café del cluster de Santander y Cauca, dentro de la misma línea de cafés de alta calidad en cápsulas para monodosis.

Para la celebración del LXXX Aniversario de UCC, mayor tostador del Japón, se lanzaron al mercado dos productos con café colombiano: i) proyecto "80 orígenes diferentes" que incluyó cafés provenientes de Armenia, el PCC, Cauca variedad Castillo®, Toledo Norte de Santander, y Típica San Andrés; ii) proyecto *Aroma Rich Selection* compuesto por doce *Drip Coffee* entre los que se encuentran dos cafés originarios del Paisaje Cultural Cafetero y cuyo empaque utiliza el logo del PCC y el distintivo de patrimonio cultural de la humanidad.



En octubre, el tostador japonés Suntory lanzó una edición especial elaborada a base de café del PCC bajo la línea de RTD BOSS y el lema "Fragancia con dignidad". Para su elaboración se utilizó el café de los tres departamentos que componen el PCC y se resalta el reconocimiento de esta zona por parte de la UNESCO como patrimonio de la humanidad.

**Programa de Micro-lotes de la FNC:** estos cafés considerados como obras de arte de la caficultura colombiana participan en concursos de talla mundial como la Taza de la Excelencia, y son demandados por los tostadores y baristas más exigentes debido a su calidad y perfil de taza. En 2013, el programa exportó 1.970 sacos de 60 Kg. de café de alta calidad, transfiriendo un importante sobreprecio a los caficultores 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.

**Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008:** este sistema ha permitido organizar los diferentes procesos de la unidad de negocio "comercialización de café verde". A diciembre de 2013 se encuentran redactados los modelos de negociación con los clientes que representan más del 80% del volumen de ventas del FoNC y los cuales recogen la forma como se relaciona la FNC con cada uno de ellos, en aspectos como la calidad, la logística, las condiciones de fijación del precio y los términos de pago, entre otros.

Penetrar y consolidar nuevos mercados

Comercialización sostenible y con valor agregado

## El café de Colombia en mercados emergentes

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.

En 2013, el volumen de exportaciones con destino a países emergentes representó el 6% (572 mil sacos de 60 kg.) del total de exportaciones del país, un 19% más que durante 2012.

Los principales destinos de dichas exportaciones fueron Corea del Sur (43%), Australia (16%), Rusia (16%), Israel (15%). El restante 10% tuvo como destino Argelia, China, Marruecos, Nueva Zelanda, Siria, Sudáfrica y Turquía. Se resalta la pérdida de participación de Rusia quien pasa de una participación de 21% en 2012 a 16% en 2013 y el incremento de la participación en 3 puntos porcentuales por parte de Australia y 5 puntos porcentuales por parte de Israel.

Dentro de las actividades desarrolladas por la Federación en 2013, encaminadas a la promoción del consumo de café de Colombia en los mercados emergentes se destacan: i) lanzamiento de un nuevo producto con café 100% de Caldas con la cadena de supermercados Emart, la más grande de Corea del Sur, ii) consolidación de los nego-



cios de cafés certificados Rainforest Alliance, orgánico, comercio justo y doble certificación orgánico/comercio justo así como la búsqueda de nuevos clientes de cafés especiales y microlo-

tes en Australia y Nueva Zelanda; iii) promoción del café liofilizado para los importadores de alimentos con una estrategia de desarrollo conjunto de marcas privadas en China.

Exportaciones de café colombiano a mercados emergentes  
2009 - 2013



Fomentar el consumo de café en el mercado interno

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Programa de fomento al consumo interno

Desde su lanzamiento, el Programa Toma Café, iniciativa de la Federación acogida por la industria torrefactora nacional, ha sido un factor clave en el proceso de dinamización del consumo en el mercado doméstico.

Según datos del Retail Index de Nielsen (índice de canales minoristas) durante 2013 el volumen de ventas de café creció un 2,1% con respecto al 2012. Se destaca el segmento de cafés Premium con el mayor crecimiento (8,5%) representando un 1,8% del total del consumo en hogares; por su parte, el segmento de Café Tostado y Molido creció un 2% que corresponde al 86% del consumo. En cuanto al consumo fuera del hogar, las ventas de las tiendas especializadas de café crecieron un 17%, impulsado por bebidas como el cappuccino y el frappé.

Dentro de las actividades del programa de posicionamiento de la bebida y comunicación de sus beneficios se destacan:

**Promoviendo motivos para preferir el café:** la campaña de televisión, radio, redes sociales y comunicación editorial "Explora la vida, explora el café" que busca elevar la notoriedad por el café entre las nuevas generaciones, llegó en las redes sociales a cerca de 140 mil jóvenes entre 18 y 24 años. El 27 de junio para la cele-

bración del día del café, se buscó posicionar la fecha mediante el lanzamiento de un comercial de televisión y una campaña de comunicación acogida por los principales medios.

**Derrumbando mitos y comunicando beneficios:** el programa continúa con la línea de divulgación científica sobre el café y la salud dirigida a profesionales y comunicadores de la salud. Gracias a convenios con las sociedades científicas, se ha logrado llegar a 14.450 profesionales quienes han asistido a los principales congresos médicos y han escuchado a los más destacados investigadores mundiales en la temática café y salud. De igual manera, la página [www.cafeyciencia.org](http://www.cafeyciencia.org) actualizada en convenio con la Fundación Santa Fé y que presenta los resultados de las investigaciones más recientes sobre el café y la salud, ya cuenta con más de mil visitas mensuales.

**Formación complementaria para elevar la competitividad del café en la "última milla":** con el objeto de elevar el consumo fuera del hogar, elevar la calidad de la bebida preparada e impulsar la introducción de las nuevas bebidas como cappuccino y frappé, Toma Café en alianza con el SENA, ha formado a cerca de dos mil preparadores de café de hoteles, restaurantes y cafeterías de 9 ciudades del país a través de cursos de fundamentos de Barismo.

De otra parte, en octubre de 2013 se llevó a cabo en Boyacá "La gran toma de café", evento que contó con la asistencia de más de 13.800 personas y que buscaba incentivar el consumo de la bebida y batir el récord mundial de toma multitudinaria de café. Para oficializar el récord, los organizadores enviarán un conteo oficial y registros fotográficos del evento a los Guinness World Records.

En agosto de 2013, se anunció la apertura de la primera tienda Starbucks en Colombia hacia mediados del 2014. Su presidente, Howard Schultz anunció que el café que se venderá en sus tiendas es 100% colombiano tostado por Colcafé. La entrada al mercado de este nuevo competidor se espera que impulse el crecimiento del consumo de café y la tendencia a tomar la bebida fuera del hogar.

La Gobernación de Boyacá, la Secretaría de Cultura y Turismo y la Federación de Cafeteros de Colombia (Comite-Boyacá) te invita a que seas parte de "LA TOMA DE CAFÉ MÁS GRANDE DEL MUNDO".

**Te esperamos**

4 de Octubre 10:30 A.M.  
Plaza de Bolívar-Tunja-Boyacá

Boyacá SENA

# Competitividad e innovación



## Avances

en 2013

**84 mil**

hectáreas renovadas en 2013

**27%**

de incremento en la productividad gracias a una caficultura más tecnificada

**\$1,03 billones**

en créditos PSF para renovación de cafetales tradicionales y envejecidos

**7.655 cafeteros**

accedieron al programa Fertilización y Productividad

**68 mil créditos**

con redescuento Finagro para el sector cafetero

**1.329**

personas del Servicio de Extensión en contacto directo con los caficultores

**184 mil**

cafeteros vinculados a los programas de cafés sostenibles

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Afianzar las prácticas de renovación

Las labores de aplicación comprenden todas las actividades de renovación de cafetales que cada año realizan los productores cuando sus lotes han cumplido el ciclo productivo. Así las cosas, dentro de estas labores se incluyen tanto las nuevas siembras como la renovación por zoca y por siembra.

En 2013, se renovaron 84 mil hectáreas que representan más de 456 millones de árboles. Lo anterior es resultado de la gestión del Servicio de Extensión y el programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), que facilita el acceso al crédito para la renovación de áreas tecnificadas envejecidas, tradicionales o en variedades susceptibles de pequeños cafeteros.

Por tipo de labor, se han renovado 47 mil (56%) hectáreas por siembra; 23 mil (28%) hectáreas por zoca, mientras 13 mil (16%) hectáreas corresponden a nuevas siembras. En total, la renovación por siembra más las nuevas siembras ascienden a 61 mil hectáreas establecidas con 318 millones de árboles.

Como resultado, la densidad promedio de renovación a nivel nacional equivale a 5.442 árboles por hectárea. Asimismo, el 88% de las renovaciones (73.846 hectáreas) fueron

realizadas mediante la siembra de variedades resistentes.

Aunque el ritmo de renovación se redujo en 2013 a causa de la disminución de las áreas potenciales y de la caída en el ingreso de los productores, la dinámica mostrada por las labores de aplicación en los últimos cuatro años, ha permitido renovar más de 400 mil hectáreas y transformar la estructura productiva de la caficultura colombiana.

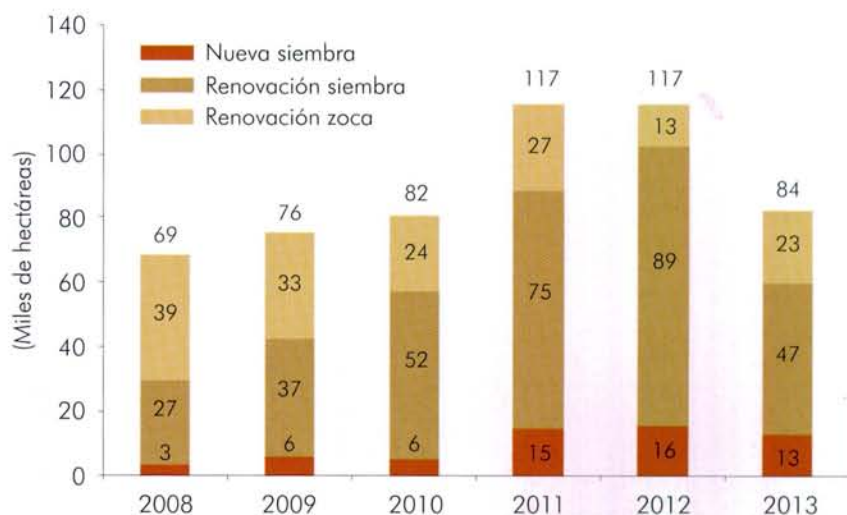
En 2013, el 95% de las plantaciones de café son tecnificadas y el 61% del área se encuentra sembrada en variedades resistentes a la roya. Además, en los últimos cuatro años, el parque cafetero compuesto por 974 mil hectá-

reas, aumentó en 787 millones de árboles (19%), logrando una caficultura más joven y productiva.

Muestra de lo anterior, fue el incremento en la productividad media del área cafetera, que en 2013 ascendió a 14,1 sacos de café verde por hectárea, 27% más que lo registrado en 2012.

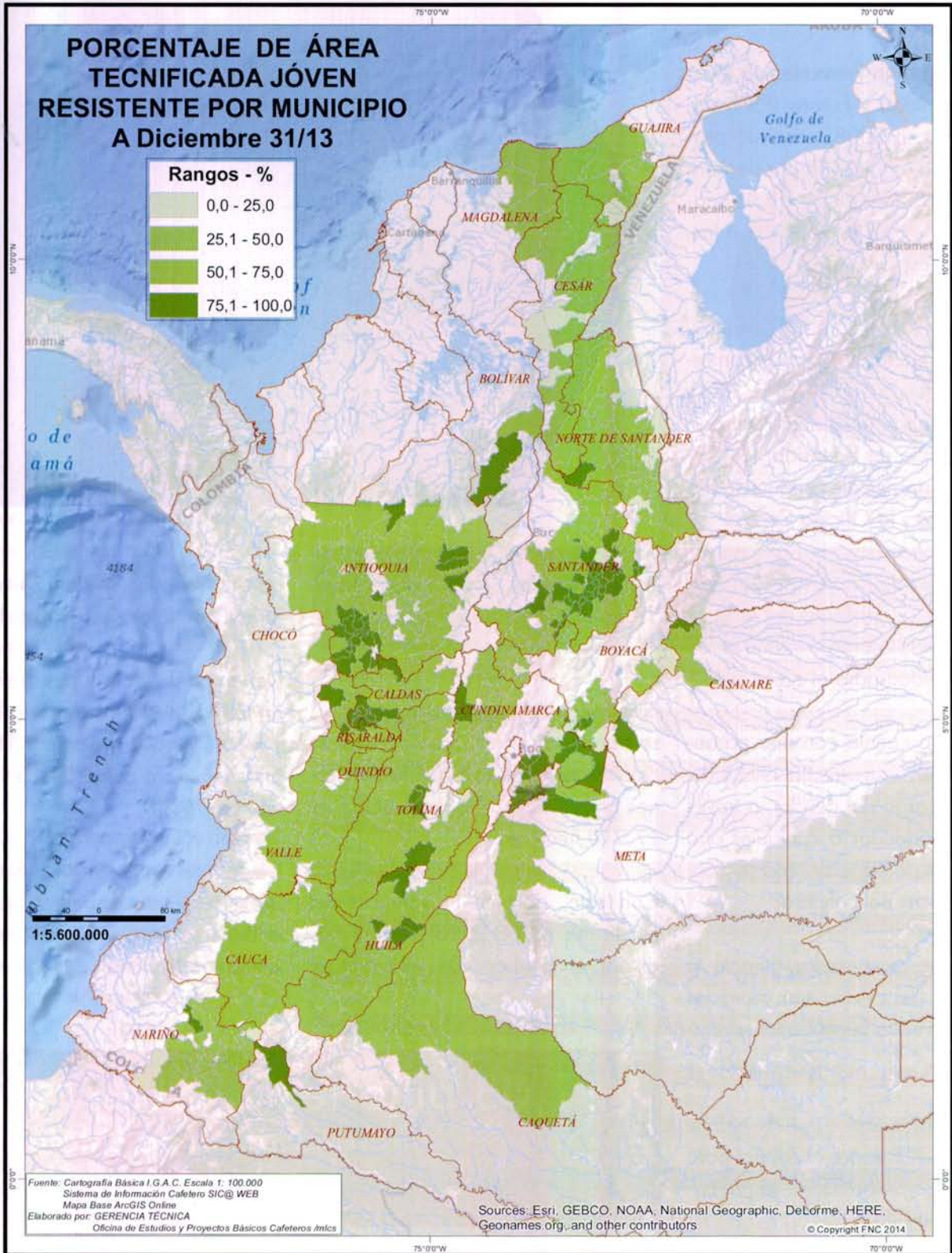
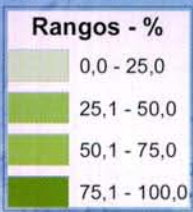
Esto indica que el proceso de transformación productiva de la caficultura colombiana está dando frutos, razón por la que resulta indispensable continuar con la sustitución de las áreas envejecidas y tradicionales por cafetales tecnificados. Con ello, se garantizará la competitividad y sostenibilidad de la actividad cafetera colombiana.

Áreas renovadas por labor de aplicación  
2008 - 2013



Fuente: FNC.

# PORCENTAJE DE ÁREA TECNIFICADA JÓVEN RESISTENTE POR MUNICIPIO A Diciembre 31/13



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF)

**E**l programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), iniciado en 2008, continuó promoviendo la renovación por siembra tecnificada de cafetales tradicionales, envejecidos o susceptibles a través del acceso al crédito.

Al igual que en 2012, el PSF se ejecutó a través del Banco Agrario, con recursos de redescuento de FINAGRO y el trámite de los créditos es realizado por el Servicio de Extensión, los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros y la Oficina Central.

**Condiciones del programa:** durante 2013, 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 mantiene el beneficio del 40% 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.

**Ejecución del programa:** en 2013, se tramitaron 19.053 solicitudes de crédito por valor de \$107.362 millones para financiar la renovación de 17.910 hectáreas.

Con esto, durante la vigencia del programa (2008-2013) se han tramitado un total de 204 mil créditos

para la renovación de 174 mil hectáreas por valor de \$1,03 billones.

Del total de solicitudes tramitadas en 2013, el Banco Agrario aprobó y desembolsó recursos por \$83.121 millones, para cerca de 15.107 cafeteros (79%).

De las restantes 3.946 solicitudes, 200 (1%) se encuentran en trámite en el Banco o FNC y 3.746 (20%) han sido negadas, anuladas o desistidas.



**\$1,03 billones en créditos PSF para la renovación de cafetales de pequeños productores**

### Incentivo a la capitalización rural:

en 2013, FINAGRO pagó 32.234 incentivos por \$81 mil millones correspondientes a créditos desembolsados en diferentes años por valor de \$182 mil millones. Con esto, durante toda la vigencia del programa PSF, han sido otorgados un total de 173.217 incentivos por valor de \$349 mil millones correspondientes a créditos por más de \$887 mil millones.

### 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 siembra de áreas en renovación susceptibles de ser incluidas en el programa PSF.

En 2013, una vez realizado el seguimiento a la cartera, se han recuperado \$6.420 millones (94%).

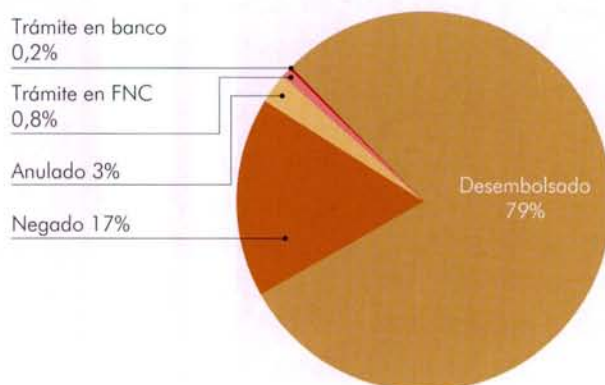
### Bancarización rural:

además de promover la renovación y tecnificación de la caficultura, el programa PSF facilita el acceso al sistema financiero de la población rural que antes no era objeto de los servicios bancarios.

Entre 2008 y 2013, el PSF ha permitido el acceso al sistema financiero de 181 mil cafeteros (40%) del total de crédito para café (448 mil).

### Solicitudes de crédito tramitadas

2013



### Resultados programa PSF

2008 - 2013

Departamento	2013			2008-2013		
	Caficultores	Hectáreas Financiadas	Millones de \$	Caficultores	Hectáreas financiadas	Millones de \$
Antioquia	2.078	1.330	7.972	27.397	17.018	100.718
Boyaca	519	405	2.428	4.279	2.837	16.884
Caldas	1.661	942	5.646	19.895	12.675	74.252
Caqueta	151	215	1.288	1.013	1.192	7.102
Casanare	132	151	908	902	919	5.465
Cauca	1.956	1.528	9.165	29.263	21.297	126.513
Cesar	992	1.801	10.801	5.901	9.381	55.548
Choco	10	3	20	76	40	241
Cundinamarca	1.128	1.059	6.357	11.131	9.382	55.347
Huila	1.475	1.336	8.009	18.159	17.188	102.241
La Guajira	144	247	1.486	831	1.183	6.904
Magdalena	514	826	4.964	3.607	5.166	30.578
Meta	106	169	1.015	889	1.064	6.338
Nariño	1.030	701	4.193	10.695	6.843	40.479
Norte Santander	720	819	4.912	7.198	6.561	38.810
Quindio	148	122	732	1.766	1.635	9.599
Risaralda	1.418	1.222	7.332	8.871	6.619	39.167
Santander	626	552	3.306	10.273	8.046	46.750
Tolima	3.251	3.440	20.632	30.958	33.419	197.459
Valle del Cauca	990	1.020	6.102	11.558	11.839	70.214
Total Nacional	19.053	17.910	107.362	204.662	174.304	1.030.609

Fuente: FNC.



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Programa Fertilización y Productividad

**A**nte la difícil coyuntura de precios y con el fin de apoyar al caficultor en la reducción de los costos, la Federación estableció una alianza con la empresa Nutrición de Plantas para la puesta en marcha del programa “Fertilización y Productividad” que busca reducir el precio al productor de los fertilizantes, insumos que representan cerca del 20% de los costos de producción.

De esta forma el programa permitió financiar con cero intereses entre agosto y diciembre de 2013, la compra del fertilizante requerido para abonar de manera oportuna los cultivos.

La ejecución de este programa de financiación de la compra de fertilizantes, se apalancó en los recursos apropiados por el gobierno nacional y aprobados por el Congreso de la República para el AIC/PIC.

Para acceder al programa, los cafeteros debían tener su cédula o tarjeta cafetera inteligente inteligente, puesto que los recursos destinados a la com-



pra del fertilizante eran descontados automáticamente por el Banco de Bogotá, quien era el encargado de transferirlos a Nutrición de Plantas.

El tope máximo a adquirir en fertilizante por cada cafetero ascendía a 70% del monto disponible del AIC/PIC que a su vez dependía del cupo de producción potencial individual estimado con fundamento en el SICA. Así las cosas, el valor máximo a financiar por hectárea era de \$1 millón y el mínimo a financiar para la compra de fertilizante fue de \$500 mil.

El programa fue ejecutado por las Cooperativas de Caficultores mediante el uso de un aplicativo web actualizado diariamente para informar el monto del cupo disponible de cada cafetero para la financiación de la compra de fertilizantes.

Desde su inicio, a mediados de agosto hasta diciembre 31 se beneficiaron 7.655 cafeteros, ubicados en 151 municipios del país, quienes adquirieron 8.090 toneladas de fertilizante por valor de \$9.465 millones. Lo anterior, corresponde a un promedio por cafetero de 1,1 toneladas o 21 sacos de fertilizante, a razón de \$1.170.000 por transacción.

**7.655** cafeteros adquirieron fertilizante a través del programa Fertilización y Productividad

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Cultivos complementarios al café

En 2013, la Federación a través del Servicio de Extensión, continuó promoviendo las siembras de maíz y frijol en zona cafetera, con el fin de aprovechar el periodo improductivo de los lotes de café renovados por zoca o por siembra. Esta estrategia de producción permite obtener alimentos clave en la dieta alimenticia de las familias cafeteras, así como una fuente adicional de ingresos durante la etapa de renovación.

Asimismo, con el apoyo del Ministerio de Agricultura se dio continuidad al programa País-Maíz en zona cafetera para incrementar la oferta nacional de este producto y sustituir importaciones.

Por otra parte, la Federación en cumplimiento del convenio con el CIMMYT (Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo) y Fenalce, apoyó a través de Cenicafe el desarrollo de nuevos materiales promisorios con mayor productividad y resistencia a problemas fitosanitarios y adaptables a las condiciones ecológicas de la zona cafetera.

En 2013, Fenalce entregó en forma gratuita, un total de 15 toneladas de semilla híbrida para maíz a los cafeteros colombianos.

Como resultado, en 2013, se sembraron en zona cafetera 39.591 hectáreas de maíz y 49.100 hectáreas de frijol, esto es 51% y 17% más que lo registrado en 2012, respectivamente.



Siembras de maíz y frijol  
en zona cafetera  
2013 (hectáreas)

Departamento	Maíz	Frijol
Antioquia	6.684	7.354
Boyacá	763	317
Caldas	857	410
Caquetá	548	399
Casanare	108	5
Cauca	1.326	296
Cesar - Guajira	2.857	2.203
Cundinamarca	2.914	15.709
Huila	6.895	5.923
Magdalena	825	627
Meta	268	120
Nariño	2.760	5.894
Norte de Santander	750	563
Quindío	750	512
Risaralda	2.064	499
Santander	2.601	3.152
Tolima	3.177	2.716
Valle del Cauca	3.443	2.399
Total	39.591	49.100

Fuente: FNC.

En 2013 se establecieron en la zona  
cafetera **39** mil hectáreas de maíz y **49**  
mil de frijol.

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Crédito cafetero

**Líneas de crédito con redescuento Finagro:** a través del Servicio de Extensión, la Federación asesora a los caficultores para el acceso a diferentes líneas especiales de crédito agropecuario con destino a inversiones en capital de trabajo, inversión en establecimiento de cafetales e infraestructura para la producción.

En 2013, se otorgaron 67.795 créditos para café por valor de \$406.485 millones en las diferentes líneas.

Del total de crédito para café, el 29% corresponden a colocaciones del programa PSF y Apoyo Crediticio al Caficultor (ACC).

**Fondo de Garantía del Café - FOGACAFE:** funciona como un complemento a la garantía FAG y se utiliza para facilitar el acceso a líneas de crédito de beneficiaderos ecológicos (20% del capital) y sostenimiento de cafetales (entre 40% y 45%).

A diciembre de 2013, existen garantías vigentes de FOGACAFÉ para 11.504 créditos por valor de \$12.383 millones, de los cuales el 93% se otorgó para créditos de sostenimiento y 8% para beneficiaderos ecológicos y cultivos complementarios.

**Línea especial de crédito para beneficiaderos comunitarios:** el objetivo de esta iniciativa, es contribuir a

mejorar la productividad y la competitividad en la finca, ofreciéndole al caficultor la posibilidad de ahorrar costos de operación, conservar el medio ambiente, preservar la calidad del café y mejorar sus condiciones de vida.

Esta línea de crédito, cuenta con recursos de Finagro, que otorgará créditos a las Cooperativas quienes serán los administradores del beneficio ecológico comunitario. La tasa de interés de estos créditos es del DTF más 4 puntos con ICR del 40% si es para caficultores pequeños y del DTF más 7 puntos con ICR del 20% si es para caficultores medianos.

Actualmente se encuentran dos proyectos en marcha:

▣ **Cañasgordas (Antioquia):** liderado por la Cooperativa de Caficultores del Occidente de Antioquia, beneficiará a 72 pequeños productores con una inversión de \$450 millones. Tendrá una capacidad de 10 mil @ c.p.s al año.

▣ **Belén de Umbría (Risaralda):** liderado por el grupo asociativo Cuchilla San Juan, beneficiará 110 pequeños productores con una inversión de \$560 millones de los cuales Colciencias aportará \$260 millones para equipos con tecnología Ecomill®. Contará con una capacidad de 12,5 mil @ c.p.s al año.

### Colocación de crédito para café 2012 - 2013

Concepto	2012		2013	
	Créditos	Millones \$	Créditos	Millones \$
<b>Sostenimiento</b>	19.217	62.531	27.362	77.061
Café Tradicional	251	1.185	357	1.428
Café Tecnificado	18.966	61.346	17.830	58.628
Sostenimiento ACC			9.175	17.005
<b>Inversión</b>	67.944	497.661	36.932	291.653
Siembra de Café	12.825	122.051	10.024	85.231
Renovación de Cafetales	55.045	374.526	26.849	205.939
Café Especial	28	810	25	238
Mejoramiento Cafetales	46	274	34	245
<b>Infraestructura</b>	2.899	32.037	3.501	37.771
Beneficiaderos de Café	2.899	32.037	3.501	37.771
<b>Total</b>	90.060	592.229	67.795	406.485
Renovación PSF+ ACC*	40.075	220.861	27.026	116.006
Participación %	44%	37%	40%	29%

\* 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



**A** **poyo crediticio al caficultor:** este programa fue diseñado por el Banco Agrario en cumplimiento de los compromisos realizados en el Acuerdo por la Prosperidad realizado en Chinchiná (Caldas) en febrero de 2013.

El programa ofrece dos líneas de crédito:

- **Financiamiento de cuota e intereses:** destinada a cancelar las cuotas e intereses de los créditos que estén al día y tengan vencimientos en 2013. Cuenta con un plazo de 60 meses y la tasa de interés es la DTF+4 puntos.
- **Sostenimiento:** consiste en un préstamo de \$1 millón por hectárea para el sostenimiento del cafetal. El plazo es hasta 24 meses y la tasa de interés es DTF+7 para créditos menores a \$20 millones y DTF+5,5 para créditos superiores a \$20 millones, además cuenta con garantía FAG del 80%.

