



Informe del Gerente General

Caficultura
**CLIMATICAMENTE
INTELIGENTE**

LXXVI

Congreso Nacional de Cafeteros

2011



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

Gerente General

Luis Genaro Muñoz Ortega

Secretario General

Guillermo Trujillo Estrada

Gerente Administrativo

Luis Felipe Acero López

Gerente Comercial

Andrés Valencia Pinzón

Gerente Financiero

Julián Medina Mora

Gerente Técnico

Ricardo Villaveces Pardo

Gerente Comunicaciones y Mercadeo

Luis Fernando Samper Gartner



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

Coordinación Editorial

Marcela Urueña Gómez
Andrés Lozano Karanauskas
María Catalina Bejarano Soto
Mario Bríñez Ramírez
Nidyan Pinzón Ruíz
Óscar Mauricio Bernal Vargas

Fotografías

Archivo digital FNC
Patricia Rincón Mautner
David Bonilla Abreo

**Diseño Portada y
Destacados 2011**

Johnnatan López

Diseño y Diagramación

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

Contenido

PAG 6

Lo más destacado de 2011

PAG 10

Carta del Gerente General



PAG 14

El mercado del café

- Mercado internacional
- Mercado interno



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
- Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación
- Acercar el cliente/consumidor a la caficultura colombiana utilizando las herramientas tecnológicas y de información



PAG 72

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 86

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 café 100% colombiano
- Avanzar en la diferenciación del café de Colombia como origen de calidad superior



PAG 100

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 FNC 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 118

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 126

Sostenibilidad Financiera

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



PAG 138

La caficultura mundial y colombiana en cifras

Lo más *Destacado* de 2011

Una caficultura mejor preparada para enfrentar la variabilidad climática

El comportamiento del clima es un determinante de la producción agrícola. En los últimos años los cafeteros han visto disminuida la productividad de sus cafetales por cuenta de las implacables lluvias y el ataque de la roya. Con el apoyo del Gobierno Nacional y la tenacidad de los cafeteros, se ha dado una lucha frontal y sin cuartel para atenuar las graves consecuencias del caótico comportamiento de la naturaleza. No obstante, un panorama climático adverso e incierto, exige aunar esfuerzos por el establecimiento de una caficultura climáticamente inteligente



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia



La caficultura colombiana cuenta con las siguientes alternativas para contrarrestar los efectos de la variabilidad climática:

Caficultura **CLIMATICAMENTE INTELIGENTE**



*Varietades resistentes de café
desarrolladas por Cenicafé*

*Densidades y arreglos del cultivo en
función del tipo de variedad, el
sombrio y las condiciones
climáticas de cada zona cafetera.*



*Renovación por siembra con
variedades resistentes
complementada con podas para
recuperar la productividad*

*Manejo fitosanitario del cultivo en
función de la vulnerabilidad de
cada zona cafetera*



*Nutrición adecuada del cultivo
fundamentada en la realización de
análisis de suelos*

*Manejo del sombrío para
incrementar la productividad*



*Prácticas de conservación de suelos
para prevenir la erosión y recuperar
suelos afectados*

*Sistema de alertas tempranas para
el manejo de problemas fitosanitarios
y la proyección de la cosecha
cafetera*



Solidaridad

Solidaridad cafetera para la reconstrucción de Gramalote

Gracias al liderazgo de la FNC se recogieron aportes de los Comités, Empleados y clientes y se comercializó una edición especial de café en las Fincas Juan Valdez®, lo que permitió recoger fondos por cerca de \$1.000 millones para la construcción de 40 viviendas rurales que serán entregadas a 200 personas vinculadas a la producción de café en Gramalote (Norte de Santander).

Paisaje Cultural Cafetero - PCC: Patrimonio de la humanidad

Considerado por la UNESCO como ejemplo sobresaliente de un cultivo que se adapta a características geográficas únicas y que ha propiciado el desarrollo de una cultura y un capital social excepcionales. Su declaratoria es resultado de más de una década de trabajo liderado por la FNC y el Ministerio de Cultura. El PCC está conformado por 47 municipios del Eje Cafetero donde se encuentran 24 mil fincas cafeteras y más de 80 mil personas.

Un manifiesto cafetero para la convivencia armónica

Firmado por 600 familias de cuatro municipios de la Serranía del Perijá (Cesar) beneficiarias del proyecto Colombia Cafetera Sostenible. Esta es una expresión más de la condición de modelo de paz y capital social estratégico para el desarrollo de las zonas rurales del país, que ostenta la caficultura colombiana.



Sostenibilidad

Plan de Emergencia para la Ola Invernal: Una estrategia contra la roya

Con recursos por \$57 mil millones de la Fundación Colombia Humanitaria, se apoyó el control de la roya en 161 mil has. de cafetales tecnificados en variedades susceptibles y edades entre 2 y 7 años. En 2011 se beneficiaron 174 mil cafeteros con fungicidas para 157 mil has. Igualmente, se entregaron apoyos a 179 mil cafeteros para fertilización de 172 mil has. Gracias a ello, la infección por roya bajó del 44% al 11%.

Renovación de cafetales: Una práctica para la sostenibilidad

En 2011 se renovaron 117 mil hectáreas, un nivel récord nunca antes alcanzado por la caficultura colombiana. Valga la pena destacar que el 83% de estas áreas han sido renovadas mediante la siembra de variedades resistentes desarrolladas por Cenicafé.

Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para la caficultura colombiana

Orientado a la renovación de cafetales tradicionales, tecnificados envejecidos y en variedades susceptibles, de propiedad de los cafeteros más vulnerables del país. Desde su lanzamiento, el PSF ha otorgado cerca de \$691 mil millones en créditos para la renovación de más de 100 mil has. de propiedad de 146 mil pequeños cafeteros que han recibido recursos del ICR por \$280 mil millones.



Alto desempeño

Importantes reconocimientos para la institucionalidad cafetera

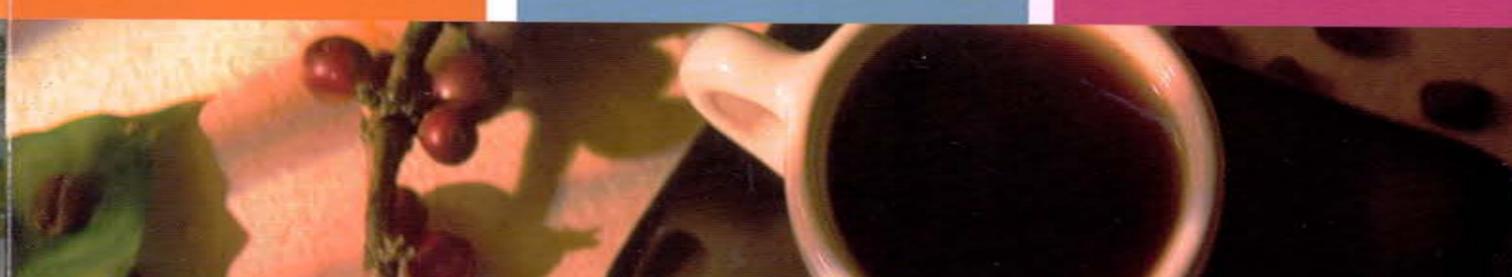
Durante 2011, le fueron otorgados los siguientes galardones: a Cenicafé el "Premio Colombiano Ejemplar" y el "Premio Nacional Planeta Azul"; a Buencafé el "Premio a la Excelencia ARP"; a la FNC el "Premio a la Mejor Gestión en Salud Ocupacional"; al Comité del Valle el "Premio Emprender Paz" y a la FNC el "Premio Colombia - España".

Colombia anfitrión del Campeonato Mundial de Baristas - WBC 2011

Por primera vez en un país productor se realizó esta prestigiosa competencia de preparación de bebidas a base de espresso que contó con la participación de 53 competidores y 43 jurados internacionales. ExpoEspeciales sirvió de marco para su realización y se convirtió en la feria de café más concurrida a escala mundial con 19 mil visitantes.

La calidad: Un propósito de la institucionalidad cafetera

Su interés en el mejoramiento continuo le valió la certificación de Cenicafé bajo las normas ISO 9001:2008 y 14001:2004, contribuyó a que Almacafé completara satisfactoriamente su certificación bajo la ISO 9001:2008 y facilitó el proceso de recertificación por calidad del Servicio de Extensión.



Futuro

Tecnocentros para la conectividad de las zonas cafeteras

60 Tecnocentros cafeteros dotados con recursos del BID - FOMIN. Cada uno cuenta con conexión satelital a internet, cinco computadores y un técnico en sistemas que atiende las dudas de los usuarios. A través de ellos, se capacitarán anualmente cinco mil cafeteros en el uso de TIC's, la gestión empresarial, la trazabilidad y la protección del origen.

Más de un millón de fans para Juan Valdez® Café

Gracias a la estrategia de redes sociales el perfil de Facebook de Juan Valdez® Café superó el millón de seguidores, convirtiéndose en la primera marca colombiana en alcanzar esta meta, ubicándose dentro de las cinco marcas latinoamericanas más notorias y entre las primeras 300 a escala mundial.

Denominaciones de Origen - DO para la protección del café colombiano

Durante 2011 se obtuvieron importantes avances en esta estrategia: implementación de tecnología NIRS para la identificación del café, invitación a la industria nacional para usar la DO Café de Colombia en la comercialización de sus marcas y reconocimiento de las DO Regional Protegidas "Café de Cauca" y "Café de Nariño".

Familias Cafeteras:

El año 2011, que acaba de terminar, fue uno de los más difíciles para la caficultura colombiana.

El exceso de lluvias contribuyó a propagar la roya en los cafetales con variedades susceptibles, disminuyó las horas de brillo solar, alteró la temperatura y afectó las floraciones. Y en la producción de café, como en la de cualquier otro cultivo agrícola, el comportamiento del clima es determinante para una buena cosecha.

El fenómeno de La Niña que trastornó en forma tan perjudicial el clima del país, ha sido catalogado como el evento de esta naturaleza más fuerte de los últimos 60 años.

Cenicafé ha monitoreado el clima del país por medio de su red de estaciones climatológicas y ha encontrado que en las zonas cafeteras en los dos últimos años, se han re-

gistrado precipitaciones hasta de un 67% por encima de los promedios históricos.

La variabilidad climática con la cual tenemos que convivir en el futuro, nos impone convertir la caficultura en una actividad climáticamente inteligente, acondicionándola en forma técnica, mediante la aplicación de una serie de alternativas que contrarresten los efectos de los principales factores que ponen en riesgo la producción y la productividad de los cafetales.

Dentro de ellas se encuentran de un lado la renovación con variedades resistentes como las desarrolladas por Cenicafé y de otro lado densificar y disponer espacialmente los cultivos según la variedad, el sombrero y las condiciones climáticas de cada región.

De acuerdo con estas condiciones y su grado de vulne-

rabilidad, se ajustará un adecuado manejo fitosanitario y la aplicación de la cantidad adecuada de fertilizante para mantener la nutrición del cultivo, previo análisis de los suelos. A todas estas prácticas y requerimientos para desarrollar una caficultura climáticamente inteligente, agregamos la conservación y restauración de los suelos afectados y un sistema de alertas tempranas para el manejo de problemas fitosanitarios.

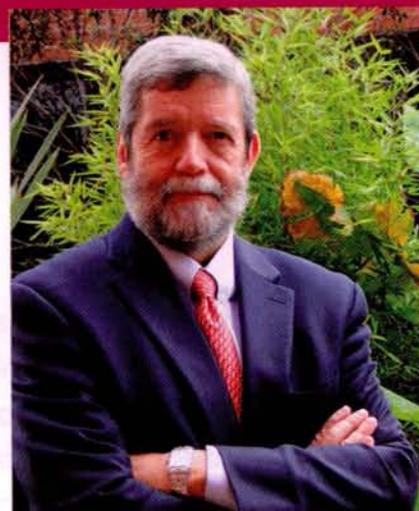
Digno de mención en este breve recuento de los principales hechos cafeteros que ocurrieron durante el año, fue el Plan de Emergencia para afrontar las consecuencias de la Ola Invernal. Con recursos aportados por Colombia Humanitaria se apoyó el control de la enfermedad en 161 mil hectáreas sembradas en café, con resultados positivos pues el índice de infección por roya descendió de 44% a 11%.

En materia de renovación se batió un record. A comienzos del año se planeó intervenir 120 mil hectáreas en 2011, de las cuales se renovaron 117 mil hectáreas, una cantidad nunca antes alcanzada. De esta área el 83% corresponde a renovaciones efectuadas con variedades resistentes. En este propósito ha resultado clave el Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro -PSF que desde su lanzamiento ha otorgado créditos por cerca de 691 mil millones de pesos, para la renovación de más de 118 mil hectáreas propiedad de 146 mil pequeños cafeteros beneficiarios de recursos del ICR por más de 280 mil millones de pesos.

El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito con el Gobierno Nacional estableció una meta de sembrar al menos 200 mil hectáreas, con el objetivo de que el área total sembrada llegue

al millón de hectáreas. Entre principios de 2010 y 2011, se sembraron más de 30 mil nuevas hectáreas, lo que representa un avance significativo en el cumplimiento de la meta fijada en el Acuerdo. Con este crecimiento, el área total sembrada llega a 921 mil hectáreas, de las cuales el 72% corresponde a cultivos tecnificados jóvenes que pueden responder por cerca del 70% de la producción cafetera anual.

Cuando los nuevos cafetales más las áreas renovadas sembradas en variedades resistentes se incorporen a la producción y se mantenga el dinamismo en la demanda, que augura buenos precios, el ingreso cafetero que irriga la economía del país, será más alto y se justificarán todas las inversiones que se han hecho y que se continuarán haciendo para mantener en edad óptima de producción los cultivos.



Durante 2011, las mismas superaron los \$353 mil millones en créditos subsidiados a los pequeños productores.

La instalación de 60 Tecnocentros de Conectividad, en varios municipios cafeteros es también uno de los mayores aciertos del gremio cafetero, que ha sabido siempre hacer compatibles tradición y tecnología en beneficio de los caficultores. Los centros fueron dotados con apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones del BID. Cada uno tiene conectividad satelital a internet y cuenta con cinco computadores y un técnico en sistemas. Se proyecta capacitar anualmente a 5.000 cafeteros en el uso de TIC's y nuestro pro-

el uso de TIC's y nuestro propósito será ampliar este servicio hasta llevarlo a la finca cafetera. Sin salirse de su parcela, el caficultor se integra a un mundo globalizado que le pone a su alcance nuevas perspectivas y posibilidades.

La producción del año cafetero 2010/11 fue de 8,2 millones de sacos lo que significa un repunte de 5,2%, en relación con el año cafetero anterior. Pero la producción de finales de 2011 y comienzo de 2012 será menor. No así, en términos de valor de la cosecha, que en el año cafetero superó los \$5 billones de pesos, un incremento del 38% en relación con el año anterior.

Las exportaciones de café, en el año cafetero terminado en septiembre pasado, ascendieron a 8,1 millones de sacos, 12% más que durante el año anterior. Su valor fue de USD 2.829 millones, 50% por en-

cima del registrado en el año anterior.

La estructura de las exportaciones es el resultado de la estrategia de valor agregado impulsada por la Federación gracias a la cual han aumentado los embarques de café con valor agregado (especiales, procesados e industrializados) de 9% en 2000, a 34% en 2011.

En esta transformación ha sido determinante el fomento a la producción de cafés sostenibles por parte del gremio. En la actualidad, el 20% de los cafeteros (109.291 cafeteros) producen su café bajo el cumplimiento de exigentes estándares internacionales de producción.

Para contrastar con un año tan difícil, fue muy grato para la caficultura colombiana haber recibido por parte de la UNESCO la declaratoria del

Paisaje Cultural Cafetero, como "Patrimonio de la Humanidad". Durante más de diez años, la Federación lideró, en asocio con el Ministerio de Cultura, la campaña que culminó felizmente y que significa un reconocimiento internacional de la más grande importancia y trascendencia. El área declarada Patrimonio de la Humanidad, está conformada por 47 municipios del Eje Cafetero y en ella viven más de 80 mil personas en 24 mil pequeñas fincas cafeteras.

Otros honrosos reconocimientos recibió la institucionalidad cafetera durante el año: Cenicafé fue galardonado como "El Colombiano ejemplar" y recibió el "Premio Nacional Planeta Azul"; El Comité Departamental de Cafeteros del Valle del Cauca recibió el premio "Emprender Paz" y la Federación, la medalla otorgada por la Embajada de Es-

paña en Colombia, "Colombia-España".

El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera ha demostrado su efectividad al permitir sentar las bases del desarrollo sostenible de la caficultura colombiana. Seguridad social, relevo generacional, bancarización y conectividad rural, además de la implementación, planificación y desarrollo de los programas para recuperar la producción, constituyen las bases de una acción oportuna y planificada, diseñada en función del caficultor y de sus familias, de su estabilidad, defensa de su ingreso, y mejoramiento permanente de sus condiciones de vida, cuyos frutos esperamos comenzar a ver.

La evolución de la economía y sus perspectivas para 2012, evidencian un acertado y prudente manejo por parte del gobierno del Presidente San-

tos y su equipo económico. La estabilidad económica del país y un crecimiento de la economía cercano a 5,5%, unido a la disminución de la tasa de desempleo, hasta colocarla en un sólo dígito, como el vigoroso impulso a la apertura de tratados de libre comercio y la firma de acuerdos de inversión, miden la potencialidad de Colombia, que avanza con paso firme, en medio de un desastre natural de vastas proporciones y hostigada todavía por una minoría subversiva que no quiere dejar vivir en paz a sus compatriotas. Estos son los indicadores de un gran país en marcha, en donde tuvimos la fortuna de nacer, trabajar y vivir.

Amigos Cafeteros: La fortaleza de nuestro gremio ha sido su solidaridad y unidad, y la existencia de una institucionalidad cafetera del más transparente origen democrático,

sólida, responsable y eficaz. Vendrán tiempos mejores. Los anuncian y presagian el fruto de nuestro esfuerzo, tenacidad y trabajo. El 2011 nos sometió a una dura prueba que vamos superando con temple y coraje. Levantemos nuestra mirada hacia las cumbres, allí no hay obstáculos. Cuando nuestras metas están cerca no podemos desfallecer, ni bajar la guardia. El momento actual nos pide fe y esperanza. Somos cafeteros integrales, que equivale a decir que siempre estaremos a la altura de nuestro deber con nuestras familias y con Colombia.

Saludo a cada uno de ustedes con afecto y amistad.



Luis Genaro Muñoz Ortega
Gerente General

El mercado del café

Avances

en 2011



103,1 millones
de sacos, el volumen más alto registrado
en las exportaciones mundiales
de café

\$4,9 billones
fue el valor de la cosecha cafetera
en 2011

2,53 USD/libra
es el precio promedio del café en la
Bolsa de Nueva York

29% más es el precio promedio
base de compra

Balance mundial cafetero

El año cafetero 2010/11 estuvo marcado por diversos factores fundamentales y coyunturales, que lo distinguieron del año anterior.

La producción mundial de café en 2010/2011 registró un aumento de 8% respecto al volumen del año cafetero anterior, alcanzando 136,4 millones de sacos, suficiente para abastecer la demanda de 131 millones de sacos. No obstante, el superávit alcanzado de tan sólo 5,2 millones de sacos revela la estrechez del mercado, debido a que fue insuficiente para recomponer los inventarios, que se ubicaron en 25,4 millones de sacos, la cifra más baja desde que se tiene registro.

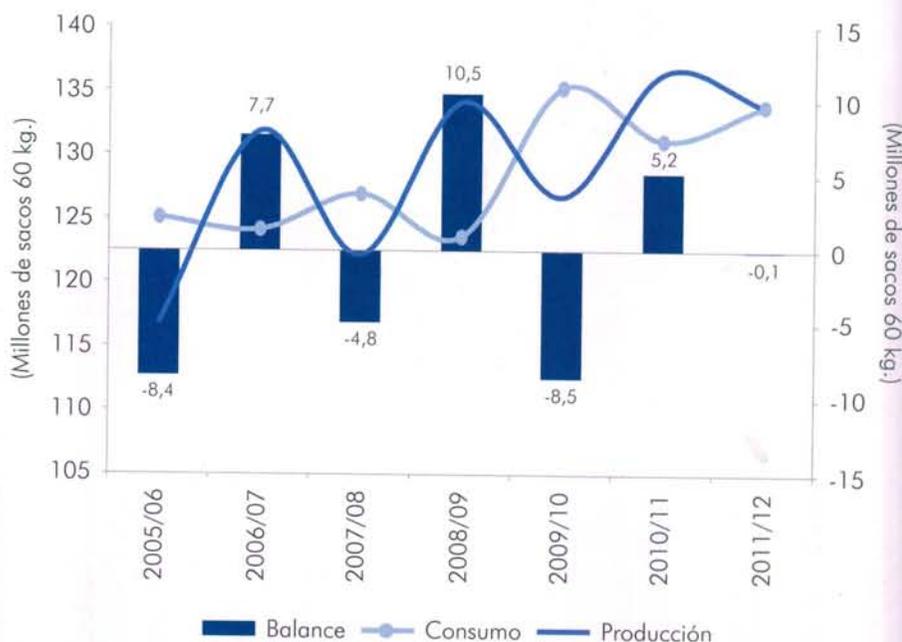
Para el año cafetero 2011/12 se prevé que la producción alcance 133,8 millones sacos, debido a que en Brasil se estima una cosecha de 49,2 millones de sacos correspondiente a la bienalidad baja. La producción de Vietnam se estima en 20,6 millones de sacos, lo que representa un aumento de 10% frente a 2010/11. Países como México y otros de Centro América también presentarán ligeros aumentos en su

producción como resultado de un comportamiento del clima mejor al esperado en algunas regiones.

En cuanto al consumo, se estima que en 2011/12 alcancé 133,8 millones de sacos, volumen que reflejaría una vez más la estrechez entre oferta y demanda, si se considera la difícil crisis económica por la que atravie-

san los más importantes consumidores. Esta combinación producirá un balance deficitario equivalente a 59 mil sacos, con lo cual los inventarios de café podrían ubicarse en 26,9 millones de sacos, equivalentes a dos meses de consumo mundial, cifra que continúa siendo muy baja en comparación con los niveles históricos.

Balance mundial cafetero
2005/06 - 2011/12



Fuente: J. Ganes Consulting, LMC y USDA.