En 2013, se tramitaron 4.822 créditos para el pago de cuotas con vencimiento durante ese año y 11.150 créditos para sostenimiento de 20.330 hectáreas. De este total, el Banco ha desembolsado \$23.426 millones correspondiente al 78% de los créditos tramitados.

**Cartera PRAN-FINAGRO:** la Ley 1504 de 2011 otorgó un plazo de dos años, hasta el 30 de diciembre de 2013, para que los deudores del PRAN Cafetero, PRAN alivio a la deuda cafetera y PRAN agropecuario, puedan extinguir la obligación a su cargo pagando el mayor valor entre el 30% del capital inicial y el pago realizado por FINAGRO sin incurrir en intereses corrientes, de mora u otros generados a la fecha del pago.

En diciembre, fue expedida la Ley 1694 de 2013, que modifica la Ley 1504 prorrogando este beneficio por un año más, hasta el 31 de diciembre de 2014.

Como estrategias para la recuperación de la cartera se han enviado cartas, mensajes de texto y volantes a los

caficultores, y se ha hecho difusión de la obligación en los programas de televisión y radio del Profesor Yarumo.

Hasta diciembre de 2013, están vigentes 28.872 obligaciones a cargo de 26.439 productores por valor de \$50.674 millones.

**Normalización de cartera FIDUCAFE:** los beneficios de la Ley 1504 de 2011, se extendieron a los deudores de FIDUCAFE quienes tienen hasta el 30 de diciembre de 2013 para pagar el 30% del capital inicial. A la fecha se han recuperado \$670 millones de 500 obligaciones, quedando vigentes 9.851 obligaciones que pertenecen a 7.184 deudores por valor de \$4.660 millones.

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 cuenta con recursos por \$56 millones de RGC Coffee Ing y pretende contribuir al relevo generacional en el sur del Tolima, mediante el establecimiento de un proyecto pedagógico productivo (PPP) para los estudiantes vinculados a la Institución Educativa de Bilbao en Planadas (Tolima).

El proyecto incluye la transferencia de capacidades a 50 jóvenes beneficiarios en el manejo técnico, productivo, administrativo y social de las fincas cafeteras, el suministro de los insumos requeridos para el establecimiento de 5.000 árboles nuevos de café en una hectárea cedida o alquilada por sus padres.

La ejecución del proyecto pedagógico productivo constituye un producto complementario a la graduación en el marco del Programa Escuela y Café de la institución educativa.

**Jóvenes caficultores sembradores de futuro:** este proyecto cuenta con la cooperación de Community Coffee Company de Estados Unidos,



para el beneficio de cerca de 100 jóvenes entre los 12 y 18 años pertenecientes a los municipios de Toledo y Labateca en Norte de Santander.

A través del proyecto se busca 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 lograrlo, el proyecto fortalece los proyectos de vida de los jóvenes a través de talleres de producción sostenible que los incentiva a permanecer en la producción de café.

150 jóvenes  
caficultores  
vinculados a  
programas  
de relevo  
generacional

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: durante 2013, el Servicio de Extensión continuó con su labor de atención, 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 y de convenios suscritos con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 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 llevaron a cabo los aspectos técnicos y operativos de los programas de la Federación a través de líderes, extensionistas y personal de apoyo en 18 departamentos, 98 seccionales y 592 municipios del área de influencia cafetera.

En el nivel departamental y seccional se contó con un total de 402 profesionales entre líderes departamentales, coordinadores de programa, coordinadores seccionales y auxiliares, además de 927 extensionistas de programas nacionales, para un total de 1.329 profesionales y téc-

nicos que conforman el Servicio de Extensión a nivel nacional.

Adicionalmente, la Federación a través de los Comités Departamentales gestiona recursos y alianzas con cooperantes y ONG's, para el desarrollo de programas específicos que incluyen labores de asistencia técnica en determinadas regiones. Se destaca

el caso de Nestlé que apoya programas de café especial en varios departamentos con un total de 93 extensionistas, que sumados a otros convenios departamentales aportan aprendices, pasantes y extensionistas sociales que totalizan 135 técnicos en programas específicos, para un total de 1.464 profesionales idóneos de servicio directo al caficultor.

### Equipo Humano del Servicio de Extensión

2013

Departamento	Líderes Deptales Coordinadores y Auxiliares Administrativos	Extensionistas programas nacionales	Subtotal Servicio de Extensión	Otros programas de Asistencia Técnica	Total equipo humano
Antioquia	37	127	164	0	164
Boyacá	7	14	21	0	21
Caldas	59	77	136	0	136
Cauca	30	74	104	48	152
Cesar - Guajira	12	25	37	0	37
Cundinamarca	21	64	85	0	85
Huila	18	131	149	0	149
Magdalena	8	10	18	0	18
Nariño	14	40	54	44	98
Norte Santander	14	37	51	0	51
Quindío	29	36	65	3	68
Risaralda	36	47	83	0	83
Santander	21	53	74	22	96
Tolima	32	99	131	6	137
Valle del Cauca	50	78	128	12	140
Caquetá	2	5	7	0	7
Casanare	2	4	6	0	6
Meta	10	6	16	0	16
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>927</b>	<b>1.329</b>	<b>135</b>	<b>1.464</b>

Fuente: FNC.

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

Competitividad e innovación

## Servicio de Extensión

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

De esta forma, en 2013, se realizaron 741.287 actividades de capacitación utilizando métodos individuales, de los cuales 275.483 fueron visitas a finca y 429.918 visitas recibidas en oficina. Esto es cerca de 80 mil (13%) actividades individuales más que las realizadas en 2012.

Asimismo, mediante metodologías grupales se realizaron 35.886 eventos con asistencia de 570.759 cafeteros, equivalente a una participación promedio de 16 cafeteros por evento.

El método de extensión grupal más utilizado fue la reunión con 23.508 eventos que atendieron un total de 350.491 cafeteros, seguido por los cursos cortos (5.261) y las demostraciones de método humanizadas (4.729).

Entotal, en 2013 participaron 1.276.160 personas, en actividades individuales y grupales de extensión. Valga la pena resaltar que una persona puede participar en más de un evento.



**Programas de capacitación al Servicio de Extensión:** con el fin de reforzar y retroalimentar el conocimiento que se brinda al productor, se cuenta con programas permanentes de capacitación presencial y virtual sobre temas técnicos relevantes dirigidos a los extensionistas y coordinadores seccionales:

- **Capacitación presencial:** con el apoyo de Cenicafé se realizaron 26 cursos en los departamentos cafeteros con la asistencia de 34 extensionistas por curso, para un total de 865 personas capacitadas en las siguientes temáticas: clima y café; conservación de suelos; sistemas agroforestales con café; suelos y nutrición de cafeta-

les; manejo de plagas del café; y manejo de enfermedades de café.

- **Capacitación virtual:** en 2013, se dictaron tres cursos virtuales con una duración de 10 semanas cada uno. El curso Sistemas de Producción en café fue aprobado por 529 extensionistas; el curso Fertilización de Cafetales por 121 técnicos y el curso de Extensión Rural por 61 técnicos.
- **Otros programas:** además de lo anterior, 53 extensionistas pertenecientes a diferentes Comités Departamentales aprobaron un curso virtual y presencial sobre extensión rural dictado por la FMM y promovido por el MADR.

## Sanidad vegetal

Las condiciones climáticas no solo tienen efecto en la producción, sino que también mantienen una estrecha influencia sobre la dinámica de las plagas y enfermedades y su interacción con el cultivo.

Durante el segundo semestre de 2012 y primer semestre de 2013, el Océano Pacífico ecuatorial mantuvo una condición neutra, lo que permitió que los niveles de brillo solar y la disponibilidad de agua se ubicaran dentro de los niveles adecuados para el crecimiento del árbol y el desarrollo del fruto durante todo el año.

Esta situación provocó una menor incidencia y severidad de enfermedades como roya, gotera, muerte descendente y mal rosado a nivel nacional. Sin embargo, en algunas regiones específicas se presentó alguna incidencia de broca, el chinche de la chamusquina, el minador de la hoja y la arañita roja, plagas que fueron detectadas y tratadas entre el Servicio de Extensión y los productores.

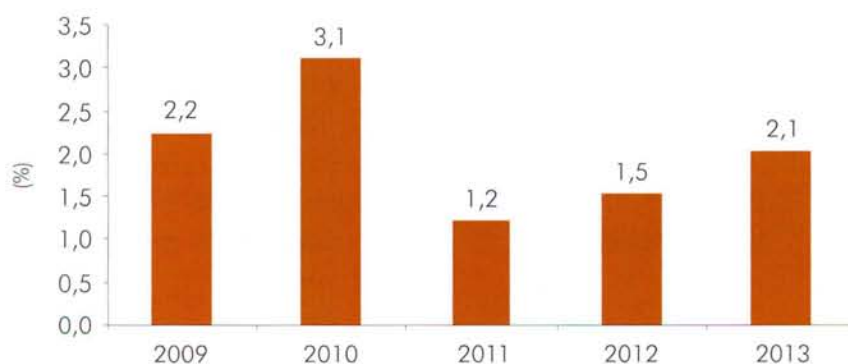
A partir de 2013, como resultado de los recientes procesos de capacitación al Servicio de Extensión, los criterios de decisión para el manejo de plagas y enfermedades, asociadas a la cambiante oferta climática, se concentraron en alertas tempranas generadas de manera regional.



De esta forma, las recomendaciones para enfrentar los focos de arañita roja en la zona central de Caldas se centraron en proteger los controladores biológicos (enemigos naturales) y el control localizado únicamente en áreas afectadas, con acaricidas registrados y avalados por Cenicafé.

Durante 2013, se continuó con la adopción de recomendaciones regionales de control de broca, lo que permitió mantener el porcentaje de infestación por debajo del umbral de daño económico, en todo el país.

Niveles de Infestación de broca pergamino en Almacafé  
2009 - 2013



Fuente: FNC.



## Sistema de Alertas Tempranas para broca y roya

La estrategia de vigilancia fitosanitaria para broca y roya en toda la zona cafetera colombiana, ha permitido consolidar el sistema de alertas tempranas.

Esta metodología de protección vegetal ha permitido evaluar en más de 4.500 lotes de café entre 24 y 60 meses de edad, el comportamiento de los dos problemas fitosanitarios mas relevantes para la caficultura.

El sistema de alertas tempranas resulta de la integración de información histórica de clima, fenología del cultivo, distribución de la cosecha y datos del muestreo de campo, lo que permite generar respuestas efectivas y oportunas contra la roya y la broca.

Los registros del sistema evidencian los logros alcanzados en la disminución del nivel de incidencia de roya, que pasaron de 5,3% en noviembre de 2012 a 3,9% en septiembre de 2013.

Por su parte, el promedio de infestación por broca aunque subió medio punto porcentual al pasar de 1,9% en noviembre de 2012 a 2,4% en septiembre de 2013, se encuentra

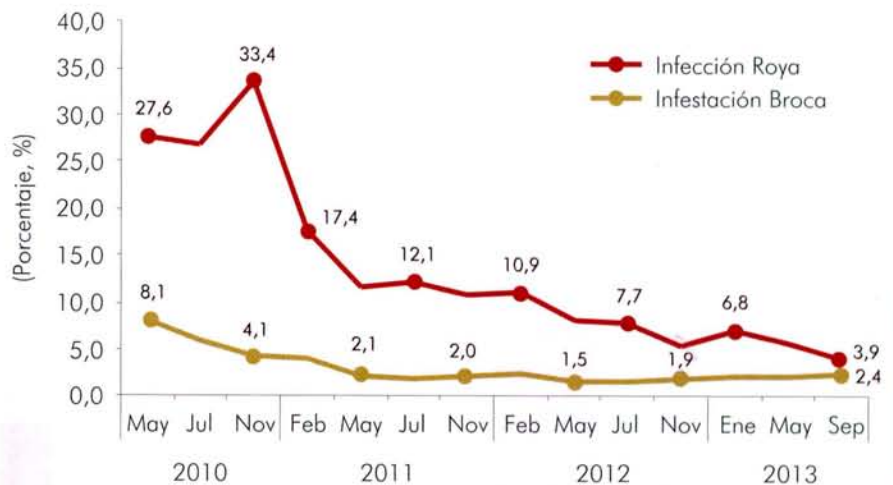
por debajo del umbral de daño económico de la plaga.

Adicionalmente, se lograron importantes avances en regionalización fitosanitaria (área de baja prevalencia de roya en Santander), a partir del conocimiento de las curvas epidemiológicas de la roya en las diferentes zonas y de la información registrada en el Sistema de Información Cafetero (SICA). Este trabajo ha permitido aportar elementos de planifi-

cación para la renovación cafetera en función de la vulnerabilidad de las diferentes regiones.

Igualmente, mediante trabajo conjunto con Cenicafé se esta adelantando la evaluación del riesgo de introducción de plagas exóticas como el CBD y el fortalecimiento de las alianzas con instituciones públicas y privadas para dar respuesta a los desafíos que enfrenta la caficultura, en sanidad y nutrición especialmente.

Evolución de Roya y Broca  
2010 - 2013



Fuente: FNC.

## Programas para la producción de cafés especiales

En 2013, el Servicio de Extensión continuó asesorando a los caficultores para que puedan diferenciar su producto y obtener un valor agregado en la comercialización del grano.

Esta diferenciación se obtiene por su origen, por su producción sostenible o por el tamaño del grano. La labor del Servicio de Extensión consiste en asesorar a los productores con el fin de que puedan cumplir los requisitos de cada estándar de sostenibilidad o código de conducta y así obtener la certificación o verificación de su unidad productiva.

En 2013, la cobertura del programa en la categoría de sostenibles fue de 184 mil productores con 461 mil hectáreas de café, de las cuales 28% (127 mil) son certificados y 72% (334 mil) verificados.

Por el número de participantes y el área en café certificada o verificada, sobresalen los programas 4C, Fairtrade y Nespresso AAA.

A continuación se presentan los avances de otros programas específicos para la producción de cafés sostenibles:

**Proyecto mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la producción de café de calidad:** con recursos por

\$3.468 millones aportados por Mitsubishi Corporation y la Federación, 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 2013, quinto año del proyecto, se capacitaron 280 familias de Urumita y Villanueva (Guajira) y Santa Marta (Magdalena) a través de 30 talleres y se inició la construcción de infraestructura productiva en fincas de ambos departamentos.

**Proyecto piloto para pasar de 4C a certificación UTZ:** desarrollado con el fin de facilitar el proceso de implementación y certificación UTZ de productores verificados 4C. Durante 2013 se culminaron los procesos de certificación y los ejercicios comparativos de los dos sellos de sostenibilidad.

En este piloto participaron 180 caficultores de Quinchía y Apía en Risaralda y se invirtieron recursos por \$734 millones aportados por Tchibo GmbH de Alemania, IDH de Holanda, 4C y UTZ.

**Nescafé Plan Colombia:** este proyecto hace parte de la iniciativa de

sostenibilidad global de Nestlé S.A. Para el periodo 2013-2015 el proyecto recibirá aportes por USD1,2 millones para ampliar la cobertura a 7 municipios y beneficiar 3.500 productores con la distribución de 6,5 millones de plántulas de café, la renovación de 1.176 hectáreas y el fortalecimiento del componente de género.

**Producción de Café sostenible para mejorar la calidad de vida en Cauca y Nariño - Progreso:** 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 33 mil pequeños productores de 49 municipios de Cauca y Nariño.

En 2013, la ejecución del proyecto se centró en el fortalecimiento del clúster Cauca-Nariño y la ampliación de acciones en Santander a través del desarrollo de los siguientes componentes: desarrollo de sistemas de calidad para el abastecimiento del café, un modelo ambiental para la protección de los ecosistemas, un sistema de gestión para el incremento de la productividad y la implementación de sistemas de apoyo económico.

Liderar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente

Competitividad e innovación

## Silvicultura como complemento al cultivo de café

**Programa Forestal:** este programa se orienta a la protección y recuperación de los recursos naturales en 58 municipios de 8 departamentos cafeteros:

❑ **Componente Forestal:** en 2013, con recursos del MADR por \$5 mil millones, se alcanzó una cobertura de 39.075 hectáreas, que sumadas al programa Río Magdalena acumulan 69.193 hectáreas.

❑ **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 la madera. En 2013, se fortaleció la capacidad operativa de la fábrica en Charta (Santander) y se inició la construcción de un patio de secado.

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

En 2013, se realizó una evaluación intermedia del programa, que cumple 6 años, con el fin de medir sus impactos y resultados, e imple-



mentar acciones de mejora hacia el futuro.

❑ **Componente biodiversidad:** en 2013, se habilitaron 6 viveros ubicados cerca de las microcuencas, en los cuales se producirán 280 mil plántulas de 100 especies nativas destinadas a la construcción de 1.332 hectáreas de corredores de conservación biológica.

Por otra parte, para la construcción de una línea de base de variables relacionadas con la biodiversidad, se avanzó en la caracterización de estos aspectos: uso del suelo en 7 microcuencas; calidad fisicoquímica del agua en Huila; construcción de índices sobre conocimiento y actitud frente a la biodiversidad; desempeño am-

biental y calidad en el proceso productivo del café en finca.

Asimismo, se adelantaron talleres de sensibilización con 1.800 personas que permitieron la creación de 25 comités participativos que se encargan de promover acciones de protección de los recursos naturales en los siguientes frentes: manejo de residuos, educación ambiental, cuidado de las quebradas, protección de fauna, protección de humedales, protección de bosques, entre otros.

### **Incorporación de la Biodiversidad**

**en el paisaje cafetero:** Este proyecto financiado con recursos del GEF y ejecutado por PNUD y la Federación, busca crear un entorno propicio para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café.

□ **Certificación-verificación de corredores de conservación:** en 2013, se destaca la certificación -verificación de 28.363 hectáreas de café, el establecimiento de 593 hectáreas de corredores de conservación y la producción de 122 mil plantas de 213 especies nativas.

□ **Servicios ambientales:** se implementaron dos esquemas piloto de pago por servicios ambientales hídricos: el primer esquema funciona en las cuencas Sánchez y Palmas (Nariño), en donde la hidroeléctrica CEDENAR aporta los recursos para el incremento de la cobertura vegetal. El segundo esquema funciona en cuenca Toro (Valle del Cauca) y se orienta a la disminución de la carga contaminante de la caficultura mediante la transferencia de tecnología a los productores, cuenta con recursos del Fondo Patrimonio Natural y la CVC.



Por otra parte, la Federación recibió del ICONTEC la segunda verificación al programa de Compensación de Emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) para las hectáreas de especies nativas establecidas en 13 municipios de Nariño, Valle y Cauca.

□ **Arreglos institucionales, capacitación, difusión:** en 2013 se suscribieron convenios con autoridades ambientales de Quindío, Nariño, Valle del Cauca, el municipio de Montenegro y entidades privadas como CEDENAR y el Fondo Patrimonio Natural, cuyos recursos han permitido ampliar el área para reforestación en 317 hectáreas, en más de 115 predios y el mejoramiento

de la infraestructura de beneficio en más de 60 fincas cafeteras.

En 2013, el proyecto contó con recursos por USD420 mil más contrapartidas de los socios regionales por USD540 mil.

## Cenicafé

### Variabilidad climática y desarrollo de nuevas variedades

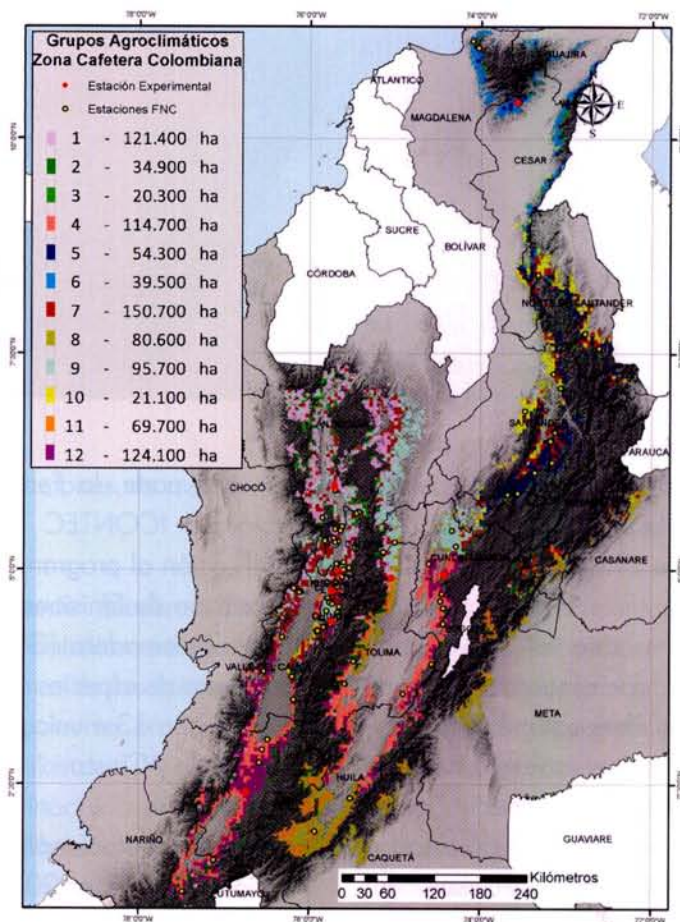
La variabilidad climática interanual generada por los eventos El Niño-La Niña afecta de manera diferente las condiciones agroclimáticas (temperatura, brillo solar, precipitación) y por ende el potencial de producción y la productividad en cada zona.

Por lo anterior, para entender el patrón de esta variación, se construyó una línea de base espacial con 21 indicadores bioclimáticos para cada zona, a partir de los datos disponibles en la Red Climática Cafetera.

Como resultado se obtuvo una aproximación de zonificación agroclimática para el cultivo de café en Colombia, que permitió identificar 12 zonas en las que la respuesta del cafeto está condicionada a las restricciones y aptitudes del ambiente.

Por otra parte se iniciaron las siembras de nuevas líneas mejoradas para evaluar su adaptación en diferentes ambientes de la zona cafetera. Estas líneas provienen de cruces de Castillo® con etíopes, con resistentes a roya y CBD, y con la especie *coffea canephora*.

### Mapa de zonificación agroclimática cafetera



Fuente: Cenicafé.

### Denominación de origen y calidad

Se elaboró un documento técnico para soportar la solicitud de denominación de origen para el café de Santander ante la SIC y para el Tolima se tomaron

muestras de pergamino para analizarlos con la metodología NIRS.

Por otra parte se hicieron estudios de referenciación y diferenciación del café de Colombia de otros orígenes

productores de *Coffea arábica* y *C. canephora* a través de la red NIRS y se hicieron pruebas en dos fincas de aseguramiento de la calidad del café en el beneficio, secado y transporte.

### Nutrición y sanidad vegetal

**Nutrición del café:** las investigaciones arrojaron que: i) la respuesta al suministro de nutrientes en café depende de la cantidad y oportunidad de la labor más que del tipo de fertilizante. ii) en la zona cafetera central fraccionar más de dos veces el fertilizante por año no tiene efecto sobre la producción. iii) no se justifica aplicar más de 300 kg de nitrógeno por ha/año en cafetales en etapa de producción. IV) el suministro de nitrógeno, incrementa el peso del fruto, modifica la composición y mejora la calidad física del grano.

**Manejo de enfermedades:** las condiciones ambientales en 2013, disminuyeron la incidencia de roya, sin embargo se recomienda hacer un control adecuado y una fertilización oportuna principalmente a la sombra donde su impacto es mayor.

**Manejo de plagas:** La broca del café, se mantiene en niveles inferiores al umbral de daño económico. Se está desarrollando un producto natural para su control, el cual po-

see radicación de patente a nombre de la Federación.

Igualmente se adelantaron investigaciones en el manejo de otras plagas como la cochinilla harinosa, la araña roja, el minador de las hojas y la chamusquina. Se están preservando 178 cepas de hongos entomopatógenos para el control de estas plagas del café.

### Sostenibilidad ambiental

**Estudios de erosión:** se adelantaron estudios para determinar el riesgo de erosión en 10 municipios del Quindío que registran un alto índice de erosividad de la lluvia.

**Tecnología de beneficio:** Se evaluó comparativamente en finca el ECO-MILL® 1500 frente a la tecnología BECOLSUB encontrando un menor consumo de agua y de energía (68%) y un control del 100% de la contaminación generada por las aguas residuales del lavado.

**Uso de subproductos:** se aprovechan para la producción de biocombustibles, generando los lineamientos básicos para el diseño de una Biorrefinería. Los resultados consisten en la transformación del mucílago, pulpa, tallos de café y borra, en etanol, metano, amonio, biodiésel, plástico y abono orgánico, en microfermentadores.

**Producción de semilla:** en 2013, la distribución de semilla a los Comités de Cafeteros procedente de las Estaciones Experimentales de Cenicafé fue de 72.980 kg, mientras que en las fincas de caficultores de la red productora de semilla se adquirieron 38.012 kg. En total se suministraron 111 toneladas de semilla de variedades resistentes a la roya del café, para los programas de renovación.

**Medición de la huella de carbono:** en 2013, el ICONTEC otorgó a la Federación la certificación de la metodología desarrollada para medir y gestionar la huella de carbono en la cadena de valor del café. Esta, se logró a través de un proyecto piloto que hizo la medición de un lote de café (300 mil Kg) proveniente de la Unión (Nariño) durante siete etapas de la cadena de producción, transformación y comercialización.

### Divulgación y transferencia

En conmemoración de sus 75 años, Cenicafé publicó en 2013, el Manual del Cafetero Colombiano, que contiene las recomendaciones y tecnologías sobre todos los temas relativos al cultivo (clima, suelos, conservación, sistemas de producción, cosecha y poscosecha, etc) para ser transferidas al Servicio de Extensión y a los caficultores.

## Cenicafé

### Adaptación de la caficultura al cambio climático

**Estaciones meteorológicas:** en convenio con el MADR, se amplió la Red Meteorológica Cafetera con la instalación de 82 estaciones de tipo automático que transmiten datos a la plataforma agroclimática cafetera. Se instalaron cinco estaciones meteorológicas (tipo cuenca) con sensores de humedad relativa, temperatura, radiación global, radiación fotosintéticamente activa, presión barométrica y lluvia con el fin de evaluar el efecto del clima sobre la broca del café en la cuenca del Río Risaralda.

Con base en esto se desarrolló un módulo de alertas tempranas de roya y broca, así como de riesgo de deslizamiento que se encuentra en la plataforma agroclimática cafetera AGROCLIMA.

**Riesgo agroclimático:** en 2013 se avanzó en la regionalización del riesgo agroclimático de la zona cafetera central y occidental (Caldas, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca y Sur Oeste de Antioquia). En este proyecto se elaboraron los mapas de riesgo hídrico en escenarios de variabilidad climática y se está desarrollando un aplicativo web para que los caficultores puedan consultar con su código

SICA el nivel de riesgo agroclimático en su finca.

**Floración:** la floración es un parámetro principal de la producción del café, razón por la que se adelantan investigaciones para determinar los mecanismos ambientales y genéticos que la regulan. Cuantificar los factores ambientales que desencadenan dicho proceso, se constituye en la mejor herramienta para predecir su comportamiento y regularla en el futuro.

**Uso eficiente de nutrientes:** dado que dentro de la estructura de costos de producción de café, la fertilización constituye cerca del 20% del costo total, y de éste alrededor del 40% es nitrógeno (N), se adelantan investigaciones con el objetivo de implementar estrategias de mejoramiento encaminadas a la obtención de variedades que se destaquen por ser eficientes en el uso de este recurso.

**Criterios fisiológicos para la producción de almácigos:** tradicionalmente los almácigos se producen utilizando volúmenes considerables de suelo y en bolsas plásticas, con las implicaciones ambientales y sanitarias que esto conlleva. Por tal razón, se está estudiando la viabilidad de utilizar tres contenedores sostenibles para almácigos de café como: Bandejas de

tubos plásticos, espumas agrícolas y Jiffy's pellets.

**Indicadores microbiológicos del suelo:** en 2013, se dio continuidad a estudios en indicadores microbiológicos del suelo asociados al cambio climático, al tiempo que se explora la posibilidad de hallar microorganismos con potencial para la sustitución parcial de los fertilizantes fosfóricos y nitrogenados. En este sentido se han aislado y conservado 61 cepas de hongos nativos asociadas al fósforo y 37 cepas de bacterias con capacidad de fijar nitrógeno atmosférico.

**Manejo integrado de arvenses:** con el fin de evaluar el efecto del clima en la población de arvenses, se realizaron muestreos en lotes cafeteros de las regiones Norte, Centro y Sur del país. Los mayores valores de cobertura del suelo por las arvenses ocurrieron en sitios donde el manejo y control se hizo de manera integrada, con valores promedio hasta del 59%. Se logró reunir información para 216 arvenses, entre las cuales se destaca la presencia de la especie de alta interferencia *Anredera cordifolia*, en diferentes zonas del país, para la cual se brindaron herramientas de identificación y manejo.

Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

Competitividad e innovación

## Investigación participativa

La estrategia de Investigación Participativa con Agricultores (IPA) ha tenido éxito en el objetivo de preparar tecnológicamente la caficultura para enfrentar la oferta climática cambiante, en especial en la adopción de variedades resistentes a la roya.

Además, las parcelas IPA siguen siendo una herramienta de extensión grupal en Buenas Prácticas Agrícolas y permiten fortalecer el programa de producción de semilla Variedad Castillo® en fincas de caficultores, que en 2013 ascendió a 38 mil kilos producidos bajo los protocolos de Cenicafé.

Asimismo, bajo la orientación de Cenicafé en agosto de 2013 se inició la instalación en todos los Comités de Cafeteros, de nuevas parcelas IPA con énfasis en fertilización y nutrición. Esta etapa que se desarrollará en asocio con las empresas productoras de agroinsumos, busca avanzar en la óptima fertilización, como una de las principales prácticas que contribuye con el adecuado crecimiento y el logro del máximo potencial productivo en el cultivo del café.



En algunas de las parcelas se validarán también los avances en bio-nutrición del café, a partir de los trabajos de Cenicafé adelantados entre 2002 y 2013.

**Proyección de la cosecha cafetera:** desde 2011, se viene implementando una nueva metodología para la proyección de la cosecha semestral. Esta 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 con 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 superior 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.



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



## Avances

en 2013

**469 mil**

Cédulas y Tarjetas Cafeteras Inteligentes emitidas

**90%**

de los recursos del AIC/PIC desembolsados a través de la cédula cafetera inteligente

**300**

familias cafeteras capacitadas en el uso y apropiación de la Tableta de Información Cafetera (TIC)

**160**

tabletas Motorola para el Servicio de Extensión

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 productores agremiados y el medio transaccional para el reconocimiento de los apoyos e incentivos monetarios entregados por la Federación a través de sus diferentes programas.

En la actualidad, los cafeteros que disfrutan de los beneficios de la cédula cafetera inteligente, sumados a los productores a los que se les ha entregado la tarjeta cafetera inteligente, ascienden a 469 mil. De estas cédulas y tarjetas cerca de 373 mil han sido utilizadas activamente para acceder a los programas de la Federación. Como resultado de este trabajo, la cédula cafetera inteligente registra un nivel de penetración del 81% (usuarios/total cafeteros), siendo mayor que el de los servicios financieros en Colombia, el cual asciende a 67%.

La red de la cédula cafetera inteligente está compuesta por: i) 486 puntos de compra de las Cooperativas de Caficultores; ii) 474 establecimientos comerciales; iii) 417 almacenes de insumos agrícolas; iv) cajeros automáticos de la red bancaria nacional; v) 675 sucursales del Banco de Bogotá a nivel nacional.

Desde su puesta en funcionamiento se han canalizado a través de la pla-

taforma de la cédula cafetera inteligente \$1,8 billones de pesos en más de 8 millones de operaciones, que han permitido la entrega directa de apoyos a los cafeteros y sus familias.

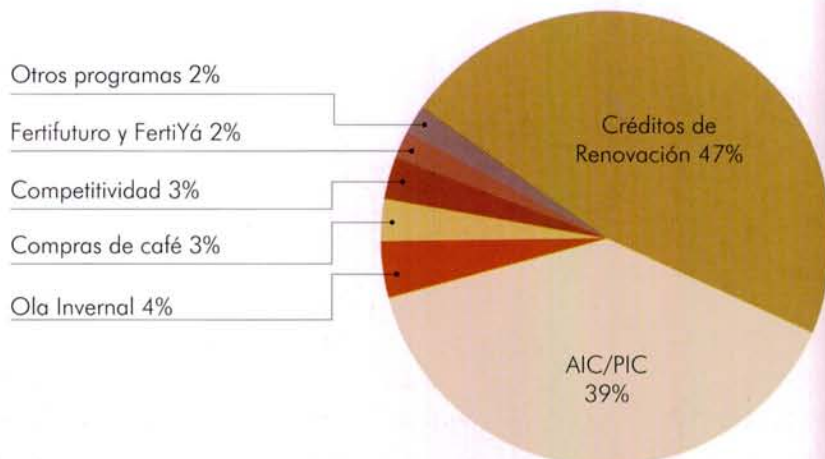
A diciembre de 2013 se han realizado abonos por \$1.039 mil millones, de los cuales \$935 mil millones corresponden al incentivo al precio otorgado por el programa AIC/PIC, que a su vez equivalen al 90% de los recursos transferidos por el programa.

Debido a la importancia creciente de este mecanismo, la Federación en alianza con el Banco de Bogotá realizó durante el LXXIX Congreso Nacional de Cafeteros el lanzamiento de

una nueva versión de la cédula y tarjeta cafetera inteligente, que cuenta con mayores servicios financieros y canales para la realización de transacciones.

Así las cosas, con la nueva cédula, los cafeteros podrán abrir una cuenta de ahorros, recibir giros y realizar transferencias bancarias y compras en más de 220 mil establecimientos en el país, entre muchos otros beneficios. Este importante anuncio beneficiará en un principio a cerca de 450 mil productores cafeteros de todo el país, de los cuales cerca de 400 mil se estarían bancarizando por vez primera. Sin duda, esta iniciativa se constituye en una de las de mayor alcance en el sector rural de Latinoamérica.

Abonos realizados a través de la Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente (2007 - 2013)



Fuente: FNC.

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## SIC@ Web

El Sistema de Información Cafetera (SICA) es la herramienta estratégica para el diseño, formulación, trazado y seguimiento de las políticas de competitividad y sostenibilidad de la caficultura colombiana.

El SICA está compuesto por una base alfanumérica geo-referenciada que contiene los atributos de cerca de 2 millones de lotes, equivalentes a 965 mil hectáreas de café de propiedad de 560 mil productores. A comienzo de 2013 se incorporaron al SICA dos municipios del sur de Bolívar, con lo cual existen en el país 592 municipios cafeteros, 53% del total nacional.

Para apoyar la labor del Servicio de Extensión, se desarrollaron aplicativos para consulta web del avance en las metas de renovación de cafetales y la elaboración de reportes dinámicos con la información de los distritos. De otra parte, se implementó el aplicativo que integra la información de los caficultores registrados en el SICA con la herramienta SAP, lo cual permite la liquidación y pago de los incentivos otorgados por el programa AIC/PIC.

Durante 2013, buscando actualizar el banco de imágenes digitales utilizado para la geo-referenciación de la información contenida en el SICA,



se adquirieron aerofotografías de alta definición con cubrimiento de 909 mil hectáreas aproximadamente.

De esta forma, a la fecha se han cubierto con este tipo de material más de 4,8 millones de hectáreas de los 20 departamentos cafeteros, equivalentes al 68% de la zona cafetera del país.

Por su parte, para hacer más robusto al SICA, se están adquiriendo imágenes generadas con tecnología LiDAR que hacen posible la obtención de: i) información de las características morfológicas del terreno incluso en condiciones meteorológicas adversas; ii) imágenes tridimensionales de los puntos por metro cuadrado; iii) información de los elementos que se encuentran por debajo del dosel de los árboles.

También durante la vigencia se adquirieron 160 tabletas Motorola con destino al personal del Servicio de Extensión adscrito al programa AAA Nespresso. Las tabletas están acondicionadas con el aplicativo iAAA Nespresso y el SICA.

A diferencia de las tabletas comerciales, estos equipos están diseñados para trabajar en campo bajo condiciones extremas y con mayores niveles de seguridad. Las tabletas funcionan bajo un sistema operativo Android y cuentan con un GPS de alta precisión. De manera adicional, están provistas con un software que permite a la Oficina Central o Comité Departamental conocer la ubicación en campo de cada equipo y actualizar las versiones de los aplicativos instalados en los equipos.

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Plataformas en internet para audiencias especializadas

Consciente de que cada una de sus audiencias posee necesidades específicas de información, la Federación ha creado diversas estrategias de comunicación en internet dentro de las cuales se destacan las siguientes:

**Contenidos especializados sobre Café de Colombia:** con esta estrategia se comunica a la audiencia nacional e internacional los atributos que hacen único al café de Colombia y se amplía el mensaje de los valores detrás del grano colombiano.

Durante 2013, se pusieron a disposición del público especializado los siguientes contenidos: i) tour virtual con fotografía de 360° por una típica finca cafetera para dar a conocer en detalle el proceso de producción del café y ii) línea de tiempo con los hitos de la construcción de la marca y su actual posicionamiento.

De otra parte, se crearon los siguientes formatos audiovisuales: i) *Colombian Coffee Stories*: mediante el cual se trasmite al consumidor información sobre la calidad del café colombiano; ii) *Coffee Facts*: cápsulas de un minuto en las que se enseña de forma animada y didáctica las razones que hacen especial el grano nacional; iii) *Meet The Growers*: cortometraje que permite a la audiencia entrar en con-

tacto con el diario vivir de los productores de café.

**Colombian Coffe Hub (CCH):** es la comunidad dirigida a baristas y a profesionales que hacen parte de la industria de cafés especiales. En la actualidad, CCH cuenta con más de 2.500 miembros en 66 países, así como 1.400 seguidores en *Twitter*. La participación entre los miembros ha venido creciendo y la generación de contenidos y conocimiento colectivo han hecho del CCH un referente para la cultura barista.

Este año a través del CCH se lanzaron los *Lectures Series* como estrategia para la difusión de conocimiento especializado sobre el café colom-

biano. Se desarrollan en formato de charlas realizadas por expertos de la institucionalidad cafetera que comparten enseñanzas sobre los aspectos productivos, científicos, de procesamiento y sensoriales que determinan la calidad final del café. Durante el año se realizaron cinco *Lectures* que fueron vistas por los miembros de la comunidad en más de 20 países.

**Lectures series**  
una estrategia para  
difundir conocimiento  
especializado sobre el  
café colombiano



Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Programas educativos virtuales

**Implementación y apropiación de la tableta de información cafetera (TIC):** dando continuación a la estrategia de llevar la tecnología al campo colombiano, la Federación suscribió un convenio con la Fundación Manuel Mejía y SAP Andina y del Caribe para desarrollar un programa de apoyo educativo y tecnológico enfocado en la formación de caficultores.

Las capacitaciones se dictaron en los siguientes ejes temáticos: i) generalidades del portal cafetero; ii) correo electrónico; iii) consultorio jurídico cafetero; iv) manejo del SICA Web; v) generación y uso de reportes generales de SAP relativos a ventas y calidad del café, consulta del extracto del caficultor, informe de retención en la fuente y pedidos de depósito. El programa se desarrolló en 13 municipios de Antioquia y Caldas, y contó con la participación de 300 cafeteros y sus familias.

De forma complementaria, la FMM adelantó 15 talleres para la apropiación de las herramientas del Portal Interactivo Cafetero, en los que participaron 267 productores miembros de las Cooperativas de Caficultores de Caldas y Antioquia. Adicionalmente, en lo corrido del año se entregaron 133 tabletas a través de las Cooperativas de Caficultores en seis departamentos del país.



**Tecnocentros cafeteros:** la FMM lleva a cabo un proceso de alfabetización digital para los productores que son beneficiarios de los 60 Tecnocentros ubicados en Cauca, Casanare, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño y Norte de Santander. Para ello, se desarrollaron los siguientes cursos virtuales: i) Cafetales Productivos; ii) Manejo Integrado de la Roya del Cafeto; iii) Fertilización de Cafetales. A la fecha se han matriculado 2.858 cafeteros en los diferentes cursos.

**Cursos virtuales "Caficultura climáticamente inteligente":** durante 2013 se dictaron los cursos: i) Extensión rural; ii) Sistemas de Producción de Café; iii) Fertilización de Cafetales. Con estos contenidos se capacita a los extensionistas para que presten una mejor asistencia técnica bajo los

principios de una caficultura climáticamente inteligente.

En estos cursos se matricularon un total de 822 extensionistas, de los cuales 607 tomaron el curso Sistema de Producción de Café, 143 el de Fertilización de Cafetales y 72 el de Extensión Rural.

**Curso virtual de entrenamiento de las tiendas Juan Valdez®:** durante 2013 la FMM diseñó y desarrolló los contenidos de los programas de formación virtual de Procafécol.

Estos cursos, que se implementarán a partir de febrero de 2014, están dirigidos a los colaboradores de las tiendas Juan Valdez® Café y se concentran en dos módulos: i) Todos somos Juan Valdez® y ii) Vamos a las tiendas.

# Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Avances

en 2013



**Más de 13 mil**  
cafeteros capacitados en gestión  
empresarial

**700 mil**  
beneficiarios por el proyecto Gestión  
Inteligente del Agua

**22.241**  
cafeteros y colaboradores de la FNC  
fueron capacitados por la FMM

**Más de 3.000**  
caficultores se capacitaron en  
seguridad laboral

**24 mil millones**  
para inversión en obras de infraestructura  
comunitaria

## Gestión empresarial

Con el fin de fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial de los caficultores para el manejo eficiente de la empresa cafetera, la Federación continuó desarrollando el programa de Formación Continua en Gestión Empresarial en sus 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.

Como resultado de las 404 evaluaciones realizadas, se tiene que los caficultores beneficiados tuvieron experiencias exitosas en los siguientes porcentajes: i) el 79% en fertilización de cafetales, registros de producción, trabajo en equipo y manejo de roya; ii) el 87% en la implementación de herramientas administrativas; iii) el 86% en conteo del número de árboles; iv) el 78% en diagnósticos de la empresa; v) el 76% en plan de mejoramiento; vi) el 77% en cronograma de labores; vii) el 80% de los participantes está en vía de cambio o mejorado las prácticas tecnológicas; viii) el 78% de los cafeteros iniciaron manejo de indicadores de eficiencia de mano de obra.

**Nivel avanzado:** en este nivel los productores profundizan en la adopción de herramientas administrativas que le permiten elaborar un plan de alternativas para la complementación de sus ingresos y maximizar el margen de su empresa cafetera.

En 2013 se realizaron 360 evaluaciones, las cuales arrojaron que los caficultores beneficiados tuvieron experiencias exitosas en los siguientes porcentajes: i) el 88% adoptó algún indicador económico; ii) el 74% elaboró el presupuesto para café en pro-

ducción; iii) el 86% conoce el costo de producción de una arroba de café; iv) el 82% utiliza indicadores de eficiencia y v) el 75% inició la elaboración de un plan de alternativas.

En 2013 este programa benefició a más de 13.638 productores que conformaron 951 grupos y asistieron a 7.651 reuniones. De este modo, en el período 2002-2013 se han capacitado 161 mil productores y se han ejecutado recursos por \$13.851 millones aportados por la SAC, el SENA, el Ministerio de Agricultura y la Federación.

### Beneficiarios programa Gestión Empresarial 2013

Departamento	Cafeteros	Grupos conformados	Reuniones realizadas
Antioquia	1.760	116	993
Boyacá	250	13	120
Caldas	1.063	77	599
Caquetá	90	6	40
Casanare	64	4	32
Cauca	1.215	107	774
Cesar	262	20	135
Chocó	20	1	8
Cundinamarca	924	65	619
Huila	1.649	111	832
La Guajira	64	4	32
Magdalena	166	11	96
Meta	74	4	32
Nariño	894	58	475
Norte de Santander	578	36	285
Quindio	412	36	291
Risaralda	983	50	435
Santander	813	56	433
Tolima	1.375	96	762
Valle del Cauca	982	80	658
<b>Total</b>	<b>13.638</b>	<b>951</b>	<b>7.651</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 32 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 apuesta 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 brindar apoyo a niños y jóvenes rurales a través de mayores niveles de escolaridad y acceso al mundo 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 y la CHEC grupo EPM. Durante un período de cinco años, se busca beneficiar a 24 mil jóvenes estudiantes hijos de caficultores.

Educación para la Competitividad se desarrolla alrededor de las siguientes líneas de acción: i) educación media; ii) acceso a la educación superior; y iii) conexión laboral. De este modo se busca que los jóvenes completen el ciclo educativo y se incorporen rápidamente al mercado 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 obtenido los siguientes avances: i) 18 nuevas instituciones educativas vinculadas con 505 alumnos de los grados 10° y 11° para un total de 96 escuelas vinculadas y 2.320 estudiantes beneficiados; ii) 3.406 procesos evaluados en certificación de competencia de los estudiantes rurales; iii) 25 instituciones educativas en el proyecto de emprendimiento; y iv) 1.470 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 2.212 jóvenes rurales se encuentran inscritos en programas técnicos profesionales y 195 en pro-

gramas técnicos profesionales; y ii) financiación de 53 planes de negocio 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, 471 jóvenes han sido vinculados al mundo laboral.

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.

### Conexión Laboral

#### Nuevos Propietarios Cafeteros

"Los jóvenes rurales estamos ligados al campo y somos cafeteros por tradición. Confío en convertirme en un Nuevo Propietario Cafetero, porque el café ha representado mucho para el país y lo seguirá siendo siempre".



Alber Mauricio Amariles, inscrito en el proyecto Nuevos Propietarios Cafeteros, Municipio de Pácora.

### Educación Media

"Realizar el bachillerato en la zona rural es una oportunidad muy grande, ya que muchos jóvenes del campo no pueden desplazarse a la ciudad a terminar sus estudios. Esto significa un camino para alcanzar los sueños y metas".



Daniela Villegas Ospina, cursa 11° grado en la Institución Educativa Llanadas, Municipio de La Merced.

### Educación Superior

"Tener a La Universidad en el Campo es un sueño cumplido gracias a una Alianza Público Privada que cree en nosotros, los jóvenes rurales, como los próximos generadores de desarrollo, paz y éxito para el país".



Lindy Yureidy Areiza, Técnico Profesional en Formulación e Implementación de Proyectos Agropecuarios, Supla.



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.

Durante 2013, la FMM a través de sus programas educativos presenciales y virtuales, contribuyó a la formación de 22.241 cafeteros y colaboradores del gremio; 1.802 productores beneficiarios de programas para el desarrollo del sector rural, y 14.870 familias en el sector urbano.

Entre los principales programas ejecutados por la FMM durante el año se destacan:

**Formación de cafeteros para fortalecer la productividad con criterios técnicos, empresariales y ambientales:** para brindar oportunidades de mejora de las competencias laborales de los cafeteros, la Federación, el SENA y la FMM, conjuntamente con 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, desarrollaron este programa en 102 municipios. Gracias a ello, se formaron



5.695 cafeteros en los siguientes programas de educación a distancia: i) Técnico en aseguramiento de la calidad del café en la finca; ii) Auxiliar en producción de café.

**Programa de formación en empresa para organizaciones de productores agropecuarios:** desarrollado por la FMM en alianza con el Ministerio de Agricultura en 23 departamentos con el propósito de consolidar las capacidades de gestión, convocatoria y trabajo en equipo de las organizaciones de productores agropecuarios. Con fundamento en lo anterior, en 2013, se beneficiaron 6.471 produc-

tores mediante la entrega de módulos de apoyo y la realización de visitas de acompañamiento a 163 organizaciones.

**Acuerdo de subsidio de Microcapital:** en convenio con PNUD, la FMM implementa en seis departamentos del país, la metodología de formación de empresarios del MADR. Este programa tiene como meta atender mil productores que hacen parte del proyecto Fortalecimiento de capacidades locales para la integración productiva de la población en situación de pobreza y vulnerabilidad del PNUD.

### **Programa de formación de nivel técnico profesional y tecnológico:**

este convenio tiene como propósito diseñar conjuntamente programas de formación en café en el ciclo técnico profesional y tecnológico bajo la metodología de Escuela Nueva, que puedan estar articulados al ciclo de educación media. La FMM participa aportando su amplia experiencia en el diseño y desarrollo de materiales educativos para procesos de formación en el sector cafetero a nivel técnico, administrativo, social y gremial.

### **Proyectos pedagógicos productivos:**

este proyecto ejecutado por la FMM en convenio con el Ministerio de Educación tiene por objeto formar el personal técnico de las Secretarías de Educación, docentes y directivos docentes en la formulación, viabilización y seguimiento de proyectos pedagógicos productivos (PPP) de establecimientos educativos rurales ubicados en Boyacá, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar y Vaupés.

En este proceso la FMM capacitó a 203 profesionales mediante dos talleres presenciales con metodología participativa. De igual forma se realizó una visita a cada establecimiento educativo, para verificar la aplicación de lo aprendido.

### **Programa de formación en Extensión Rural:**

la FMM desarrolló esta iniciativa con el propósito de mejorar el desempeño de los asistentes técnicos colombianos a partir de la exitosa experiencia del Servicio de Extensión. Con base en este referente, diseñó e implementó la primera fase del programa con una duración de 320 horas que benefició a 1.675 profesionales.

Durante la segunda fase del programa se buscó fortalecer el conocimiento de los profesionales en asistencia técnica brindándoles conocimiento en métodos de extensión, de manera que mejoren sus estrategias de aproximación a los productores rurales con miras a producir cambios culturales y tecnológicos duraderos que redunden en beneficios para ellos y sus familias. Durante esta fase se espera capacitar tres mil asistentes técnicos.

**Familias con Bienestar Rural:** en continuidad al trabajo realizado en 2012, el ICBF y la FMM suscribieron

tres convenios con cobertura geográfica en Caldas, Quindío y Risaralda cuyo objeto es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias ubicadas en su zona urbana. Durante 2013, se capacitaron de 14.870 familias.

### **Programas de Formación Mujer Rural y Jóvenes Rurales:**

este programa se realiza en alianza entre el MADR y la FMM. Su propósito es fortalecer las capacidades de gestión en jóvenes y mujeres rurales mediante el desarrollo de habilidades empresariales, convivencia familiar e inclusión social. En 2013, el programa se implementó en 12 departamentos beneficiando 821 mujeres y 811 jóvenes rurales.

### **Actividades educativas presenciales:**

en 2013 la FMM realizó cinco Giras Educativas y eventos de capacitación en las que participaron 1.544 caficultores de diferentes regiones del país, en temas sobre proceso productivo del café e institucionalidad cafetera.

Con fundamento en la experiencia exitosa del Servicio de Extensión, la FMM apoyó al MADR en la formación de **1.675** asistentes técnicos

Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Alianzas para la educación

**E**n 2013, con el fin de fortalecer los proyectos educativos de la comunidad cafetera, la Federación mantuvo los convenios de cooperación nacional e internacional orientados a elevar la calidad y el acceso a la educación.

**Educación y participación de la comunidad para el desarrollo sostenible:** este proyecto se realiza en beneficio de 500 niños y jóvenes, mediante el mejoramiento de la infraestructura de la Institución Educativa Minipí ubicada en el municipio La Palma (Cundinamarca).

Para ello, se cuenta con recursos que ascienden a \$2 mil millones aportados por *Costa Foundation*, *Complete Coffee*, la Embajada del Japón, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de La Palma, el Departamento para la Prosperidad Social 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.

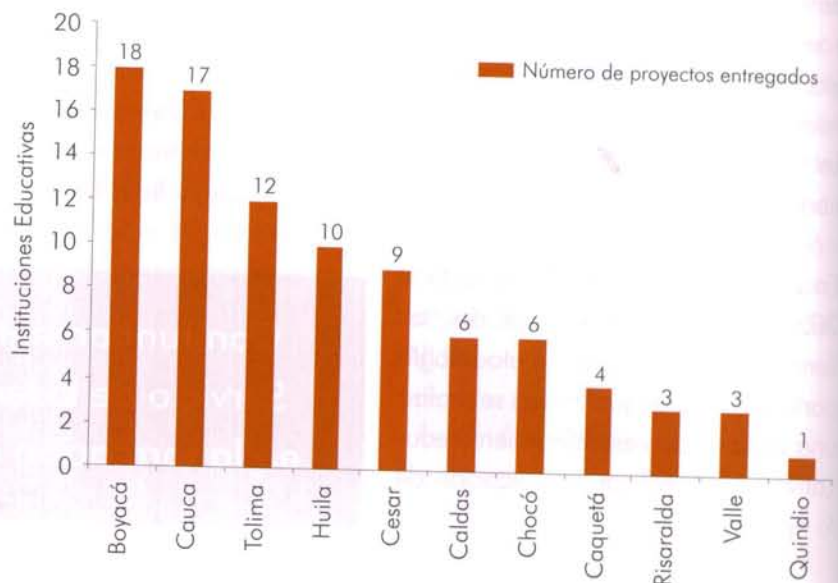
**Programa para el mejoramiento de infraestructura educativa:** entre 2009 y 2013 en convenio con el Ministerio de Educación Nacional, la



Federación realizó obras, mejoras de infraestructura educativa y dotación de mobiliario escolar en 89 institucio-

nes de 11 departamentos cafeteros del país, valoradas en más de \$81 mil millones.

Obras y dotación en instituciones educativas Programa MEN  
2009 - 2013



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 604 de 2013 del Ministerio de Trabajo se reglamentó el acceso y operación del Servicio Social Complementario de Beneficios Periódicos. Este esquema está dirigido a personas de escasos recursos que no cumplan con las condiciones requeridas para obtener una pensión.

Para acceder al sistema las personas deben cumplir con tres requisitos: i) ser ciudadano colombiano; ii) pertenecer a los niveles I,II,III del SISBEN, de acuerdo con los cortes definidos por el Ministerio del Trabajo y el Departamento Nacional de Planeación; y iii) realizar un aporte anual máximo de \$885 mil.

Una vez cumplidos estos requisitos se podrán beneficiar las personas que: i) hayan realizado los aportes o ahorros periódicos; ii) hayan cumplido la edad de pensión prevista por el Régimen de Prima Media; iii) cuyo monto de ahorro más el valor de los aportes obligatorios y los aportes voluntarios y otros autorizados por el gobierno nacional para el mismo propósito, no sean suficientes para obtener una pensión mínima; y iv) el monto anual de ahorro sea inferior al aporte mínimo anual señalado para el sistema general de pensiones.



Una vez el gobierno nacional implemente el mecanismo operativo de afiliación, será socializado en la comunidad cafetera.

**Gestión de riesgos laborales en la población cafetera:** para contribuir al mejoramiento del bienestar laboral de los caficultores, la Federación suscribió dos convenios con el Ministerio de Trabajo para fortalecer el auto cuidado de la población caficultora vulnerable.

Para ello, se caracterizó a la población cafetera con fundamento en la información contenida en el SICA y se realizaron actividades de promoción dirigidas a mejorar las condiciones de salud, seguridad en el trabajo y prevención de accidentes y enfermedades entre los productores de Antio-

quia, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Guajira, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

Adicionalmente, se desarrollaron: i) 3.050 talleres de capacitación en riesgos ocupacionales específicos del caficultor; ii) 3.003 reuniones de sensibilización social para promover conformación y fortalecimiento de instancias organizativas en torno al concepto de las Cooperativas de Caficultores; iii) 3.025 visitas de asesoría técnica en las fincas para estimular prácticas de trabajo seguro saludables; y iv) 3.057 encuestas de condiciones de salud y trabajo del sector informal de la agricultura.