Exportaciones mundiales de café

Exportaciones mundiales de café por tipos

2008/09 - 2010/11

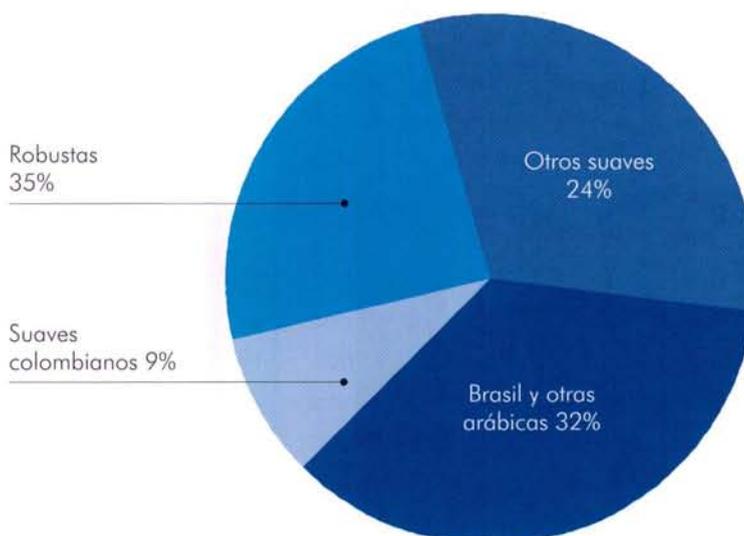
Tipo de café	2008/09	2009/10	2010/11	Variación % 2009/10 -2010/11
Arabicas	62,4	61,5	66,6	8,2%
Suaves colombianos	10,0	8,1	9,2	12,8%
Colombia	8,7	7,2	8,1	12,1%
Otros suaves	21,3	22,3	24,8	11,3%
6 países ⁽¹⁾	13,3	12,9	15,0	16,9%
Brasil y otras arábicas	31,0	31,1	32,6	4,7%
Brasil naturales y arábicas	27,3	26,6	28,5	7,3%
Robustas	35,0	32,7	36,6	11,7%
Vietnam	17,4	14,6	16,8	15,5%
Brasil robustas	1,4	1,1	2,5	129,7%
Total	97,4	94,3	103,1	9,4%
Brasil total	28,7	27,7	31,0	12,1%
Valor (millones de USD)	13.896	16.024	27.087	69,0%

Fuente: OIC

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

Participación por tipo de café en las exportaciones mundiales

2010/11



De acuerdo con cifras de la OIC, las exportaciones mundiales de café para el año cafetero 2010/11 ascendieron a 103,1 millones de sacos, lo que representa un significativo aumento de 9,4% con relación al año cafetero anterior (94,3 millones de sacos).

Este comportamiento corresponde a un nivel récord, gracias a la cosecha bienal alta de Brasil.

Por su parte, cuando se analizan los datos de exportaciones mundiales por tipo de café se encuentra que el 35% de los embarques correspondió a café robusta, 32% a los naturales del Brasil y 33% a cafés suaves.

El valor de las exportaciones presentó un crecimiento sin precedentes, equivalente al 69%, pasando de USD 16.024 millones en 2009/10 a USD 27.087 para el año cafetero 2010/11. Este incremento se explica en los mayores niveles de precio registrados en los diferentes tipos de café.

Precio internacional del café

En 2011, el precio promedio fue de 2,53 USD/libra, evidenciando una tendencia a los precios altos.

En mayo, el precio internacional del café alcanzó su valor máximo, no registrado en 14 años, equivalente a 3,04 USD/libra. Este incremento se explica por el aumento generalizado en el valor de las materias primas, el debilitamiento del dólar como moneda reserva, el dinamismo de la demanda mundial cafetera y las alteraciones climáticas que afectaron la cosecha brasilera, sucesos que generaron movimientos especulativos en los mercados.

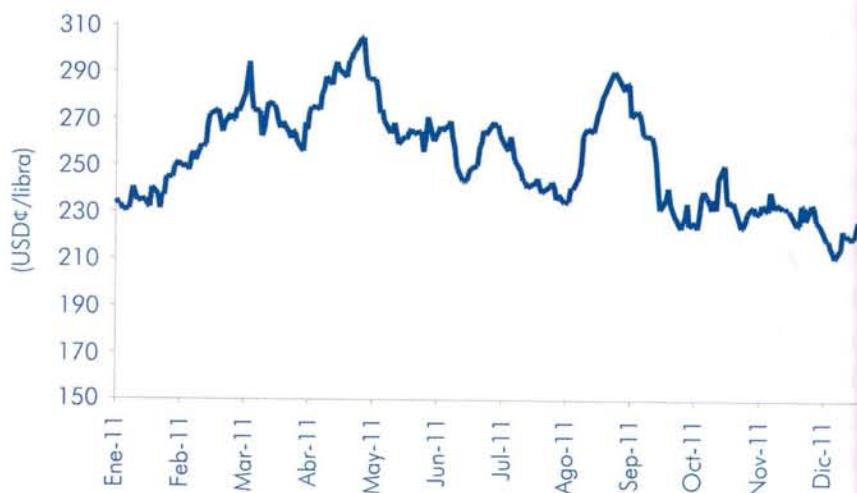
A partir del segundo semestre de 2011, se revirtió la tendencia del precio ubicándose en 2,35 USD/libra en agosto, caída explicada principalmente por una fuerte reducción en las posiciones netas de los fondos de inversión. Posteriormente en la primera semana de septiembre el precio aumentó nuevamente alcanzando en promedio 2,90 USD/libra.

Hacia finales del año se observó una tendencia a la baja debido principalmente a la inestabilidad económica mundial, provocada por el aumento en el nivel de riesgo de la deuda soberana de varios países europeos, la

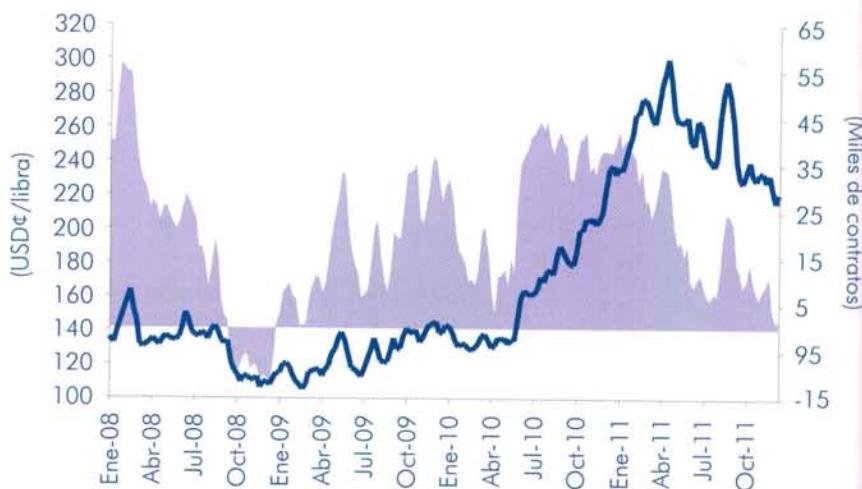
revaluación del dólar sumada al debilitamiento de las materias primas y

la liquidación de las posiciones de los fondos de inversión.

Precio del café según el Contrato "C"
2011



Precio de bolsa y posición neta de fondos (futuros)
2008 - 2011



Balance cafetero en Colombia

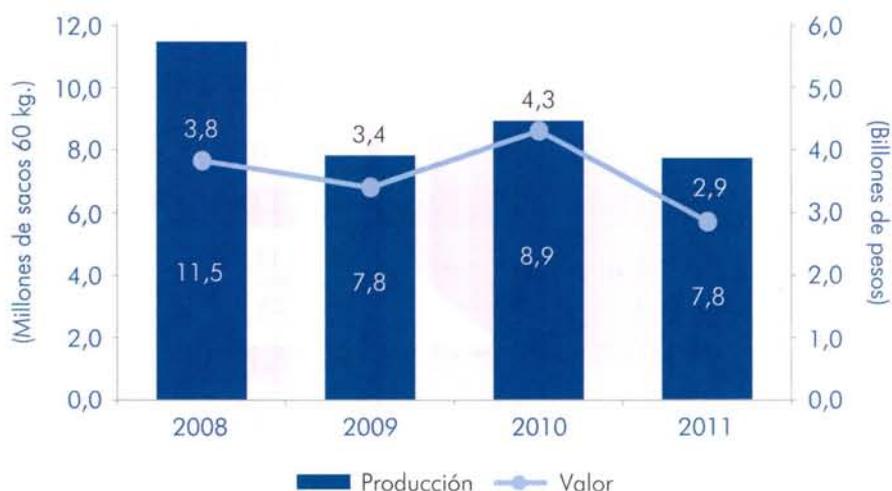
En 2011, los esfuerzos realizados por los productores y la Federación hacia la recuperación de la cosecha cafetera, se vieron fuertemente afectados por la temporada invernal de finales de 2010 y la consolidación de un nuevo fenómeno de La Niña a partir de agosto del año pasado. Asimismo, debido al ambicioso plan de renovación por siembra de variedades resistentes emprendido por la Federación, el 21% del área sembrada en el país se encuentra en etapa improductiva. Por tal motivo y no obstante la disminución de la infección por roya de niveles de 44% en 2010, a unos controlables equivalen-

tes a 11% en noviembre de 2011, la producción cafetera colombiana llegó a 7,8 millones de sacos, 13% por debajo de la registrada el año anterior.

Es importante destacar que a pesar de la reducción en el volumen de producción, se observa un importante incremento en el valor de la cosecha equivalente a 13%, pasando de \$4,3 billones en 2010 a 4,9 billones en 2011.

Valga destacar que este flujo de recursos se irriga directamente a las zonas cafeteras en beneficio de 563 mil familias cafeteras del país.

Valor y volumen de la cosecha cafetera colombiana
2008 - 2011



Balance cafetero en Colombia



Resultado de las acciones para el fomento del consumo interno puestas en marcha por el Programa Toma Café, cuyo liderazgo ejerce la FNC en compañía de la industria cafetera nacional, la demanda interna revirtió su comportamiento, y en la actualidad se encuentra en una etapa de crecimiento y fortalecimiento. Así en 2011 los colombianos consumieron 1,3 millones de sacos, en comparación con 1,25 millones de sacos en 2010. El nivel de inventarios totales cayó 31% a 669 mil sacos.

Como consecuencia de la menor producción, las importaciones de café, fueron mayores a las observadas durante el año anterior, alcanzando

los 937 mil sacos provenientes en su gran mayoría de Perú y Ecuador con miras al abastecimiento de la demanda nacional.

Balance cafetero en Colombia (millones de sacos 60 kg.)
2008 - 2011

Año	2008	2009	2010	2011
1) Producción e Importaciones	11,6	8,6	9,5	8,7
- Producción	11,5	7,8	8,9	7,8
- Importaciones	0,2	0,8	0,6	0,9
2) Exportaciones y Consumo	12,4	9,1	9,1	9,1
- Exportaciones	11,1	7,9	7,8	7,7
- Consumo interno	1,3	1,3	1,3	1,3
3) Balance ((1)-(2))	-0,7	-0,6	0,5	-0,3
4) Inventarios totales	1,1	0,6	1,0	0,7

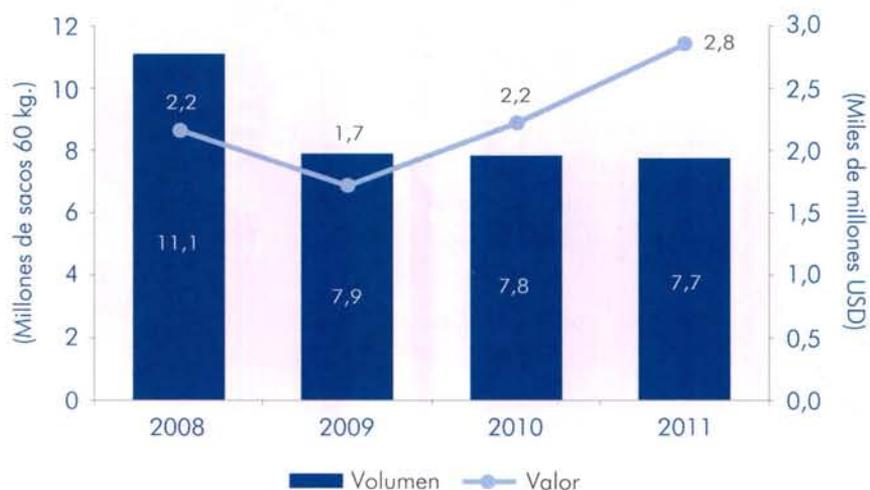
Exportaciones colombianas de café

En 2011, las exportaciones de café colombiano ascendieron a 7,7 millones de sacos, 1% menos que durante el año anterior.

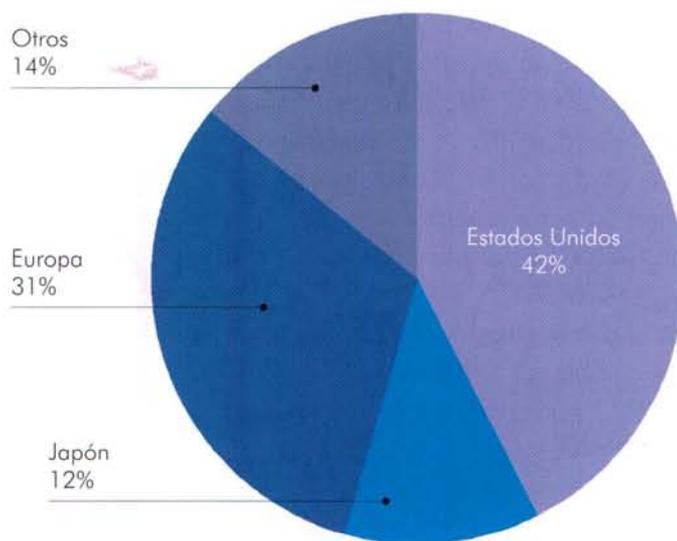
Por su parte, el valor de las exportaciones colombianas fue de USD2.847 millones, 29% por encima al registrado en 2010. Este resultado se debe principalmente a los mejores precios observados durante el año, a la consolidación y posicionamiento alcanzado por el café colombiano en los mercados internacionales y la mayor comercialización de cafés especiales.

Entre los destinos del Café de Colombia, la comercialización del grano mantiene una dinámica favorable. Se destaca la exportación de 3,3 millones de sacos a Estados Unidos, equivalentes al 42% del total de los embarques del país. Asimismo se resalta la exportación de 2,43 millones de sacos a Europa, que representan el 31% del total de los embarques del país, dos puntos porcentuales por encima de la participación registrada en 2010. Finalmente, vale la pena destacar la constancia en los embarques a Japón, que pese a las difíciles circunstancias por las que atravesó en 2011, continuó siendo el tercer destino en importancia para el café colombiano.

Valor y volumen de las exportaciones colombianas
2008 - 2011



Participación de las exportaciones por destino
2011



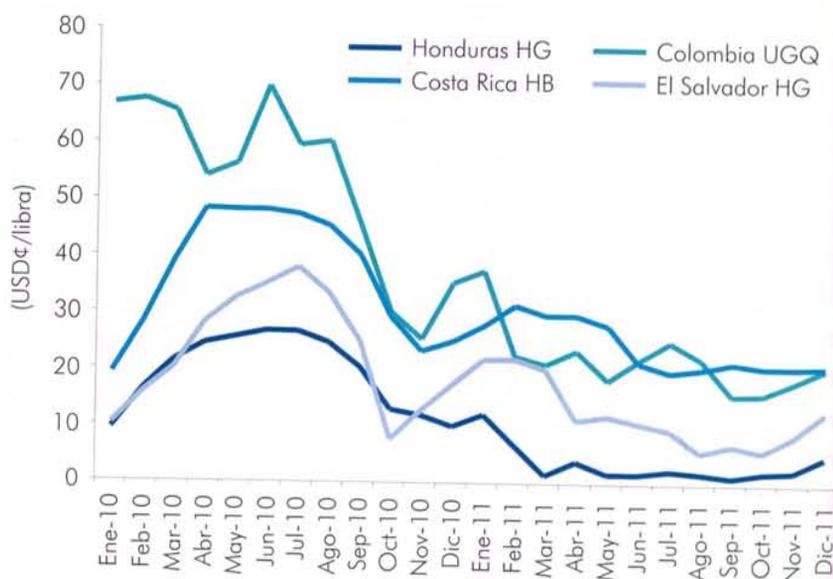
Precio interno del café

Las variables internacionales que afectan en mayor medida el desempeño de la actividad cafetera colombiana son el precio internacional del café, la tasa de cambio y el diferencial de precio del café colombiano reconocido por los mercados internacionales, debido al papel que juegan en la determinación del precio interno de compra del café.

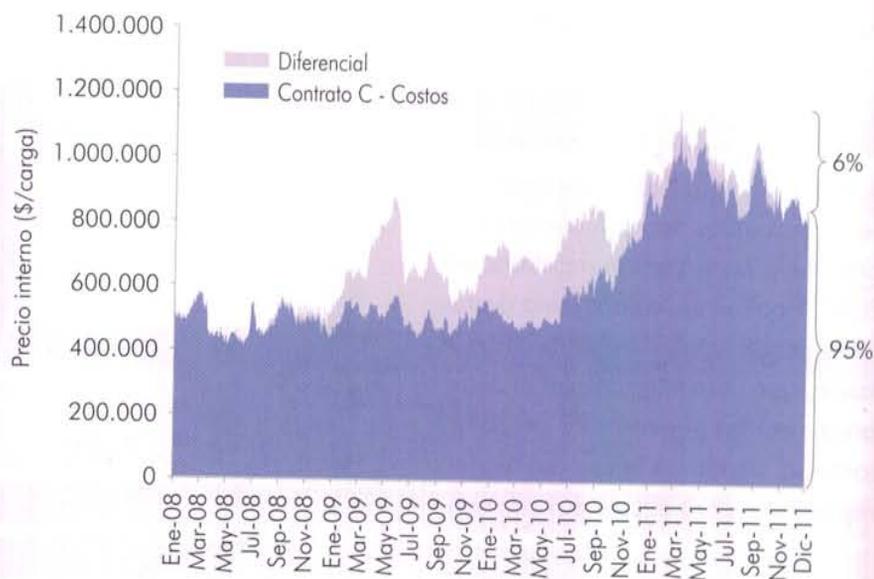
En 2011, la prima por calidad que se paga por el café colombiano se situó en niveles promedio de 22 USD¢/libra muy por debajo del nivel por encima de 50 USD¢/libra registrado durante 2010. El fuerte incremento del precio del café en la bolsa de Nueva York durante los primeros meses del año, sumado al favorable comportamiento de los niveles de producción mundial y de exportaciones, corrigieron la tendencia alcista de estos diferenciales, no sólo para el caso colombiano sino también para los centroamericanos. Esta corrección ha disminuido los incentivos para la sustitución del café de Colombia por otros orígenes.

En el primer trimestre de 2011 la tasa de cambio se situó entre \$1.817 y \$1.922 por dólar, siguiendo con un periodo de gran apreciación, en el que llegó a niveles de \$1.748 por dólar (julio 2011). A partir de entonces, la tasa de cambio presentó una tendencia de devaluación, debido a la agitada situación económica

Diferenciales Colombia UGQ vs. otros orígenes
2010 - 2011



Composición del precio interno
Enero de 2008 - octubre de 2011



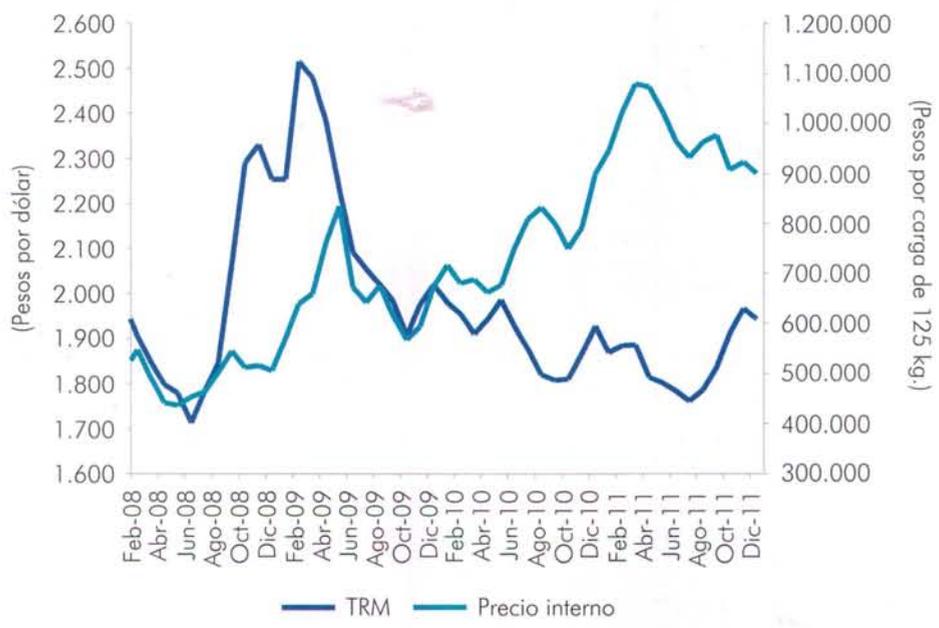
mundial, superando en el mes de septiembre la barrera de \$1.900 por dólar, que se mantuvo hasta el final del año.

El anterior comportamiento junto con el incremento del precio del café en la bolsa de Nueva York registrado durante el primer semestre del año, se vio reflejado en un nivel promedio de precio interno del café equivalente a \$975 mil por carga, 29% por encima al alcanzado durante 2010.

Vale la pena destacar que en mayo de 2011 se registró el máximo nivel de precio y el cual estuvo por encima de \$1.100.000 por carga. Sin duda estos niveles de precio interno constituyeron una excelente oportunidad para satisfacer las expectativas de ingresos de los cafeteros colombianos, situando la actividad cafetera como una opción favorable para desarrollar en Colombia.