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejoramiento vial

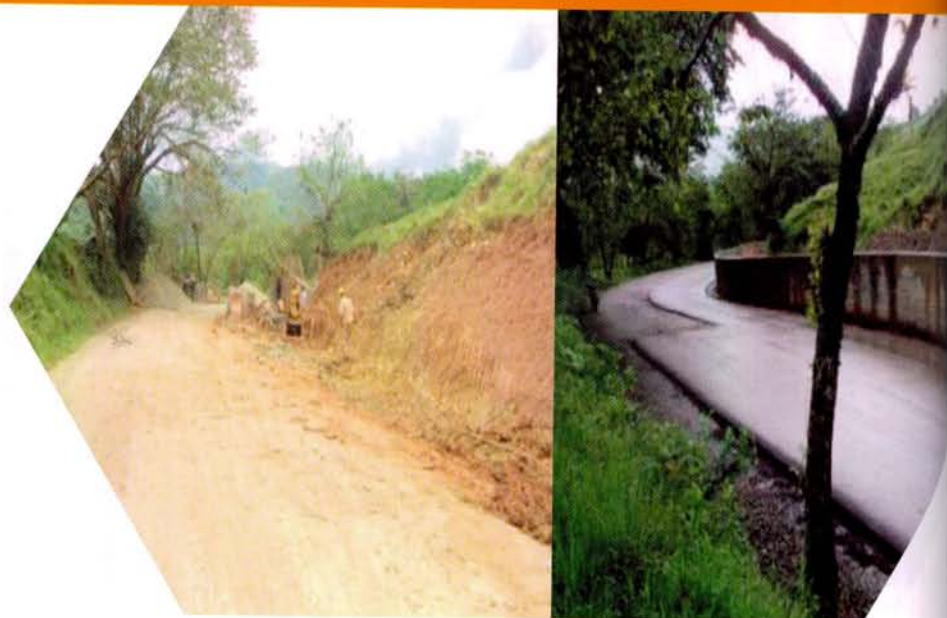
**D**urante 2013, la Federación apoyó al gobierno nacional en la ejecución de programas de construcción, mantenimiento y mejoramiento de vías en municipios cafeteros.

**Caminos de Prosperidad:** este programa se desarrolló entre 2011 y 2013, mediante convenios de cooperación entre el Instituto Nacional de Vías (INVIAS) y la Federación para la ejecución de proyectos de infraestructura vial en la red terciaria del país y generar empleo rural a través de la figura "Camineros Cafeteros".

Durante su vigencia, se ejecutaron recursos por \$18.099 millones invertidos en la construcción de obras viales en 676 km en 80 municipios y el mejoramiento de 1.375 km. en 115 municipios mediante el empleo de 307 Camineros.

Estas obras comprendieron el mantenimiento mecanizado, construcción de placa huellas y puentes, pavimentación, alcantarillas y muros de contención.

El trabajo realizado por los Camineros correspondió al mantenimiento manual rutinario, para lo cual recibían capacitación técnica y de uso adecuado de herramientas y equipo de seguridad. De este modo, cada



caminero logró atender aproximadamente cinco kilómetros de vía cercana a su lugar de residencia, lo que les permitió obtener ingresos adicionales.

**Vías en el sur del Tolima:** en 2013 con el fin de coordinar acciones de desarrollo social materializadas en la constatación de la vía Ataco-Planadas, se suscribió un nuevo convenio con

el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República (DAPRE) y el Fondo de Programas Especiales para la Paz por \$18.550 millones para la pavimentación de 3,22 km. de difícil topografía, la construcción de dos puentes y el mantenimiento de otro, el levantamiento de muros de contención y la adecuación de vías convergentes, correspondientes a 171 km.

### Programa Caminos de Prosperidad 2013

Departamentos	Kilómetros intervenidos		Municipios Atendidos		Obras
	No. kilómetros	Camineros	Obras	Camineros	
Cauca	500	321	37	19	128
Caldas	274	33	27	3	62
Cundinamarca	398	72	35	10	79
Magdalena	169	80	13	9	31
Santander	34	14	3	3	7
Valle		156		36	
<b>TOTAL</b>	<b>1.375</b>	<b>676</b>	<b>115</b>	<b>80</b>	<b>307</b>
		2.051		151	

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Proyectos de infraestructura comunitaria

Desde 2011 la Federación en convenio con el Departamento para la Prosperidad Social (DPS) 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.

Asimismo, este proyecto promueve la vinculación laboral de personas en pobreza extrema y en situación de desplazamiento mediante su vinculación a proyectos de infraestructura en los sectores de energía, saneamiento básico, social comunitario, transporte y vías, recreación, cultura y deporte, y los cuales se ejecutan en 65 municipios de diez departamentos afectados por la violencia, la presencia de cultivos ilícitos y la pobreza.

Mediante esta labor se pretende fortalecer los sistemas de mejoramiento integral para las comunidades previamente focalizadas y establecer polos de desarrollo que mejoren las condiciones de vida de la población con una inversión acelerada en el sector de infraestructura. De esa manera, a la vez que se avanza en la



ejecución física, se genera reactivación económica de los territorios y se crea empleo.

Este convenio cuenta con recursos por \$24 mil millones aportados por el DPS y la Federación, los cuales se ejecutarán en un período de dos años.

Dentro de los componentes de este proyecto vale resaltar la figura de Camineras por la Prosperidad implementado en Quindío y en el que participaron 135 mujeres de 12 municipios adelantando labores de mejoramiento vial preventivo y rutinario de 681 kilómetros de vías terciarias.

### Proyectos de mejoramiento y construcción de infraestructura comunitaria 2011 - 2013

Tipo de inversión	Departamento	Avance
Construcción y mejoramiento vial	Caldas, Cauca, Cundinamarca, Huila, Meta, Nariño, Quindio, Risaralda, Tolima y Valle	81%
Social comunitario*	Caldas, Cauca, Cundinamarca, Nariño y Valle	72%
Saneamiento Basico	Cauca, Huila, Nariño, Valle	100%
Electrificación rural	Caldas	100%
Total		81%

\* Construcción y mejoramiento de vías, viviendas rurales, centros sociales y deportivos, instituciones educativas y casas de cultura.

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Acceso al agua potable

Para la Federación la conservación del recurso hídrico es fundamental para el desarrollo y calidad de vida de las familias rurales. De este modo, se siguieron ejecutando convenios de cooperación internacional orientados a proveer en las comunidades rurales acceso al agua potable de manera responsable con el medio ambiente.

**Huellas de Paz - Mejoramiento de las condiciones de salubridad con suministro de agua potable y saneamiento básico:** con una inversión de \$1.100 millones destinados a la construcción de un acueducto en Santa Rosa de Osos (Antioquia) y la optimización de otro en San Lorenzo (Nariño) se mejoraron las condiciones de suministro de agua potable de 1.805 familias cafeteras.

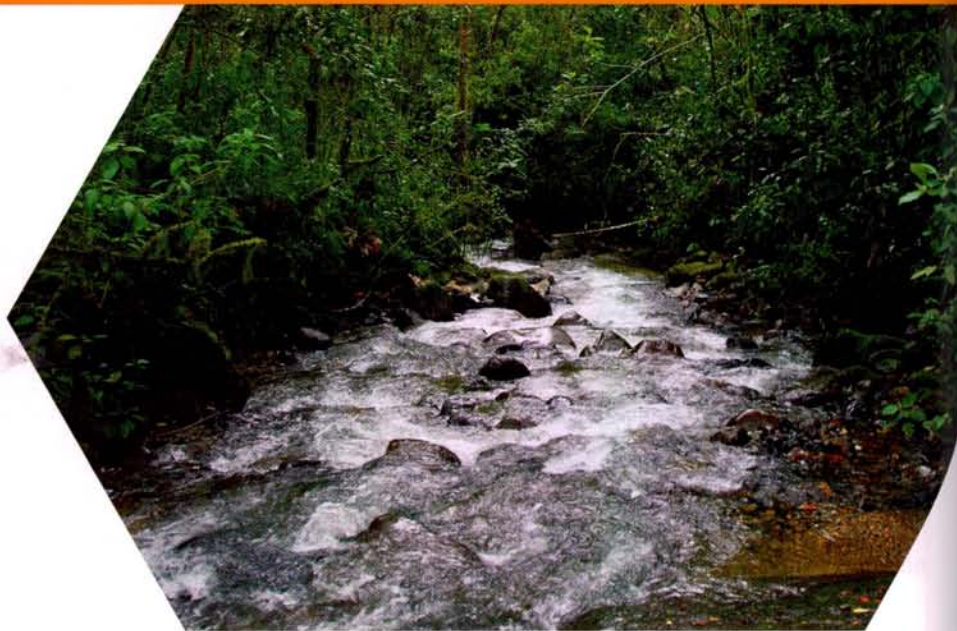
En Sevilla (Valle) se mejoraron las condiciones de salubridad y saneamiento básico y se minimizó la con-

taminación de fuentes hídricas mediante la construcción de 12 Sistemas Individuales de Tratamiento de Aguas Residuales para el beneficio de igual número de familias. Adicionalmente, se dio inicio a la estrategia de biodiversidad a través de la implementación de las Herramientas del Manejo del Paisaje (HMP), la cual se extenderá hasta mediados del 2014.

**Gestión inteligente del agua:** este programa estructurado entre el Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, la Universidad de Wageningen, Nestlé y la Federación, con un horizonte de ejecución de 5 años cuenta con una inversión de US\$33,5 millones. Dentro de las acciones contempladas por el proyecto se espera habilitar y me-

jorar los sistemas para cooperación intersectorial, caficultura sostenible, protección ambiental y toma de decisiones que contribuyan a enfrentar los desafíos del desbalance hídrico para el sector cafetero y su cadena de valor, estableciendo condiciones ambientales, sociales y productivas para reducir la pobreza e impulsar la convivencia pacífica y el desarrollo sostenible en la zona rural colombiana.

Bajo esta iniciativa 700 mil usuarios podrán acceder a agua de mejor calidad y cantidad, proveniente de 25 ríos anexos a la cuenca Cauca-Magdalena. Para ello, 50 instituciones de los sectores público, privado, académico y la comunidad, participarán, asumiendo su responsabilidad frente a la conservación del agua y el medioambiente.



**US\$33,5 millones para el manejo inteligente del agua en las zonas cafeteras**

## Programa Mujeres Cafeteras

Continuando con la implementación de la Política de Equidad de Género se han desarrollado acciones que contribuyen a visibilizar y fortalecer la participación de las mujeres en la institución.

**Diagnóstico Asociaciones de Mujeres Cafeteras:** teniendo en cuenta que las mujeres se han venido organizando para mejorar sus condiciones de vida, se realizó un diagnóstico con el apoyo de los Comités para conocer su capacidad organizativa. Se identificaron 86 asociaciones en 18 departamentos que agrupan alrededor de 4.908 mujeres dedicadas a la producción de café y a otras actividades como seguridad alimentaria, artesanías y agroindustria. Adicionalmente, hay 161 Consejos Participativos en los que las mujeres realizan actividades de fortalecimiento empresarial y personal.

**Convenio Huellas de Paz:** corresponde a la estrategia de intervención del componente de género desarrollada para este convenio de cooperación internacional. Se implementará por medio de talleres que impulsan la participación, el liderazgo y la convivencia de la familia cafetera. Se capacitará a 100 personas líderes quienes se encargaran de multiplicar la información a 5.500 personas titulares de derechos en cuatro departamentos.

**Seminario "Mujeres en Café":** En alianza con la *International Women's*

*Coffee Alliance (IWCA)*, se llevó a cabo en el marco de la Feria ExpoEspeciales, el seminario "Mujeres en Café", en el que se discutieron temas alusivos a la participación de las mujeres en la cadena de valor del café y se analizaron iniciativas para promover la certificación y comercialización de un café especial o diferenciado con enfoque de género que contribuya a la fortalecimiento de los ingresos de las mujeres cafeteras.

**Premio Mujeres de Éxito:** la Fundación Mujeres de Éxito otorgó a una líder cafetera de Neira (Caldas) el primer premio Mujer de Éxito 2013 en la categoría Emprendimientos Rurales. Este premio representa un reconocimiento a las mujeres cafeteras que tanto aportan a la sostenibilidad

de la caficultura y al desarrollo rural colombiano.

**Gestión Inteligente del Agua (GIA):** las mujeres tienen un papel importante en el cuidado del agua y el medio ambiente. Por tal motivo, se diseñó la estrategia para la implementación y transversalización del componente de género que permitirá la participación de hombres y mujeres en la toma de decisiones a todos los niveles del proyecto que incluye a 11.000 familias cafeteras de Antioquia, Caldas, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

**Observatorio de Mujer y Familia Cafetera:** un eje importante del Observatorio son las estadísticas por género que permiten visibilizar la participación de las mujeres y los hombres en la caficultura colombiana.

### Estadísticas por género 2013

		Mujeres	Hombres	Totales
Caficultores registrados en el SICA		27%	73%	561.000
Cédula Cafetera Inteligente		27%	73%	438.128
Tarjeta Cafetera Inteligente		37%	63%	31.655
<b>Área sembrada</b>				
Total Café		24%	75%	974.011
Café Tecnificado		25%	75%	774.417
Café Certificado		23%	78%	136.425
<b>Participación en Programas</b>				
Cafés Especiales		23%	77%	102.982
Permanencia, Sostenibilidad y Futuro		27%	73%	204.662
Gestión Empresarial		26%	74%	13.638
Escuela y Café		57%	43%	14.320
<b>Participación Política</b>				
Comités Departamentales	Principales	8%	92%	90
	Suplentes	7%	93%	90
Comités Municipales	Principales	12%	88%	2.157
	Suplentes	14%	86%	2.133



# Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcarario

Juan Valdez. Café  وانا فالدين كافيية



## Avances

en 2013

**13.800 personas** rompieron en la Plaza de Bolívar de Tunja el Guinness Record de mayor cantidad de personas tomando café

**10 años** cumplió Juan Valdez® Café, marca ícono del café Premium en Colombia

**50 años** de presencia de la Federación en Japón

Juan Valdez® Café fue reconocida como **Marca Notoria** por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio

**258** tiendas Juan Valdez® Café

**674** marcas de café en el mundo llevan el logo Café de Colombia®

Suiza reconoció a Café de Colombia como **Indicación Geográfica Protegida**

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

Juan Valdez sigue tendiendo puentes entre los cafeteros colombianos y los consumidores de café alrededor del mundo. Durante el año, Juan Valdez asistió como invitado de honor a diferentes eventos tanto nacionales como internacionales, ocasiones todas que generaron cubrimiento de prensa que apoyan la recordación de la marca Café de Colombia®.

A comienzo de año en Lima (Perú), Juan Valdez hizo presencia en el podio de salida del Dakar 2013, considerado como el evento de rally más importante del mundo. La edición de este año contó con una audiencia de más de 4 millones de seguidores, el cubrimiento de 1.800 periodistas, y fue retransmitida en 70 cadenas de televisión internacionales.

En el mes de febrero, Juan Valdez participó en FITUR, una de las ferias más importantes de turismo, evento en el que se congregaron más de 9.000 empresas provenientes de 167 países.

En abril, Juan Valdez acompañó a la Marca País en un evento para promocionar a Colombia como destino turístico, organizado en la emblemática Times Square de la ciudad de Nueva York.

Durante el mes de mayo, Juan Valdez asistió en Cali a la Cumbre de Presidentes de la Alianza del Pacífico, evento que reunió a los presidentes de México, Chile, Perú y Colombia y contó con la presencia de cerca de 300 presidentes de compañías de todo el mundo.

Asimismo, el personaje de los cafeteros colombianos apoyó el posicionamiento de la marca Juan Valdez® Café visitando las tiendas Juan Valdez de Guayaquil, Quito, Ciudad de México y Lima. Por su parte, en Colombia asistió a la reinauguración de la tienda del Centro Comercial Andino en Bogotá y la apertura de la primera tienda en San Andrés Islas.

Juan Valdez acompañó a los asistentes al evento en Tunja en el que se rompió el Guinness Record de mayor cantidad de personas tomando café. Este evento tuvo lugar en la Plaza de Bolívar de la capital boyacense y fue la oportunidad para poner en alto a nivel internacional el nombre del café colombiano.

Según un conteo oficial de la Goberna-

ción de Boyacá, 13.800 personas, entre los que se encontraban cerca de 400 cafeteros boyacenses, asistieron a la toma multitudinaria de café, superando por un amplio margen la meta de 10 mil personas que se habían trazado los organizadores.

Al final del año, Juan Valdez asistió a la inauguración de la primera tienda en Kuwait y una de las 60 que se planea abrir en el Medio Oriente y el Norte de África. Al evento, además asistieron el Embajador de Colombia en los Emiratos Árabes y personalidades locales. La tienda, de 100 metros cuadrados, está ubicada en el Symphony Mall de la Arabian Gulf St., en el emblemático y exclusivo distrito de Salmiya.



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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## 10 años Juan Valdez® Café



En 2013 la marca Juan Valdez® Café cumplió una década de existencia respaldando la estrategia de las tiendas Juan Valdez® Café y generando recursos de regalías en beneficio de los cafeteros de Colombia. Por tal razón, las Tiendas Juan Valdez Café de Colombia y Suramérica realizaron una emotiva campaña bajo el logo “Una taza que une historias”.

Con motivo de la celebración, entre los meses de mayo y agosto se efectuaron varias actividades en las tiendas de Chile, México, Ecuador y Colombia. Igualmente, en redes sociales se realizó una campaña para buscar las historias memorables de los clientes de las tiendas Juan Valdez® Café.

Al mismo tiempo, se lanzó el Café Edición Especial 10 Años que resalta la riqueza y diversidad de nuestro país. Esta bebida destaca las notas únicas de 10 orígenes de zonas con bajo reconocimiento pero tradicionalmente cafeteras como Perijá, Toledo, Típica San Andrés, Guaduas, Inzá, Santa Ana Ramos, Sácama, Pie de Monte y Macarena. Esta edición especial se caracterizó por su aroma y fragancia pronunciada, unas ligeras notas dulces y cítricas, y un

residual con un toque de almendra. Además, se crearon cuatro productos de temporada para ofrecer en las tiendas Juan Valdez® Café.

Por otro lado y como parte del proceso de promoción del café colombiano Premium y de los cafés especiales, a finales de año se inauguró en Bogotá la tienda “Orígenes de Juan Valdez” creada para vivir y disfrutar la experiencia del café Premium. La tienda incluye un amplio portafolio de productos Gourmet, iconografía que evoca el paisaje cafetero y un equipo de maestros baristas y baricultores.

Así las cosas, durante estos diez años de existencia se han establecido 258 tiendas alrededor del mundo. Asimismo, la marca goza de un alto reconocimiento (88% de recordación) y una conexión emocional con sus consumidores. De esta forma, Juan Valdez® Café es considerada como una de las marcas más queridas por

los colombianos y cuenta con importante reconocimiento en el exterior.

**Reconocimiento como marca notoria:** en agosto de 2013, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), máxima autoridad marcario en Colombia, declaró a Juan Valdez® Café como marca notoria, confirmando y prorrogando el estatus especial que tiene en el mercado colombiano.

La entidad extendió la notoriedad de la marca de propiedad de los cafeteros colombianos con base en: i) su alto reconocimiento; ii) su carácter distintivo de un negocio inclusivo; iii) los altos volúmenes de ventas y de ingresos de las tiendas Juan Valdez® Café; iv) el crecimiento de la inversión en publicidad.

Con este reconocimiento se busca que terceros no usufructúen, ni hagan uso indebido de signos similares a los de la marca.

Aumentar la penetración global del programa 100% colombiano

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Programa Café 100% Colombiano

Gracias a los esfuerzos de la Federación, el programa Café 100% Colombiano mantiene una presencia relevante a nivel nacional e internacional. En efecto, en 2013, 674 marcas de propiedad de 134 empresas se comercializan bajo el logo triangular de Café de Colombia®. De éstas últimas, durante el transcurso del año, 18 se convirtieron en nuevos miembros del programa Café 100% Colombiano.

Este importante resultado ha sido posible gracias a una dinámica estrategia de relacionamiento con los licenciatarios internacionales orientada a que mantengan su vinculación al programa.

De esta forma, durante el primer trimestre de 2013, asociado a la recuperación de la cosecha cafetera colombiana, el volumen de ventas de las marcas vinculadas al programa Café 100% Colombiano creció 6,2% con respecto al mismo período de 2012.

También en 2013, buscando dar cumplimiento al reglamento de uso de la Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida "Café de Colombia" se dio inicio a la modificación de los contratos de licencia del programa otorgados a empresas que comercializan marcas de Café

100% Colombiano. De esta manera, se espera que en 2014 las 60 empresas licenciatarias del programa que comercializan sus marcas en Colombia, la Unión Europea y Suiza sean usuarias autorizadas de este importante instrumento legal de protección del origen del café colombiano.

Estos esfuerzos se complementan con el control de calidad realizado a las exportaciones colombianas de café. En tal sentido, durante el año las muestras analizadas por Almacafé, tanto en puertos como en mercados internacionales, ascendieron a cerca de 44 mil.

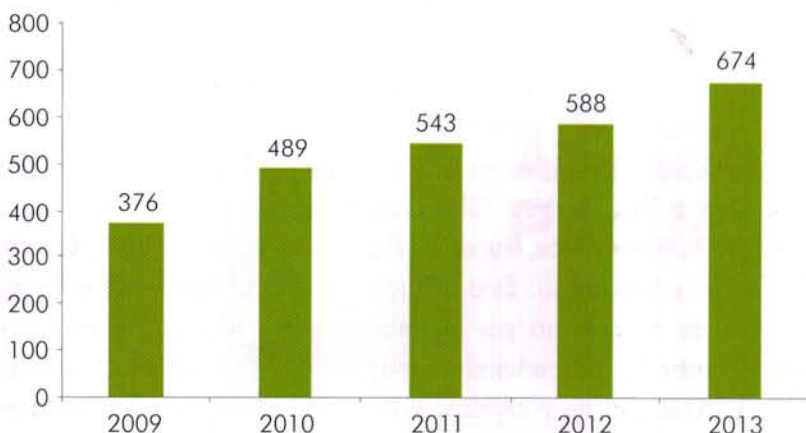
Por su parte, mediante la estrategia del comprador misterioso se toma-

ron 1.431 muestras en los mercados internacionales, de las cuales el 52% fueron recolectadas en Estados Unidos y el 18% en Europa.

Igualmente, para asegurar la calidad del producto y el servicio, en 2013 se llevaron a cabo 4.110 visitas a las tiendas Juan Valdez® Café, de las cuales 2.307 correspondieron a revisiones realizadas en tiendas ubicadas en Colombia.

En tanto, con fundamento en la metodología NIR's, bajo la cual se verifica el origen de las exportaciones de café verde y tostado, se realizaron 5.988 muestras de las cuales 3.184 correspondieron a café verde y 2.804 a café tostado.

Marcas registradas en el programa 100% Café Colombiano 2009-2013



Fuente: FNC.

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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Estrategia web

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* creció 63% al pasar de 35 mil seguidores en 2012 a 57 mil en 2013. Por su parte, el canal de *Flickr* de Café de Colombia® ha recibido 700 mil impresiones y el canal de *Youtube* acumula 231 mil reproducciones de video. A su vez, la página de *Facebook* incrementó en 33% el número de seguidores al pasar de 258 mil en 2012 a 340 mil en 2013. Entre tanto, la página de *Facebook* de Juan Valdez® Café ha acumulado 1,8 millones de seguidores, 50% más que al cierre del año pasado.

Por otra parte, en 2013 también se lanzó la cuenta de *Twitter* institucional @Fedecafeteros, que permite acercar la organización con la opinión pública y sirve como canal de comunicación de los temas de discusión gremial de manera independiente a la interacción de la marca Café de Colombia® con el consumidor final. En menos de un año de lanzamiento, la cuenta ha adquirido 1.938 seguidores y conseguido establecer interacción con periodistas y líderes de opinión entre otros.



**Páginas web:** en 2013 la Federación continuó con su estrategia de divulgación de información a través de sus páginas institucionales: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Juan Valdez® y Café de Colombia®. De esta forma, en 2013 cerca de 566 mil personas han visitado la página de la Federación Nacional, en tanto que 812 mil personas consultaron la página de Café de Colombia.

Por otra parte, en este año se terminaron de diseñar las páginas web de los Comités Departamentales, las

cuales en total han recibido cerca de 45 mil 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, este espacio ha recibido más de 31 mil visitas, de las cuales 12 tuvieron lugar durante 2013. Por otra parte, el perfil de *Twitter* de Juan Valdez ha adquirido relevancia al pasar 20 mil seguidores en 2012 a cerca de 30 mil en lo corrido del año.



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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Evento AAA Nespresso

En 2013 Nespresso celebró el décimo aniversario de su programa AAA Calidad Sostenible, rindiendo homenaje al trabajo de los 52 mil caficultores vinculados a esta iniciativa y de los cuales cerca de 30 mil son productores colombianos. Con este propósito, Nespresso trabajó de la mano con el reconocido fotógrafo y humanista Reza Deghati.

Las fotografías de Reza son consideradas íconos, cuentan con reconocimiento mundial y han sido expuestas en las principales ciudades del mundo. Dentro de sus más famosas exposiciones se encuentran "One World, One Tribune" y "Crossing Destines". Reza también es reconocido por su labor humanitaria en temas de educación y el acceso y uso de los medios de comunicación por parte de las mujeres y los niños.

Fruto del trabajo con Nespresso, Reza montó una exhibición fotográfica titulada "Soul of Coffe" que retrata la belleza detrás de la caficultura y el papel que cumplen los productores en la obtención de un café de calidad.

Las fotografías fueron tomadas por espacio de cuatro meses, período en



el que Reza compartió con los caficultores que hacen parte del programa AAA Nespresso en su diario vivir. Durante su estancia en Colombia, Reza visitó Cauca y Santander, regiones en las que el programa AAA Nespresso tiene una importante presencia.

Las fotografías fueron exhibidas en las 360 boutiques Nespresso alrededor del mundo, así como en exposiciones realizadas en Londres y a la orilla del río Sena en París. A esta última asistió George Clooney, reconocido actor norteamericano, quien es la imagen mundial de AAA Nespresso.

Asimismo, en el marco de esta celebración, Nespresso realizó en Suiza la primera sesión del Consejo Asesor de Sostenibilidad de Nespresso, instancia decisoria a la que fue invitado el gerente general de la Federación en representación de los productores colombianos y que tiene como función asesorar a Nespresso en los diferentes retos en temas de sostenibilidad que enfrenta la prestigiosa marca.

A este consejo asisten igualmente reconocidos líderes en temas de sostenibilidad en el mundo como Peter Baker, presidente del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, Polly Courtice, directora del Programa de la Universidad de Cambridge para el Liderazgo de Sostenibilidad, Daniel Katz, presidente y fundador de Rainforest Alliance, entre otros.

**AAA Nespresso** celebró su décimo aniversario rindiendo homenaje a cerca de 30 mil cafeteros colombianos comprometidos con la calidad y la sostenibilidad

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: Europa

En 2013 la Federación desarrolló múltiples actividades para la promoción del café de Colombia en Europa, dentro de las cuales se destacan las siguientes:

**Madrid Fusión:** más de 1.300 tazas de café se ofrecieron durante los tres días de duración de este evento reconocido como una de las ferias gastronómicas más importantes del mundo, y el cual tiene lugar anualmente en la capital española.

La participación en este encuentro ferial hace parte de la estrategia de posicionamiento y diferenciación del café colombiano emprendida por la Federación de Cafeteros. Para ello, con fundamento en los resultados obtenidos a través de la metodología *Foodpairing*, se busca que el café colombiano sea parte de las experiencias gastronómicas más sofisticadas.