Tasa Representativa del Mercado vs. Precio interno del café
2008 - 2011



Comercialización sostenible y con valor agregado

Avances

en 2011



27%

más que en 2010 fue el precio promedio
pagado por el FoNC durante 2011

33%

de la cosecha nacional fue adquirida por
las cooperativas de caficultores

70%

de las exportaciones del FoNC corresponden
a cafés con valor agregado

19%

de los productores hacen parte de los programas
de cafés especiales de la FNC

45USD/libra

pagados al caficultor de Huila ganador
de la IX Taza de la Excelencia

92%

de las ventas de Buencafé se realizan en
mercados internacionales

154

millones de personas han visitado las tiendas
Juan Valdez® desde la apertura de la primera

Transferir el mejor
precio posible al
productor

Comercialización
sostenible y con valor agregado

Transferencia de precio al caficultor

Gracias a la institucionalidad cafetera, en 2011 el porcentaje de transferencia de precio internacional al productor continuó en niveles superiores a los registrados para cafés de otros orígenes. Este valor es el resultado del esfuerzo financiero del FoNC para garantizar el mejor precio al caficultor por su café. Así, en 2011, los productores colombianos recibieron en promedio el 95% del precio reconocido en el mercado internacional por el café colombiano.

Asimismo, gracias a la política de comercialización el precio efectivamente pagado al caficultor por el café adquirido por el FoNC ha sido superior al precio interno base de compra. En efecto, en 2011, el precio promedio pagado por el FoNC estuvo por encima de un millón de pesos/carga, 4% superior al precio promedio base de compra registrado en el mismo período (\$975 mil/carga). De otra parte, cuando se compara el nivel de precio pagado por el FoNC en 2011 con respecto al año anterior, se obtiene que durante este año, los caficultores que le vendieron su café a la institucionalidad cafetera recibieron en promedio 27% más que en 2010, momento en el cual el precio promedio pagado fue \$798 mil/carga.

La compra relacional: como parte de su misión de promover el bienestar de los productores, la Federación concibe la política de la Garantía de Compra como un bien público que se fundamenta en las relaciones y que sobrepasa el ámbito de una simple transacción comercial.

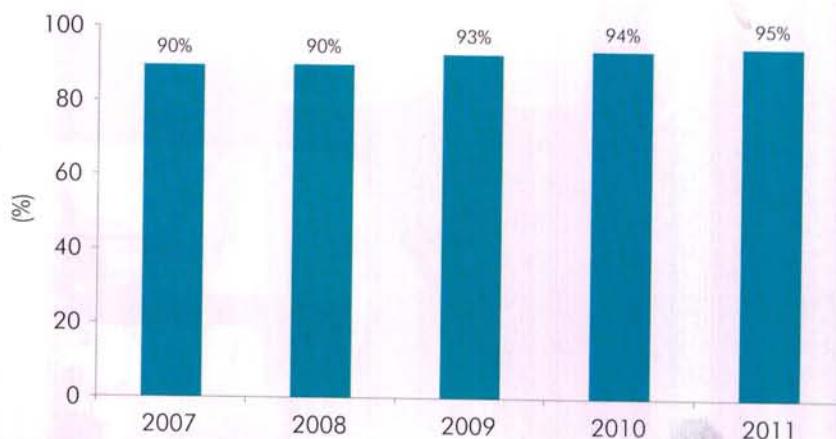
Durante 2011, en desarrollo de este cometido, la Federación como administradora del FoNC adquirió más de 1,8 millones de sacos de café,

equivalentes a 23% de la cosecha cafetera colombiana. De esta manera, el gremio ha contribuido a que los demás actores de la cadena de comercialización remuneren de manera justa a los cafeteros por su esfuerzo y dedicación por producir un café suave de calidad.

Del total de compras realizadas por la Federación, el 60% corresponde a cafés especiales, mientras el 40% restante es café estándar.

Los cafeteros que le vendieron al FoNC recibieron en promedio el **95%** del precio internacional reconocido por el café colombiano

Transferencia del precio internacional al cafetero colombiano
2007 - 2011



Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

Cooperativas de caficultores

Durante 2011, operaron 34 Cooperativas de Caficultores con una red de 540 puntos de compra. Para cumplir con la política de la Garantía de Compra, estas entidades cuentan con los recursos de la línea de crédito del FoNC, y en 2011 el 41% del volumen adquirido fue financiado a través de la misma.

Asimismo, la Federación continúa apoyando la labor de las Cooperativas reconociéndoles incentivos económicos tasados en función del cumplimiento de las metas de entrega de café al FoNC y la mayor transferencia de precio a los productores. Durante 2011, estos incentivos le representaron a las cooperativas ingresos adicionales por \$4.700 millones.

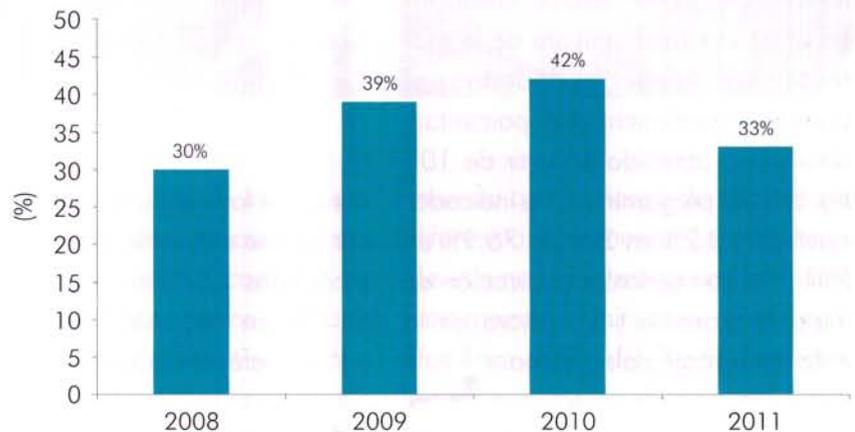
En 2011, como consecuencia de la menor producción colombiana, las Cooperativas compraron 33% de la cosecha. El volumen vendido al FoNC también disminuyó, debido a que dichas entregas correspondieron al 56% del grano adquirido por estas entidades, una participación 7% menor a la del año anterior.

También en 2011, las Cooperativas, gracias al apoyo de la Federación, obtuvieron un importante avance tecnológico representado en su integración al sistema SAP para admi-

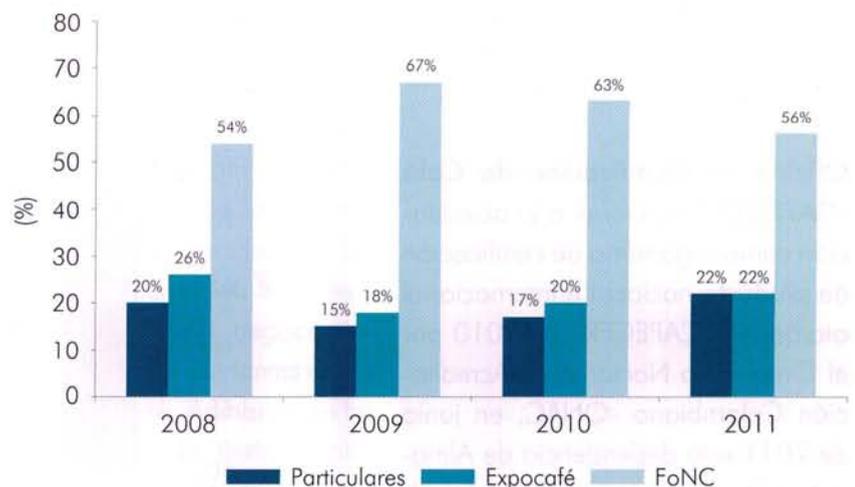
nistración y gestión del negocio. En efecto, cinco Cooperativas de Antioquia y Caldas están interconectadas a SAP, circunstancia que en el mes de

agosto produjo que la Federación fuera galardonada por la Asociación Colombiana de Usuarios SAP -ASUG con el premio al mejor portal SAP.

Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha
2008 - 2011



Participación del FoNC en las compras de Cooperativas
2008 - 2011



Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

Almacafé

En 2011, en cumplimiento de sus funciones de administrador logístico, Almacafé adquirió 19% menos café que en el mismo período del año anterior. Esto como consecuencia de la menor producción cafetera colombiana.

Pese al menor volumen de compra, Almacafé alcanzó mejoras sustanciales en el aprovechamiento de la materia prima. Así pues, es de destacar el buen comportamiento del porcentaje de excelso obtenido a partir de 100 kg. de café pergamino. Este indicador pasó del 73,2% en 2010 a 76,9% en 2011, lo que denota la aplicación de mejores procesos y la mejora en la calidad del café colombiano.

Adicionalmente, vale la pena destacar que Almacafé ha cumplido con los mayores estándares en su sistema de gestión y excelencia en la prestación de servicios logísticos, condición que le valió en noviembre de 2011, ser certificada bajo la norma NTC ISO 9001:2008.

Oficina de Certificación de Café -CAFECERT: adicional a la acreditación como organismo de certificación de producto nacional e internacional otorgada a CAFECERT en 2010 por el Organismo Nacional de Acreditación Colombiano -ONAC, en junio de 2011 esta dependencia de Almacafé obtuvo una ampliación del al-

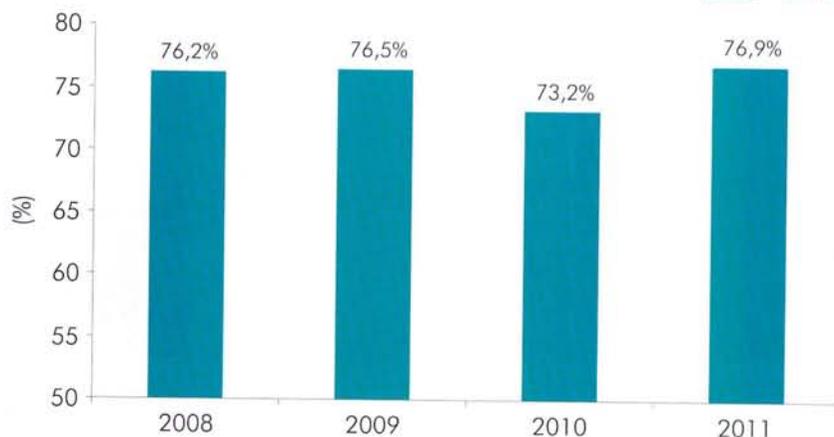


cance de la misma, lo que le permite convertirse en certificador de los cafés protegidos por las Denominaciones de Origen Regional "Café de Nariño" y "Café de Cauca".

Durante 2011, en desempeño de este papel, CAFECERT certificó 70 cafés procesados, que corresponden a cinco tostados en grano, siete

tostados molidos y 55 solubles y tres extractos dentro del programa Indicación Geográfica Protegida y Denominación de Origen Protegida "Café de Colombia". Igualmente, como administrador del programa Q Coffee System, que facilita la certificación de cafés verdes especiales, se evaluaron 31 lotes de los cuales 22 se certificaron como "Cafés Q" (alta calidad).

Porcentaje de excelso obtenido a partir de 100 kg. de café pergamino
2008 - 2011



Transferir el mejor
precio posible al
productor

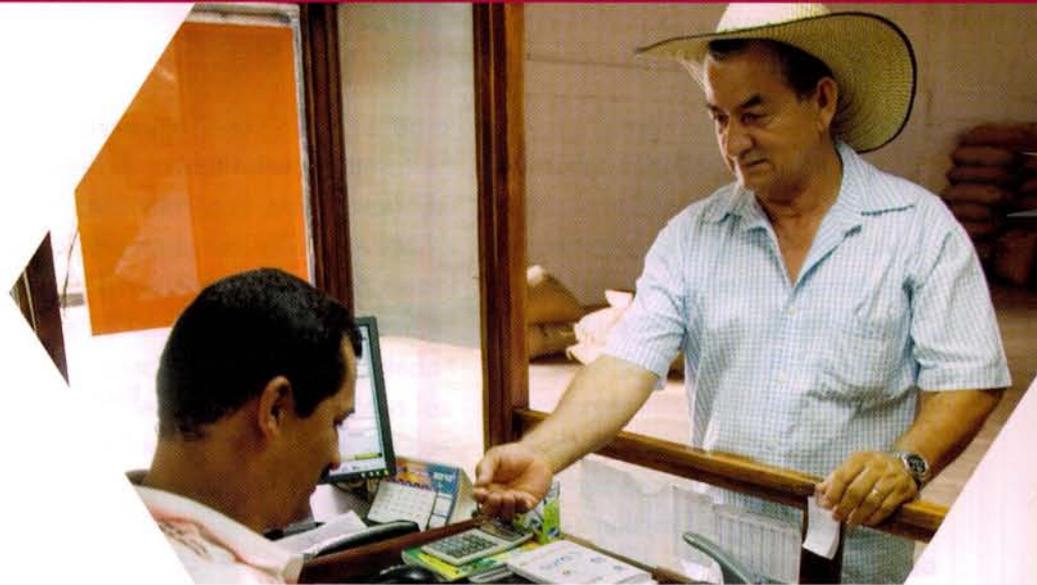
Comercialización
sostenible y con valor agregado

Estrategia de administración de riesgo

La actividad comercial del FoNC se encuentra estrechamente ligada al proceso de Gestión del Riesgo, cuyo objetivo primordial es establecer estrategias, mediante el uso de instrumentos financieros, para la mitigación del impacto proveniente de las fluctuaciones de las variables de mercado. De esa manera se incrementa la competitividad del FoNC y se transfiere el mayor precio posible al productor.

Asimismo, en cumplimiento de su misión, la Federación ha puesto a disposición de los cafeteros instrumentos de cobertura tales como los contratos de compra con entrega futura de café. Este esquema le permite al productor fijar el precio y volumen de café para entrega y pago hasta con 15 meses de antelación. De esta manera, el mecanismo contribuye al proceso de programación del flujo de caja de los cafeteros, dándoles la posibilidad de asegurar niveles de precio que les resulten favorables. Asimismo, los contratos de compra con entrega de futura de café le permiten al FoNC asegurar volúmenes y niveles de precio con suficiente anticipación, lo cual contribuye a la planeación de la actividad comercial.

Así pues desde su creación, este programa ha facilitado la compra de



cerca de 88 millones de kilos c.p.s. Durante el año, los precios pagados por el FoNC para las compras de café fijadas a través de los contratos con entrega futura fueron superiores en un 77% frente al precio promedio ofrecido para las fijaciones de café en los últimos cinco años.

De otra parte, debido a la mayor variabilidad registrada en los diferenciales por calidad, se introdujo mayor volatilidad al precio, la cual no puede ser cubierta con instrumentos financieros. Por lo tanto, la Federación modificó la estrategia comercial del FoNC buscando que los clientes asumieran el riesgo asociado a los cambios en el diferencial. Bajo este esquema se realizaron negociaciones con clientes tan importantes como Nespresso e Illycaffè. Asimismo, se ha cerrado la brecha de tiempo entre la compra y la venta del café, de tal

manera que el riesgo de cambio del diferencial sea menor. La aplicación de esta nueva estrategia ha permitido una mejoría significativa en los estados financieros del Fondo traducida en un incremento de más del 180% en las utilidades derivadas de la comercialización de café. En efecto, en 2011, se obtuvieron \$29,4 mil millones de utilidad en la actividad comercial, cifra que contrasta con un resultado negativo equivalente a \$7,2 mil millones en 2010.

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 busca acercar los productores al consumidor y lograr así que capturen una mayor proporción del precio final. Por este motivo, la Federación continúa participando en los diversos segmentos de cafés especiales, desarrollando nuevas oportunidades para la industrialización del café y ofreciendo a los clientes servicios complementarios.

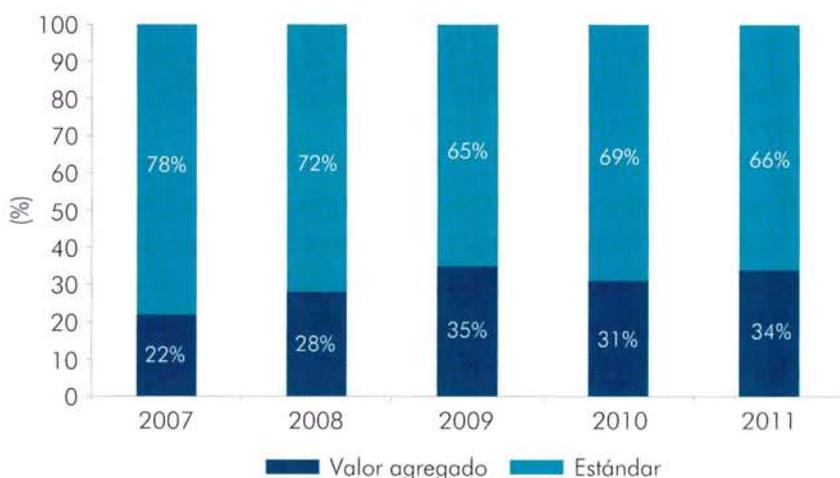
Gracias a lo anterior en la actualidad el 34% de las exportaciones colombianas de café corresponden a café con valor agregado (especiales, procesados e industrializados), lo cual significa un avance significativo si se tiene en cuenta que en el año 2000 la proporción de embarques de cafés con valor agregado no superaba el 9% del volumen exportado. En el caso de las exportaciones realizadas por el FoNC, la participación de los productos con valor agregado en 2011 ascendió al 70% de los embarques.

Adicionalmente, durante 2011 los productores recibieron USD 7,7 millones por concepto de sobrepagos por la venta de cafés especiales, que equivalen a 4,9 USD¢ adicionales por libra de café vendida bajo esta categoría. Este valor es menor al obtenido en 2010 y es consecuencia

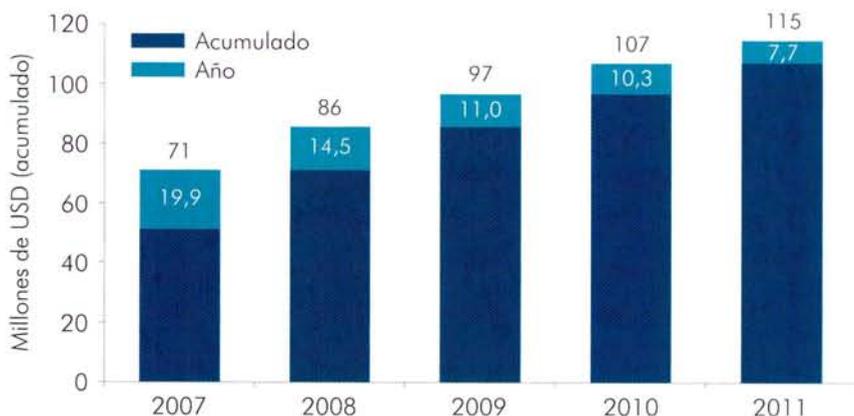
de los altos niveles de precio del café colombiano, lo que ha hecho más difícil reconocer mayores precios a los productores de cafés especiales.

No obstante, representa un mayor ingreso para el productor frente a la posibilidad de vender su café como estándar.

Participación de las exportaciones por tipo de café 2007 - 2011



Sobrepagos pagados al productor por la comercialización de cafés especiales 2007 - 2011



Cafés especiales

En 2011, las exportaciones de cafés especiales realizadas por el FoNC superaron los 966 mil sacos, 29% más que durante 2010 (750 mil sacos). En la promoción de estos cafés en los mercados internacionales la Federación ha sido líder y ha logrado transferir un mayor valor a los productores que participan en este tipo de iniciativas.

Pese a las dificultades observadas en los últimos años por la menor oferta de café, no cabe duda de la importancia de los cafés especiales en la estrategia de valor agregado. Los cafés especiales hacen parte de un segmento de mercado que continúa creciendo y que cuenta con el respaldo de consumidores fieles y tostadores interesados en seguir desarrollándolo. Así pues, en 2011 los programas de cafés sostenibles continuaron su expansión y en la actualidad cuentan con 109.727 productores participantes, de los cuales el 42% son productores certificados con 148 mil hectáreas dedicadas al cultivo de cafés sostenibles y el 58% son cafeteros verificados con más de 178 mil hectáreas que producen grano bajo los criterios de las buenas prácticas de cultivo.

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos en 2011, en los programas de certificación y verificación para la producción café:

Nespresso AAA: en 2011 se logró mejorar la infraestructura pos-cosecha (beneficio y secado solar) de 2.369 fincas, así como la renovación de 8.010 hectáreas de café y la siembra de 559 nuevas hectáreas. Todo lo anterior gracias a la atención brindada por el Servicio de Extensión a las más de 27 mil familias cafeteras que pertenecen al clúster Nespresso AAA administrado por la FNC en Cauca y Nariño y quienes producen cerca de 156 mil sacos de café en 29 mil hectáreas. El éxito de este programa permitió que en 2011 la Federación diera inicio al proyecto Prospresso cuyo objeto es ampliar las capacidades locales y mejorar la productividad en los municipios Nespresso del país.

Código 4C: corresponde al Código Común para la Comunidad Cafete-

ra y es el programa de mayor crecimiento en el país gracias a la participación de 37 mil caficultores en 12 departamentos. Valga la pena señalar que en 2011, dos mil productores en los departamentos de Meta, Caquetá, Antioquia y Caldas ingresaron al programa. Adicionalmente, se dio inicio al proyecto Fede Nest, en alianza con Nestlé para ejecutar el Plan Nescafé en Colombia, gracias al cual a través de la capacitación de 990 caficultores en Buenas Prácticas Agrícolas –BPA’s y la entrega de más de cuatro millones de colinos para la renovación de áreas sembradas, se ha logrado fortalecer el clúster 4C de los municipios de Sevilla, Bugalagrande, Andalucía y Tulúa (Valle).

Productores participantes en programas de café sostenibles
2007 - 2011



Programas de certificación

Programas de certificación: en Colombia más de 45 mil caficultores producen café en 148 mil hectáreas bajo estándares de certificación. La oferta potencial de estos cultivos asciende a 1,9 millones de sacos. Durante 2011, esta iniciativa del gremio cafetero continuó fortaleciéndose gracias a la certificación Rainforest Alliance de 1.559 fincas de Cauca y Nariño, lo que representa un significativo avance en la meta de certificar seis mil fincas durante el período 2011-2013. La alianza compuesta por la Federación, Nespresso, Acción Social, USAID-ACDI/VOCA y el trabajo de la comunidad cafetera, han hecho posible este logro que le abre nuevas oportunidades de negocio en el selecto mercado de los cafés especiales a las familias cafeteras, que se benefician del programa.

Entre los diversos eventos comerciales realizados por la Federación durante el año para el posicionamiento de los cafés especiales colombianos, se destacan los siguientes:

❑ **IX Taza de la Excelencia:** en la versión 2011 de esta estricta competencia participaron 513 lotes de café de la cosecha de último y primer trimestre de cada año, de los cuales 22 fueron seleccionados como los mejores.