Como parte de la agenda académica desarrollada en el stand de Colombia, los visitantes de Madrid Fusión conocieron nuevas recetas y combinaciones que usan como ingrediente principal el grano colombiano, catalogado como el más suave del mundo. Para cumplir con este propósito, se contó con la presencia del reconocido chef español Paco Roncero y del fundador de *Foodpairing*, Bernard Lahousse, quienes expusieron el potencial de los cafés colombianos



en exquisitas preparaciones saladas. Como novedad asociada a la agenda académica de la feria, se presentaron los resultados del *Foodpairing* realizado a los cafés de Huila, Nariño, Cauca, Santander, Sierra Nevada y el Paisaje Cultural Cafetero. Con ello, se potencializan y dan a conocer las posibilidades de maridaje de un amplio portafolio de cafés especiales colombianos.

**Gastrofestival:** con motivo de la participación del café colombiano en este evento gastronómico, se creó la Ruta del Café de Colombia, una experiencia sensorial ideada para que los participantes más inquietos generen mejor conocimiento del producto, su entorno y los valores que inspiran la calidad del grano colombiano.

**Feria de productos orgánicos Bio-Fach-Alemania 2013:** por segundo año consecutivo la Federación con el apoyo de Proexport participó en esta feria, considerada como el evento mundial más grande dedicado al segmento de alimentos y agricultura orgánica. El evento tuvo lugar en Núremberg (Alemania) y contó con la asistencia de más de 2.300 expositores y 41 mil visitantes provenientes de 129 países.

Como parte de la presencia de la Federación en el evento ferial, se realizaron reuniones comerciales con clientes actuales y potenciales, encuentros con representantes de las principales compañías certificadoras y participación en encuentros académicos.

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

En 2013 la Federación desarrolló múltiples actividades para la promoción del café de Colombia en Norteamérica, dentro de las cuales se destacan las siguientes:

**NTN24-América Latina:** Café de Colombia® es el patrocinador oficial del programa televisivo Club de Prensa, que cuenta con una audiencia de más de 18 millones de hogares de habla hispana en Estados Unidos y Latinoamérica.

El programa concebido en un formato ameno, que día a día abarca los temas de la agenda informativa actual, es dirigido y presentado por Juan Carlos Iragorri, quien al lado de reconocidos periodistas, analiza a fondo las noticias del acontecer internacional acompañado de una deliciosa taza de café colombiano.

**Asamblea General de Naciones Unidas:** realizada en septiembre, fue el escenario para un evento en el Hotel Mandarin durante el cual el Café de Colombia®, con el apoyo de Proexport, hizo presencia ante más de 300 inversionistas internacionales.

**Lanzamiento de la marca Colombia:** Café de Colombia® apoyó el lanzamiento de la Marca País mediante la presencia del personaje Juan Valdez en un evento que contó con la asistencia de más de 80 periodistas de los principales medios de Estados



Unidos. Asimismo, se tuvo una participación activa en el evento de lanzamiento realizado en Times Square.

**Presidencia Consejo Económico y Social (ECOSOC) de Naciones Unidas:** con motivo del nombramiento del doctor Néstor Osorio como Embajador de Colombia ante la ONU como presidente del ECOSOC, el café colombiano ha gozado de una importante presencia en los diferentes eventos y reuniones realizados en las instalaciones de Naciones Unidas.

**Convención de la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos, NCA:** en marzo se realizó la convención anual de la NCA, evento en el cual la delegación colombiana participó en diferentes actividades y llevó a cabo reuniones con importantes comercializadores y tostadores de la industria de

café de Norteamérica como: Massimo Zanetti, The Folgers Coffee Company, Community Coffee, Coex, Club Coffee, Tim Hortons, Dunkin Donuts, Gaviña, Noble Americas, Rothfos Corporation, Nestle USA y Starbucks.

**XXV Feria de Cafés Especiales de Norteamérica, SCAA:** este evento tuvo lugar en Boston y contó con la asistencia de diez mil personas de la industria cafetera.

El stand de Café de Colombia fue uno de los puntos de encuentro más concurridos. Los asistentes, además de degustar diversos tipos de café, recibieron información y material educativo acerca de los valores detrás del café colombiano. Asimismo, cuatro cafés colombianos ocuparon los primeros lugares en el concurso del Mejor Café del Año realizado por la SCAA.



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

Como parte de las actividades realizadas por la Federación para la promoción del café colombiano en Japón, se destacan las siguientes actividades:

**Café del Paisaje Cultural Cafetero:** resultado del trabajo conjunto entre la Federación y *Doutor Coffee*, cadena líder de tiendas de café en Japón, cada día más asiáticos consumen café del Paisaje Cultural Cafetero (PCC). En agosto se introdujo al mercado el café con leche frío *RTD PCC All Night Nippon Doutor Breaktime Chilled Coffee*, que ha tenido gran éxito en *Lawson*, cadena de tiendas de conveniencia con más de 11.000 locales en el Japón.

Asimismo, *Suntory* anunció el lanzamiento de un producto bajo la marca *Boss* con el logo del café del Paisaje Cultural Cafetero, y el cual corresponde al primer producto elaborado con café colombiano de esta compañía.

A través de esta estrategia se busca dar reconocimiento al esfuerzo de los cafeteros del PCC por producir un café de excelente calidad, mantener las tradiciones y conservar la biodiversidad. Este compromiso es valorado por los japoneses, quienes son muy apegados a los valores culturales, circunstancia que trae consigo beneficios directos para los productores de esa zona cafetera colombiana.

**X Feria de Cafés Especiales de Japón (SCAJ):** durante esta versión la SCAJ reunió a 95 expositores y más de 22 mil asistentes.

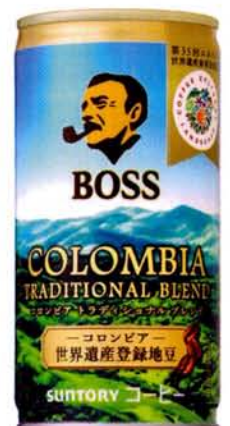
El stand de Café de Colombia incluyó contenidos en japonés relacionados con conceptos como el PCC, los cafés especiales colombianos, el *Colombian Coffe Hub* y la presencia del café colombiano y Juan Valdez en las redes sociales *Twitter* y *Facebook*.

En el marco de la celebración del décimo aniversario de este evento ferial, Café de Colombia recibió el premio al mejor stand y la Federación fue condecorada por su apoyo a la Asociación de Cafés Especiales del Japón y el fomento a la cultura de los cafés especiales en el país nipón.

**FOODEX Japón:** la participación en esta feria, posicionada como la más tradicional de la región en el segmento de alimentos y bebidas, permitió consolidar nuevos negocios con cadenas de supermercado como *Beisia* y *Seiyu (Walmart)*. Valga la pena resaltar que con éste último, Buena-

fé desarrollará un producto de café soluble para ser distribuido bajo la marca *Great Value* y el logo Café de Colombia® en 850 puntos de ventas de la cadena en Japón.

**Otras actividades de promoción:** dentro de esta categoría se destacan las siguientes gestiones: i) con *Brook's* en el marco de la celebración de su 45 Aniversario, se realizaron actividades de promoción y publicidad para la venta por internet de la marca *Emerald Mountain* elaborada con Café 100% Colombiano; ii) con *Mitsumoto Coffee* se realizó la feria de café para turistas y viajeros en el aeropuerto internacional Haneda de Tokyo; iii) en el *Hilton Hotel* en Tokyo se distribuyó café colombiano durante dos meses; iv) conjuntamente con *Nespresso* se realizó una nota comercial en la revista del mundo gastronómico *Ryouri Tsushin*.



Café de Colombia fue galardonado con el premio al mejor stand de la Feria Specialty Coffee Association of Japan (SCAJ)

Aumentar la penetración global del programa 100% colombiano

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

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

Dentro de las actividades desarrolladas por la Federación en Asia y Oceanía se destacan:

**Corea del Sur:** i) consolidación de negocios con clientes tradicionales de café verde como *Dongush Foods*, *Goutier* y *Korea McNulty*; ii) promoción conjunta con Coca-Cola Corea del café *Emerald Mountain*, utilizado para la elaboración de bebidas RTD enlatadas; iii) participación en las ferias *Café Show* y *Seoul Foods* para la promoción del Café de Colombia; iv) desarrollo del material promocional en coreano; v) patrocinio mediante la entrega de premios a los ganadores del Campeonato Coreano de Baristas.

**Australia y Nueva Zelanda:** i) participación en la Feria de Café de Melbourne con el montaje de un stand; ii) socialización del *Colombian Coffee Hub* entre la comunidad barista, así como la promoción de microlotes y cafés regionales entre los tostadores y tiendas de café; iii) promoción del programa Café 100% Colombiano para la identificación de los productos de café liofilizado de Buencafé comercializados bajo la marca *Premium Select* de propiedad de los supermercados *Woolworths* y *Progressive*.

**Gran China:** dentro de las actividades realizadas en China, Hong-Kong,



Macao y Taiwán se destaca la participación de Café de Colombia como socio del Campeonato Nacional de Baristas, circunstancia que le permitió hacer presencia en todos los campeonatos regionales.

Asimismo, debido a que el campeón mundial de barismo utilizó café de Colombia durante su presentación, ha aumentado el interés de los baristas chinos por los cafés especiales colombianos y los microlotes. Como

resultado, durante la vigencia, las ventas de estos productos experimentaron un crecimiento.

También se adelantaron actividades de promoción de la marca *Juan Valdez®* Café para respaldar su lanzamiento oficial en los canales de venta por internet. Dentro de las acciones emprendidas en este frente se destacan la participación en 15 eventos culturales y sociales realizados en Beijing y Shanghai.

En 2013, se realizaron actividades de promoción de la marca **Juan Valdez®** Café en China

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

Dentro de la estrategia de promoción y protección del Café de Colombia, la Federación ha implementado mecanismos tanto legales como comerciales, que además de ser concordantes con las características del producto, también son viables y aplicables en aquellos territorios en los que se desea proteger el café de origen colombiano.

**Reconocimiento de Café de Colombia como Indicación Geográfica Protegida en Suiza:** luego de un proceso que tomó más de cuatro años, la Federación logró que la marca Café de Colombia fuera reconocido como Indicación Geográfica Protegida (IGP) en Suiza. Esta circunstancia convierte al grano colombiano en el primer producto extranjero que ha cumplido con las exigencias de la nación helvética para obtener dicha protección.

Este importante avance en la estrategia de protección del origen fue concedido a la Federación de Cafeteros por la Oficina Federal de Agricultura del gobierno suizo (OFAG), en el marco de la reunión del Comité de Marcas e Indicaciones Geográficas de la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI) realizada en Ginebra (Suiza).

**Denominaciones de origen regional:** en junio de 2013 el Servicio



Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) de Bolivia declaró la protección de las denominaciones de origen "Café de Nariño" y "Café Cauca". Asimismo, el Instituto Nacional de la Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Industrial (INDECOPI) del Perú reconoció "Café de Nariño" como denominación de origen.

De manera adicional, dando continuidad a la solicitud y obtención de las denominaciones de origen regionales, en noviembre, en el marco del Congreso Nacional Cafetero, se radicó ante la SIC el pliego de solicitud de origen "Café de Santander".

Igualmente, Cenicafé ha avanzado en la caracterización del café de las

zonas cafeteras del Tolima y Caldas con miras a realizar la misma solicitud ante el órgano competente.

**Marca de Origen Paisaje Cultural Cafetero:** en 2013, gracias a la aprobación de un proyecto financiado con recursos del sistema general de regalías, se dio inicio a la caracterización del café de esta zona, comenzando por los municipios cafeteros de Caldas que pertenecen al área principal del PCC.

Asimismo, en el marco del convenio para el PCC, suscrito entre la Federación, el Ministerio de Cultura y las gobernaciones de Caldas, Quindío y Risaralda, se aprobó la utilización de la marca de origen Paisaje Cultural Cafetero como marca de origen licenciable.

# Agenda cafetera para el país y el mundo

## Avances

en 2013



**\$1,2 billones**  
en programas de inversión social

**\$62 mil millones**  
de cooperación internacional para nuevos  
programas de inversión social

**USD33 millones**  
para el programa Gestión Inteligente del Agua

**El Paisaje Cultural Cafetero**  
incursiona con éxito en el Japón

**\$131 mil millones**  
del Sistema General de Regalías para la ejecución de  
programas en las zonas rurales cafeteras

**Plataforma de Comercio  
Sostenible** 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 busca fortalecer y consolidar la caficultura como modelo de paz, crecimiento económico y desarrollo social equitativo en las zonas rurales del país. Por tal motivo, establece el marco de política cafetera de mediano plazo con miras a lograr la sostenibilidad de los cafeteros y sus familias.

A continuación se describen los principales avances del acuerdo durante 2013, 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 cumplir con estas dos prioridades se ha trabajado en la transformación de la estructura productiva de la caficultura como estrategia para recuperar la producción y aumentar la competitividad del cultivo. Lo anterior, con miras a obtener mayores ingresos y calidad de vida de las familias cafeteras.

□ Durante 2013, a través de Programa PSF se renovaron 18 mil



hectáreas. Con esto, entre 2010 y 2013 se han tramitado 165 mil créditos, por \$881 mil millones, para la renovación de 147 mil hectáreas.

- El área sembrada en café en el país, ascendido a 974 mil hectáreas. De estas el 96% de los cultivos de café están tecnificados, el 61% se encuentran sembrados en variedades resistentes y el 80% 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. En efecto, durante 2013, la producción co-

lombiana de café ascendió a 10,9 millones de sacos, equivalente a un incremento del 41%.

- Durante la vigencia se dio continuidad a los programas para el fomento a la producción de cafés especiales. Gracias a ello, 184 mil cafeteros producen café de manera sostenible en seguimiento de estándares internacionales.
- En consecuencia, las exportaciones de cafés especiales correspondieron al 48% de los embarques del FoNC y 27% para los embarques a nivel nacional, lo que corresponde a un récord histórico.

**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 la expedición del Decreto 604 de abril de 2013 se reglamentó el acceso y operación del Servicio Social Complementario de Beneficios Económicos Periódicos (BEP) que permite a los cafeteros pertenecientes a los niveles I, II, III del SISBEN y que realicen un aporte anual máximo de \$885 mil, acceder a una pensión de jubilación. Mayor información sobre este programa se encuentra en el capítulo Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.

**5. Mejorar la competitividad de la caficultura colombiana:** en 2013 culminó el programa Caminos de Prosperidad, a través del cual se ejecutaron obras de mantenimiento vial en 2.051 kilómetros de vías terciarias en seis departamentos, mediante la inversión de \$18 mil millones.

**6. Fortalecer las Finanzas del FoNC:** a partir del plan de sostenibilidad fi-



nanciera implementado en 2010, se ha permitido optimizar los recursos del FoNC y generar ahorros y excedentes por más de \$352 mil millones. Así mismo, ha mantenido su reconocimiento financiero en bancos nacionales e internacionales, lo cual ha permitido aumentar su cupo de crédito a USD 879 millones, el doble de lo registrado para 2008.

De manera adicional, mediante los acuerdos establecidos con el gobierno nacional, durante 2013 se obtuvieron recursos destinados a la entrega de apoyos al precio a través del programa AIC/PIC. Asimismo se apropiaron recursos por \$40 mil millones para la atención directa de los caficultores mediante el Servicio de Extensión y \$10 mil millones como

contrapartida del gobierno nacional a la ejecución del proyecto Gestión Inteligente del Agua.

**Acuerdo para la Prosperidad Cafetera en Chinchiná:** durante este evento el gobierno nacional hizo tres importantes anuncios: i) la adición de \$150 mil millones al AIC/PIC; ii) la puesta en marcha del programa de flexibilización y reestructuración de créditos; iii) la conformación de la Comisión Asesora para la Estrategia Cafetera, liderada por el ex co-director del Banco de la República, Juan José Echavarría.

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Congreso Cafetero Extraordinario LXXVIII

El 30 de abril de 2013 se llevó a cabo el LXXVIII Congreso Extraordinario Cafetero. El evento tuvo como propósito discutir soluciones a la problemática de la caída en los precios internacionales y la revaluación del peso.

En el marco del evento el Gerente General presentó un informe sobre la gestión adelantada durante los últimos cuatro años focalizado en cinco temas: i) transformación productiva; ii) comercialización; iii) inversión social; iv) calidad en la gestión; v) sostenibilidad financiera del FoNC.

Como parte de este informe se resaltaron los esfuerzos realizados en la transformación del parque cafetero evidenciada en el incremento de la producción. De igual manera, los avances en programas tales como cafés especiales y Colombia Cafetera Sostenible que permitió apoyar el retorno de más de 600 familias a la Serranía del Perijá.

El Gerente General hizo hincapié en que a pesar de la caída en los ingresos por contribución, mediante el Plan de Sostenibilidad Financiera



se ha reducido el pasivo financiero y generado importantes ahorros.

Por su parte, la intervención del vicepresidente del Congreso, Jesús Orlando López Meneses (Huila), giró en torno a la importancia de la institucionalidad y la unidad gremial para superar las crisis que ha sobrellevado el sector.

El señor López también señaló la manera en la que la institucionalidad cafetera, así como las estrategias de valor agregado, la renovación de cafetales y los bienes públicos como la garantía de compra, son provistos para el beneficio de los productores

gracias a la existencia de un gremio fuerte. Por último, señaló que la Federación debe ser vista como un actor fundamental en el camino hacia la sostenibilidad de la actividad y el bienestar de las familias productoras.

Los representantes cafeteros coincidieron en la necesidad de afrontar los difíciles retos de la caficultura en un ambiente de unidad gremial bajo el lema "¡Todos sí Podemos!". Para ello, acordaron que centrarían la atención hacia la búsqueda de soluciones a la problemática del precio interno con el apoyo de los gobiernos nacional y regionales, así como del Congreso de la República.

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## LXXIX Congreso Nacional de Cafeteros

El LXXIX Congreso Nacional de Cafeteros se llevó a cabo del 27 al 29 de noviembre bajo el lema “Por una caficultura competitiva”.

La apertura del evento estuvo a cargo del representante de Santander, el señor Álvaro Bautista, quien actuó como presidente del Congreso, se refirió a la difícil situación del sector generada en la caída de los precios y los altos costos de producción. Resaltó que si bien los caficultores han realizado importantes esfuerzos para aumentar la competitividad, su sostenibilidad es responsabilidad de todos.

Por su parte, el Gerente General agradeció el respaldo del Presidente Juan Manuel Santos mediante la destinación de recursos para el programa de renovación y protección del ingreso caficultor. Asimismo resaltó los aportes de Cenicafé a la caficultura y la apertura de la primera tienda Juan Valdez en el Golfo Pérsico.

A su vez, el presidente de la República hizo mención a: i) el impacto positivo del Acuerdo para la Prosperidad Cafetera firmado en 2010, en el que se le dio especial énfasis a los programas de renovación y recuperación de la producción; ii) el respaldo otorgado a los productores a través



del programa AIC/PIC y para cuya ejecución se destinaron recursos por un billón de pesos; iii) la importancia de la Misión de Estudios del Café; iv) los resultados alcanzados y los retos futuros para aumentar la productividad de la caficultura colombiana.

Por otra parte, con ocasión de la conmemoración del 75 aniversario de Cenicafé, su Director expuso ante los delegados al Congreso Cafetero, los principales logros del centro de investigación, así como la importancia de sus aportes para elevar la productividad y competitividad de la caficultura colombiana. Igualmente, presentó el *Manual del Cafetero Colombiano: investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura*, que consta de tres tomos. El primero reúne aspectos institucio-

nes y generales de la caficultura de Colombia, información base de la planta de café, mejoramiento, clima, suelos y su conservación. Por su parte, el segundo tomo contiene las recomendaciones técnicas del sistema de producción del café en Colombia, y el tercero compila las tecnologías del proceso postcosecha, las prácticas del sistema de producción y los retos que enfrenta la caficultor en Colombia.

Como parte de la agenda académica del Congreso, se contó con la presencia de la Decana de Economía de la Universidad de los Andes, Ana María Ibáñez, quien expuso el estudio del que es coautora: “Abandonado el café bajo la amenaza de la violencia y la presencia de cultivos ilícitos. Evidencia en Colombia”.



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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## LXXIX Congreso Nacional de Cafeteros

Esta investigación económica analiza el impacto del conflicto armado rural en la decisión y eficiencia productiva de los caficultores y evalúa la manera en la que la Federación ha contribuido a reducir estos efectos mediante la labor adelantada por el Servicio de Extensión.

El segundo día del evento comenzó con la firma del convenio entre Proexport y la Federación que busca desarrollar actividades de posicionamiento del café de Colombia tendientes a promover que los pequeños caficultores escalen en la cadena de valor y sus ingresos aumenten.

Adicionalmente, se contó con la presencia del Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café, Roberio Oliveira Silva, quien se refirió a la difícil coyuntura internacional ocasionada por la volatilidad de los precios internacionales originada por la presión especulativa de los fondos de inversión y el aumento de la producción mundial. Señaló que para hacer frente a esta situación resulta necesario mejorar la competitividad del país mediante la producción de cafés diferenciados y de alta calidad. También resaltó la trayectoria de la Federación como una institu-

ción sólida, única en su género al combinar la visión empresarial y la representación gremial orientada a la búsqueda de mayores beneficios para los caficultores y sus familias, y recordó el esfuerzo de la Federación para la consecución y posterior mantenimiento de la prima del café colombiano y el establecimiento de las condiciones para el desarrollo de ventajas competitivas, posibles solo mediante la acción colectiva.

Durante el último día del Congreso, el Director de Mercadeo Internacional y Estrategia de Nespresso, Guillaume Le Cunff, dio la primicia del lanzamiento de una edición especial Nespresso preparada a base de café de Cauca y Santander y ratificó que la calidad del café es necesaria para competir, exaltando la visión de Colombia para competir por esta vía.

Posteriormente, se presentó la nueva Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente junto al portafolio de beneficios financieros disponibles para los productores a partir de febrero del 2014.

De otra parte, el Ministro de Hacienda ratificó la destinación de recursos del presupuesto de la nación para la vigencia 2014 de un billón de pesos

para el programa de Protección del Ingreso Cafetero (AIC/PIC) e invitó al gremio a poner la capacidad de gestión del gremio al servicio del agro colombiano mediante la ejecución de programas de construcción y mejoramiento de viviendas, acueductos, alcantarillado y mejora de vías terciarias. Asimismo el gremio cafetero agradeció e hizo un reconocimiento al gobierno nacional y al Congreso de la República por el apoyo a los productores mediante la destinación de recursos para la entrega de subsidios al precio, e insistió en la importancia de su continuidad mientras se mantengan los bajos precios. Adicionalmente le solicitó al gobierno nacional concretar el nuevo programa de reactivación cafetera (PRAN), así como avanzar en el control al precio de los fertilizantes.

De este modo, el LXXIX Congreso Nacional Cafetero se centró en aspectos relevantes para alcanzar una caficultura competitiva, reconociendo el papel de la Federación como promotor de la acción colectiva, mitigador de los efectos negativos de la violencia y visión empresarial en beneficio de los caficultores.

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, en cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos, durante 2013 estuvo atenta del curso de los proyectos de ley tramitados ante el Congreso de la República que pueden repercutir directa o indirectamente en la caficultura nacional.

**Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropiações para la vigencia 2013:** mediante el artículo 74 de la Ley 1593 de 2012 se autorizó al gobierno nacional a transferir al FoNC recursos del Presupuesto General de la Nación por \$40 mil millones para cumplir con los programas a favor de los cafeteros.

Posteriormente, con el fin de ayudar a mejorar el ingreso de los productores de café, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público impulsó la Ley 1640 de julio de 2013 que incorpora al Presupuesto General de la Nación recursos adicionales para el sector agropecuario. De manera adicional, mediante el Decreto 1530 de 2013 del Ministerio de Hacienda se transfirieron \$565 mil millones al MADR para el apoyo de la caficultura a través del Programa de Protección del Ingreso del Caficultor (AIC/PIC).

**Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropiações**

**nes para la vigencia 2014:** incorpora recursos adicionales por \$3,1 billones destinados a gastos relacionados con el sector agropecuario, la familia campesina y el sector rural. Así mismo, autoriza al gobierno nacional a realizar una transferencia de recursos al FoNC destinados a la implementación de instrumentos que permitan garantizar la sostenibilidad del ingreso y el acercamiento de las familias cafeteras a herramientas tecnológicas.

Esta ley, reglamentada mediante el Decreto 3035 de diciembre de 2013, modifica el artículo 12 de la Ley 179 de 1994 señalando que las contribuciones parafiscales administradas por los órganos que no forman parte del Presupuesto General de la Nación, independientemente de su naturaleza jurídica y salvo aquellas destinadas al financiamiento del Sistema General de Seguridad Social, se incorporarán en un presupuesto independiente que requerirá la aprobación del Consejo Superior de Política Fiscal (CONFIS).

Así las cosas, a partir de la vigencia 2015, la Federación deberá someter el presupuesto del FoNC a aprobación del CONFIS.

**Modificación Artículo 872 del Estatuto Tributario:** aprobada mediante

la Ley 1694 de 2013 posponiendo hasta el 2015 el desmonte del Gravamen a los Movimientos Financieros (4x1000). Lo anterior, con miras a destinar los recursos del impuesto a la ejecución de programas de apoyo para los productores agrícolas afectados por caídas sostenidas de sus ingresos.

Adicionalmente, esta Ley amplía hasta el 31 de diciembre de 2014 el plazo para que los productores se acojan a los beneficios establecidos por la Ley 1504 de 2011 que habilita a los deudores del PRAN cafetero a extinguir sus obligaciones crediticias a una tasa de descuento.

De otra parte, vale resaltar que la Federación asistió a las citaciones de debate de control político realizadas por Congreso de la República.

Durante 2013, los debates se centraron en la problemática del sector cafetero generada por la caída en los precios internacionales del café y su impacto en el ingreso de los productores. Debido a que dicha circunstancia desencadenó el paro cafetero, los debates se centraron en realizar seguimiento al cumplimiento de los acuerdos establecidos por el gobierno nacional, así como a la política pública establecida para enfrentar la crisis agropecuaria del país.

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

**A**cuerto Internacional del Café (AIC) 2007: mediante la Ley 1589 de 2012, Colombia aprobó el AIC 2007, importante instrumento para la colaboración entre países productores y consumidores de café y el cual proporciona un marco jurídico para las actividades desarrolladas por la Organización Internacional del Café (OIC).

El Acuerdo le permite a los países miembros participar en las deliberaciones del Consejo Internacional del Café. Asimismo, les permite presentar proyectos de cooperación internacional para el desarrollo cafetero, la mejora de la calidad del café y la promoción del consumo.

Los miembros se benefician también de los foros, reuniones y seminarios organizados por la organización, así como de la información estadística y estudios económicos. A su vez los países miembros deben cumplir con tres obligaciones básicas: i) amplia cooperación para el logro de los objetivos del Acuerdo; ii) reconocimiento y emisión de los certificados de origen en caso de ser país exportador; iii) suministro de información estadística.

**Seminario tendencias en los nuevos mercados de consumo de café:** realizado durante el 110° pe-



ríodo de sesiones del Consejo Internacional del Café (CIC). El evento fue liderado por el señor Andrea Illy, presidente del Comité de Promoción y Desarrollo de Mercado de la OIC. Tuvo por objeto ofrecer información a los miembros acerca de las tendencias de consumo en los mercados emergentes para el café, al igual que los principales fuerzas impulsoras de dicha demanda tales como: i) incremento del nivel de ingresos y aumento de la clase media; ii) aumento de la prima; y iii) emergencia de una cultura del café; iv) potencialidad de crecimiento de los mercados al por menor para el café soluble en Asia.

**50° aniversario OIC:** la ciudad de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, mayor estado productor de café del Brasil, fue la sede de la conmemo-

ración del 50° aniversario de la OIC, evento que tuvo lugar en el marco de la Semana Internacional del Café celebrada entre el 9 y 13 de septiembre.

Durante la celebración se congregaron los representantes de los gobiernos de más de 70 países miembros, quienes analizaron medidas para solucionar la problemática de precios que enfrenta el sector cafetero.