Dicha circunstancia les valió ser subastados electrónicamente a compradores internacionales de café gourmet. En esta ocasión todos los lotes se vendieron a precios superiores a USD 12,4/libra, y el ganador, un pequeño cafetero de San Agustín (Huila), vendió su café a USD 45/libra, el mayor precio alcanzado por un café colombiano en la historia. Estos certámenes permiten fortalecer la imagen del Café de Colombia y fomentar la cultura de calidad entre los productores.

❑ **El mejor café de la Sierra Nevada de Santa Marta:** esta primera versión fue organizada por la Federación con el apoyo de Acción Social y el Programa de Cafés Especiales de USAID-ACDI/VOCA, en el marco del Programa de apoyo a las comunidades cafeteras vulnerables de la Sierra Nevada de Santa Marta. En la competencia participaron 54 productores de Guajira, Magdalena y Cesar, entre los cuales se escogieron 11 lotes con puntajes superiores a 80 puntos, que pasaron a la ronda final. Como resultado fue reconocido como ganador el café producido por un pequeño cafetero de Ciénaga (Magdalena), el cual junto al producido por otros nue-

ve finalistas, fue vendido por por la Federación en el mercado internacional a través del programa de micro-lotes.

❑ **ExpoEspeciales 2011:** realizado en junio este evento contó con la participación de más de 19 mil visitantes provenientes de 50 países y 100 expositores nacionales e internacionales. Gracias a ello, ExpoEspeciales se convirtió en la feria más grande del mundo dedicada al café, confirmando el liderazgo de Colombia como país productor de cafés especiales de origen de alta calidad. Asimismo, la feria contó con una amplia agenda académica y cultural que conquistó a todos los asistentes y se convirtió en anfitriona del Campeonato Mundial de Baristas 2011, evento sobre el cual se ofrece mayor información en el capítulo Posicionamiento del Café y su Portafolio Marcario.

Buencafé Liofilizado de Colombia

El año 2011 trajo enormes retos para Buencafé debido al incremento de 40% en el costo de la materia prima. No obstante, La Fábrica continuó con su política de mejoramiento continuo y búsqueda de la competitividad y sostenibilidad, lo que le permitió mantener el volumen de exportaciones e incrementar 9% sus ingresos.

En 2011, en reconocimiento a su gestión, Buencafé recibió dos importantes distinciones al ser galardonado con el Premio Nacional a la Excelencia otorgado por ARP SURA en la categoría Gestión en Salud Ocupacional por su excepcional labor en pro del bienestar de sus colaboradores, así como el reconocimiento de Mejor Proveedor de Marcas Propias otorgado por Walmart Chile.

De otra parte, la producción de Buencafé en 2011 ascendió a 7.958 toneladas, nivel 5% menor al del año anterior, distribuida por tipo de producto de la siguiente manera: café liofilizado estándar (83%), café preparado para otras marcas (maquila) (5%), descafeinado (8%) y otros productos especiales (4%).

Por su parte, las ventas ascendieron a 8.252 toneladas, 6% menos que el año anterior, mientras los ingresos ascendieron a USD121,3 millones,

9% por encima de lo registrado en 2010. De estas ventas, la gran mayoría llegan a los mercados de Europa Oriental (27%), seguido de Europa Occidental (26%), Norteamérica (22%), Asia-Pacífico (13%), Colombia (8%) y Centro y Sur América (4%).

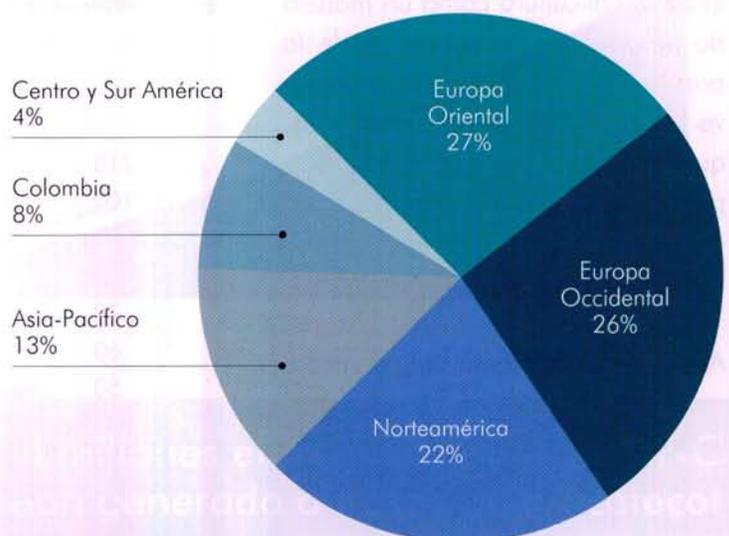
El crecimiento en los ingresos se debe al esfuerzo realizado por Buencafé hacia la diferenciación de productos y servicios y la obtención de mayores eficiencias productivas.

Teniendo en cuenta las fluctuaciones de los mercados mundiales y de la tasa de cambio que afectan los resultados operacionales de Buencafé, la Fábrica continuó con su estrategia de

cobertura para minimizar los efectos de la tasa de cambio. De esta manera, durante 2011 obtuvo \$4.107 millones como compensación por la aplicación de instrumentos derivados.

Finalmente, vale la pena señalar que Buencafé continuó con su estrategia de apertura de nuevos mercados mediante la participación en ferias internacionales de gran trascendencia en China, Estados Unidos, Reino Unido, Perú, Alemania, Rusia y Holanda. Gracias a ello, la Fábrica ha logrado obtener buenos resultados en Asia y Suramérica, que a pesar de no ser mercados tradicionales para el café, presentan crecimientos en el consumo de café cercanos a 6% anual.

Ventas Buencafé por destino 2011



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

Procafecol

El Plan Estratégico de Procafecol se fundamenta en cuatro pilares: i) lograr que Juan Valdez® sea la marca asociada al café Premium de los caficultores colombianos, reconocida por su responsabilidad social y ambiental; ii) desarrollar modelos de negocio que generen valor a los accionistas y sean sostenibles en el tiempo; iii) ofrecer una experiencia novedosa y única en los mercados y modelos de negocio definidos; iv) construir y consolidar una cultura organizacional orientada a la excelencia en el servicio, el trabajo en equipo y la innovación.

En 2011, en desarrollo del primer pilar, Procafecol continuó apuntalando la caficultura colombiana a través de la comercialización de cafés de perfil, cafés de origen y ediciones especiales como el "Café de la Reconciliación" creado para apoyar familias en condiciones de vulnerabilidad que adoptaron la caficultura como un modelo de desarrollo y perpetuación de la paz. Igualmente, Procafecol promueve los artesanos de zonas cafeteras, quienes con sus creaciones y sus propuestas ha facilitado la diversificación del portafolio con productos complementarios al café.

Asimismo en armonía con el medio ambiente, Procafecol alienta proyectos amigables con los recursos naturales, comprometiéndose con la comercialización de ediciones espe-

ciales como el café de las "Aves de las Zonas Cafeteras".

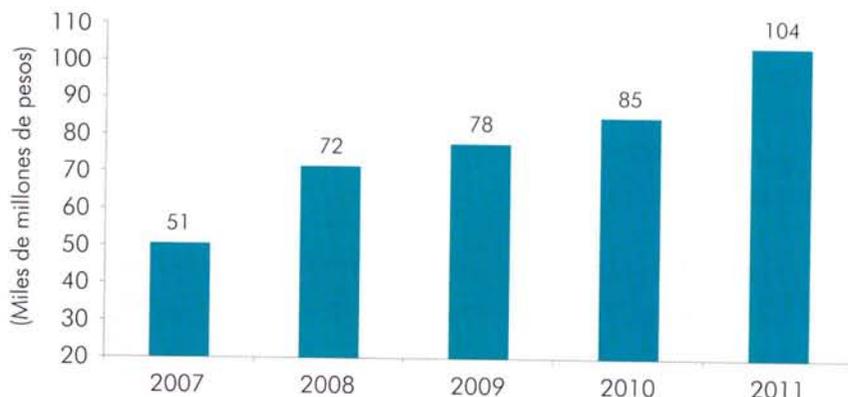
Adicionalmente, con el fin de generar valor, la marca Juan Valdez® ha consolidado 16 alianzas con empresas tan reconocidas como Alpina, Popsy o Samurai, que le han permitido diversificar su oferta de productos con helados, bebidas lácteas con café, máquinas para preparar café y ropa.

Para ello, Procafecol ha establecido dos clases de alianza. Un primer tipo con aquellas empresas de otro sector complementario que le permitan a Juan Valdez® lograr expansión, innovación o presencia de marca. En esta categoría se encuentran los acuerdos logrados con Cine Colombia, Popsy o el Grupo SEB de Francia. El segundo está asociado a los acuerdos de suministro de productos Juan Valdez®, dentro de las cuales se encuentran alianzas desarrolladas

con MacDonal'd's y LAN-Aires para la proveeduría del café que se vende tanto en los diferentes restaurantes de la cadena en Colombia, como para el café ofrecido en los vuelos comerciales de la aerolínea.

En cuanto al segundo pilar, para convertir a Procafecol en una empresa atractiva para los accionistas y hacer rentable la inversión en la misma, en 2011 la compañía obtuvo un importante avance al aumentar el EBITDA (Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) en 56% (\$11.461 millones en 2011) frente al resultado obtenido el año anterior. En este logro fue determinante el control de los gastos y el aumento de los ingresos operacionales en 21% (\$104 mil millones en 2011), lo cual ha sido posible gracias al reconocimiento de las tiendas y la marca como líder en el segmento café.

Ventas totales tiendas Juan Valdez®
2007 - 2011



El crecimiento de las ventas de Procafécol ha permitido incrementar el valor de las regalías pagadas al Fondo Nacional del Café. Desde la introducción de esta nueva marca a comienzos de la década pasada, el valor total de las regalías acumuladas derivadas de la implementación de esta estrategia de valor agregado supera los \$25 mil millones.

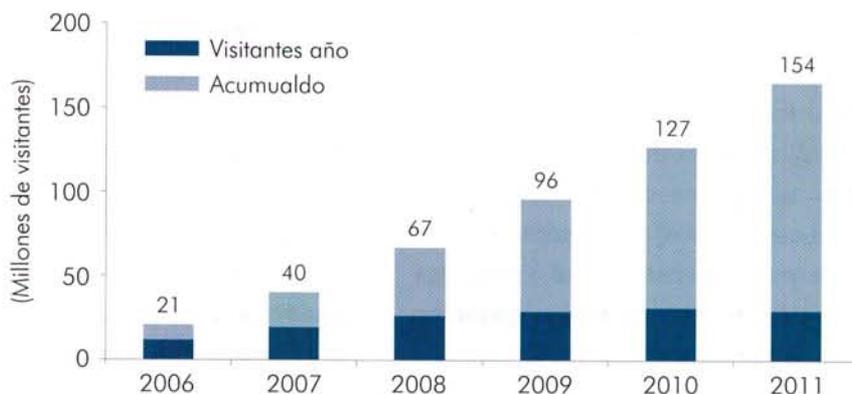
Para avanzar en la consolidación del tercer pilar del plan estratégico que busca ofrecer una experiencia novedosa y única en las tiendas, Procafécol ha desarrollado estrategias innovadoras entre las cuales se incluyen: i) Acercarse a los consumidores a través de las redes sociales, comunicándose constantemente con ellos y ofreciendo por este medio promociones, contenidos y experiencias. ii) La apertura de diez nuevas tiendas y la entrega de cinco franquicias para la operación de tiendas bajo el concepto Juan Valdez® y consolidando la presencia de la marca en aeropuertos. De estos acuerdos uno tiene cobertura en Panamá y Aruba mediante la apertura de 13 tiendas a 2016. iii) Mejorando la presencia de la marca en diferentes puntos de venta como las grandes superficies y el canal Horeca.

Gracias a todo lo anterior se han logrado resultados importantes: i) la página de Juan Valdez® es la número uno en el país con más de un

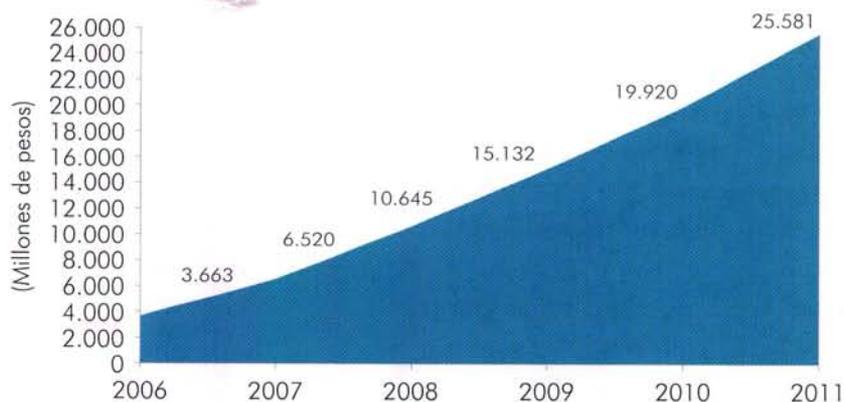
millón de seguidores; ii) al finalizar 2011 el número de visitantes de las tiendas Juan Valdez® ascendió a 28 millones de personas, lo que significa que más de 154 millones de perso-

nas han visitado las 134 tiendas que operan en Colombia y en el mundo y iii) los productos Juan Valdez® tienen actualmente presencia en 5.500 puntos de venta en el mundo.

Número de visitantes Tiendas Juan Valdez® 2006 - 2011



Regalías pagadas acumuladas por Procafécol 2006 - 2011



25 mil millones en regalías para el FoNC se han generado a través de Procafécol

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

El mercado cafetero actual exige de la Federación una actitud prudente y estratégica para el cumplimiento de sus compromisos comerciales. Así pues y a pesar de la menor disponibilidad de café, la Federación incrementó su base de clientes a 103 empresas, 13% más que en 2010. Para lograr este resultado, ha dado prioridad a los clientes considerados estratégicos con quienes se desarrollan programas asociados a conceptos de valor agregado, sostenibilidad, proyectos sociales, programas de investigación y cadenas de suministro más allá del puerto colombiano.

Adicionalmente la FNC fomenta la realización de visitas de los clientes en las regiones cafeteras colombianas para promover su fidelidad. Gracias a ello, en 2011 se recibieron más de 100 personas provenientes de 61 compañías dedicadas a la comercialización y/o procesamiento de café de todo el mundo.

Inventarios administrados por el proveedor VMI/VMD: mediante este servicio, la Federación mantiene la responsabilidad de la entrega hasta las fábricas de sus clientes. Durante

el año, el 52% de las ventas se pactó bajo condiciones más allá del FOB. Dada la coyuntura actual de mercado, el gremio concentró sus esfuerzos en el segmento de cafés especiales y los cafés vendidos a través de una cadena de suministro extendida, puesto que le permite escalar en la cadena de valor.

Cafés con conceptos innovadores:

la FNC ofrece a sus clientes este tipo de cafés, lo que le facilita el acceso a otros nichos de mercado y genera mayor valor a los productores. Ejemplos de este tipo de café son:

□ **Micro-lotes de café:** son cafés de alta calidad, con perfiles de taza muy destacados, que se someten a condiciones especiales de selección, conservación y preparación y se ofrecen en volúmenes limitados. Están orientados a un mercado que aprecia la alta calidad y paga por ella. En 2011, se exportaron 66 micro-lotes con primas respecto del café estándar

que promedian 1,60 USD/libra, los cuales son transferidos por la Federación a los productores.

□ **Nuevos productos:** el café de Colombia participa en los segmentos más innovadores del consumo de café a través de nuevos productos dentro de los cuales se destacaron en 2011 los siguientes: i) el café Emerald Mountain en lata desarrollado por Coca-Cola para el mercado coreano; ii) el trabajo conjunto con Nespresso, para identificar y desarrollar cafés con perfiles de sabor muy destacados que permitan diferenciación en el mercado; iii) la presencia de café colombiano como origen principal en el desarrollo de nuevos productos de porción individual (cápsulas y pods) y iv) la utilización del sistema de empaque GrainPro, para la provisión de micro-lotes de alta calidad y el cual permite que el café "respire", sin que ingrese aire desde el exterior.

Penetrar y consolidar nuevos mercados

Comercialización sostenible y con valor agregado

El Café de Colombia en mercados emergentes

La Federación continúa adelantando acciones para cumplir con su objetivo de penetrar y consolidar nuevos mercados y de aprovechar las oportunidades que ofrecen los países denominados emergentes para el consumo de café.

En Europa Oriental a través de la consolidación de Buencafé en diferentes mercados como Rusia, Ucrania, Bielorrusia, Polonia y los países Bálticos, el café liofilizado colombiano ha ganado un espacio importante en el gusto de los consumidores. Las marcas de café 100% colombiano como Esmeralda, Papa de Colombia, Cafemanía Gold Supremo, Tierra de Café, Ambassador y Chornaya Karta se encuentran disponibles en los puntos de venta de diferentes países de Europa Oriental y se comercializan con éxito.

En Asia, a través de nuevos negocios en Corea, como el de proveeduría directa de café a Coca-Cola para la elaboración de las bebidas Emerald Mountain, cuyas ventas han superado las expectativas; el desarrollo de un nuevo producto orgánico con valor agregado empacado en frascos, que estará disponible en los canales de distribución de un importante supermercado al final del año y

las ventas de extracto para la producción de bebidas RTD (listas para tomar) identificadas con el logo de Café de Colombia.

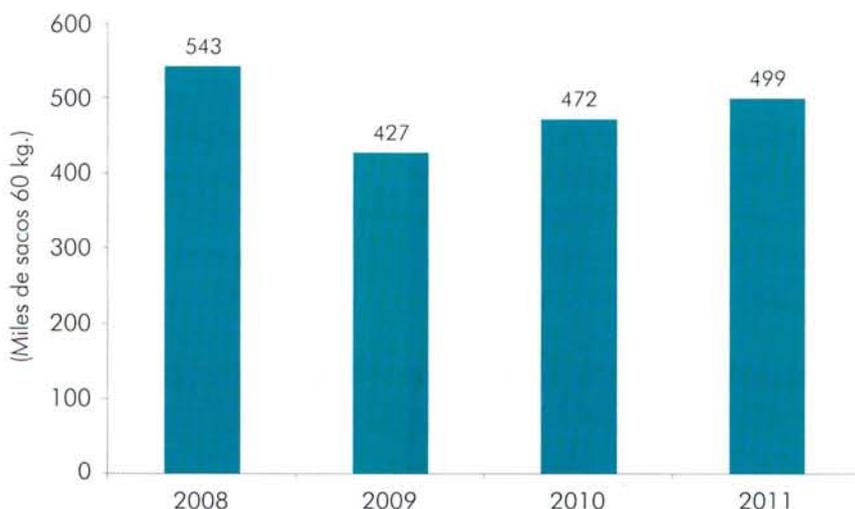
Paralelamente, en el marco del Programa Café 100% Colombiano, la Federación continuó desarrollando iniciativas orientadas a maximizar la distribución del Café de Colombia tanto en los mercados tradicionales, como en los emergentes y al interior del país.

En 2011, como ya se ha mencionado la escasez de cafés colombianos ha exigido que la Federación aumente sus esfuerzos para que los licenciatarios de las marcas de Café

100% Colombiano aumenten y los actuales renueven sus contratos de licenciamiento. Como resultado de esto durante el año se vincularon nuevos tostadores y se renovaron las licencias de marca ingrediente de 53 tostadores en todo el mundo.

Todo lo anterior, ha contribuido a que en la última década el volumen de café colombiano exportado hacia nuevos mercados crezca a una tasa de 8% anual y en 2011, sea 10% superior al registrado durante el año anterior. Se espera que este comportamiento continúe en los próximos años y que se consolide de la mano de los prósperos proyectos que lidera la Federación.

Exportaciones de café colombiano a mercados emergentes
2008 - 2011



Fomentar el consumo de café en el mercado interno

Comercialización sostenible y con valor agregado

Programa de fomento al consumo interno

En 2011, la Federación continuó desarrollando en alianza con la industria cafetera colombiana el Programa Toma Café, mediante el cual se acordaron una serie de líneas estratégicas para aumentar el consumo interno. Así, con el apoyo de las marcas vinculadas al programa y del FoNC se realizaron las siguientes actividades de promoción y divulgación:

Publicidad: el presente año fue especialmente prolijo promoviendo el café a través de diversos medios y eventos que se describen a continuación:

- La campaña “Colombianos con más cuerda”, promovió el consumo a través de medios masivos como radio y televisión con mensajes que ofrecen nuevos motivos para el consumo y presentan al café como una bebida joven y actual. Adicionalmente, se vincularon los valores positivos de jóvenes talentos de la música a los atributos del café y se destacaron valores como la autenticidad, la vitalidad, la diversidad y el orgullo de la esencia colombiana.
- Se realizó el lanzamiento oficial de junio como mes del café con la campaña “Dile al mundo que

en Colombia hay cuerda para rato!”, un mensaje que destaca los valores de solidaridad y el empuje (“la cuerda”), junto al papel de la cadena cafetera al apoyar los esfuerzos de reconstrucción posteriores a la ola invernal que afectó al país durante 2010.

- La campaña “El jugador con más cuerda toma café” asoció positivamente el café a la práctica deportiva, destacando sus atributos saludables con ocasión de dos eventos de gran audiencia, el Mundial de Fútbol Sub 20 2011 y la Copa América 2011.
- Las diferentes marcas miembros del Programa obsequiaron “la taza con más cuerda” por cada libra de café comprada, y de esta forma, el Programa llegó a cerca de 250 mil hogares colombianos.
- También se promovió entre los colombianos el obsequio de café en las ocasiones especiales: “el café, nuestro orgullo para ti mamá” en el mes de la madre; los accesorios y cafeteras como un regalo para el día del padre; salir juntos a disfrutar un café en



el día del amor y la amistad, y el regalo de anchetas y ediciones especiales para la navidad.

Café y ciencia: Toma Café continuó con su servicio de divulgación científica que busca aproximar a los profesionales de la salud a las fuentes científicas sobre el tema. Estos esfuerzos incluyen la realización de siete congresos dirigidos a cardiólogos, nutricionistas, enfermeras, médicos internistas y médicos generales en cinco ciudades del país. Entre estos eventos vale la pena destacar:

□ El simposio “Café y Corazón”; que se desarrolló en el marco del Congreso Interamericano de Cardiología gracias a la invitación de la Sociedad Colombiana de Cardiología y que contó con la presencia de 300 destacados médicos del continente.