El director ejecutivo de la OIC, Robério Oliveria da Silva, dio apertura a la conmemoración refiriéndose a los objetivos de la OIC: i) servir de foro para el desarrollo de políticas y solución para el fortalecimiento del sector cafetero; ii) aumentar la transparencia del mercado cafetero mundial; iii) alentar la difusión de conocimiento, y iv) promover un sector cafetero soste-

nible. También señaló la preocupante situación de la caída de las cotizaciones internacionales generada por el alto volumen de producción y la volatilidad presente en los mercados financieros internacionales.

**111° Período de sesiones CIC:** con ocasión de estas reuniones realizadas en el marco del 50° aniversario de la OIC, los países miembros expedieron la Declaración de Belo Horizonte, documento en el que exaltaron la importancia de la OIC por su contribución al desarrollo de una economía cafetera sostenible; el fomento de mecanismos de cooperación internacional; la promoción de sinergias en el mercado de productos básicos; los programas de mejora de la calidad del café y de promoción del consumo, entre otras importantes acciones en beneficio de los productores de todo el mundo. Igualmente, hicieron un llamado para que con fundamento en el AIC 2007, la OIC continuará trabajando en favor de la sostenibilidad de la caficultura.

De igual manera, durante el 111° período de sesiones del CIC tuvieron lugar los siguientes acontecimientos.

**III Foro consultivo de financiación del sector cafetero:** se centró en los retos que enfrentan los caficulto-

res en la consolidación de procesos asociativos. Para ello, los asistentes debatieron en torno a las fuerzas impulsoras y restrictivas de dicho propósito.

Como resultado de los debates se identificaron cerca de 200 fuerzas. Entre las impulsoras se destacan los incentivos de mercado para organizar a los productores, así como la difusión de información sobre las habilidades administrativas y gerenciales. Dentro de las restrictivas se identificaron la baja participación de las mujeres, la falta de educación en temas cooperativos, aspectos jurídicos y de control interno, así como una actitud de aversión al riesgo.

Por otra parte, vale la pena señalar que el CIC nombró a Colombia en

la presidencia del Grupo Básico del Foro Consultivo para el año cafetero 2013/14.

**Estudio sobre riesgo y financiación en el sector cafetero:** esta iniciativa contempla la realización de varios análisis sobre el riesgo y la financiación en el sector cafetero, para identificar las limitaciones que enfrentan los productores, los comercializadores y los hacedores de políticas públicas. Los estudios son elaborados por el Banco Mundial. Durante 2013 se entregó un primer avance al Grupo Básico del Foro Consultivo y se espera dar a conocer el informe final durante el 112° período de sesiones del CIC.



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 durante 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.

Durante 2013, concluyeron las negociaciones de los acuerdos comerciales con Costa Rica, Israel y Panamá. En el caso de Costa Rica y Panamá, dada su condición de países productores y sensibilidad, el café y sus productos derivados fueron excluidos de los tratados. No obstante, la contribución cafetera y los controles de calidad al café de exportación quedaron debidamente salvaguardados en el acuerdo sin restricciones.

En relación con el TLC con Israel, se obtuvo acceso inmediato libre de aranceles para todos los tipos de café, al tiempo que los instrumentos de política cafetera quedaron debidamente salvaguardados.

Por su parte, en 2013 entró en vigencia el acuerdo con la Unión Europea



y se adelanta ante el Congreso de la República el trámite de aprobación del TLC Corea del Sur.

**Relaciones comerciales con Japón:** el 18 de noviembre tuvo lugar el VIII Comité Económico Conjunto Colombia-Japón del Keidanren cuyo objeto es promover iniciativas conjuntas del sector privado, en beneficio de los dos países.

Este Comité es presidido por Yorihiro Kojima, Presidente de la Junta Directiva de Mitsubishi y el Gerente General de la Federación.

El evento se constituyó en ocasión propicia para aumentar el mutuo conocimiento en materia económica, de desarrollo y de inversión y explorar las potencialidades para incrementar

las relaciones entre ambas naciones. Asimismo, en el marco del Comité, el Embajador de Japón en Colombia, Kazuo Watanabe, destacó la importancia del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) bilateral y de la Alianza del Pacífico, para estrechar las relaciones Colombia-Japón.

Actualmente, las negociaciones del Acuerdo EPA, se encuentran en la tercera ronda de negociación en la que se buscó mejor tratamiento arancelario posible y la debida protección de los instrumentos de política cafetera.

Representar a los caficultores colombianos en los escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Defensa del Patrimonio Marcario

En 2013, se mantuvo la estrategia de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos alrededor del mundo, la cual incluye la detección de infracciones mediante el análisis de muestras recolectadas en todos los continentes; la revisión y seguimiento de los casos de infracción, la búsqueda de soluciones extrajudiciales para los casos que así lo ameriten y la interposición de las acciones legales pertinentes. Valga resaltar que este tipo de controles se realiza en todo el mundo, no solo para la marca Café de Colombia® sino para los cafés protegidos con las denominaciones de origen regional.

**Protección de marcas:** esta actividad se lleva a cabo en el contexto internacional mediante la interposición de oposiciones, acciones de cancelación y acciones de nulidad en contra de signos distintivos de terceros que puedan atentar contra la reputación del Café de Colombia® y sus marcas asociadas. Durante el año se presentaron 32 oposiciones a solicitudes de marcas en Colombia que incluían referencias a la Denominación de Origen o que asemejaban rasgos generales a la marca-logo Café de Colombia®.

A nivel internacional, en Letonia se presentaron cuatro oposiciones al registro de las marcas *Columbia Coffee*

*Club*, por su semejanza a la plataforma web de la Federación, *Colombian Coffee Hub*. En este caso las demandas fueron decididas a favor de la Federación, toda vez que en junio de 2013 la Oficina de Marcas de Letonia decidió negar su registro, acogiendo a los argumentos presentados.

**Registro de marcas:** en 2013 con el fin dar un mayor soporte legal a la estrategia de protección y promoción

del Café de Colombia, se tramitaron y obtuvieron 18 nuevos registros marcarios en el ámbito nacional e internacional.

Asimismo se realizaron solicitudes de registro de la marca Juan Valdez en 16 países del Medio Oriente y norte de África. A la fecha, han sido aprobadas las solicitudes para su uso en productos de café y tiendas en Kuwait, Marruecos y Líbano.



خوان فالديز

La Federación ejerce presencia en diferentes mercados para defender las marcas de propiedad de los cafeteros colombianos

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 es considerada 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.

A lo largo de su historia, el gremio cafetero ha establecido importantes alianzas con diversos estamentos del gobierno colombiano, al igual que con entidades de cooperación internacional y gobiernos extranjeros.

Así las cosas, durante 2013 la Federación mantuvo importantes alianzas con 30 socios internacionales provenientes de 10 países en Europa, Norteamérica y Asia.

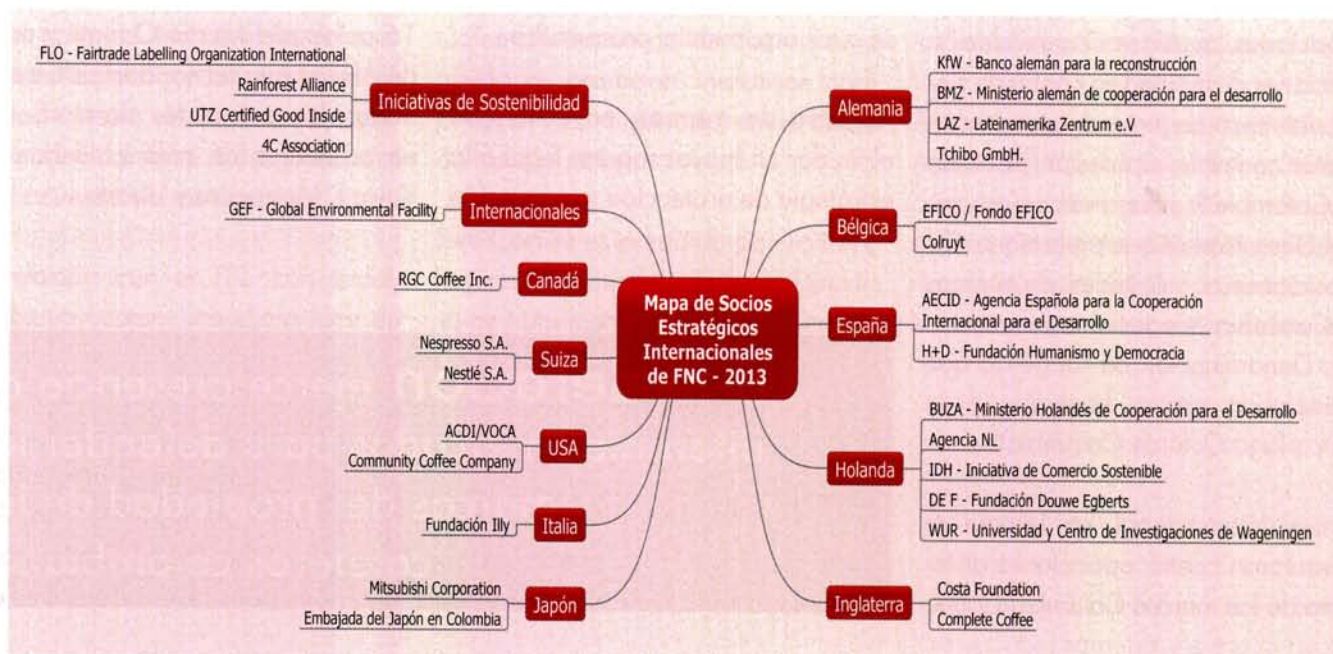
Con fundamento en lo anterior se suscribieron cuatro acuerdos para la ejecución de nuevos programas de inversión social por \$62 mil millones provenientes de organismos de cooperación internacional entre los

que destacan el Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores, la Universidad de Wageningen de Holanda y la Fundación Ernesto Ily.

Como resultado, en la vigencia se ejecutaron proyectos de cooperación internacional por \$90 mil millones, siendo los proyectos más significativos el de Gestión Inteligente del Agua y los convenios Huellas de Paz y Producción de Café Sostenible.

**\$62 mil millones para nuevos programas de inversión social en alianza con entidades internacionales**

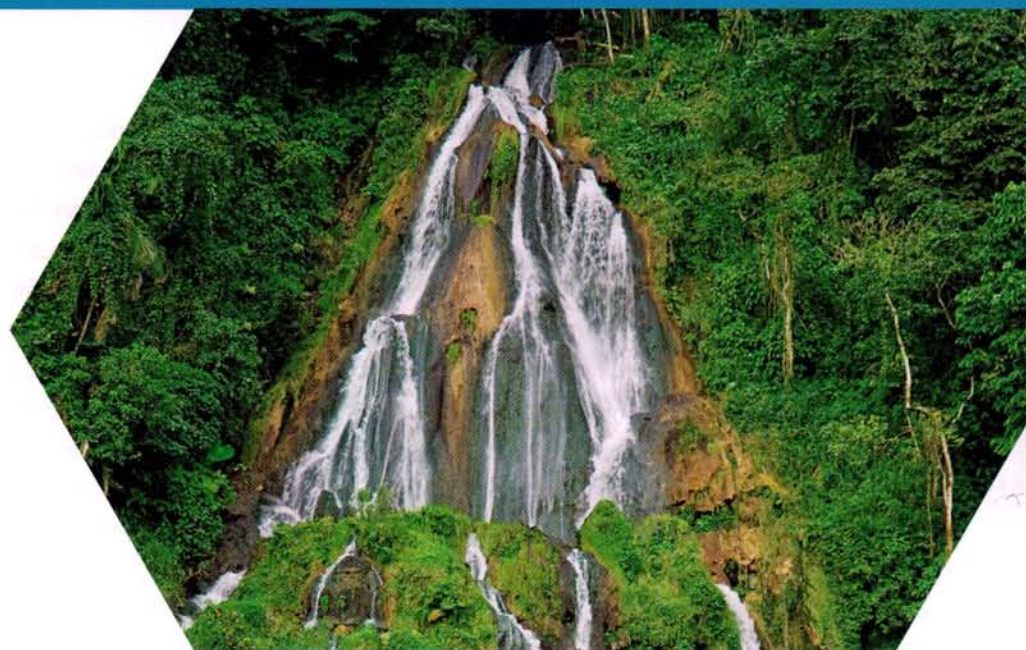
### Aliados estratégicos internacionales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia



**G**estión Inteligente del Agua: luego de un año dedicado a actividades de formulación, planeación y gestión, se obtuvo la aprobación del Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores para la implementación del proyecto Sistema Integrado de Gestión de los Recursos Hídricos hacia una Caficultura Climáticamente Inteligente en Colombia (GIA).

Esta iniciativa tiene por objeto generar mayor resiliencia frente al Cambio Climático y el desbalance hídrico, adaptando los sistemas productivos para el manejo de riesgos y mitigación de los efectos en los ecosistemas. Consta de cuatro componentes: i) agua responsable de todos, basado en el diálogo y la cooperación ii) agua para una caficultura sostenible, que comprende la implementación de tecnologías y prácticas limpias en las fincas; iii) ecosistemas hídricos estratégicos, que busca la recuperación y cuidado de ambientes naturales; iv) decisiones responsables frente al agua, para lo cual se desarrollará un sistema de monitoreo de agua y clima.

Con la implementación de este proyecto, se espera que a 2017: i) el sector cafetero esté mejor preparado para enfrentar los retos del cambio climático; ii) se hayan mitigado los efectos sobre ecosistemas hídricos es-



tratégicos; iii) se generen mejoras en la salud, los ingresos y las condiciones de vida de los habitantes.

Las acciones del proyecto buscan beneficiar cerca de 11 mil familias cafeteras asentadas en 25 municipios de Antioquia, Caldas, Cauca, Nariño y Valle del Cauca.

El proyecto se ejecutará entre 2013 y 2017, con una inversión proyectada de USD 33,5 millones, de los cuales USD 12,8 millones corresponde a aportes de la Fundación de Waal de Holanda, USD 1,4 millones de la Universidad de Wageningen, USD 3,3 millones de Nespresso, USD 2,7 millones de Nestlé, USD 3,3 millones del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, USD 4 millones de la Federación y USD 5,8 millones que corresponden a los

aportes de la comunidad beneficiaria.

**Plataforma de Comercio Sostenible:** esta iniciativa promovida por la Embajada del Reino de los Países Bajos, representada en Colombia por la Agencia Solidaridad, busca fortalecer la producción, el comercio y el consumo sostenible de flores, café y banana en el mercado europeo. Para ello, durante 2013 la Federación adelantó con Solidaridad las gestiones tendientes a la estructuración del proyecto Producción de café en sistemas agroforestales que realizan una gestión eficiente del carbono, el cual aplicaría para 970 productores ubicados en el área de influencia del Cerro Tatamá en Risaralda y Valle del Cauca. Actualmente se encuentra en proceso la concreción de los cofinanciadore del proyecto.



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

## 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 convirtió en miembro de la Red de Estructuradores, iniciativa promovida por el DNP, y a través de la cual el gremio se compromete a brindar asistencia técnica y acompañamiento a los municipios y departamentos en la identificación, formulación y estructuración de proyectos para ser presentados ante los Órganos Colegiados de Administración y Decisión (OCAD) del SGR.

De este modo, entre 2012 y 2013 se han gestionado 26 proyectos en departamentos cafeteros, valorados en más de \$189 mil millones, de los cuales \$131 mil millones corresponden a recursos del SGR.

La mayoría de los 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 para la conservación de recursos naturales, el desarrollo científico y la innovación, así como la construcción de infraestructura productiva y comunitaria. A continuación se señalan los principales resultados de los convenios en ejecución:

**Fortalecimiento de la actividad cafetera como alternativa sostenible de desarrollo regional en Cundinamarca:** este proyecto tiene por objetivo contribuir a la generación de ingresos estables y mejorar las condiciones de vida de las familias cafeteras a través de la renovación y tecnificación de cultivos y la implementación de esquemas agroforestales en beneficio de 660 familias.

A la fecha se ha ejecutado el 40%, representado en entrega de semillas, bolsas, fertilizantes, materia orgánica y prestación de servicios de asistencia técnica.

**Fortalecimiento de oportunidades para el desarrollo de empresas cafeteras sostenibles en Huila:** este proyecto es desarrollado en alianza con la Gobernación del Huila para incrementar la productividad, generar ingresos y mejorar la calidad de vida de las familias, mediante la renovación de seis mil hectáreas de café, la adecuación de 200 Beneficiaderos Ecológicos y la instalación de 200 sistemas modulares de tratamiento anaeróbico de aguas (SMTA).

Para ello, durante 2013 se prestaron servicios de asistencia técnica a través de 35 profesionales al Servicio de Extensión que realizaron 1.302 visitas a finca. Asimismo, se capacitaron 745

caficultores en prácticas de beneficio ecológico, instalación de SMTA y BPA.

**Fortalecimiento de oportunidades para el desarrollo de empresas cafeteras sostenibles en Tolima:** con este proyecto se busca disminuir los índices de pobreza rural, el desempleo y generar oportunidades laborales en las zonas rurales cafeteras del departamento, mediante la renovación y siembra de 4.678 hectáreas en café y la realización de capacitación.

En desarrollo del proyecto, se han sembrado 181 nuevas hectáreas, analizado 107 muestras de suelo y realizado 3.247 contactos por parte del Servicio de Extensión. Asimismo, 1.093 cafeteros participaron en talleres de reparación de equipos, 161 en catación, 80 en barismo y 407 en BPA aplicadas a cafés especiales.

**Santander, tierra de café:** este proyecto busca la renovación y nueva siembra de 1.075 hectáreas de café con variedad Castillo®. El proyecto se encuentra en su etapa de verificación de cultivos. Debido a que los caficultores beneficiarios manifestaron su satisfacción con el programa, han solicitado a la gobernación la ejecución de una segunda fase para la intervención de 512 hectáreas con recursos departamentales.

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

## Sostenibilidad en Acción

El modelo institucional desarrollado por la Federación ha permitido mediante la gestión de recursos provenientes de diversas fuentes nacionales e internacionales, canalizar el ahorro colectivo de los cafeteros hacia la prestación de 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 el Café de Colombia como el mejor del mundo y gestionar e implementar programas sociales en alianzas en las que intervienen el gobierno nacional, los gobiernos locales, clientes especiales, así como la banca multilateral para el desarrollo y la cooperación nacional e internacional.

A continuación se presentan los resultados de esta gestión.

**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

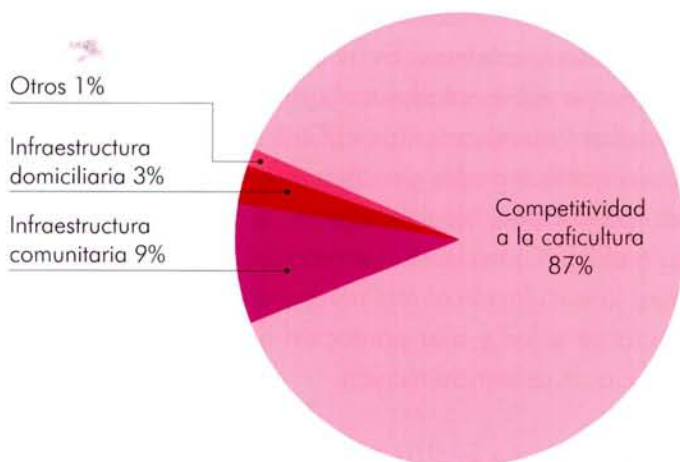
consecución de recursos de inversión, apalancada en activos institucionales intangibles como son su capacidad de gestión y la transparencia, eficacia y eficiencia en la ejecución. Gracias a ello, durante 2013, la Federación ejecutó proyectos valorados en más de \$1,2 billones aportados por la institucionalidad cafetera, los gobiernos nacional, departamental y municipal, los organismos de cooperación nacional e internacional y las comunidades beneficiadas.

Con estos recursos se financiaron programas enfocados a promover la sostenibilidad del ingreso de las familias afeteras. Así las cosas, el

87% de los recursos se destinaron a programas para consolidar la competitividad de la caficultura a través de programas para la renovación de cafetales y la entrega de apoyos al ingreso caficultor.

Asimismo, bajo la categoría de infraestructura comunitaria se invirtió el 9% de los recursos en obras de mantenimiento vial y mejoramiento de infraestructura en el sector rural, el 3% se invirtió en proyectos para la construcción de infraestructura domiciliaria y el 1% restante en programas de educación y capacitación, conservación del medio ambiente, protección social y fortalecimiento gremial.

Valor creado por el FoNC por rubro de inversión social 2013



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

## Sostenibilidad en Acción

**Apalancamiento de la gestión:** la Federación ha establecido importantes alianzas estratégicas que le han permitido incrementar los recursos disponibles para el desarrollo de programas de inversión social. Como resultado, en 2013 el indicador de apalancamiento de recursos del FoNC fue de 1:63, lo que significa que por cada peso proveniente del FoNC, se gestionaron \$63 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación. Este incremento se debe a los recursos entregados por el gobierno nacional para el programa Protección del Ingreso del Caficultor.

**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 para la renovación de cafetales, 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.

De esta manera en 2013, la institucionalidad cafetera generó benefi-

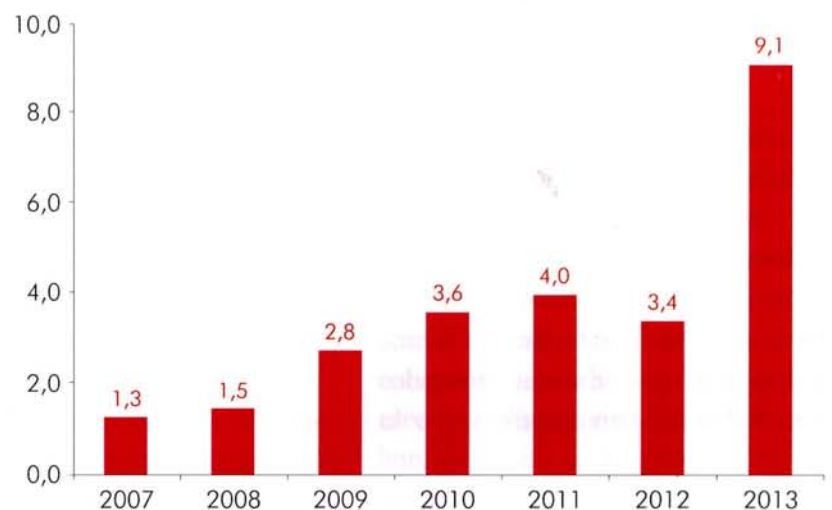
cios directos a los productores a más de 9,1 veces sus aportes totales por contribución cafetera.

**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 la sociedad colombiana. Por ello, este indicador cuantifica los recursos del FoNC y otros cooperantes, destinados a la ejecu-

ción 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.

Como resultado, durante 2013, se ejecutaron programas en los pilares de Sostenibilidad en Acción por USD 730 millones. Este monto equivale a inversiones que ascienden a más de USD 2 millones 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 2013



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

## Pacto Nacional por el Agro y el Desarrollo Rural

En septiembre de 2013, la Presidencia de la República instauró el Pacto Nacional por el Agro y el Desarrollo Rural, espacio de concertación ciudadana en el que participan los gobiernos nacional, departamental y municipal, gremios, asociaciones de productores, sindicatos, centrales obreras, grupos étnicos, representantes de víctimas, expertos y analistas del sector y partidos políticos.

Esta iniciativa tiene por objeto diseñar e implementar una política pública integral que atienda las necesidades del campo para lograr el desarrollo rural y agropecuario, y mejorar las condiciones de vida de la población rural. Para ello, la Federación atendiendo el llamado del gobierno nacional, elaboró un documento de propuestas del sector cafetero denominado Propuestas para la Competitividad de la Actividad Cafetera, cuyo contenido ha sido sometido a discusión en los siguientes espacios: i) las reuniones del Comité Directivo de la FNC, los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros; ii) los encuentros del Servicio de Extensión con los productores; iii) en encuestas a productores; iv) mediante su publicación en internet.

El documento consta de ocho propuestas, las cuales se presentan a continuación:

❑ **Consolidación de sistemas de información para el diseño e implementación de política para el sector agropecuario:** promover el establecimiento de sistemas de información geográfica que respalden el diseño, implementación y evaluación de la política para el sector agropecuario, así como su adecuada planificación.

❑ **Acceso a la tierra:** pretende resolver el problema de acceso a la tierra como factor de producción; detener la microfundización de los cultivos y generar procesos para la formalización de la propiedad rural.

❑ **Seguridad social:** mediante la promoción del acceso de los productores y los recolectores/jornaleros, al sistema de seguridad social y el sistema general de pensiones.

❑ **Adaptación y mitigación del cambio climático:** mediante la aplicación del concepto de caficultura climáticamente inteligente.

❑ **Establecimiento de un sistema para el reconocimiento de precios remunerativos:** focalizado principalmente a reducir la vulnerabilidad del productor cafetero a la volatilidad del precio del café.

❑ **Política de costos de producción:** para la optimización de los costos de producción y por esa vía mejorar la rentabilidad del actividad cafetera.

❑ **Promover modelos de producción diferenciales:** teniendo en cuenta las características culturales, sociales y económicas del territorio, en la planeación de proyectos productivos específicos que permitan la convivencia armónica de los diferentes modelos de producción.

❑ **Bienes públicos cafeteros:** garantizar mediante el establecimiento de alianzas público-privadas (APP) la prestación de los bienes y servicios públicos cafeteros para el mejoramiento de la calidad de vida de la población cafetera.

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

**T**ras dos años de 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 Nacional de Cafeteros, continúan trabajando en la preservación de los valores excepcionales de esta región que representa la riqueza cultural construida por varias generaciones de caficultores, recolectores y la comunidad de 51 municipios de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.

Con el Ministerio de Educación se continuó trabajando en el diseño de los lineamientos de las Jornadas Escolares Complementarias, la integración de temáticas y el uso de material educativo con contenidos del PCC que destacan y promueven la región.

Con el Ministerio de Vivienda y Desarrollo Territorial se revisaron los POT del área principal, con el fin de armonizarlos al Plan de Manejo. Asimismo en conjunto con las Gobernaciones, CAR, Universidades y municipios se elaboró el documento "Lineamientos para la revisión y ajuste de los POT de los municipios del área Paisaje Cultural Cafetero".

De igual manera, el Viceministerio de Turismo se encuentra desarrollando un Plan Estratégico que incluye la promoción de la marca PCC y su

reglamento de uso, el inventario de atractivos de la región, el diseño de producto que involucre las rutas del PCC, el fortalecimiento empresarial, el conocimiento y aplicación de buenas prácticas sectoriales, la promoción, la señalización y los puntos de información turística.

Asimismo, el Ministerio de Cultura ha aunado esfuerzos con los Ministerios de Minas y de Ambiente, la Agencia Nacional Minera y las cuatro CAR, 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.

Igualmente, en alianza con diferentes entidades de la región, se han

gestionado nueve proyectos para ser financiados través del Sistema General de Regalías de los cuales tres han sido aprobados. Estos proyectos están enfocados al mantenimiento y conservación de la red vial rural, la reparación de viviendas rurales con técnicas tradicionales de construcción y la implementación de la Denominación de Origen del café regional y su respectiva marca.

Por otra parte, la Federación logró la incursión del Café del PCC en el mercado japonés, mediante la oferta del producto empacado en almohadillas con la empresa Doutor, que cuenta con mil tiendas. Recientemente, la Compañía Suntory manifestó su interés en producir, bajo su marca BOSS en el segmento *ready-to-drink* (RTD), una referencia con la marca PCC.



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

**Huellas de Paz:** en alianza con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Fundación Humanismo y Democracia (H+D) y las administraciones departamentales y municipales se continuó trabajando en el fortalecimiento de las políticas de desarrollo, la seguridad y la reconstrucción de tejido social a través de una mayor y mejor participación de la población, fomentando el arraigo, la convivencia pacífica, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible de las comunidades rurales vulnerables en 22 municipios de Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca. Con un horizonte de tiempo de 4 años (2011-2014) y una inversión cercana a USD 8 millones, Huellas de Paz busca mejorar el bienestar de más de 18 mil pequeños caficultores.