□ Cuatro seminarios sobre café y salud dirigidos a periodistas, así como numerosas agendas de medios paralelas a los congresos científicos. Estos eventos permitieron divulgar, en 16 ciudades del país, los aspectos positivos del café y el deporte, así como discutir acerca de los mitos y realidades del café y la salud.

En la comercialización: el Programa también adelanta acciones en los canales de comercialización, pues una buena promoción del café en estos puntos beneficia a todos los eslabones de la cadena de valor:

□ En el marco de la línea estratégica “El negocio con más cuerda: venda café” y en alianza con Fenalco, el Programa adelantó en siete ciudades la formación de dos mil tenderos en mejores prácticas de exhibición y venta de café, al igual que compartió con ellos estrategias para elevar el tráfico y la rentabilidad de sus establecimien-



tos, tales como la de venta de café preparado.

□ Para el canal Horeca el Programa desarrolló la primera Guía de Capacitación para Baristas, ilustrada y con videos sobre el proceso productivo del café, la preparación de bebidas y el mantenimiento del equipo; se formaron 40 evaluadores de normas de competencia y se certificaron los primeros baristas en normas de competencia laboral. A fin de responder a la demanda de cursos de formación complementaria cerrada se formaron 30 instructores y se iniciaron los cursos de 40 horas.

Todas las actividades mencionadas entre otras hacen parte de la estrategia para modificar la cultura de bajo consumo de café en Colombia y de acuerdo con las cifras de Nielsen se está logrando el objetivo. Es así como, el volumen de ventas en los diferentes canales, medido en más de 200 mil establecimientos de todo el país, registró un incremento del 2% en 2011. Esta cifra, expresada en tazas de café equivale a más de cuarenta millones. Este es el comienzo de un largo camino de crecimiento del consumo cuyo fin es consolidar el café como la bebida más apreciada por los colombianos.

**“Lo que es bueno para el café es bueno para Colombia”
Dr. Juan Manuel Santos - Presidente de la República,
durante la celebración de Junio, mes del café**

Competitividad e innovación

Avances

en 2011



117 mil

hectáreas renovadas durante 2011, 43%
más que el año anterior

64.972 créditos

de PSF para renovación de cafetales
tradicionales y envejecidos

161 mil hectáreas

beneficiadas por el Plan de Emergencia
para la Ola Invernal

67 mil créditos

respaldados con garantía de Fogacafé

1.805

personas del servicio de extensión al
servicio directo del caficultor

32.680

productores recibieron apoyos directos
de los programas de producción de cafés
sostenibles patrocinados
por la FNC

Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Afianzar las prácticas de renovación

Durante 2011, la institucionalidad cafetera orientó sus esfuerzos y capacidad hacia la implementación de estrategias que permitan recuperar la productividad del parque cafetero.

Por esta razón la Federación continuó fomentando la renovación de cafetales ofreciendo programas de apoyo formulados de acuerdo a los requerimientos de cada tipo de caficultura tales como el Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro -PSF y el Programa de Competitividad.

A su vez, la efectividad de estos programas así como la cultura empresarial de los productores, incentivó la renovación por iniciativa propia, lo que permitió llegar a una cifra récord de renovación de 117 mil hectáreas en 2011.

Del total renovado en este período, cerca de 59 mil hectáreas fueron renovadas con créditos del programa PSF, 18 mil con incentivos del programa de Competitividad y 40 mil gracias a la iniciativa de los cafeteros. Por grado de tecnificación, las renovaciones correspondieron a 64 mil

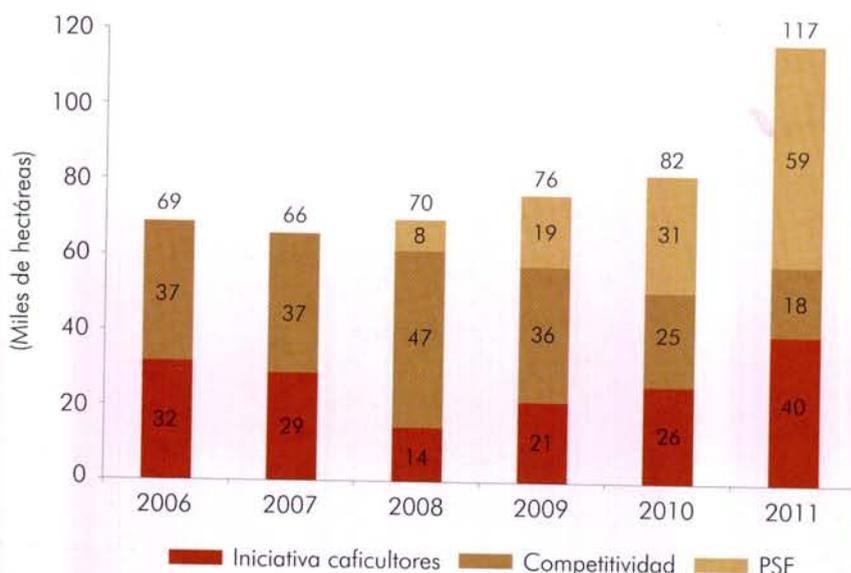
hectáreas de cafetales tecnificados jóvenes que se encontraban sembrados en variedades susceptibles, 27 mil de tecnificados envejecidos y 11 mil de cultivos tradicionales. Las restantes 15 mil hectáreas corresponden a nuevas siembras.

Estos resultados evidencian el compromiso del gremio con la recuperación de la producción cafetera y las metas del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera, ya que representan un incremento del 43% frente a la renovación registrada en 2010. Además, el 83% de las áreas fueron intervenidas mediante la siembra de variedades resistentes, lo que equivale a 500 millones de árboles.

Como resultado de la renovación la estructura de la caficultura ha cambiado, mientras en 2006 el área en café tecnificado joven era el 54% del total y la sembrada en variedades resistentes el 29%, en 2011 estos mismos indicadores ascienden a 72% y 44% respectivamente.

No obstante, resulta necesario continuar con la reconversión de las áreas envejecidas y susceptibles remanentes, de manera que la caficultura se blinde de los embates de la roya, se enfrente mejor a los desafíos de la variabilidad climática y logre el propósito de recuperar, estabilizar y aumentar la producción de café.

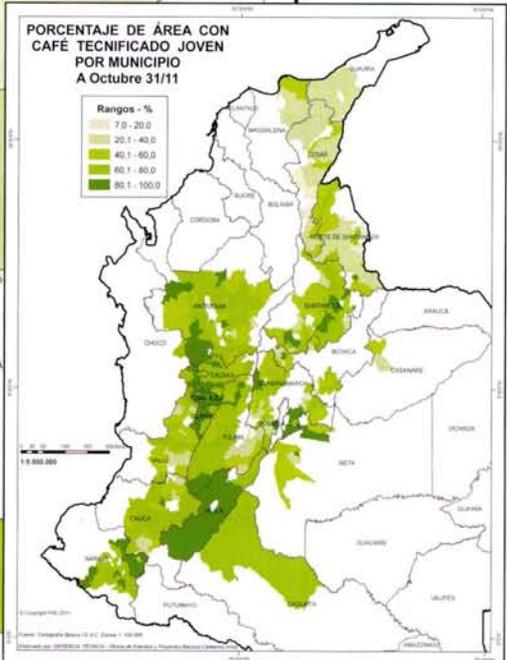
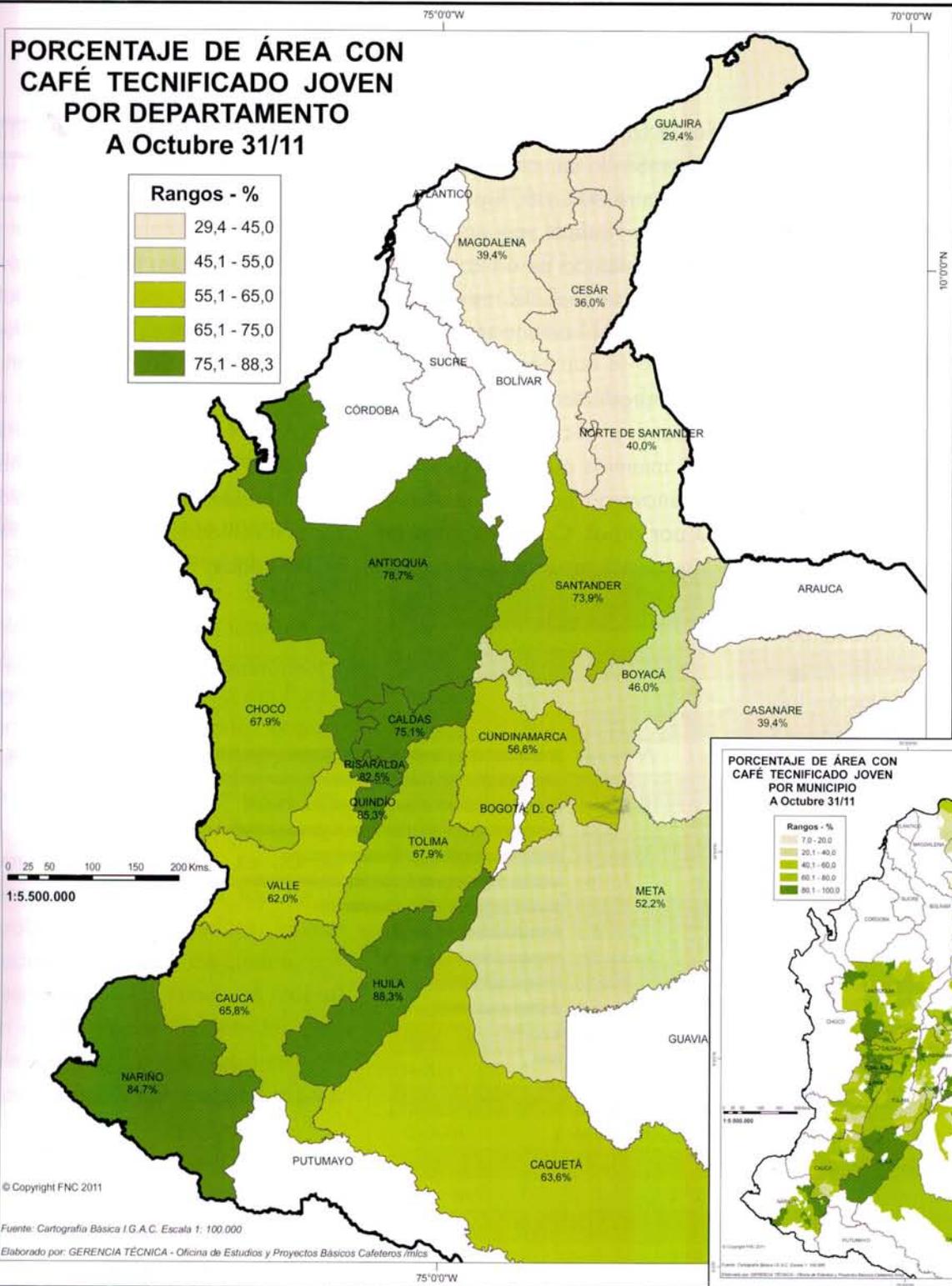
Áreas renovadas
2006 - 2011



PORCENTAJE DE ÁREA CON CAFÉ TECNIFICADO JOVEN POR DEPARTAMENTO A Octubre 31/11

Rangos - %

29,4 - 45,0
45,1 - 55,0
55,1 - 65,0
65,1 - 75,0
75,1 - 88,3



© Copyright FNC 2011
 Fuente: Cartografía Básica I.G.A.C. Escala 1: 100.000
 Elaborado por: GERENCIA TÉCNICA - Oficina de Estudios y Proyectos Básicos Cafeteros/milcs

Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Competitividad de la caficultura

El programa de Competitividad continuó incentivando la renovación de cultivos tecnificados jóvenes mediante la entrega de apoyos en fertilizante para mantener su productividad en niveles óptimos, asociados a una edad promedio del cafetal de cinco años y una densidad media de entre seis y ocho mil árboles por hectárea, dependiendo de las condiciones agroclimáticas de las zonas cafeteras.

En 2011, el programa contó con recursos por \$14.363 millones provenientes del Gobierno Nacional para otorgar apoyos diferenciales dependiendo del tipo de renovación (por siembra o zoca). Por esta razón, ante la necesidad de inmunizar la caficultura de la roya se estableció como requisito para la entrega de apoyos del programa que la labor fuera realizada con variedades resistentes. Lo anterior, teniendo en cuenta que para un ciclo productivo, resulta más rentable renovar por siembra con variedades resistentes, que zoquear un cafetal sembrado en variedades susceptibles debido a que: i) Los costos de la renovación por siembra son tan sólo 7% superiores a los de la

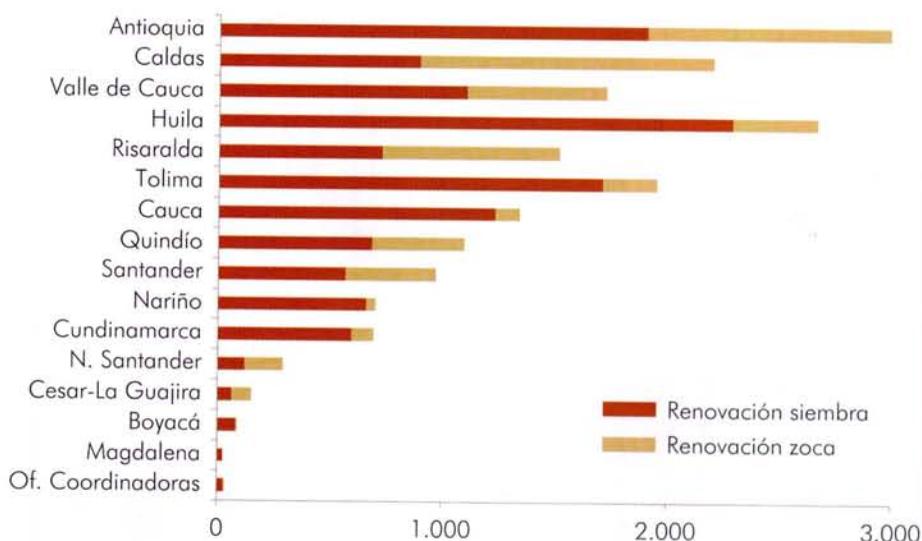
zoca; ii) La productividad de un cafetal sembrado en variedad resistente está entre 20% y 60% por encima de la de un cafetal zoqueado; iii) El margen obtenido de un cultivo tecnificado en variedades resistentes es 60% superior al de una zoca.

Así, los productores que renovaron por siembra recibieron \$160 por árbol, mientras que los productores que renovaron por zoca recibieron \$70 por árbol. Como en años anteriores, estos recursos se desembol-

saron a través de la Tarjeta o Cédula Cafetera Inteligente con destino único a la compra de fertilizante.

Como resultado en 2011 se renovaron 18.442 hectáreas de cafetales tecnificados jóvenes con la entrega de apoyos por \$13.255 millones. Valga la pena destacar que de estas áreas, 12.684 hectáreas corresponden a renovaciones por siembra de variedades resistentes y el resto a zocas efectuadas a cafetales jóvenes en variedades resistentes.

Hectáreas renovadas con incentivo
2011



Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Permanencia, Sostenibilidad y Futuro - PSF

El programa PSF está orientado a promover la renovación por siembra de variedades resistentes de los cafetales tradicionales y tecnificados envejecidos, caracterizados por densidades de siembra y productividades bajas, que afectan la rentabilidad del cultivo.

Para dinamizar la ejecución del programa y cumplir la exigente meta de renovar 45 mil hectáreas en 2011, los Comités de Cafeteros se apoyaron en el SICA para identificar y priorizar los potenciales beneficiarios. Todo ello, teniendo en cuenta la estructura de la caficultura en cada departamento y contando con el respaldo del Banco Agrario, Davivienda y Banco Bogotá, intermediarios financieros que en asociación con la FNC, ejecutan el programa.

Gracias a lo anterior, se adoptó como mecanismo para facilitar la aprobación de los créditos, la realización de brigadas de crédito, con anterioridad a las cuales se realizaron consultas previas ante las centrales de riesgo con miras a verificar el perfil crediticio de los productores.

Así en 2011 se realizaron 123 brigadas de crédito que permitieron la colocación de 15.524 créditos, 24% del resultado del año.

Lo anterior sumado a las labores adelantadas por el Servicio de Extensión en las zonas cafeteras, permitieron que durante el año, se gestionaran 64.972 créditos, 58% más que en 2010. El valor de estos créditos asciende a \$353.770 millones, 89% más que el año anterior, para la reconversión de 59.043 hectáreas.

Adicionalmente, a través del Fondo de Prefinanciación de la Siembra se beneficiaron 1.067 productores con recursos por \$1.971 millones.

Valga la pena resaltar, que desde el inicio del programa en 2008 hasta 2011 se han colocado más de 145 mil créditos por \$691 mil millones para la renovación de cerca de 118 mil hectáreas.

Resultados programas PSF 2011

Departamento	Número de Créditos	Millones de pesos	Hectáreas renovadas
Antioquia	8.551	33.458	5.586
Boyaca	1.194	5.040	841
Caldas	5.530	22.809	3.806
Caqueta	233	1.721	287
Casanare	144	1.016	169
Cauca	12.865	59.022	9.849
Cesar	1.222	12.912	2.153
Choco	26	86	14
Cundinamarca	3.304	17.899	2.984
Huila	6.715	40.451	6.739
La Guajira	163	1.579	264
Magdalena	820	8.315	1.391
Meta	238	1.781	297
Nariño	3.466	14.175	2.366
Norte De Santander	1.476	8.020	1.337
Quindio	577	3.322	558
Risaralda	2.186	10.862	1.815
Santander	2.924	14.631	2.466
Tolima	9.456	69.411	11.568
Valle	3.882	27.260	4.555
Total Nacional	64.972	353.770	59.043

Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Plan de emergencia para la Ola Invernal

El fenómeno La Niña 2010/11 no sólo causó pérdidas humanas y graves daños en la infraestructura productiva del país, sino que también afectó considerablemente la producción cafetera nacional.

Los registros de lluvia de las estaciones climáticas de la Federación, evidenciaron que durante La Niña las precipitaciones en la zona cafetera estuvieron 33% por encima de la media histórica, llegando incluso en algunas regiones a incrementos entre 48% y 57%.

Además, el brillo solar disminuyó en promedio 13% y la temperatura media cayó 0,8 °C con consecuencias sobre la floración, el desarrollo de las cerezas y el crecimiento de los árboles.

Ante este panorama y con el apoyo del Gobierno Nacional y la Fundación Colombia Humanitaria, se implementó un plan de emergencia por valor de \$57 mil millones para recuperar la sanidad vegetal de cafetales tecnificados con edades entre 2 y 7 años sembrados en variedades susceptibles y salvaguardar el ingreso de los cafeteros damnificados.

Ante la urgencia de la medida, el programa se ejecutó con criterios de eficacia y eficiencia, utilizando la



plataforma del SICA a través de la cual se identificaron 202.649 productores como potenciales beneficiarios, que fueron incorporados de manera inmediata en el registro de damnificados REUNIDOS administrado por el DANE, requisito indispensable para acceder a los recursos de Colombia Humanitaria.

El programa contempló apoyos por hectárea equivalentes a 1 litro de fungicida y 200 kg. de fertilizante para el adecuado manejo y control de la roya de acuerdo a las recomendaciones del Servicio de Extensión. Los abonos se efectuaron a través de la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente para la compra de fertilizantes y fungicidas en los Almacenes del Café de los Comités de Cafeteros o en las Cooperativas de Caficultores.

En 2011 se entregaron \$15.221 millones en fungicidas para beneficiar a 174.711 cafeteros con 157 mil hectáreas.

Por su parte, en fertilizantes se entregaron recursos por \$35.970 millones que beneficiaron a 169.865 cafeteros propietarios de 151 mil hectáreas sembradas en café.

De manera complementaria, con recursos excedentes del programa por \$4.872 millones se estableció una Fase II para fertilizantes a ejecutarse en febrero de 2012.

El objetivo de esta etapa es completar la necesidad de fertilizante por hectárea, hasta media tonelada (10 bultos aprox), con base en lo recibido por el cafetero en la fase I. Así,

si en la Fase I el caficultor recibió en promedio 200 Kg por hectárea, con la Fase II puede completar hasta 300 Kg restantes de la necesidad del cultivo, de los cuales Colombia Humanitaria aporta la mitad y el cafetero la otra mitad.

Con la Fase II se beneficiarán cerca de 9 mil cafeteros con 21 mil hectáreas bajo criterio de "primer llegado, primer servido" hasta el agotamiento de los recursos.

Como resultado de esta estrategia, se logró reducir el porcentaje de infección por roya, pasando de una media nacional de 44% en mayo de 2010 a 11% en noviembre de 2011, contribuyendo al objetivo de sanidad del parque cafetero.

De manera consistente con la ejecución de este programa, las ventas de fertilizantes al sector cafetero se incrementaron 11% en 2011. Además como parte del plan, en asocio con

las empresas proveedoras de fungicidas y la ANDI, se adelantó la capacitación y actualización en manejo de roya, tecnología de aplicación y uso seguro de plaguicidas a cerca de mil extensionistas de 16 departamentos y se desarrolla actualmente con la Corporación Campo Limpio un programa de recuperación de un millón de envases vacíos, para mitigar el impacto ambiental asociado al mayor uso de estos agroinsumos.

Resultados Plan emergencia Ola Invernal 2011

Departamento	Fungicidas			Fertilizantes Fase I y II		
	Cafeteros	Hectáreas	Valor (millones \$)	Cafeteros	Hectáreas	Valor (millones \$)
Antioquia	25.127	18.840	2.070	26.717	22.988	5.521
Boyacá	2.461	1.149	84	2.369	1.129	285
Caldas	12.958	11.556	1.267	13.827	13.359	3.160
Cauca	25.921	13.878	1.011	24.616	12.755	3.200
Cesar	1.038	1.268	141	1.034	1.303	297
Cundinamarca	4.715	2.722	198	4.651	2.664	654
La Guajira	233	343	38	234	341	77
Huila	40.256	43.465	4.748	40.541	45.974	10.727
Magdalena	841	1.550	178	810	1.560	340
Nariño	14.108	7.728	563	14.685	8.367	2.066
Norte de Santander	3.099	1.887	137	3.138	1.983	478
Quindío	2.531	7.074	771	3.024	9.284	2.152
Risaralda	7.684	9.355	1.022	8.430	12.083	2.836
Santander	3.843	2.047	148	4.282	2.419	597
Tolima	22.092	22.697	1.620	22.288	22.383	5.232
Valle del Cauca	7.204	10.621	1.162	7.701	13.353	3.090
Of. Coordinadoras	710	587	64	685	561	129
Total	174.711	156.770	15.222	178.926	172.506	40.842

Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Cultivos complementarios al Café

El cultivo de maíz tecnificado constituye una alternativa productiva y de diversificación del ingreso para los productores en zona cafetera cuyos cultivos se encuentran en etapa de renovación o en monocultivo. Además por su importancia en la dieta se constituye en soporte para la seguridad alimentaria de las familias cafeteras.

Por esta razón, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural lanzó el Programa País-Maíz que busca integrar a todo el sector agropecuario en la producción de maíz con el objetivo de mejorar las condiciones de seguridad alimentaria nacional, aumentar la oferta de manera competitiva y sostenible y disminuir las necesidades de importación para la industria de alimentos balanceados.

La Federación y Fenalce se sumaron a esta iniciativa del Ministerio de Agricultura a través del programa Café y Maíz que se viene desarrollando desde 2003, y aportaron recursos por \$300 millones para la entrega de cerca de 45 toneladas de semilla de maíz.

Además, Cenicafé y el Servicio de Extensión desarrollaron una eficiente labor educativa con los cafeteros para la difusión de la tecnificación del cultivo de este cereal y para fomentar la siembra de variedades hí-

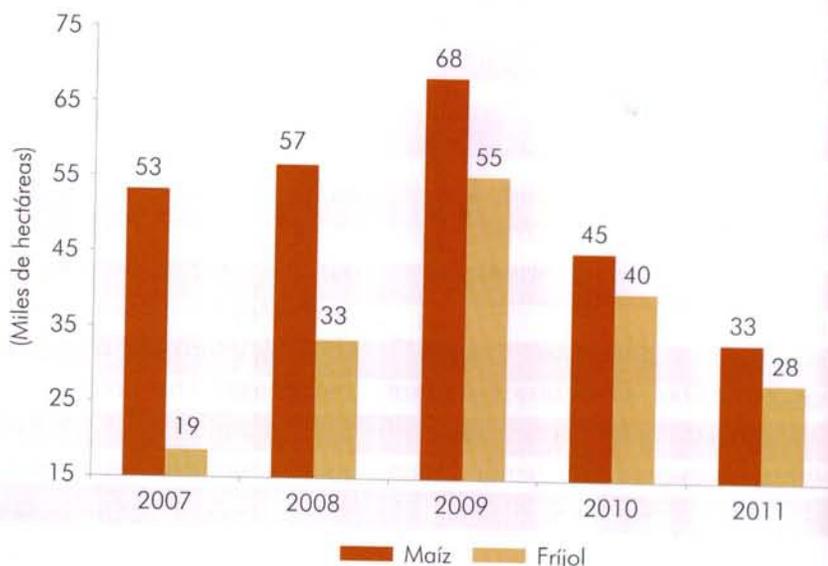


bridas altamente productivas y resistentes a plagas y enfermedades.

La tradición del cultivo, la renovación de los cafetales y la sensibiliza-

ción de los productores con la seguridad alimentaria motivó la siembra de más de 33 mil hectáreas de maíz y 28 mil de frijol en zona cafetera durante 2011.

Hectáreas sembradas de maíz y frijol en zona cafetera
2011



Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Modelos innovadores Jóvenes caficultores

Programa para el desarrollo de futuras generaciones de caficultores: esta iniciativa busca contribuir a la reducción de la pobreza y la generación de oportunidades de ingreso a 150 jóvenes caficultores entre 15 y 35 años asentados en ocho municipios de Antioquia.

Las actividades incluyen capacitación a los jóvenes e implementación de proyectos productivos para la generación de ingresos alrededor del café y la seguridad alimentaria y nutricional, que se implementan en el predio familiar de cada participante. Además contempla un componente de promoción del liderazgo y asociatividad para fomentar la organización comunitaria.

El programa cuenta con una inversión de \$860 millones provenientes de cooperación de la Comunidad de Madrid y el Comité de Cafeteros de Antioquia.

Jóvenes caficultores emprendedores: mediante esta iniciativa se implementaron proyectos productivos y de seguridad alimentaria en las parcelas de 100 jóvenes caficultores del norte de Antioquia. El programa contó con una inversión de \$247 millones provenientes del Ministerio Alemán de Cooperación (BMZ).



Con esto se fortalece el liderazgo, la organización comunitaria y la empresarialización de jóvenes agricultores vinculados al sistema educativo para el trabajo asociado. Además se mejora la infraestructura productiva y la seguridad alimentaria en las zonas cafeteras.

Laboratorio de Paz III - Componente Modelos Innovadores: este programa tiene por objeto fomentar el relevo generacional y la permanencia en el campo de las mujeres y jóvenes caficultores a través de acciones integrales que les permitan aumentar sus ingresos, brindándoles una proyección de vida ajena a la violencia.

El programa contó con recursos por \$1.500 millones con aportes de la Comisión Europea y la Federación,

para apoyar los procesos productivos de 116 jóvenes caficultores en Tolima, Santander, Antioquia y Cauca, mediante el mejoramiento de la infraestructura productiva y la implementación de tecnologías para el fortalecimiento de la calidad del café. Asimismo para fomentar la seguridad alimentaria y nutricional de las familias caficultoras beneficiarias.

Lograr una
caficultura joven,
productiva y
rentable

Competitividad e innovación

Crédito cafetero

Línea de crédito para beneficiarios ecológicos: esta línea de crédito le permite al caficultor acceder a un ICR de 40% para incentivar prácticas que mejoren la calidad del café y contribuyan a la sostenibilidad ambiental.

En 2011, se beneficiaron 2.076 cafeteros de los cuales el 97% son pequeños productores que recibieron \$7.059 millones en ICR para la construcción de beneficiarios ecológicos.

Fondo de Garantías FOGACAFÉ: este fondo operó mediante patrimonio autónomo hasta diciembre de 2011, con el fin de facilitar el acceso a diferentes líneas de crédito para café, complementando las garantías en las siguientes condiciones:

- Para renovación de cafetales, la garantía de Fogacafé cubrió hasta el 20% del capital.

- Para beneficiarios ecológicos con garantía de Fogacafé por el 20% del capital.
- Para sostenimiento de cafetales, contó con garantía de Fogacafé para el 40% o 45% del capital si la calificación del usuario es A o B respectivamente.

En 2011 se agotaron los recursos de Fogacafé, alcanzando la emisión de garantías por \$69.051 millones para 66.800 créditos tramitados de los cuales el 75% (\$53.052 millones) se destinó a renovación, el 23% a sostenimiento y el restante 2% a beneficiarios ecológicos.

PRAN Cafetero y Programa de Alivio a la deuda cafetera: esta iniciativa da continuidad a lo establecido en las Leyes 1328 de 2009, 1380 de 2010 y 1430 de 2010, que determinan que los deudores del PRAN Cafe-

tero y del PRAN Alivio Deuda Cafetera pueden extinguir la obligación a su cargo, pagando de contado el mayor valor entre el 30% del saldo inicial de la obligación a su cargo y el valor pagado por FINAGRO en el momento de adquisición de dicha obligación.

En 2011, se acogieron a los beneficios de estas leyes 32.209 productores con un valor recaudado de \$40.930 millones.

El plazo para acogerse a los beneficios del PRAN cafetero fue ampliado en las mismas condiciones, por un término de dos años, mediante la Ley 1504 del 30 de diciembre de 2011.

Créditos con garantía Fogacafé
2011 (Millones de pesos)

Concepto	Renovación cafetales	Sostenimiento	Beneficiarios ecológicos	Total
Número Créditos	50.410	15.316	1.074	66.800
Valor Crédito	\$265.262	\$36.705	\$6.582	\$308.549
Valor Garantía	\$53.052	\$14.682	\$1.316	\$69.051

Fuente: FIDUCAFÉ.

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

Competitividad e innovación

Servicio de Extensión

El personal del Servicio de Extensión continuó con su labor de atención a los cafeteros del país, llevando apoyo y asesoría en todos los temas relacionados con el cultivo, los predios, las zonas cafeteras y la institucionalidad.

Para ello contó con recursos aportados por el Fondo Nacional del Café, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y FINAGRO para la prestación de servicios de asistencia técnica a los beneficiarios del PSF.

En 2011, se mantuvo la estructura organizacional del Servicio de Extensión en todo el país incluyendo el personal de campo, los líderes departamentales de extensión rural, coordinadores y demás personas de apoyo quienes se encargan de liderar y llevar a cabo los aspectos técnicos y operativos de los programas de la Federación.

El equipo de campo esta constituido por 1.428 técnicos entre los que se incluyen 749 extensionistas de programas nacionales, 333 del Incentivo a la Asistencia Técnica financiado por el Ministerio de Agricultura y 346 profesionales entre líderes, coordinadores de programa y apoyo administrativo.

Además de lo anterior, el Servicio de Extensión se complementa con otros 377 técnicos de programas especiales como aquellos destinados al programa desarrollado conjuntamente por la FNC y Nespresso, KFW y otros de gestión propia de los Comités Departamentales que suman un total de 1.805 personas al servicio directo del caficultor.

Equipo Humano del Servicio de Extensión

2011

Departamento	Líderes Deptales	Extensionistas			Total Personal
	Coordinadores y Auxiliares Administrativos	Programas Nacionales	Convenio Gobierno (IAT)	Programas Especificos	
Antioquia	31	107	40	3	181
Boyacá	6	9	8	0	23
Caldas	48	76	21	10	155
Cauca	25	66	28	168	287
Cesar - Guajira	13	14	10	9	46
Cundinamarca	19	50	14	75	158
Huila	17	90	24	2	133
Magdalena	7	5	24	30	66
Nariño	12	36	9	49	106
Norte Santander	13	28	21	0	62
Quindío	24	45	5	2	76
Risaralda	33	34	22	1	90
Santander	20	33	22	11	86
Tolima	29	79	48	1	157
Valle del Cauca	42	66	32	16	156
Caquetá	2	4	1	0	7
Casanare	2	3	2	0	7
Meta	3	4	2	0	9
Total	346	749	333	377	1.805

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

Competitividad e innovación

Servicio de Extensión

Labores educativas: en 2011, las labores de asesoría y apoyo por parte del Servicio de Extensión estuvieron enmarcadas dentro de los objetivos institucionales de mitigar el efecto producido por la roya en los cafetales susceptibles y fomentar las labores de renovación para la recuperación de la producción.

Para lograr mayor impacto en el cumplimiento de las metas, se recurrió a las diferentes metodologías de extensión rural. Gracias a ello se realizaron 908 mil atenciones individuales de las cuales el 30% consistieron en visitas a finca, otros 536 mil cafeteros se atendieron en cerca de 35 mil eventos grupales entre reuniones, giras, días de campo, demostración y cursos entre otros.

Capacitación virtual: atendiendo la coyuntura cafetera reciente, el programa de capacitación virtual se orientó a desarrollar una serie de cursos-talleres de seis semanas sobre temas específicos como el manejo de problemas fitosanitarios como la roya.



De esta forma, entre marzo y abril se capacitaron 297 extensionistas en el taller Fertilización de Cafetales y entre mayo y junio se dictaron dos talleres más, Manejo Integrado de la Roya y Cafetales Productivos en los que participaron 598 y 648 extensionistas respectivamente. En ambos casos aprobaron el curso el 94% de los inscritos.

Asimismo entre agosto y octubre se llevó a cabo un taller sobre el SICA para reforzar las habilidades de 1.241 extensionistas en las labores cotidianas de actualización de la información cafetera de su distrito.

Sanidad vegetal



La caficultura colombiana enfrenta continuamente desafíos importantes en materia de sanidad vegetal, dado el impacto de plagas y enfermedades sobre la productividad y la competitividad del cultivo, las cuales antes las alteraciones climáticas recientes han aumentado significativamente.

Por esta razón, durante 2011 con el apoyo del ICA se implementaron mecanismos para fortalecer el control de las importaciones de café sin tostar para uso industrial (Resolución 3295 de 2011) y asegurar la custodia de las importaciones por parte de la autoridad fitosanitaria colombiana hasta el proceso final en las plantas torrefactoras, de manera que se mitigue el riesgo de ingreso y propagación de plagas exóticas que puedan poner en riesgo la sanidad del cultivo como el CBD, la traqueomicosis, *Fusarium xylarioides*, los chinches de los géneros *Antestiopsis* spp y *Lygus coffeae*, entre otras.

Con relación a la broca, se destaca el comportamiento que presentó la plaga en la medición del nivel de infestación en café pergamino seco, que fue el más bajo de los últimos años.

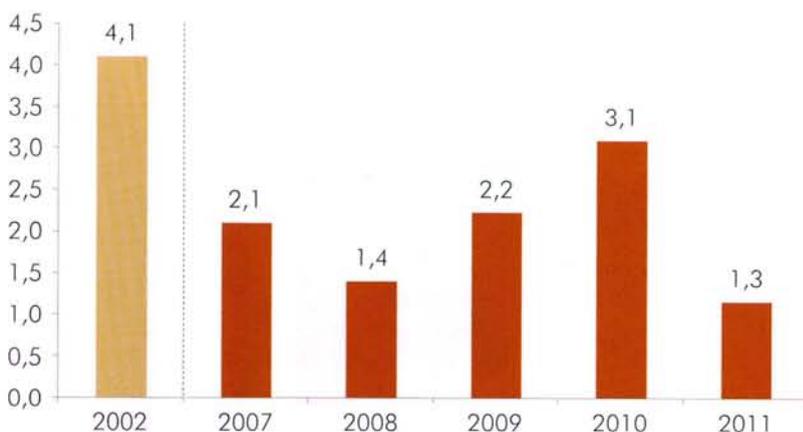
Este resultado combina las condiciones climáticas desfavorables para el insecto y la adopción de prácticas como la renovación de cafetales, la

buena calidad de la recolección favorecida por los mejores precios del café y la protección de la entomofauna benéfica.

Como parte del trabajo de vigilancia de la condición fitosanitaria, el Servicio de Extensión reportó algunos

brotos sectorizados de hongos causantes de gotera, mal rosado y llagas radicales, así como de insectos conocidos como las palomillas de las raíces, que fueron controlados oportunamente mediante la aplicación de las prácticas preventivas recomendadas por Cenicafé.

Niveles de infestación por broca en Almacafé
2011



Sistema de alertas tempranas para broca y roya

Para defender la cosecha 2011/12, se consolidó en toda la zona cafetera el Sistema de Alertas Tempranas que le permite al Servicio de Extensión conocer por distrito, el comportamiento de la roya y la broca y recomendar las prácticas de manejo más adecuadas en cada momento y para cada región.

Esta metodología de vigilancia fitosanitaria diseñada en conjunto entre la Gerencia Técnica y Cenicafé, permite monitorear y analizar periódicamente la información tomada en más

de 4 mil lotes y considera además de la información histórica de clima, la fenología del cultivo y distribución de la cosecha, el ciclo de vida y el comportamiento de la roya y la broca.

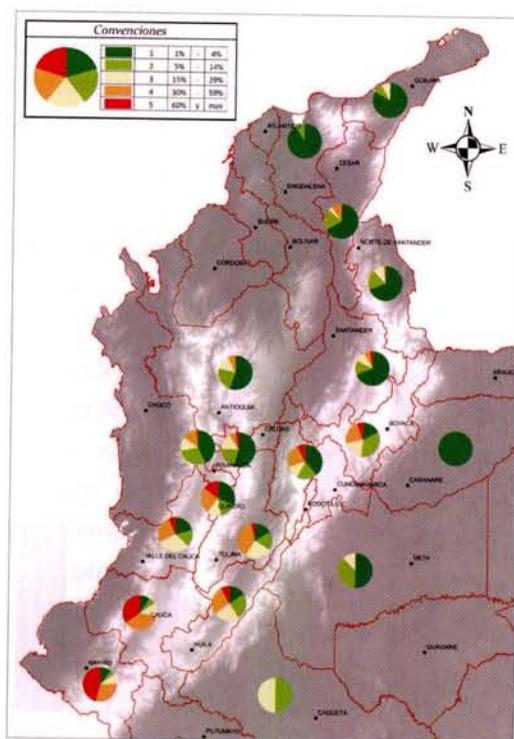
Plan de Choque contra la roya: para contener el avance de la roya, se desarrolló una segunda fase del Plan de Choque iniciado a finales de 2010, dirigido a cultivos inferiores a 10 hectáreas para el establecimiento de semilleros y almácigos individuales o comunitarios con variedades resistentes, labores de capacitación

y compra de insumos para los programas de renovación.

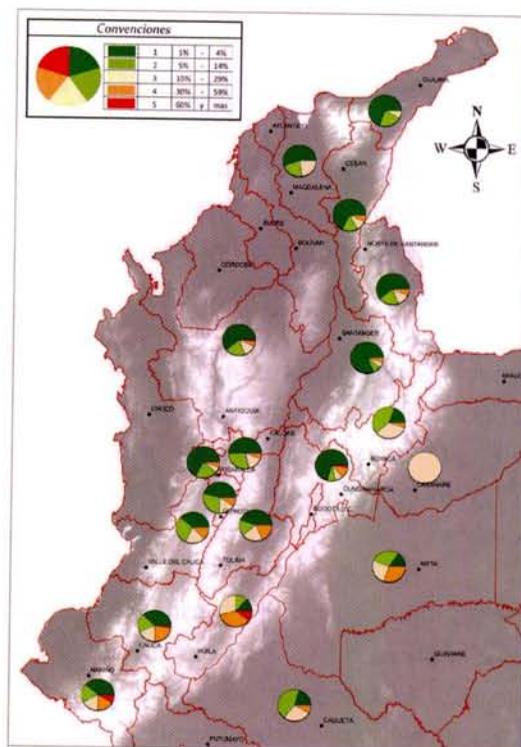
En total se destinaron \$7.625 millones para el Plan de Choque, de los cuales el 63% fueron para semilla y colinos de variedades resistentes, el 33% para control con fungicidas y 4% restante para capacitación.

Gracias a las medidas implementadas, el Sistema de Alerta Temprana reportó una reducción importante de la incidencia de la roya en el área cafetera entre 2010 y 2011.

Rango de Infección Roya
(Mayo 2010)



Rango de Infección Roya
(Noviembre 2011)



Mejorar la calidad
del café desde
la finca

Competitividad e innovación

Programas para la producción de cafés especiales

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad ambiental en su producción. Esta diferenciación es atractiva para los consumidores en el mundo y por ello están dispuestos a pagar un mayor precio.

El Servicio de Extensión es el encargado de identificar las zonas y los productores potenciales, así como de prestar la asesoría técnica especializada para que los productores cumplan con los requisitos exigidos por los diferentes sellos y códigos de conducta y obtengan la certificación que acredite su café como sostenible.

Además se adelantan planes de capacitación con los grupos de cafés especiales en aspectos sociales, ambientales, económicos, comerciales y procesos de certificación.

En 2011, la cobertura del programa de cafés especiales fue de 109 mil productores, de los cuales 45 mil han logrado la certificación de 148 mil hectáreas y 64 mil la verificación de 178 mil hectáreas adicionales.

Proyecto Mejoramiento Ambiental y Fortalecimiento de la Producción de Café de Calidad - Familias Guardabosques: financiado por Mitsubishi Corporation, Acción



Social y Federación de Cafeteros, busca el mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la producción de café de calidad de 2.880 caficultores pertenecientes al Programa Familias Guardabosques (PFGB) en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander con recursos por \$3.468 millones a 10 años.

Al finalizar el tercer año se han ejecutado recursos por \$1.240 millo-

nes para capacitar 864 familias en cerca de 780 talleres sobre temas de buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales, secado solar del café, organización comunitaria y convivencia. Además se construyeron 15 beneficiaderos ecológicos y 20 secadores solares, así como adecuaciones en la infraestructura productiva en 864 fincas.

32.680 productores recibieron apoyos directos de los programas de producción de cafés sostenibles patrocinados por la FNC

Mejorar la calidad
del café desde
la finca

Competitividad e innovación

Programas para la producción de cafés especiales

FedeNest - Creando valor compartido con los caficultores del Valle:

este proyecto, financiado por Nestlé y la Federación, cuenta con aportes por \$5.750 millones y su objetivo es fortalecer la posición económica de 1.200 familias caficultoras de Andalucía, Bugalagrande, Sevilla y Tuluá (Valle), a través de apoyos directos para mejorar el rendimiento y calidad de su café.

FedeNest ofrece el Nescafé *Mejores Prácticas Agrícolas - NMP*, iniciativa de sostenibilidad que busca garantizar a los caficultores las posibilidades de generación de ingreso viable, a través del desarrollo de actividades de capacitación y asistencia técnica, establecimiento de viveros para la producción de material vegetal, la entrega de plántulas para la renovación de cafetales y garantizar la distribución de café 4C proveniente de la zona del proyecto.

Prospreso - Producción de café sostenible en Cauca y Nariño:

este programa está orientado a mejorar la calidad de vida de 27 mil familias en 15 municipios de Cauca y 29 de Nariño, impulsando la sostenibilidad de la producción de café a través del mejoramiento de la productividad, la calidad y la creación de capacidades locales.

El valor del convenio es de \$3.640 millones con aportes de Nespresso y



la Federación para el desarrollo de acciones de renovación, optimización del uso del suelo, fertilización, relevo generacional, trazabilidad y fortalecimiento de grupos comunitarios.

En el primer año se llevaron a cabo 2.650 actividades de formación con 27 mil familias cafeteras de este clúster Nespresso AAA, que han recibido asistencia técnica para la producción de cafés sostenibles y la certificación de mil predios bajo el protocolo Rainforest Alliance.

Programa de Cafés especiales

(USAID): en reconocimiento de la importancia de la caficultura en la Sierra Nevada de Santa Marta, este programa operado por ACDI/VOCA con apoyo del Gobierno Nacional y la Federación, busca apoyar el mejoramiento de la cadena productiva

de café en las comunidades indígenas a través de cuatro componentes: renovación, mejoramiento de la infraestructura, gestión comercial y calidad y certificación (orgánica y comercio justo). A la fecha se han beneficiado cerca de 1.600 familias indígenas con una inversión que asciende a \$4.934 millones.

En el marco de este mismo programa, se realizó en mayo de 2011 el concurso: El Mejor Café de la Sierra Nevada de Santa Marta, en el que el ganador fue un pequeño cafetero del municipio de Ciénaga (Magdalena), cuyo café fue ofrecido por la Federación en el mercado internacional dentro del programa micro-lotes por tratarse de un volumen pequeño y un café con perfil de taza muy definido, apetecido por clientes internacionales.