Durante 2013, se realizaron inversiones por USD 1,6 millones que permitieron avanzar en el establecimiento de un Sistema Integrado de Gestión Rural (SIGR) con las siguientes intervenciones:

□ Línea social: se fortaleció el liderazgo social, el empoderamiento de las necesidades de las comunidades y la creación de sinergias entre las entidades locales y los gestores y gestoras. Asimismo, se logró una mayor participación y empoderamiento de las mujeres en los ámbitos de toma de decisiones.



□ Línea ambiental: se mejoraron las condiciones de suministro de agua potable de 1.805 familias con la construcción de un acueducto en Antioquia y la optimización de otro en Nariño.

Adicionalmente, 12 familias mejoraron sus condiciones de salubridad y saneamiento básico con la construcción de 12 Sistemas Individuales de Tratamiento de Aguas Residuales en Valle del Cauca. Como complemento se capacitaron más de cinco mil productores en el buen uso del agua y demás recursos naturales.

□ Línea económica: se realizaron obras de infraestructura productiva, renovaciones y capacitaciones en buenas prácticas agrícolas y manejo de empresa cafetera.

**Desarrollo rural y seguridad nutricional:** este proyecto busca mejorar el desarrollo rural y la seguridad alimentaria de las familias de 240 jóvenes caficultores de siete municipios de Antioquia, mediante el desarrollo de técnicas agrícolas, cultivos de café y productos de pancoger.

Cuenta con recursos por USD 302 mil del Lateinamerika-Zentrum e.V. (LAZ), organización para la Cooperación y el Desarrollo de Alemania que lidera proyectos en Latinoamérica de mejora de condiciones para la población y lucha sostenible contra la pobreza y del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ).

# Eficacia, legitimidad y democracia

## Avances

en 2013



Un nuevo **Profesor Yarumo**  
al servicio de los cafeteros de Colombia

---

**Reconocimiento del  
Nobel de Paz 2007**  
al gremio cafetero por su aporte a la  
superación del Cambio Climático

---

**Servicio de Extensión:**  
modelo integral, flexible y adaptable,  
según MEAS

---

**105% y 101%**  
de cumplimiento en las metas de consumo de  
energía y agua, respectivamente

---

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, está comprometida con la solución de la problemática que afecta las diferentes regiones cafeteras del país. Para ello, ha instaurado una diversidad de canales de comunicación presencial y virtual, a través de los cuales da a conocer a los caficultores, los acontecimientos que afectan positiva o negativamente al sector cafetero. De manera adicional, la Federación debe satisfacer las necesidades de información sobre el café colombiano de las diferentes audiencias nacionales e internacionales compuestas entre otros, por actores de la industria cafetera y consumidores alrededor del mundo.

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 2013.

**Encuentros Gremiales:** a raíz de la difícil situación que atraviesa el sector cafetero ocasionada por la drástica caída del precio interno, la Federación se ha enfocado en mantener



un dialogo cercano con los productores a través de la realización de reuniones con los miembros de los Comités Municipales de Cafeteros, días de campo convocados por el Servicio de Extensión y otras reuniones con grupos asociativos, productores no agremiados y Cooperativas de Caficultores. De esta manera, se generan espacios para la discusión sobre los retos de la caficultura y sus propuestas de solución. Durante 2013, se contó con la participación de 60.859 cafeteros en estos espacios de encuentro gremial.

**Documento de propuestas para la competitividad de la caficultura:** las actividades descritas anteriormente han permitido documentar las necesidades mas sentidas de los productores, las cuales complementadas con los resultados de las encuestas a productores y discusiones

con los Comités Departamentales y Municipales, dieron lugar a un documento de propuestas del sector cafetero presentado al Ministro de Agricultura. Con este aporte se espera enriquecer las discusiones que se llevarán a cabo para el Pacto Nacional Agropecuario.

**Carta del Gerente:** con el fin de mantener una comunicación cercana con los caficultores y colaboradores de la institucionalidad cafetera, el Gerente General continuó remitiendo semanalmente una carta personal en la que comparte su visión sobre la coyuntura cafetera nacional e internacional, y el acontecer de la organización y la industria.

Desde su implementación a diciembre de 2013, ha escrito 185 cartas remitidas semanalmente a más de 13.800 destinatarios vía correo electrónico.



Durante 2013, el Gerente ha abarcado en su carta semanal temas como: la volatilidad de los mercados internacionales; la recuperación de la producción; el programa de Protección al Ingreso del Caficultor (AIC/PIC), la caída del precio interno de venta; las profundas dificultades del sector agropecuario; la apertura de nuevas tiendas de Juan Valdez; el proceso de selección del Profesor Yarumo y los resultados de las acciones desarrolladas por la institucionalidad.

**Boletines de prensa:** durante el año, la Federación con el propósito de informar a las diferentes audiencias, ha publicado 172 boletines de prensa. De igual manera, algunos de sus representantes han concedido entrevistas y ruedas de prensa informando al público en general sobre la coyuntura cafetera y los avances de los programas adelantados por la institución.

También para difusión interna de las actividades gremiales realizadas en las regiones, se publicaron en la intranet y en la página web de la Federación, 191 Buenas Noticias provenientes de los Comités Departamentales y entidades asociadas a la institucionalidad.

Asimismo, se dio continuidad a las siguientes publicaciones:

❑ **Boletín virtual "Al grano":** desde finales de 2011 y 2013 se han emitido 16 ediciones de este boletín, cuyo público principal son periodistas nacionales e internacionales interesados en información sobre la actualidad cafetera, los avances en programas de la institucionalidad y las acciones encaminadas al logro de la sostenibilidad de la caficultura.

❑ **Boletín virtual "Pergamino":** a 2013 se han remitido por correo electrónico, 13 ediciones con una audiencia de 12 mil productores. Este boletín entrega a los cafeteros, información de actualidad, productividad, empresa cafetera y avances técnicos.

❑ **Boletín virtual "Contacto":** es el principal medio de comunicación interna de la institucionalidad.

Durante 2013 se publicaron 16 ediciones virtuales dirigidas a más de tres mil colaboradores a nivel nacional, las cuales abordaron temas de actualidad cafetera y bienestar laboral.

Asimismo, se publicaron flash informativos para comunicar a más de 20 mil contactos entre caficultores, opinión pública, periodistas y colaboradores, el acontecer cafetero.

**Medios cafeteros:** durante 2013, se transmitieron 64 programas radiales cafeteros para los cuales se produjeron ocho ediciones del noticiero radial Excelso y seis del programa radial Yarumadas con cuatro referencias cada uno.

Por su parte, durante el año se produjeron 39 ediciones del programa de

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Liderazgo y comunicación gremial

televisión “Las Aventuras del Profesor Yarumo”. En total bajo este formato se han producido 1.099 ediciones.

En medios impresos se destacan ocho periódicos con cubrimiento en Antioquia, Huila, Quindío, Tolima, Valle, Caldas, Magdalena y Norte de Santander, y los cuales incluyen información institucional, técnica y de actualidad para el público cafetero.

**Medios virtuales:** en 2013 se lanzó en Twitter la cuenta institucional @Fedecafeteros, a través de la cual el gremio se acerca a la opinión pública y establece un espacio para la discusión gremial separado de los temas propios de la marca Café de Colombia®. A menos de un año del lanzamiento, la cuenta tiene cerca de dos mil seguidores y ha conseguido establecer interacción con periodistas y líderes de opinión, entre otros.

**Medios internacionales:** mantener vigente el interés de la prensa y opinión pública internacional por la institucionalidad cafetera y lo que hay detrás del café de Colombia sigue siendo uno de los principales retos de la caficultura colombiana. Durante 2013, se lograron impactos en prensa internacional en medios tan importantes como *the Financial*

*Times*, *Wall Street Journal*, *New York Times*, *Los Angeles Times*, *Washington Post*, *Bloomberg*, *Miami Herald*, *Time*, *Fox Business*, y revistas especializadas como *Fresh Cup Magazine* y *Tea & Coffee Trade Journal*, entre otros.

Esta cobertura en medios ha estado relacionada con temas tales como: la institucionalidad cafetera, el aumento de la cosecha cafetera, los avances de Colombia en materia de combate a la roya con respecto a otros países de la región, la presencia de Juan Valdez® Café en nuevos mercados, los desarrollos tecnológicos alcanzados por Cenicafé, el

prestigio del Servicio de Extensión y el Profesor Yarumo, entre otros.

**Índice de presencia mediática (IPM):** durante el año, el IPM del portafolio marcario del FoNC ha estado a nivel nacional, por encima de los 24 puntos. Lo anterior, debido a los registros en medios de comunicación relacionados con los proyectos de expansión de las tiendas Juan Valdez® Café, sus resultados financieros, la celebración del décimo aniversario de la marca, el lanzamiento del Ron marca Juan Valdez® Café, el reconocimiento de la marca como una de las empresas criollas que ha conquistado el mundo y la nueva colección de ropa.



Revista Somos – 220613  
Nivel de Lectoría: 1,608,000

CAFFÉ DE COLOMBIA

### SELVA CAFETALERA

Mientras los productores peninsulares luchan por proteger sus plantaciones de la roya amarilla, arriba del continente un modelo de trabajo ha convertido al cultivo en el símbolo de toda una nación. Esta es la historia de cómo los colombianos colocaron su café entre los mejores del mundo.

**C**on un café que se ha convertido en el símbolo de toda una nación, el cultivo del café en Colombia ha alcanzado un nivel de reconocimiento internacional que no tiene precedentes. Este es el resultado de un modelo de trabajo que ha convertido al cultivo en el símbolo de toda una nación. Esta es la historia de cómo los colombianos colocaron su café entre los mejores del mundo.

**LA HISTORIA DEL CAFÉ EN COLOMBIA**

El café en Colombia tiene una historia que se remonta a los años 1800. Desde entonces, el cultivo ha crecido y se ha convertido en uno de los principales productos de exportación del país. El modelo de trabajo que se ha desarrollado en Colombia ha permitido que el café colombiano sea reconocido como uno de los mejores del mundo.

**LA IMPORTANCIA DEL CAFÉ EN COLOMBIA**

El café es uno de los principales productos de exportación de Colombia. El cultivo del café en Colombia ha alcanzado un nivel de reconocimiento internacional que no tiene precedentes. Este es el resultado de un modelo de trabajo que ha convertido al cultivo en el símbolo de toda una nación.

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Selección del nuevo Profesor Yarumo

Desde su creación, el Profesor Yarumo ha sido sinónimo de educación, cultura, progreso y bienestar, no solo entre las familias cafeteras sino para muchos colombianos que de generación en generación han crecido con las enseñanzas de este emblemático personaje del Servicio de Extensión de la Federación.

Debido al nombramiento de Carlos Armando Uribe como Gerente Técnico fue necesario buscar una persona que encarnara al Profesor Yarumo.

Para dar inicio al proceso de selección y con el ánimo de determinar las características de la personalidad del Profesor Yarumo, se pidió a más de tres mil cafeteros pertenecientes a 19 departamentos que identificaran las cualidades y valores más apreciados del Servicio de Extensión.

Paso seguido se abrió una convocatoria interna dirigida a todos los colaboradores del Servicio de Extensión, a través de la cual se recibieron 42 postulaciones de extensionistas de todo el país, cuyas hojas de vida y las calificaciones obtenidas en el Modelo de Desarrollo y Desempeño fueron sometidas a un proceso de selección. Como



resultado, se escogieron 25 candidatos que pasaron a la tercera etapa que tuvo lugar en Armenia (Quindío).

Un equipo interdisciplinario conformado por colaboradores de las Gerencias Técnica, Administrativa y de Mercadeo y Comunicaciones, así como expertos en medios de comunicación y procesos de selección, tuvo la responsabilidad de evaluar y calificar el desempeño de los candidatos con base en: i) pruebas de radio y televisión; ii) conocimiento técnico; y iii) aspectos de desarrollo humano y psicológico.

Una vez analizado el material recopilado en las diferentes pruebas, así

como las calificaciones obtenidas por los candidatos, se seleccionaron cinco extensionistas que pasaron a la etapa final realizada en Bogotá.

Al analizar y promediar todas las pruebas, el grupo evaluador seleccionó a Daniel Fernando Chica, Coordinador Seccional de Extensión Rural de Salamina (Caldas), como el nuevo Profesor Yarumo.

Daniel Fernando es un ingeniero agrónomo de 35 años de edad, con 10 años de trayectoria en el Servicio de Extensión, cuya personalidad está caracterizada por importantes cualidades como carisma, calidad humana y facilidad de palabra.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Cultura organizacional

**Consumo óptimo de agua y energía:** en continuidad a la iniciativa institucional de promover el manejo óptimo del agua y la energía, en 2013 se obtuvieron los siguientes resultados: i) un ahorro de 4,8% en el consumo de energía a nivel nacional, con lo cual frente a la meta planteada para el tercer trimestre del año, se ha alcanzado un cumplimiento del 105%; ii) un ahorro en agua de 1,3% adicional, lo que significa 101 m<sup>3</sup> menos frente a la meta establecida para el tercer trimestre del año.

**Programa para la gestión ambiental:** para contribuir a la sostenibilidad ambiental y la protección y cuidado del medio ambiente, se continuó con el programa de gestión de residuos. En 2013, se logró un aumento significativo en el volumen de residuos aprovechables: i) 153% en papel y cartón; ii) 133% en vidrio; iii) y se obtuvo un importante avance en la recolección de plásticos que paso de 122 kg. en 2012 a 13.595 en 2013. Este significativo aumento es resultado de la correcta separación y clasificación en la fuente, permitiendo una mayor recuperación del material generado.

**Pilas con las pilas:** para ayudar a reducir la contaminación producida



por los residuos químicos de las baterías, se dispuso de un Ecopunto en la Oficina Central de la Federación, para depositar los diferentes tipos de pilas.

**Cierra el ciclo:** debido a que la única forma responsable de desechar los envases de insecticidas es a través de un centro de recolección, en enero de 2013 la Federación dispuso de un nuevo Ecopunto ubicado en la Oficina Central, para envases de insecticidas, bombas manuales de fumigación y envases de aspersión.

**Tapas para sanar:** la Federación se sumó a la iniciativa liderada por Procafecol encaminada a la recolección de tapas de botellas plásticas con

destino a la Fundación Sanar, que las vende a los centros de reciclaje para recaudar fondos para el tratamiento de niños con cáncer.

**Camisetas con productos reutilizables:** con el objetivo de generar mayor valor agregado, Buencafé dentro de su proceso de innovación ha venido estudiando la utilización de los subproductos que se generan como resultado del proceso productivo. En 2013, utilizando tecnología asiática, se produjeron 130 camisetas deportivas con plásticos reciclados y borra de café proveniente del proceso de liofilización, componente vital para absorción de olores, rechazo de luz ultravioleta (UV) y facilitador de la transpiración.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Plataformas tecnológicas para la información

**D**urante 2013, se realizaron las siguientes 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.

Asimismo, la Federación enfocó sus recursos tecnológicos a la ejecución del programa AIC/PIC. Por tal motivo, con fundamento en las directrices del Ministerio de Agricultura, el Comité Nacional y el Comité de Seguimiento y Evaluación del PIC, efectuó una serie de mejoras en las plataformas SICA, IVR y SAP.

De igual manera, diseñó el aplicativo PIC-WEB para la liquidación de los apoyos mediante el registro de las facturas de venta o documentos equivalentes presentados por cada productor, los cuales luego son cruzados con el cupo individual de producción potencial determinado con base en la información del SICA.

El aplicativo PIC-WEB opera en los 514 puntos de compra de las 34 Cooperativas de Caficultores, los

15 Comités de Departamentales de Cafeteros y las 13 sucursales de Almacafé.

Asimismo, el sistema tiene una interfaz con SAP, plataforma en la que se autorizan los pagos, se aplican los descuentos tributarios de ley y se realiza el cruce con el precio diario del café, parámetro para la liquidación del AIC/PIC. Igualmente, el aplicativo permite realizar el pago del apoyo a través de diferentes medios de pago como la cédula o tarjeta cafetera inteligente, transferencia electrónica, giro a través del Banco Agrario, o el sistema Daviplata que funciona a través de corresponsales no bancarios.

Para garantizar la correcta entrega de los recursos del AIC/PIC, el aplicativo realiza los siguientes controles: i) verificación del registro del caficultor

en el SICA; ii) cruce del volumen reportado mediante factura de venta o documento equivalente con el cupo individual de producción potencial estimado con fundamento en la información del SICA; iii) verificación del consecutivo de numeración para verificar que la factura de venta o documento equivalente solo se presente una vez.

Para permitir el pago del AIC/PIC al momento de la compraventa del café, se implementó una solución tecnológica que opera vía telefónica a través de un sistema IVR (*Interactive Voice Response*), el cual: i) genera un código de autorización de pago; ii) aplica los controles determinados para el reconocimiento del incentivo; iii) realiza el pago de los recursos a través de los diferentes medios de pago de acuerdo a la solicitud del productor.



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 2013, resultado de su gestión para la adaptación de la caficultura al cambio climático y la labor realizada por el Servicio de Extensión, la Federación obtuvo dos importantes reconocimientos internacionales:

**Reconocimiento del Nobel de Paz 2007:** durante la visita realizada en septiembre a la zona cafetera colombiana, el Nobel de Paz 2007, Rajendra Pachauri, en representación del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (PICC) de las Naciones Unidas, destacó la importancia que el gremio cafetero presta a iniciativas de adaptación climática (mitigación de riesgos) y manejo responsable de recursos ambientales. Asimismo, señaló la importancia del café para el mantenimiento de la paz en las zonas rurales de muchas regiones del país.

Adicionalmente, el señor Pachauri exaltó la estrategia de reconversión productiva de la Federación, su integración y manejo con fundamento en las características geográficas propias de las regiones cafeteras por parte del Servicio de Extensión y Cenicafe, y las iniciativas ambientales de la Huella de Carbono, los programas de recuperación y con-



servación del medio ambiente, y las investigaciones relacionadas con el aprovechamiento de los residuos y co-productos del café.

**Reconocimiento al Servicio de Extensión:** durante 2013 el Servicio de Extensión fue analizado por un grupo de investigadores provenientes de las Universidades de Illinois y Cornell, adscritas al MEAS (*Modernizing Extension and Advisory Services*), proyecto global de USAID encargado de definir y difundir buenas practicas para el asesoramiento a los servicios de extensión rural.

Con base en la metodología DOFA, el MEAS catalogó al Servicio de Extensión como uno de los mejores del mundo debido a su enfoque integral, al ir mas allá de la mera asistencia técnica, al interesarse en aspectos

sociales, de desarrollo comunitario, asociativo y apoyo a las familias.

Asimismo, el MEAS resaltó su estructura organizacional horizontal y descentralizada, lo que favorece la cercanía con los productores, así como su amplia cobertura, al atender más de medio millón de productores.

Para la realización de este estudio los expertos del MEAS visitaron seis departamentos de Colombia, 12 municipios, se entrevistaron con 301 cafeteros y hablaron con 54 extensionistas. Además, 225 extensionistas respondieron una encuesta virtual. Esta información luego fue contrastada con la obtenida de otros servicios de asistencia técnica de 16 países y permitió tener un claro panorama sobre el Servicio de Extensión de la Federación.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Cooperativas de Caficultores



**D**urante 2013, para promover el desarrollo cooperativo se ejecutaron acciones bajo las siguientes líneas de acción: i) fortalecimiento de la base social y su identidad; ii) fortalecimiento económico y financiero para asegurar la sostenibilidad y permanencia como instrumento para el ejercicio de la Garantía de Compra; iii) mejoramiento de la cultura de gestión basada en sistemas de información integrados que permitan obtener información oportuna y confiable para la adecuada toma de decisiones.

A continuación se describen los principales resultados alcanzados con base en dichas líneas de acción:

**Programa de Capacitación en Economía solidaria:** este programa se realizó con el apoyo del SENA y estuvo dirigido a los directivos y delegados de las Cooperativas de Caficultores. Contó con la participación de 350 personas, quienes recibieron capacitación sobre las ventajas del modelo cooperativo y la importancia del rol de estas entidades en la cadena de valor del café.

**Servicios complementarios:** con el fin de fortalecer las fuentes de ingresos complementarios de la Coope-

rativas, se realizaron actividades de motivación, resaltando las ventajas de realizar alianzas para la comercialización de fertilizantes y otros insumos de provisión agrícola. Como resultado, durante el año se abrieron nueve almacenes de Provisión Agrícola.

**Proyecto SAP:** durante 2013 se completó la fase de socialización del Proyecto SAP con los Consejos de Administración de las Cooperativas de Cauca, Norte del Cauca, Occidente y Norte de Nariño y la Cooperativa del Nororiente Colombiano. Actualmente se encuentra aprobado el proyecto para el funcionamiento de la plataforma SAP, el cual se espera iniciar en 2014.

**Cuadro de Mando Integral (CMI):** durante 2013 se continuó apoyando a las Cooperativas en la medición

y análisis del CMI, herramienta de gestión que contempla indicadores de gestión en aspectos comerciales, financieros, sociales y ambientales.

**Centrales de Beneficio Comunitario:** actualmente se encuentra en desarrollo el montaje de dos Beneficiaderos Comunitarios: el primero liderado por la Cooperativa de Caficultores de Occidente de Antioquia en Cañasgordas (Antioquia), el cual cuenta con la aprobación del crédito por parte del Banco Davivienda. El segundo es gestionado por el grupo asociativo Cuchilla del San Juan en el municipio de Belén de Umbría (Risaralda), el cual dispone de aportes de Colciencias y en trámite el financiamiento de la parte restante mediante crédito con el Banco Agrario.

# Sostenibilidad financiera

## Avances

en 2013

**\$103 mil millones**

para programas de inversión social a través de los  
Comités Departamentales de Cafeteros

**43%**

crecieron los ingresos por contribución cafetera,  
por efecto de las mayores exportaciones

**\$20.489**

millones fue el resultado neto  
de Buencafé Liofilizado de Colombia

**USD \$879**

millones en líneas de crédito de corto plazo para  
cumplir con la Garantía de Compra





## Principales acontecimientos

**E**conomía colombiana se mantiene estable: durante 2013 la economía nacional mostró un comportamiento favorable con crecimientos del 3,3% en el primer semestre y 5,1% en el tercer trimestre. Para el cierre del año, los analistas esperan que este indicador se ubique en niveles cercanos a 4%.

Hasta el tercer trimestre de 2013, el sector agropecuario registró un crecimiento de 6,2% jalonado principalmente por el repunte de 30% en la producción de café, variación que contribuyó con el 45% del crecimiento de todo el agro durante el mismo período.

Durante los últimos 12 meses la inflación se mantuvo en niveles controlados de 1,9%, mientras que a diciembre la tasa de desempleo se redujo a 8,4%. Por su parte, la inversión extranjera directa en sectores como el petróleo, los hidrocarburos y la minería continúa siendo dinámica, lo que refleja una situación estable para el conjunto de la economía nacional.

**Incertidumbre económica mundial:** el precio internacional del café y el tipo de cambio, determinados por el comportamiento de la econo-

mía mundial, juegan un papel importante en el nivel de ingresos del sector cafetero.

En la medida que el panorama económico mundial ha seguido presentando signos de deterioro, los mercados financieros han estado permeados por la incertidumbre y la volatilidad.

La zona Euro ha empezado a dar señales de una leve recuperación con cifras positivas de crecimiento por primera vez desde 2011, sin embargo los miembros del G7 mantienen niveles de deuda como porcentaje del PIB cercanos al 90%.

Entre tanto, aunque todavía registra niveles altos de actividad económica, China ha empezado a dar muestras

de desaceleración, lo que se traduce en menores precios para los bienes básicos.

La economía de los Estados Unidos creció 2,5%, durante el segundo trimestre, nivel con el que se espera cierre el año. No obstante, algunos indicadores como el de compra de vivienda han empezado a repuntar, el recorte en los fondos federales tendrá repercusiones en la tasa de cambio.

Por su parte, América Latina presenta los mejores indicadores de crecimiento en 40 años, acompañados de elevados niveles de inversión y productividad y reducciones en los índices de pobreza. No obstante, continúa registrando una alta vulnerabilidad a los precios de los productos básicos.



## Variables cafeteras

**E**l entorno económico mundial descrito afecta el comportamiento de las principales variables cafeteras:

**Tasa de cambio:** en 2013 el peso colombiano revertió la tendencia revaloracionista observada en los últimos años y se devaluó en 9% frente al cierre de 2012, nivel que lo convierte en la quinta moneda más devaluada en América Latina. Este comportamiento se explica por la disminución del precio de los bienes básicos y una menor oferta global de dólares.

Esta variación en la tasa de cambio aunada al mayor volumen de exportaciones de café, se ha traducido en un incremento de los ingresos por contribución cafetera para el FoNC.

**Precio internacional:** el precio promedio del café en la Bolsa de Nueva York registró una caída de 29% durante 2013, ubicándose en niveles de 125 USD¢/libra. La volatilidad promedio de 30 días del Contrato C es del 27%, como consecuencia de la inestabilidad económica mundial.

**Prima de calidad del suave colombiano:** en 2013, la prima de calidad que recibe el café suave colombiano



en el mercado mundial se ha mantenido alrededor de 13 USD¢/libra, lo que equivale al 10,6% del precio de referencia en Nueva York.

**Precio interno:** el comportamiento de la tasa de cambio, el precio internacional y la prima por calidad generaron una caída de 29% en el precio de la carga durante 2013.

Como resultado, entre enero y diciembre, el precio promedio base de compra para el mercado interno fue \$466 mil por carga 125 kg. c.p.s.

**Producción:** como fruto de los programas de renovación y tecnificación, en 2013 la cosecha cafetera alcanzó 10,9 millones de sacos de 60Kg, mayor en 41% a la registrada en 2012.

**29% cayeron las cotizaciones internacionales del café en lo corrido del año**

## Finanzas del Fondo Nacional del Café

**E**l Plan de Sostenibilidad Financiera del FoNC implementado desde 2010, ha sido un pilar fundamental para optimizar los recursos financieros de la cuenta para-fiscal. Gracias a ello, se ha mejorado el perfil de riesgo ante las entidades financieras y se lograron incrementar las líneas de crédito del FoNC para ejercer la garantía de compra, principal bien público de los caficultores colombianos.

A continuación se presenta el avance logrado en cada una de las propuestas contenidas en el plan:

**Ajuste al esquema de comercialización:** esta estrategia está enfocada a mantener un libro de ventas balanceado, trasladando el riesgo del diferencial al cliente final, lo que ha permitido; i) estabilizar los resultados de la actividad comercial del FoNC; ii) generar márgenes brutos, operacionales y netos positivos.

**Rentabilización de Buencafé Liofilizado:** la fábrica registró una mejoría en sus resultados financieros, eviden-

ciada en un margen neto de 9%, equivalente a \$20.489 millones a diciembre de 2013. Lo anterior, debido a: i) eficiencias operacionales; ii) la ampliación de productos y mercados; iii) una mejor relación entre el precio de venta y el valor de la materia prima.

**Liquidación de activos e inversiones no estratégicas:** durante 2013 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 43% en los ingresos por recaudo de contribución cafetera, producto del mayor volumen de exportaciones, 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.

En seguimiento de esta estrategia, se suscribió un convenio con el Ministerio de Agricultura por \$20 mil millones para financiar el personal del Servicio de Extensión encargado de la prestación de servicios de asistencia técnica de pequeños y medianos productores, buscando mejorar la productividad y competitividad sectorial, facilitar el acceso a los programas de renovación y los servicios financieros institucionales, así como fortalecer la gestión comunitaria. Valga señalar, que el 50% de los recursos fue aportado por MADR y el restante 50% por la Federación.