Liderar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente

Competitividad e innovación

Silvicultura como complemento al cultivo de café

La Federación con el apoyo de la cooperación internacional, ha desarrollado su programa Forestal en 58 municipios de 8 departamentos, logrando incrementos en la cobertura forestal y la protección de bosques en pro de la recuperación de los recursos naturales en zona cafetera, así:

Componente forestal: en 2011, se alcanzó una cobertura de 36.400 hectáreas, que junto con el programa Río Magdalena acumulan un total de 64.612 hectáreas reforestadas.

Componente seguridad alimentaria y nutricional: en 2011 a través del Servicio de Extensión se continuó con la intervención educativa integral a través del intercambio de experiencias y se fortalecieron las capacidades en temas como rotación, intercalamiento y escalonamiento de alimentos en las huertas.

Componente biodiversidad: se realizó un diagnóstico de los sistemas de producción existentes en las áreas de influencia del programa, con el fin de evaluar el desempeño ambiental de las fincas participantes y priorizar acciones de conservación de la biodiversidad que serán desarrolladas en los próximos años.



Proyecto: Incorporación de la biodiversidad en el paisaje cafetero:

desde 2010 este proyecto viene operando en 13 municipios de Nariño, Valle y Quindío con el objetivo de mejorar la conectividad y biodiversidad en los paisajes cafeteros, aumentar los ingresos de los caficultores a partir de pagos por servicios ambientales, productos certificados y no certificados y fortalecer la capacidad planeación de los municipios hacia la biodiversidad.

Hasta 2011, se han certificado 9.637 hectáreas de café que favorecen la prestación de servicios en 120 hectáreas de corredores de conservación. Además se produjeron 118 mil plántulas de especies nativas para el

manejo del paisaje en dichos corredores.

Con el apoyo de Cenicafé se diseñaron diferentes Sistemas Agroforestales para la conservación de la biodiversidad y la producción de café que serán establecidos en las fincas de los agricultores y serán evaluados durante 4 años.

Asimismo en conjunto con el Servicio de Extensión, se apoyó la capacitación de 6.331 caficultores y técnicos en esquemas de certificación/verificación, gestión empresarial y conservación de biodiversidad.

Cenicafé

Con el objeto de aportar a la generación de tecnologías y nuevos conocimientos, que sean apropiados, competitivos y sostenibles para el desarrollo de la caficultura, Cenicafé adelantó las siguientes acciones en 2011:

Plan Quinquenal de Investigación

El Plan Quinquenal de Investigación 2011-2016 se estructuró por dimensiones y disciplinas de investigación de acuerdo con los siguientes objetivos:

- ❑ **Dimensión económica:** contribuir a la diferenciación del Café de Colombia, aumentar la eficiencia de los factores de producción y mejorar la calidad.
- ❑ **Dimensión ambiental:** proponer sistemas de producción sostenibles ambientalmente, para preservar y hacer uso racional de los recursos naturales (suelo, agua, aire, flora y fauna) de la zona cafetera.
- ❑ **Sostenibilidad social:** contribuir a la adopción de tecnología y buenas prácticas por parte de los caficultores con el apoyo del Servicio de Extensión.

Además de lo anterior, el Plan responde prioritariamente al objetivo institucional de recuperar, estabilizar y aumentar la producción a través

del desarrollo de variedades resistentes y con mayor productividad, generar tecnologías para optimizar el uso del suelo, proyectos de cafés especiales, sanidad vegetal y articular con el Gobierno Nacional la política de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Dimensión económica

Suelos y nutrición: se encontraron resultados en torno a la fertilización antes y después del zoqueo. Se avanzó en la evaluación de la aplicación de técnicas que permiten identificar la deficiencia de nitrógeno a través de índices espectrales (agricultura de precisión).

Enfermedades del café: finalizó la evaluación de la generación F5 de plantas con resistencia a la roya y a la llaga macana. Los materiales resultantes se seleccionaron por calidad de grano y taza. Ya están disponibles para el caficultor.

Pos-cosecha: se desarrolló una metodología eficaz y económica para la remoción rápida del mucílago de café con enzimas pectinolíticas.

Calidad: se estructuraron los Pliegos de Denominación de Origen para los departamentos de Nariño y Cauca, los cuales fueron aprobados por la Superintendencia de Industria y Comercio, el 11 de febrero de 2011

y 10 de agosto de 2011, respectivamente.

Producción de semilla: Cenicafé cuenta con un parque productivo de 66 hectáreas en 6 estaciones experimentales para la producción de semilla en variedades resistentes a la roya. Esta capacidad permite ofrecer semilla durante todo el año a razón de 95 mil kg/año.

No obstante, ante las exigentes metas de renovación de la Federación, fue necesario complementar el esquema de producción de semilla con el apoyo de 37 fincas certificadas de agricultores que pueden producir bajo los mismos estándares de técnicos para ampliar la capacidad a cerca de 200 mil kg/año.

De esta forma en 2011, Cenicafé realizó la producción y distribución de 83 mil kilogramos de semilla, de los cuales el 66% correspondió a la Variedad Castillo® General y el 33% a Variedades Castillo® Regional.

Adicionalmente, las Estaciones Experimentales han venido capacitándose e ingresando información en el Sistema de Trazabilidad de la Semilla-Seedtrack, el cual permitirá mantener el registro de las actividades realizadas en cada uno de los procesos del sistema de producción de semilla.

Dimensión ambiental

En conjunto con el ICONTEC se diseñaron herramientas normativas para el cálculo y gestión de la huella de carbono. Además se desarrolló la tecnología ECOLAV, en proceso de patente, para el lavado de café con mucílago degradado, con mínimo consumo de agua y requerimiento de energía eléctrica.

Dimensión social

En las actividades de capacitación de las Estaciones Experimentales, participaron 7.134 personas, de las cuales el 65% son caficultores, el 18% a estudiantes y docentes y el 17% a técnicos y extensionistas. Se destaca la realización de 13 días de campo con 2.952 participantes.

En cuanto a la divulgación del conocimiento y la tecnología, se publicaron los Avances Técnicos 400 al 409 y la Revista Cenicafé Vol. 61 Nos. 1, 2 y 3. También se entregaron los Boletines Técnicos No. 36 y 37, sobre la Roya del cafeto en Colombia y la enfermedad Ojo de Gallo o Gotera, respectivamente.

Además, con el fin de fortalecer la producción de semilla en fincas particulares, Cenicafé evaluó 34 fincas

sembradas con la Variedad Castillo® que cumplen con los requisitos de pureza varietal, buenas prácticas y establecimiento de una infraestructura mínima para la producción de semilla certificada con miras a satisfacer las necesidades del programa de renovación.

Conocimiento estratégico

Genómica del café: los mapas genético y físico del genoma de la especie *Coffea Arabica* fueron generados con marcadores moleculares y secuenciación de ADN, lo que permite a los mejoradores la determinación de las relaciones entre los genes y las características agronómicas de interés, como la producción y la calidad, entre otras.

Genómica de la broca: se avanzó en la secuenciación del genoma del insecto, donde ya se tienen 14 mil genes predichos con el fin de identificar genes clave en la broca, que juegan un papel vital en su nicho ecológico, en su habilidad para consumir café y en su capacidad de respuesta ante el ataque del controlador biológico *Beauveria bassiana*.

Alertas Tempranas: Cenicafé, conjuntamente con el Servicio de Extensión y el soporte de información del

SICA, aplicó en febrero, mayo y julio del 2011, un plan de muestreo, para estimar los niveles de broca y roya, en cafetales tecnificados, en cada departamento cafetero, y establecer un diagnóstico continuado de broca y roya, con el fin de implementar la protección de la cosecha de café, a través de las alertas tempranas.

A través de todas las evaluaciones de los departamentos cafeteros del país, el promedio de infección por roya por lote disminuyó del 27,6% en la primera medición a 11% en noviembre, y la infestación por broca pasó del 8,1% al 1,3% en diciembre de 2011.

Cenicafé

Impacto de los fenómenos climáticos en la producción de café

Se cuantificó la relación entre la reducción en la floración del café y los factores abióticos representados en humedad del suelo (exceso hídrico), brillo solar y temperatura del aire. Con esto se desarrollaron índices que se pueden emplear en la zonificación y monitoreo del área cafetera frente a la amenaza de la variabilidad climática (fenómenos de El Niño y La Niña) y la consecuente reducción de la floración.

Para el fenómeno La Niña, los efectos no se deben exclusivamente al aumento de las lluvias, sino que se producen como resultado de la interacción con el tipo de suelo, la disminución en la temperatura y el brillo solar. Todos estos factores se han combinado para el desarrollo de índices agrometeorológicos, de uso exclusivo para el cultivo de café, que permiten identificar zonas de mayor y menor riesgo frente la variabilidad climática, a la vez que ayudan a la regionalización de las recomendaciones para la caficultura ante eventos futuros de La Niña.

Para el caso del fenómeno de El Niño, se ha avanzado en la aplicación de una metodología de índices, que permite identificar el efecto de la reducción de la precipitación y su interacción con el suelo sobre la producción, debido especialmente a su efecto en el llenado de los granos de café.

Desarrollo de indicadores de adaptación de la caficultura al cambio climático

- ❑ **Fortalecer el desarrollo e implementación de la estrategia cafetera para la mitigación y adaptación al cambio climático:** los avances en el tema de mitigación se centraron en el desarrollo metodológico de la huella de carbono para el café y para toda la cadena de valor, desde el cultivo hasta la taza. Así mismo, se pretende desarrollar la huella institucional de carbono e incorporar la huella hídrica.
- ❑ **Apoyar los acuerdos interinstitucionales para la construcción de indicadores de cambio climático:** la Federación hace parte de la Red Interinstitucional de

Cambio Climático y Seguridad Alimentaria (RICCLISA), ente asesor y consultor del MADR. Esta red participó en la elaboración del documento Conpes 3700 sobre cambio climático y viene construyendo la mega-propuesta de Adaptación al Cambio Climático del Sector Agropecuario en conjunto con el MADR, DNP, MHCP y COLCIENCIAS, que será financiado con recursos de regalías y/o el Fondo de Adaptación.

- ❑ **Participación de la Federación en los mercados de carbono y servicios ambientales, como beneficio a la sostenibilidad de la caficultura frente al cambio climático:** se llevan a cabo las iniciativas de incorporación de la biodiversidad y servicios ecosistémicos como una agregación de valor a las zonas cafeteras a través de proyectos financiados por el GEF y KfW. Sus resultados permitirán tener metodologías estandarizadas e indicadores para medir el beneficio de estos componentes, tanto en lo ambiental, social y económico, para las regiones cafeteras.

Investigación participativa

La Investigación Participativa -IPA es una estrategia en la cual interactúan caficultores, extensionistas e investigadores con el fin de validar, adaptar y transferir tecnologías o generar conocimientos, de acuerdo con las condiciones socioeconómicas y culturales de los caficultores y agroecológicas de su entorno.

En 2011, la estrategia IPA permitió validar la transferencia de tecnología y la adopción de variedades resistentes a la roya, así como reforzar el programa de producción y distribución de semilla de la Variedad Castillo® y Castillo® regionales, como parte del esfuerzo para cumplir las metas de renovación previstas en el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera.

Para atender este objetivo, fueron capacitados en la Fundación Manuel Mejía, Cenicafe y la Granja Experimental Naranjal, 40 caficultores líderes y 13 extensionistas que son la base para la producción de semillas mejoradas genéticamente, cumpliendo el protocolo de Cenicafe, para atender la renovación durante 2012, año en que se han calculado necesidades de semilla de 252 mil

kilos, de los cuales Cenicafe estima producir 95 mil.

Mejoramiento del pronóstico de cosecha: el pronóstico de cosecha es una herramienta fundamental para la toma de decisiones gremiales. De allí la importancia de contar con una metodología robusta que permita incorporar el efecto de choques exógenos que afectan la productividad y reduzca los niveles de incertidumbre.

Las alteraciones climáticas, cada vez más recurrentes, la presencia de plagas y enfermedades, los niveles de fertilización y el manejo agronómico del cultivo son factores que afectan su productividad y dificultan la predicción del volumen de producción en finca.

Por lo anterior, Cenicafe y la Gerencia Técnica diseñaron una metodología para la proyección de la producción semestral de café verde a partir de la estimación del volumen de café cereza verde por hectárea.

La metodología se basa en un plan de muestreo estratificado por depar-

tamentos sobre el área sembrada en edad productiva (mayor a dos años) de acuerdo con la estructura de tecnificación de la caficultura registrada en el SICA.

Los instrumentos de recolección de información, así como el procedimiento para la toma de la muestra en finca fueron desarrollados por Cenicafe y el operativo de campo es ejecutado por el Servicio de Extensión.

En julio de 2011, se realizó la primera prueba de la metodología para la proyección de la producción del segundo semestre de 2011 y se continuará desarrollando de forma semestral, incorporando los ajustes necesarios para su implementación.

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

Avances

en 2011



SIC@ Web

en funcionamiento para los 15
Comités Departamentales

377

mil Cédulas y 20 mil Tarjetas Cafeteras
Inteligentes emitidas

3,6 millones

de hectáreas en zona cafetera cubiertas
con aerofotografías de última generación

60

tecnocentros con acceso satelital a internet
brindan conectividad a la zonas rurales

Facebook, Twitter, Flickr y Youtube

exhiben contenidos para acercar los
consumidores del mundo al
Café de Colombia

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

Conectividad en zonas cafeteras

Esta iniciativa surgió del convenio firmado en 2010 entre la Federación y el Fondo Multilateral de Inversiones FOMIN del Banco Interamericano de Desarrollo.

Mediante este acuerdo de voluntades inició la adecuación de 68 centros de conectividad rural o Tecnocentros, en donde los caficultores pueden acceder a los servicios tecnológicos que la institucionalidad cafetera ha puesto a su disposición.

El primero de los Tecnocentros ubicado en Piendamó (Cauca), se inauguró en enero de 2011 y desde entonces se han establecido 59 centros de conectividad adicionales en los departamentos de Cauca, Cesar, Nariño, Santander, Norte de Santander, Magdalena y Huila.

Cada Tecnocentro está dotado con conexión satelital a internet y cinco computadores. Para la prestación de un adecuado servicio, cada uno de ellos cuenta con un experto que atiende de manera permanente las dudas e inquietudes de los usuarios.

Con la implementación del programa se capacita a los cafeteros del país en el uso intensivo de tecnologías de la información y comunicación. De igual manera, se familiariza

a los cafeteros con conceptos de la comercialización de café como la trazabilidad y la protección del origen, fundamentales para la implementación de la Estrategia de Denominaciones de Origen Protegidas para Café de Colombia y los orígenes regionales.

El proyecto contó con una financiación de \$868 millones, de los cuales el FoNC aportó \$47,8 millones para el desarrollo del curso virtual de denominaciones de origen y los materiales de comunicación. Por su parte

FOMIN aportó los \$820,4 restantes para la adquisición de 272 computadores y memorias USB, la administración de la plataforma de educación virtual de la Fundación Manuel Mejía -FMM y la adecuación de las 60 salas, las cuales también recibieron contribuciones de cada uno de los Comités Departamentales.

En agosto, la FMM se vinculó al proceso con una oferta educativa que incluye ocho cursos virtuales, sobre los cuales se ofrece mayor información al final del presente capítulo.

Distribución de centros de conectividad rural 2011

Departamentos	Centros de conectividad	Cafeteros inscritos	Municipios Beneficiados			
Cauca	16	385	- Piendamó	- Tambo	- Rosas	- Timbio
			- Morales	- Suarez	- Santander	- Almaguer
			- Paez	- Inza	- Balboa	- Cajibío
			- Florencia	- Pedregal	- La Vega	- La Sierra
Guajira	1	32	- Villanueva			
Huila	20	822	- Nataga	- Acevedo	- El Pital	- Iquira
			- La Argentina	- Tello	- Teruel	- Algeciras
			- Campoalegre	- Guadalupe	- Isnos	- Palestina
			- Salado Blanco	- Oporapa	- Timana	- Colombia
			- Santa María	- Suaza	- Tarqui	- Palermo
Magdalena	1	56	- Palmor de la Sierra			
Nariño	15	632	- San Lorenzo	- Buesaco	- Colon	- Consaca
			- Arboleda	- El Tambo	- Alban	- La Unión
			- Samaniego	- Los Andes	- Linares	- Florida
			- Sandona	- Taminango	- El Tablón de Gomez	
N. Santander	4	128	- San Calixto	- Convención	- Sardinata	- Cucutilla
Santander	3	189	- San Vicente	- Charalá	- Oiba	
Totales	60	2.694				

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 y la Tarjeta Cafetera Inteligente además de ser el documento de identificación de los cafeteros colombianos, también se constituyen en un medio transaccional que facilita la provisión de servicios financieros en las zonas rurales más alejadas del país.

Esta herramienta electrónica permite entregar directamente y sin intermediarios, los apoyos, incentivos y demás programas de la Federación que involucren recursos en dinero, lo que asegura la trazabilidad y transparencia en la ejecución de los mismos.

En 2011, a través de la Cédula se han desembolsado cerca de \$542 mil millones en apoyos.

Durante el año, se destacaron los movimientos realizados para la entrega de los apoyos en fertilizante y fungicida del Plan de Emergencia para la Ola Invernal descrito en el capítulo Competitividad e Innovación.

Para la distribución de los apoyos se crearon "monederos electrónicos" mediante los cuales se realizaron 288 mil transacciones para la entrega de fungicidas y 273 mil para la entrega de fertilizantes.

Al finalizar la vigencia se espera poner al servicio de todo el país ca-



fetero el programa de Banca Móvil ejecutado en asocio con Movistar, el Banco de Bogotá y el BID. Este servicio les permitirá a los cafeteros realizar transacciones bancarias desde su celular, sin necesidad de desplazarse de sus fincas.

En la actualidad a la Red de la Cédula Cafetera se encuentran afiliados

489 puntos para la compra de café, 620 establecimientos comerciales, 392 almacenes agrícolas especializados en café y 2.416 cajeros electrónicos en 220 municipios cafeteros. En los cuatro años de existencia se han emitido 377 mil Cédulas y 20 mil Tarjetas Cafeteras Inteligentes, de las cuales 250 mil registran transacciones.

Desembolsos a través de Cédula Cafetera Inteligente

2007 - 2011

Programa	Número de transacciones de abonos	Valor (Millones de pesos)
Creditos de Renovación	1.382.718	\$ 366.306
Competitividad	177.794	\$ 47.282
Compras de Café	50.030	\$ 39.074
Agroinsumos	545.557	\$ 4.342
Ola Invernal - Fertilizantes	273.197	\$ 32.233
Ola Invernal - Fungicidas	288.197	\$ 14.262
Fertifituro y FertiYÁ	236.654	\$ 27.193
Otros Programas	94.244	\$ 11.604
TOTAL	3.048.391	\$ 542.296

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

Plataformas internet para audiencias especializadas

Consciente de que cada una de sus audiencias posee necesidades únicas de comunicación, la Federación creó diversas estrategias entre las que se destacan las siguientes:

Boletines Virtuales: lanzados durante 2011, tienen por objeto crear un canal de comunicación permanente, oportuno y relevante con diferentes grupos de interés. De esa manera, se mejora la promoción y divulgación de la institucionalidad cafetera.

A continuación se describen cada uno de los seis boletines virtuales mensuales:

- ❑ **Contacto:** este boletín está dirigido a los colaboradores de la Federación, Buencafé y los Comités de Caficultores, como un canal directo para divulgar la actualidad cafetera, así como información para la mejora del bienestar del cafetero.
- ❑ **Al Grano:** fue diseñado para compartir noticias sobre el comportamiento del sector cafetero y la ejecución de proyectos de inversión social y proyectos productivos, con los medios de comunicación nacionales e interna-

cionales, así como con los socios estratégicos de la Federación tales como agencias de cooperación internacional y ONG.

- ❑ **Pergamino:** dirigido a los cafeteros que previamente autorizaron el envío de estas comunicaciones. Este boletín entrega información acerca del cultivo de café, los últimos adelantos de Cenicafe y la estrategia de posicionamiento y diferenciación del café colombiano.
- ❑ **Colombian Coffee Insights:** escrito en inglés y español para los clientes de café colombiano, incluye información actualizada sobre la Federación y sus programas

de apoyo, así como sobre las diferentes estrategias de defensa del origen y posicionamiento emprendidas por el gremio.

- ❑ **Bean and Beyond:** publicado en inglés y español, está dirigido a los licenciarios que comercializan marcas a escala nacional e internacional bajo el Programa Café 100% Colombiano
- ❑ **Buencafé News:** elaborado en inglés y español, está dirigido a los clientes de la fábrica de café liofilizado.

Campaña nacional "Colombia sin roya: un propósito nacional": para dar mayor cubrimiento, la Federa-



ción utilizó medios tradicionales y no tradicionales para la promoción y comunicación de las diferentes estrategias desarrolladas por el gremio para el control de la roya. Para ello, se diseñaron variadas piezas informativas tales como afiches, cartillas técnicas, videos, comerciales y programas de televisión, cuñas radiales y videos educativos orientados a divulgar entre los cafeteros las técnicas para fumigación y fertilización, así como para la renovación por siembra de variedades resistentes.

La campaña debía llegar a más de 150 mil cafeteros beneficiarios del Plan de Emergencia de la Ola Invernal, razón por la cual se utilizaron medios no tradicionales como mensajes de texto a celular y correos electrónicos con información segmentada por zonas y épocas de cosecha.

Páginas web de los Comités Departamentales: con el fin de comunicar las acciones y gestiones adelantadas por el gremio cafetero en las regiones, en 2011 se dio inicio al desarrollo de páginas web para cada uno de los 15 Comités de Caficultores.

Al finalizar 2011 la totalidad de las páginas se lanzaron al público. Para lograr este objetivo, en una primera

fase se lanzaron los sitios de los Comités de Antioquia, Caldas, Norte de Santander, Quindío, Tolima y Valle.

La dirección de acceso a cada una de las páginas lleva el nombre del respectivo departamento seguido por el dominio de la Federación, de la siguiente forma: caldas.federaciondecafeteros.org

Para dar a los visitantes una visión unificada y coherente del gremio, se tomó como base la estructura de la página principal de la Federación (www.federaciondecafeteros.org) y se creó un árbol de contenido al igual que políticas y manuales comunes para todos los comités.