Asimismo, el FoNC recibió \$40.000 millones en la forma de una transferencia directa de la nación destinada a la financiación de programas de asistencia técnica, investigación, promoción y marcas y fomento al cooperativismo.

**43% se incrementaron los ingresos por  
contribución cafetera en 2013**

## Recursos disponibles para la inversión

Uno de los principales objetivos de la Federación, en su condición de entidad administradora del FoNC, es garantizar la sostenibilidad de la actividad cafetera a través de la aplicación de las mejores prácticas en gestión financiera.

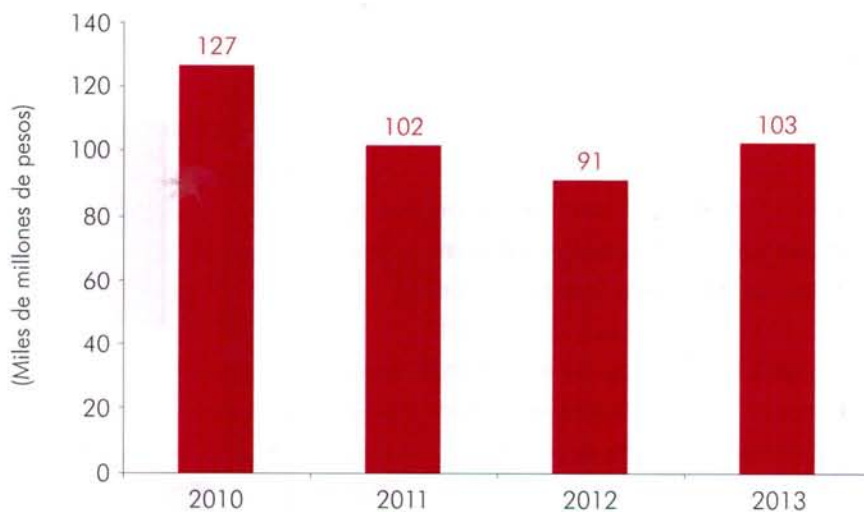
Además, a través de los Comités Departamentales y la Oficina Central se gestionan recursos adicionales de otras fuentes para el desarrollo de proyectos de inversión social en las zonas cafeteras y el beneficio de los cafeteros y sus familias.

Los recursos apalancados provienen principalmente de entidades públicas, privadas e internacionales para el desarrollo de programas que benefician a los caficultores, dentro de los cuales se destacan: competitividad de la caficultura; comunicación, transporte e infraestructura; mejoramiento de vivienda; infraestructura comunitaria y productiva; investigación, capacitación y fortalecimiento gremial, entre otros.

Durante 2013, se destinaron recursos a los Comités Departamentales de Cafeteros por \$103 mil millones para programas de inversión social.



Recursos disponibles para programas de inversión social ejecutados por los Comités Departamentales 2010-2013



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

## Resultados financieros del FoNC

**Resultado neto depurado:** mediante el uso de esta metodología se busca eliminar la distorsión que se genera al aplicar la norma pública contable consistente en valorar los instrumentos de cobertura a precios de mercado y los inventarios de café que respaldan dichos instrumentos a precios históricos.

Con fundamento en el Plan de Sostenibilidad del FoNC, el resultado neto depurado ha presentado una mejora pasando de -\$110 mil millones en 2009 a -\$21,4 mil millones en de 2013, debido a mejores resultados de la gestión comercial y de Buencafé, así como los mayores ingresos por Contribución Cafetera fruto del incremento en el volumen de las exportaciones de café, así como en la recuperación de la tasa de cambio.

**Patrimonio:** este indicador se ha fortalecido gracias a la evolución positiva de los resultados financieros del FoNC. A diciembre de 2013 el patrimonio del FoNC ascendió a \$861 mil millones, 2% superior al nivel alcanzado en igual periodo de 2012.

**Líneas de Crédito:** el FoNC ha logrado mantener una buena salud financiera, circunstancia que le ha permitido gozar de un buen posicionamiento

crediticio y la ampliación de sus cupos de crédito hasta US\$879 millones, 62% más que lo registrado en 2010.

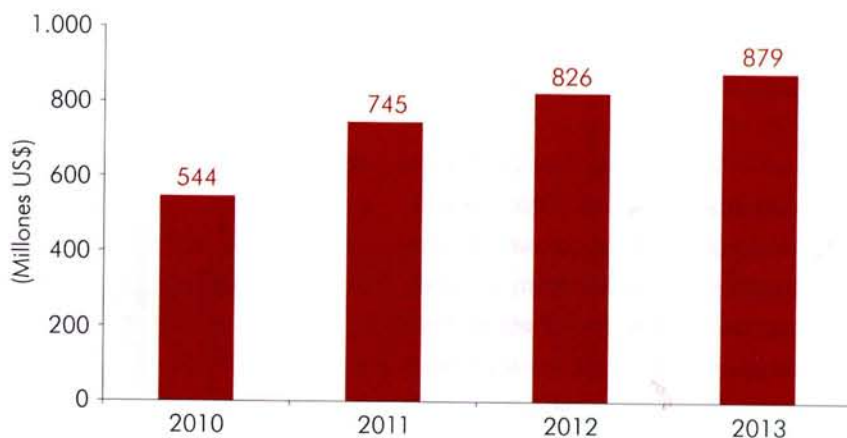
El aumento de las líneas de crédito permite ejercer con solvencia la garantía de compra, principal bien público de los caficultores colombianos.

**Estrategia de coberturas:** durante 2013 se ha mantenido el uso de coberturas de tasa de cambio para minimizar los riesgos asociados a su vo-

latilidad, protegiendo los ingresos por contribución cafetera y los ingresos por ventas en el exterior de Buencafé.

Para este año se continuó con la estrategia implementada en 2012 que ha permitido mitigar la exposición al riesgo de tasa de cambio. Esta estrategia consiste en la combinación de collares, que son instrumentos financieros estructurados que por su forma, no suponen ningún costo financiero para el FoNC.

Líneas de crédito de corto plazo disponibles  
2010-2013



Fuente: Federación Nacional de Cafeteros (FNC).

**En 2013, el patrimonio del FoNC ascendió a \$861 mil millones**

## Políticas para el manejo financiero en 2014



**E**l sustento financiero del FoNC para 2014 estará basado en las siguientes directrices:

- ❑ Mantener la reputación financiera del FoNC ante las entidades financieras nacionales e internacionales, con el fin garantizar suficientes cupos en líneas de crédito, que permitan ejercer de manera ágil y solvente la garantía de compra.
- ❑ Mantener en constante evolución la exploración de múltiples oportunidades de manejo de riesgo de mercado que le permita al FoNC seguir mitigando la exposición a las variables que pueden vulnerar sus resultados.
- ❑ 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.
- ❑ Continuar con el equilibrio financiero en la actividad comercial y en Buencafé, de la mano de la liquidación mandatoria de activos e inversiones no estratégicas para la operación del FoNC.
- ❑ Continuar buscando alternativas que reduzcan los costos transaccionales para los cafeteros que cuentan con tarjeta o cédula cafetera inteligente y ampliando el espectro de servicios a los que pueden acceder con ella.
- ❑ Extender el ejercicio de coberturas de tasa de cambio puesto en marcha desde 2011, cuyo objetivo es proteger los ingresos por contribución cafetera e ingresos por ventas en el exterior de Buencafé. Será fundamental mantener al FoNC libre de estos costos.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

## Índice

LXXVI CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS - 2013  
ANEXO ESTADÍSTICO

### PRODUCCIÓN

- Cuadro 1: Producción mundial total de café verde  
Años Cosecha 2007/08-2012/13
- Cuadro 2: Colombia - Volumen y valor de la producción registrada de café verde  
Años Cafeteros 2001/02-2012/13

### EXPORTACIÓN

- Cuadro 3: Exportación mundial de café verde a todo destino  
Años Cafeteros 2007/08-2012/13
- Cuadro 4: Exportaciones de café colombiano según países de destino  
Años Cafeteros 2007/08-2012/13
- Cuadro 5: Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque  
Años Cafeteros 2000/01-2012/13
- Cuadro 6: Exportaciones colombianas por tipos de café  
Años cafeteros 2000/01-2012/13
- Cuadro 7: Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café  
Años Cafeteros 2000/01-2012/13

### CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8: Consumo interno de café verde en países productores  
Años Cosecha 2007/08-2012/13

### PRECIOS

- Cuadro 9: Precios indicativos según los grupos de la organización internacional del café  
Años Cafeteros 2007/08-2012/13
- Cuadro 10: Colombia - Precio externo OIC, precio interno y tasa de cambio  
Promedios 2000/01-2012/13

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 1. Producción mundial de café verde**

**Años Cosecha 2007/08 - 2012/13\***

Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	07/08		08/09		09/10		10/11		11/12		12/13*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>Total Mundial</b>		<b>116,60</b>	<b>100</b>	<b>128,60</b>	<b>100</b>	<b>122,90</b>	<b>100</b>	<b>133,3</b>	<b>100</b>	<b>134,3</b>	<b>100</b>	<b>144,50</b>	<b>100</b>
<b>Cosechas abr - mar</b>		<b>46,9</b>	<b>40,2</b>	<b>63,0</b>	<b>49,0</b>	<b>57,1</b>	<b>46,5</b>	<b>64,5</b>	<b>48,4</b>	<b>59,7</b>	<b>44,5</b>	<b>70,4</b>	<b>48,7</b>
Brasil	(ANL/R)	36,1	31,0	46,0	35,8	39,5	32,1	48,1	36,1	43,5	32,4	50,8	35,2
Ecuador	(AS/R)	1,0	0,9	0,8	0,6	0,8	0,7	0,9	0,7	0,8	0,6	0,8	0,6
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	0,9	1,0	0,8	1,0	0,8	0,9	0,7	1,4	1,0	0,7	0,5
Perú	(AS)	3,1	2,7	3,9	3,0	3,3	2,7	4,1	3,1	5,4	4,0	4,1	2,8
Indonesia	(R/AS)	4,5	3,9	9,6	7,5	11,4	9,3	9,1	6,8	7,3	5,4	12,7	8,8
Madagascar	(R/AS)	0,6	0,5	0,7	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,6	0,4	0,5	0,3
Otros		0,6	0,5	1,0	0,8	0,6	0,5	0,9	0,7	0,7	0,5	0,8	0,6
<b>Cosechas jul - jun</b>		<b>1,8</b>	<b>1,5</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,5</b>	<b>1,4</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,5</b>
Rep. Dominicana	(AS)	0,5	0,4	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,7	0,5	0,6	0,4
Tanzania	(AS/R)	0,8	0,7	1,2	0,9	0,7	0,6	0,8	0,6	0,5	0,4	1,0	0,7
Otros		0,5	0,4	0,6	0,5	0,8	0,7	0,2	0,2	0,2	0,1	0,6	0,4
<b>Cosechas oct - sep</b>		<b>65,2</b>	<b>55,8</b>	<b>60,8</b>	<b>47,3</b>	<b>61,3</b>	<b>49,9</b>	<b>64,8</b>	<b>48,7</b>	<b>71,0</b>	<b>52,7</b>	<b>69,4</b>	<b>48,0</b>
Colombia	(AS)	12,5	10,7	8,7	6,8	8,1	6,6	8,5	6,4	7,7	5,7	9,5	6,6
Costa Rica	(AS)	1,8	1,5	1,3	1,0	1,3	1,1	1,4	1,1	1,5	1,1	1,7	1,2
El Salvador	(AS)	1,5	1,3	1,4	1,1	1,1	0,9	1,8	1,4	1,2	0,9	1,2	0,8
Etiopia	(ANL)	6,0	5,1	4,9	3,8	6,9	5,6	7,5	5,6	6,8	5,1	8,1	5,6
Guatemala	(AS/R)	4,1	3,5	3,8	3,0	3,8	3,1	4,0	3,0	3,8	2,8	3,1	2,1
Honduras	(AS)	3,6	3,1	3,5	2,7	3,6	2,9	4,3	3,2	5,9	4,4	4,9	3,4
India	(AS/R)	4,3	3,7	4,0	3,1	4,8	3,9	5,0	3,8	5,2	3,9	5,3	3,7
Kenia	(AS)	0,7	0,6	0,5	0,4	0,6	0,5	0,7	0,5	0,7	0,5	0,8	0,6
México	(AS/R)	4,2	3,6	4,7	3,7	4,1	3,3	4,0	3,0	4,6	3,4	3,9	2,7
Nicaragua	(AS)	1,9	1,6	1,4	1,1	1,9	1,5	1,6	1,2	2,2	1,6	1,3	0,9
Camerún	(R/AS)	0,8	0,7	0,7	0,5	0,9	0,7	0,5	0,4	0,6	0,4	0,6	0,4
Costa de Marfil	(R)	2,3	2,0	2,4	1,9	1,8	1,5	1,0	0,8	1,9	1,4	2,0	1,4
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,4	0,3	0,5	0,3
Tailandia	(R)	0,7	0,6	0,7	0,5	0,8	0,7	0,8	0,6	0,8	0,6	0,6	0,4
Uganda	(R/AS)	3,4	2,9	3,3	2,6	2,8	2,3	3,2	2,4	2,8	2,1	3,2	2,2
Vietnam	(R/AS)	16,4	14,1	18,4	14,3	17,8	14,5	19,5	14,6	24,1	17,9	22,0	15,2
Otros		0,6	0,5	0,7	0,5	0,7	0,6	0,7	0,5	0,8	0,6	0,7	0,5
<b>Otros países productores**</b>		<b>2,7</b>	<b>2,3</b>	<b>2,4</b>	<b>1,9</b>	<b>2,6</b>	<b>2,1</b>	<b>2,6</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,6</b>	<b>2,5</b>	<b>1,7</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 - 2012/13

Año cafetero	Miles sacos de 60 Kg.	Millones de pesos corrientes	Millones de pesos contantes (sep-13 =100)
00/01	10.519	2.010.000	3.462.868
01/02	11.950	2.068.000	3.362.087
02/03	11.712	2.246.000	3.408.935
03/04	11.053	2.423.000	3.470.312
04/05	11.430	3.467.000	4.728.388
05/06	11.952	3.518.000	4.587.959
06/07	12.274	3.604.000	4.476.087
07/08	12.515	4.057.000	4.683.953
08/09	8.664	3.567.000	3.989.996
09/10	8.098	3.719.387	4.067.646
10/11	8.523	5.042.000	5.315.622
11/12	7.653	3.928.000	4.017.439
12/13	9.927	3.388.236	3.388.236

\* 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\* 2007/08 - 2012/13\*\***

Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	07/08		08/09		09/10		10/11		11/12		12/13**	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>Total Mundial</b>		<b>96,1</b>	<b>100,0</b>	<b>97,0</b>	<b>100,0</b>	<b>94,3</b>	<b>99,5</b>	<b>103,4</b>	<b>100,0</b>	<b>141,0</b>	<b>100,2</b>	<b>146,7</b>	<b>100,0</b>
<b>Cosechas abr - mar</b>		<b>39,5</b>	<b>41,1</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>81,7</b>	<b>58,0</b>	<b>86,9</b>	<b>59,3</b>
Brasil	(ANL/R)	28,0	29,1	31,6	32,6	30,9	32,8	34,3	33,2	26,6	18,9	28,4	19,4
Ecuador	(AS/R)	0,9	0,9	1,1	1,1	1,2	1,2	1,4	1,3	1,5	1,1	1,2	0,8
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,1	1,2	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,1	0,8	0,6	0,4
Perú	(AS)	3,2	3,4	3,4	3,5	3,5	3,7	3,6	3,4	4,1	2,9	3,2	2,2
Indonesia	(R/AS)	5,5	5,7	6,8	7,0	6,6	7,0	5,5	5,3	7,2	5,1	9,7	6,6
Madagascar	(R/AS)	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Otros abr-mar		0,6	0,6	0,8	0,9	0,6	0,6	0,7	0,7	41,1	29,1	43,7	29,8
<b>Cosechas jul - jun</b>		<b>0,9</b>	<b>0,9</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>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,5</b>
Rep. Dominicana	(AS)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,7	0,8	1,2	1,2	0,6	0,6	0,8	0,8	0,5	0,4	1,0	0,7
Otros jul-Jun		0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,7	0,5	1,1	0,7
<b>Cosechas oct - sep</b>		<b>55,7</b>	<b>58,0</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>58,0</b>	<b>41,2</b>	<b>57,6</b>	<b>39,2</b>
Colombia	(AS)	11,6	12,0	8,7	9,0	7,2	7,6	8,1	7,8	6,8	4,8	8,2	5,6
Costa Rica	(AS)	1,4	1,5	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	0,9	1,3	0,9
El Salvador	(AS)	1,4	1,5	1,3	1,4	1,0	1,0	1,9	1,8	1,0	0,7	1,1	0,7
Etiopía	(ANL)	2,8	2,9	1,9	1,9	2,9	3,1	3,0	2,9	2,6	1,8	3,0	2,0
Guatemala	(AS/R)	3,8	4,0	3,5	3,6	3,4	3,7	3,7	3,5	3,4	2,4	3,5	2,4
Honduras	(AS)	3,4	3,5	3,0	3,1	3,2	3,4	3,9	3,7	5,3	3,8	4,3	2,9
India	(AS/R)	3,4	3,5	2,9	3,0	4,2	4,5	6,0	5,8	5,2	3,7	4,9	3,3
Kenia	(AS)	0,6	0,7	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,4	0,7	0,5
México	(AS/R)	2,6	2,7	2,8	2,9	2,6	2,7	2,7	2,6	3,1	2,2	3,2	2,2
Nicaragua	(AS)	1,6	1,7	1,4	1,5	1,7	1,8	1,5	1,5	1,5	1,1	1,9	1,3
Camerún	(R/AS)	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,2
Costa de Marfil	(R)	1,9	2,0	1,5	1,6	2,0	2,2	1,0	0,9	1,5	1,1	1,6	1,1
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1
Uganda	(R/AS)	3,2	3,3	3,1	3,2	2,7	2,8	3,2	3,0	2,6	1,8	3,4	2,3
Vietnam	(R/AS)	15,8	16,4	17,4	17,9	14,6	15,5	16,9	16,3	20,8	14,8	18,9	12,9
Otros oct-sep		1,3	1,3	0,6	0,7	0,9	0,9	0,7	0,7	1,4	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.

### Años Cafeteros\* 2007/08 - 2012/13

Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	07/08		08/09		09/10		10/11		11/12		12/13	
	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>Total Mundial</b>	<b>11.557</b>	<b>100</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>América</b>	<b>4.935</b>	<b>42,7</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>
Estados Unidos	4.180	36,2	3.493	40,1	2.679	37,2	3.328	41,3	3.155	43,2	3.763	42,5
Canadá	606	5,2	504	5,8	513	7,1	546	6,8	524	7,2	575	6,5
Argentina	8	0,1	8	0,1	6	0,1	7	0,1	6	0,1	6	0,1
Otros (1)	141	1,2	119	1,4	121	1,7	98	1,2	99	1,4	122	1,4
<b>Europa</b>	<b>4.703</b>	<b>40,7</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>Unión Europea</b>	<b>4.477</b>	<b>38,7</b>	<b>2.636</b>	<b>30,2</b>	<b>1.952</b>	<b>27,1</b>	<b>2.312</b>	<b>28,7</b>	<b>2.092</b>	<b>28,7</b>	<b>2.649</b>	<b>29,9</b>
Alemania	1.379	11,9	609	7,0	334	4,6	423	5,2	418	5,7	631	7,1
Bélgica	728	6,3	569	6,5	526	7,3	577	7,2	523	7,2	661	7,5
Italia	412	3,6	217	2,5	90	1,3	130	1,6	114	1,6	141	1,6
Reino Unido	488	4,2	334	3,8	272	3,8	446	5,5	324	4,4	335	3,8
Suecia	270	2,3	218	2,5	133	1,9	126	1,6	112	1,5	139	1,6
Países Bajos	166	1,4	63	0,7	54	0,7	36	0,5	38	0,5	67	0,8
España	344	3,0	193	2,2	207	2,9	258	3,2	210	2,9	243	2,7
Finlandia	232	2,0	123	1,4	122	1,7	120	1,5	166	2,3	181	2,0
Francia	173	1,5	177	2,0	155	2,2	121	1,5	119	1,6	158	1,8
Dinamarca	58	0,5	31	0,4	18	0,3	19	0,2	20	0,3	26	0,3
República Checa	0		2	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0
Polonia	79	0,7	36	0,4	8	0,1	13	0,2	13	0,2	16	0,2
Portugal	39	0,3	10	0,1	7	0,1	7	0,1	4	0,0	8	0,1
Austria	0		0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grecia	20	0,2	14	0,2	6	0,1	3	0,0	7	0,1	10	0,1
Otros	88	0,8	39	0,4	20	0,3	32	0,4	24	0,3	33	0,4
<b>Otros Europa</b>	<b>226</b>	<b>2</b>	<b>199</b>	<b>2,3</b>	<b>180</b>	<b>2,5</b>	<b>196</b>	<b>2,4</b>	<b>216</b>	<b>3</b>	<b>199</b>	<b>2,3</b>
Noruega	132	1,1	107	1,2	87	1,2	112	1,4	105	1,4	115	1,3
Rusia	87	0,8	84	1,0	91	1,3	80	1,0	101	1,4	77	0,9
Suiza	1	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	6	0,1	1	0,0
Otros (2)	6	0,0	8	0,1	3	0,0	3	0,0	5	0,1	6	0,1
<b>Otros países</b>	<b>1.919</b>	<b>16,6</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>
Japón	1.425	12,3	1.347	15,5	1.339	18,6	1.123	13,9	748	10,3	1.011	11,4
Corea del Sur	218	1,9	230	2,6	247	3,4	297	3,7	230	3,1	235	2,7
Australia	63	0,5	46	0,5	52	0,7	50	0,6	70	1,0	85	1,0
Otros (3)	213	1,8	134	1,5	108	1,5	108	1,3	157	2,2	202	2,3

\* 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: FNC - Inteligencia Competitiva

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 5. Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**  
Años Cafeteros\* 2000/01 - 2012/13  
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

\* Período Octubre - septiembre.

\*\* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

Fuente: FNC - Grupo Información Comercial.

**Cuadro No. 6. Exportaciones colombianas por tipos de café**  
Años Cafeteros\* 2000/01 - 2012/13  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Verde		Soluble		Extracto		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

\* Período: octubre - septiembre.

\*\* Tostado y Molido.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva

**Cuadro 7. Volumen y valor de las exportaciones****Años Cafeteros\* 2000/01 - 2012/13**

Miles 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

**USD Millones**

Años Cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	USD	%	USD	%	USD	%
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

\* 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 Cosecha 2007/08 - 2012/13\***

Millones de sacos 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	07/08		08/09		09/10		10/11		11/12		12/13*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
<b>Total Mundial</b>		<b>37,8</b>	<b>100</b>	<b>38,8</b>	<b>100</b>	<b>40,1</b>	<b>100</b>	<b>42,0</b>	<b>100</b>	<b>42,8</b>	<b>100</b>	<b>43,8</b>	<b>100</b>
<b>Cosechas abr - mar</b>		<b>21,4</b>	<b>60,8</b>	<b>22,0</b>	<b>61,7</b>	<b>22,7</b>	<b>61,7</b>	<b>23,5</b>	<b>56,0</b>	<b>24,1</b>	<b>56,3</b>	<b>25,1</b>	<b>57,3</b>
Brasil	(ANL/R)	17,1	48,5	17,7	49,9	18,4	49,9	19,1	45,5	19,7	46,0	20,3	46,3
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
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)	0,2	0,6	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
Indonesia	(R/AS)	3,3	9,4	3,3	9,1	3,3	9,1	3,3	7,9	3,3	7,7	3,7	8,4
Madagascar	(R/AS)	0,5	1,3	0,5	1,3	0,5	1,3	0,5	1,2	0,5	1,2	0,5	1,1
Otros abr-mar		0,1	0,5	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
<b>Cosechas jul - jun</b>		<b>2,1</b>	<b>6,2</b>	<b>2,1</b>	<b>5,6</b>	<b>2,1</b>	<b>5,6</b>	<b>3,1</b>	<b>7,4</b>	<b>3,1</b>	<b>7,2</b>	<b>3,1</b>	<b>7,1</b>
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	1,1	0,4	1,0	0,4	1,0	0,4	1,0	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	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros jul-jun		1,6	5,0	1,6	4,5	1,6	4,5	2,7	6,4	2,7	6,3	2,7	6,2
<b>Cosechas oct - sep</b>		<b>14,3</b>	<b>32,8</b>	<b>14,7</b>	<b>32,9</b>	<b>15,3</b>	<b>32,9</b>	<b>15,4</b>	<b>36,7</b>	<b>15,6</b>	<b>36,4</b>	<b>15,6</b>	<b>35,6</b>
Colombia	(AS)	1,4	4,0	1,4	3,8	1,4	3,8	1,3	3,1	1,4	3,3	1,4	3,2
Costa Rica	(AS)	0,3	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
El Salvador	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
Etiopia	(ANL)	2,9	5,2	3,0	5,0	3,2	5,0	3,4	8,1	3,4	7,9	3,4	7,8
Guatemala	(AS/R)	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
Honduras	(AS)	0,5	1,0	0,5	0,9	0,5	0,9	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
India	(AS/R)	1,5	4,0	1,6	3,9	1,6	3,9	1,8	4,3	1,9	4,4	1,9	4,3
Kenia	(AS)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
México	(AS/R)	2,2	6,2	2,2	6,0	2,2	6,0	2,4	5,7	2,4	5,6	2,4	5,5
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	0,9	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,6	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	1,4	0,5	1,2	0,5	1,2	0,5	1,1
Uganda	(R/AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Vietnam	(R/AS)	1,0	2,8	1,1	3,0	1,6	3,0	1,6	3,8	1,6	3,7	1,6	3,7
Otros oct-sept		2,6	3,2	2,7	4,1	2,6	4,1	2,2	5,2	2,2	5,1	2,2	5,0

\* 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 y OIC - Coffee Market Report sep/13

**Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café**  
**Años Cafeteros\* 2007/08 - 2012/13**  
 Centavos de dólar por libra

Año cafetero	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Total Año cafetero
<b>Suaves Colombianos</b>													
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
<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
<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
<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
<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

\* 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  
precio interno y tasa de cambio  
Promedios 2000/01 - 2012/13**

Años Cafeteros*	Precio externo	Precio compra base	TRM
	US Ctvs/libra	Pesos por carga de 125 kg. de café pergamino	Pesos/dólar
<b>00/01</b>	77,05	323.191	2.266,35
<b>01/02</b>	63,75	278.962	2.384,14
<b>02/03</b>	65,89	309.093	2.864,55
<b>03/04</b>	74,38	329.603	2.712,71
<b>04/05</b>	112,30	442.404	2.377,74
<b>05/06</b>	113,05	458.919	2.353,88
<b>06/07</b>	122,08	451.052	2.148,41
<b>07/08</b>	145,80	488.975	1.899,17
<b>08/09</b>	164,22	633.087	2.238,90
<b>09/10</b>	209,84	704.397	1.923,06
<b>10/11</b>	281,35	950.893	1.833,85
<b>11/12</b>	223,01	750.522	1.831,43
<b>12/13</b>	159,61	504.451	1.841,83
<b>2012/13</b>			
<b>Octubre</b>	183	591.908	1.804,66
<b>Noviembre</b>	171	538.131	1.820,53
<b>Diciembre</b>	166	520.238	1.794,14
<b>Enero</b>	169	526.869	1.769,92
<b>Febrero</b>	162	504.309	1.792,20
<b>Marzo</b>	162	512.006	1.811,80
<b>Abril</b>	162	514.813	1.829,96
<b>Mayo</b>	160	511.364	1.847,23
<b>junio</b>	148	477.288	1.908,87
<b>Julio</b>	147	468.682	1.901,21
<b>Agosto</b>	144	452.051	1.902,83
<b>Septiembre</b>	139	435.756	1.918,60

\* Período: octubre - septiembre.  
Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.