Colombian Coffee Hub -CCH: los baristas y preparadores de café en tiendas especializadas son actores principales en el mercado de café pues están en contacto directo con el consumidor, son líderes de opinión y definen las tendencias de preparación y consumo de los clientes más sofisticados.

Asimismo, son personas con un profundo conocimiento sobre su oficio y por lo tanto gozan de credibilidad entre sus pares y sus clientes.

Buscando mayor acercamiento con los consumidores de café colombiano y en el marco de la experiencia alcanzada mediante la realización del *World Barista Championship 2011*, la Federación identificó la necesidad de continuar en contacto con esta comunidad y creó la página web Colombian Coffee Hub, que funciona como una red social en la que se comparte información sobre la calidad del café colombiano, los desarrollos institucionales y las investigaciones científicas de Cenicafé.

Adicionalmente CCH es un espacio para que el público especializado pueda discutir y compartir sus conocimientos sobre la preparación del café.

Parte de los contenidos que llevarán el hilo conductor de esas conversaciones e interacciones, son los viajes a diferentes zonas cafeteras del país realizados por baristas reconocidos mundialmente. El primer barista en participar en el CCH fue Tim Wendelboe, campeón mundial de barismo en 2004, quien recorrió zonas cafeteras del norte, centro y sur del país, recibió información y compartió todo su viaje en el CCH y las redes sociales.

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

A partir de 2010 se inició la implementación del sistema de información SIC@ Web en los 15 Comités de Caficultores del país, el cual contiene información georreferenciada de más de 563 mil cafeteros y 1,5 millones de lotes cafeteros, que es actualizada de manera permanente por 1.082 extensionistas en todo el país.

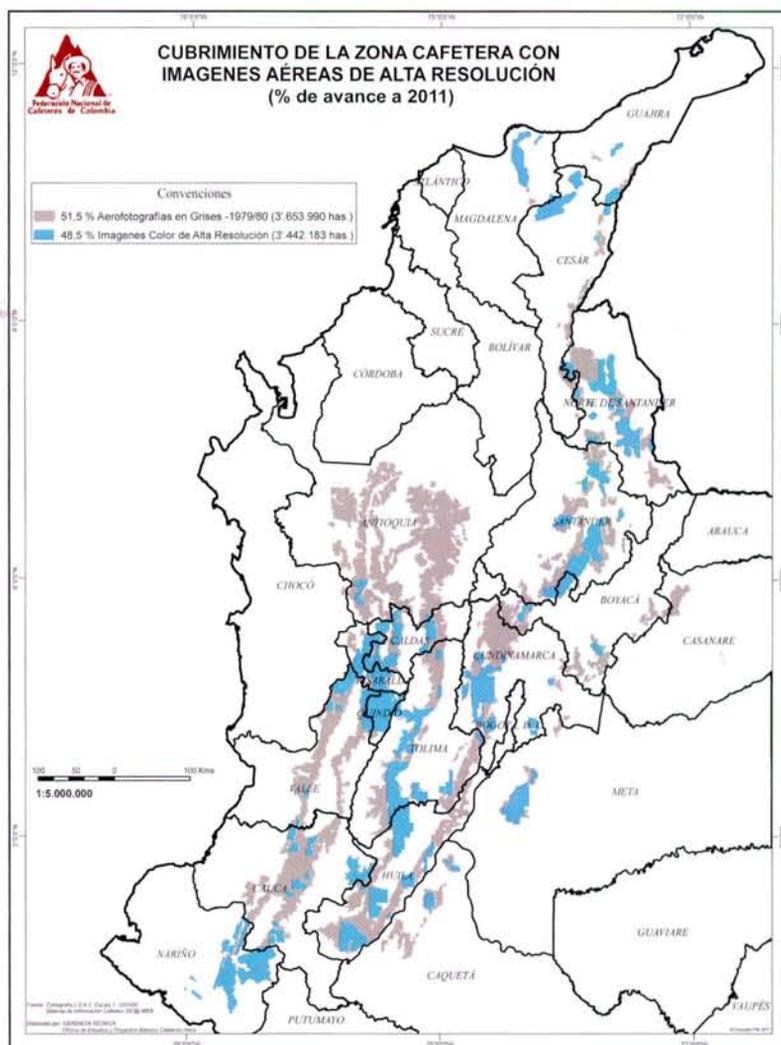
A su vez, el SIC@ Web es la fuente principal para el cálculo de ocho indicadores estratégicos incluidos en el Cuadro de Mando Integral de la Federación, a través del cual se hace seguimiento al cumplimiento de las metas del Plan Estratégico 2008-2012.

Asimismo, el sistema permite planificar y ejecutar diversos programas de apoyo al caficultor, dentro de los cuales se destaca la labor de identificación, ubicación y posterior entrega de los incentivos en fertilizante y fungicida a los productores beneficiarios del Plan de Emergencia para la Ola Invernal destinado al control de la roya.

También en 2011, la Federación orientó esfuerzos para la renovación de las imágenes satelitales y aerofotografías digitales que sirven como

base geográfica para el SIC@ Web. Con estas imágenes el Servicio de Extensión adelanta los procesos de actualización, registro de novedades y labores de aplicación.

A diciembre de 2011, se han cubierto cerca de 3,6 millones de hectáreas (49%) en zona cafetera con nuevas imágenes.



De otra parte, la Federación en conjunto con el DANE está gestionando un convenio de cooperación destinado a intercambiar información para la producción de instrumentos cartográficos y aerofotográficos que servirán de apoyo en las zonas cafeteras para la realización del Censo Nacional Agropecuario en 2013.

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología,
información y comunicación

Estrategia Web

Hola mundo! / ¡Hello World!

SE



Hola, soy Juan Valdez. He dedicado mi vida a llevar la imagen del Café de Color al mundo. Antes que nada, soy un cafetero y represento a las más de 500.000 familias cafeteras colombianas que realizan esta labor.

Mi historia comienza por allá en 1960, cuando la Federación de Cafeteros decidió que había que explicarte al mundo por qué nuestro café es diferente de hoy sólo otros dos compañeros han tenido el orgullo de representarlo. Yo lo hago desde el 2006 cuando me eligieron entre un grupo

Durante 2011, la Federación continuó con su estrategia web apalancada en dos componentes: páginas de internet unidireccionales ó 1.0, en las que se publica información para las diferentes audiencias institucionales, y los sitios virtuales 2.0 o redes sociales, a través de las cuales se provee información y se recibe retroalimentación constante de las audiencias.

A través de los dos canales se amplió y profundizó la oferta de información mediante el desarrollo de contenidos audiovisuales y de texto, los cuales cubren una gran variedad de temas que apoyan las comunicaciones del origen Café de Colombia y de las marcas asociadas con el café colombiano.

Esta mayor oferta de información condujo a que durante 2011 la página de la Federación (www.federaciondecafeteros.org) fuera visitada en 544 mil ocasiones, mientras que la página de Café de Colombia (www.cafedecolombia.com) obtuvo 442 mil visitas. Por su parte, más de 88 mil personas visitaron la página de Juan Valdez®.

Adicionalmente, a través de la página web vidas al 100% (www.vidasal100.com)

com) se presentaron 12 especiales sobre personajes que comparten los valores de los cafeteros del país, dentro de los que se destacan el tenista André Agassi y el escritor y columnista colombiano William Ospina.

Por su parte, la presencia de Juan Valdez en espacios digitales aumentó con el lanzamiento de su blog oficial y la traducción de su página oficial a los idiomas inglés, japonés y chino.

En su blog, el representante de los cafeteros comparte un espacio en donde se exhibe la faceta humana del personaje. Para ello, Juan Valdez comparte con sus fans aquellas historias no conocidas por el público tales como detalles acerca de

sus viajes alrededor del mundo, su vida como cafetero y todas aquellas anécdotas y sucesos del día a día que lo convierten en un verdadero representante de las familias productoras colombianas.

Las redes sociales o sitios web 2.0 se han constituido en un poderoso canal a través del cual se provee información y se conocen los gustos del consumidor al igual que las tendencias del mercado. Estas redes le permiten al café de Colombia ofrecer contenidos innovadores y atractivos enfocados al público joven que es más afín a este tipo de medios.

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología,
información y comunicación

Redes sociales

Desde su lanzamiento, el público ha seguido las redes sociales de la Federación y los contenidos presentados a través de estos han tenido gran acogida. En efecto, durante 2011 el perfil de Café 100% Colombiano en Facebook cuenta con más de 58 mil fans.

Asimismo, en lo que se ha convertido en un importante logro de la estrategia en redes sociales, el perfil de Facebook de Juan Valdez® Café que en enero de 2010 contaba con 187 mil seguidores superó el millón, convirtiéndose en la primera marca colombiana en llegar a esta meta.

Gracias a ello, el patrimonio marcario de los cafeteros colombianos es hoy una de las 5 primeras marcas latinoamericanas en este medio y se encuentra dentro de las primeras 300 marcas a escala mundial con presencia en esta importante red social. Esta noticia generó gran cobertura mediática y despertó en el ámbito nacional el interés por la estrategia digital de café de Colombia.

La red social Twitter es una excelente herramienta para el envío de cortos mensajes texto. A través de esta, Juan Valdez informa a más de 14 mil seguidores su día a día como caficultor, mientras que en la cuenta

de café 100% colombiano, se emite información institucional y de interés para los consumidores del mejor café suave del mundo.

Para la presentación de contenidos audiovisuales, Café de Colombia cuenta con su propio canal en YouTube y una cuenta en Flickr. En el pri-

mero de ellos se pueden reproducir los videos de las entrevistas realizadas a los personajes que han aparecido en la página www.vidasal100.com, registrando a diciembre más de 21 mil entradas, mientras que desde la cuenta Flickr se han impreso desde su creación, más de 155 mil fotos.

The image shows a screenshot of the Facebook profile for '100% Cafe de Colombia'. The profile name is '100% Cafe de Colombia · Bienvenido'. The cover photo features a landscape with mountains and the text '¿QUÉ TAL UN VIAJE POR LA REGIÓN DE NARIÑO?' and '¡HAZ CLICK AQUÍ PARA CONOCER MÁS!'. The profile picture shows hands holding coffee beans with the text 'BIENVENIDO A LA PÁGINA OFICIAL DE 100% CAFÉ DE COLOMBIA. VISITANOS TAMBIÉN EN WWW.CAFESDECOLOMBIA.COM'. The left sidebar includes navigation links like 'Wall', 'Info', 'Friend Activity (1=)', 'Photos', and 'Bienvenido'. It also shows 'About' information: 'Bienvenido a la página oficial de 100% Café de Colombia en Facebook. Vamos... More', '60,037 like this', and '643'. The right sidebar contains several promotional banners for Twitter, including 'DESCUBRE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN NARIÑO', '¿QUÉ TAL UN VIAJE POR LA REGIÓN DE NARIÑO?', 'CAFE DE COLOMBIA EN TWITTER', and 'CAFE DE COLOMBIA EN EL MUNDO'.

Las redes sociales oficiales
y los viajes virtuales estrechan la
relación entre los consumidores
jóvenes y 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 de la FMM

Capacitación virtual del Servicio de Extensión: para apoyar la prioridad institucional de recuperar la producción de café y adelantar acciones contra la roya, la Fundación Manuel Mejía diseñó cuatro talleres de aprendizaje autónomo enfocados al personal del Servicio de Extensión, cuya duración individual es de 48 horas. Para propender por la formación continua de los técnicos, cada uno de los miembros del Servicio de Extensión ha tomado durante la presente vigencia como mínimo dos cursos.



Como resultado, durante 2011 se logró la vinculación de 4.212 extensionistas en todo el país cafetero.

Cursos virtuales para el Sistema de Gestión Integral: estos cursos fueron diseñados principalmente para brindar a los colaboradores del gremio la formación necesaria para la implementación del Sistema de Gestión Integral -SGI en los procesos misionales “desarrollar la extensión rural” y “desarrollar la extensión científica y tecnológica”, y los cuales durante 2011 contaron con 2.831 participantes.

Adicionalmente para apoyar el SGI se desarrolló un aplicativo multimedia dirigido a todos los colaborado-

res de la Federación para que cumplieran con su función de Auditores Internos del Sistema de Gestión.

Formación en los Tecnocentros: en el marco del convenio celebrado entre la Federación y el BID-FOMIN para la adecuación de 68 centros de conectividad rural, la FMM apoyó la oferta educativa diseñando ocho cursos enfocados a las necesidades específicas de los cafeteros en temas de manejo básico de computadores, conectividad y contenidos técnicos asociados a la caficultura tales como: informática básica; institucionalidad cafetera; denominación de origen; gestión empresarial de la finca cafetera; manejo integral de la roya del

café y convivencia y resolución pacífica de conflictos.

Para ello, la FMM capacitó 60 expertos que atienden las necesidades de los usuarios de los Tecnocentros, de los cuales 40 hacen parte del equipo de colaboradores de la Fundación.

Durante 2011 en los 60 centros de conectividad rural en funcionamiento se han realizado cursos en alfabetización digital a 2.694 cafeteros de diferentes zonas del país, quienes ahora tienen la capacidad de utilizar computadores e internet para sus procesos de formación.

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno



Avances

en 2011

25.334

productores rurales recibieron capacitación de la FMM

24 mil

caficultores capacitados en gestión empresarial

1.651

niños y jóvenes cafeteros se beneficiaron con programas educativos

558

camineros se han vinculado al programa Caminos para la Prosperidad

\$52 mil millones

para mejorar la atención a la niñez y la familia en el ICBF

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 FMM continuó desarrollando programas orientados a facilitar el acceso al conocimiento por parte de la población rural con especial énfasis en las comunidades establecidas en las zonas cafeteras. Diversas metodologías de formación fueron utilizadas por la FMM para llegar a 25.334 cafeteros y colaboradores del sector, entre las que se destacan las siguientes:

Viviendas con Bienestar Rural: con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias cafeteras, la Federación, la FMM y el ICBF suscribieron un convenio para desarrollar un programa de formación orientado a mejorar la convivencia familiar, promover hábitos de vida saludable, mejorar las condiciones de habitabilidad de los hogares, proteger los derechos de los niños e implementar acompañamiento psicosocial a las familias. Con este programa se beneficiaron 10 mil familias en 300 municipios cafeteros y contó con el apoyo de 47 educadores familiares de la FMM.

Formación de cafeteros, para administrar y producir con calidad: en asocio con el SENA, las Cooperativas de Cafeteros y los Comités Departamentales de Antioquia y To-



lima, la FMM desarrolló un programa para capacitar 6.700 cafeteros en competencias laborales y certificarlos como auxiliares y técnicos. Los temas abordados fueron aseguramiento de la calidad del café, manejo empresarial de la finca cafetera y producción de cafés especiales.

Programa de empresarización con organizaciones de productores agropecuarios: en convenio con el Ministerio de Agricultura, la FMM desarrollará el programa de empresarización del proyecto Apoyo a Alianzas Producti-

vas Fase II, que busca consolidar el capital social de pequeños productores, formándolos en la administración de sus fincas e implementando un plan de transferencia de competencias que asegure que las prácticas y hábitos empresariales se incorporen verdaderamente a la práctica diaria.

Este programa cubre un total de 3.833 productores del sector entre los que se encuentran 6 asociaciones de cafés especiales con 344 cafeteros.



Actividades educativas presenciales: la FMM adelantó giras educativas con énfasis en café, atendiendo en 2011 cerca de 1.286 cafeteros de diferentes regiones del país en temas sobre tecnología del cultivo y manejo integrado de la roya.

Desarrollo de competencias informáticas en madres comunitarias: en convenio con el ICBF, se brindó capacitación virtual a madres comunitarias y agentes educativos para el desarrollo de competencias informáticas que permitan emprender pro-

yectos educativos autónomos a través de las TIC's. A diciembre de 2011, se formaron 2.919 madres comunitarias y agentes educativos, así como 150 profesionales del ICBF.

Estrategia de formación para docentes en instituciones con enfoque agrícola: con el apoyo de varios organismos de cooperación internacional, la FMM está desarrollando una estrategia de formación a docentes y directivos docentes de instituciones educativas técnicas agropecuarias para mejorar la ca-

lidad y pertinencia de la educación mediante el desarrollo de Proyectos Pedagógicos Productivos. El proyecto se desarrolla en Arauca y Cundinamarca con la participación de 53 docentes y 543 estudiantes.

25.334 productores rurales,
recibieron capacitación de la FMM

Contribuir
a mejorar
los procesos
educativos en
la comunidad
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Alianzas para la educación

Con el fin de fortalecer los proyectos educativos de la comunidad cafetera, la Federación ha gestionado convenios de cooperación nacional e internacional orientados a elevar la calidad y el acceso a la educación y mejorar la infraestructura educativa en las zonas rurales.



Sostenibilidad y TIC's para la Escuela Rural: con el apoyo del Gobierno de Bélgica, la Fundación EFICO, el Comité de Cafeteros de Santander y la Alcaldía de Puente Nacional, este proyecto busca implementar el uso de las TIC's en el Colegio Delicias mediante la aplicación de los componentes de pedagogía y tecnología.

El proyecto tiene un valor total de \$383 millones y beneficia 211 niños y niñas que hacen parte de una educación integral con calidad y pertinencia. Por esto las principales actividades se concentran en el diseño e implementación de metodologías y contenidos didácticos en sostenibilidad cafetera, uso de TIC's, capacitación a docentes y dotación de computadores y equipos audiovisuales.

Educación y participación de la comunidad para el desarrollo sostenible: este proyecto tiene por objeto proporcionar a 500 niños y jóvenes y 36 docentes de la Institución Educativa Minipi de Quijano en La Palma (Cundinamarca), el acceso a la educación igualitaria y pertinente que contribuya al desarrollo de la comunidad y a la generación de oportunidades de empleo.

El convenio cuenta con aportes de la Fundación Costa, la Gobernación de Cundinamarca, el Comité de Cafeteros de Cundinamarca y la Alcaldía de la Palma por \$1.429 millones para desarrollar dos componentes: reconstrucción de la infraestructura educativa y establecimiento de programas de formación virtual para estudiantes y docentes mediante el uso de TIC's.

Aula Virtual Fundación José María Obando: con recursos por \$36 millones del *Nordic Barista Cup* se adecuó un aula virtual que facilita el acceso a las TIC's de 940 alumnos y 44 docentes y caticultores de la Fundación para la Educación Agropecuaria José María Obando ubicada en el Tambo (Cauca).

1.651
niños y jóvenes
cafeteros se
beneficiaron con
los programas
educativos

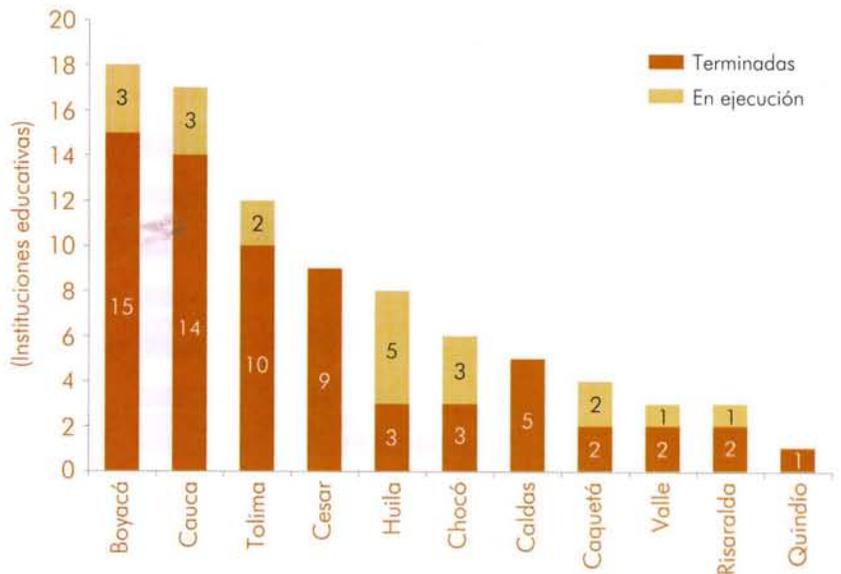


Programa de mejoramiento de Infraestructura Educativa en las zonas Rurales - MEN:

desde agosto de 2009 la Federación ha venido ejecutando un convenio con el Ministerio de Educación Nacional que convoca la participación de las entidades territoriales para mejorar la infraestructura educativa y la dotación del mobiliario escolar en 83 instituciones rurales ubicadas en once departamentos.

En 2011 se ejecutó el 76% del proyecto con la entrega de 64 instituciones totalmente terminadas y dotadas con mobiliario escolar en Quindío, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar Chocó, Huila, Risaralda, Tolima y Valle por un valor de \$59.995 millones.

Obras e instituciones educativas Programa MEN 2011



Contribuir
a mejorar
los procesos
educativos en
la comunidad
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Gestión empresarial

En 2011, se siguió desarrollando el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial, cuyo propósito es fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera.

A través de dos niveles de formación (básico y avanzado) el caficultor reconoce y adopta herramientas de administración de su negocio que le permiten tomar decisiones alternativas para mejorar los ingresos y el margen de su empresa cafetera.

En 2011, se capacitaron 24.092 cafeteros, 42% más que en 2010 con lo cual se alcanza un total de 135 mil personas capacitadas desde el inicio del programa en 2002.

Además de lo anterior, los cafeteros formados por el programa también son motivados a fortalecer los activos productivos de su empresa cafetera, mediante la renovación de plantaciones y modernización de equipos, para el mejoramiento de la productividad.

Lo anterior se evidencia en que cerca del 50% (10.513 personas), de los cafeteros que hicieron parte del programa en 2011 (24.092 personas) participaron también en programas de renovación como PSF y Competitividad y otro 7% (1.652 personas) hicieron renovación con recursos propios.

Beneficiarios Programa Gestión Empresarial 2011

Departamento	Cafeteros	Grupos conformados	Reuniones realizadas
Antioquia	2.931	126	904
Boyacá	360	16	135
Caldas	2.228	74	1.363
Caquetá, Meta, Casanare, Chocó	432	17	131
Cauca	1.238	69	446
Cesar-Guajira	644	27	213
Cundinamarca	1.355	72	521
Huila	2.588	107	896
Magdalena	477	14	220
Nariño	1.436	66	497
Norte de Santander	1.148	46	423
Quindío	697	39	334
Risaralda	1.711	54	555
Santander	1.178	55	448
Tolima	2.858	108	841
Valle del Cauca	2.811	89	859
Total	24.092	979	8.786

**24 mil
cafeteros
capacitados en
gestión empresarial**

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

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Protección social en salud

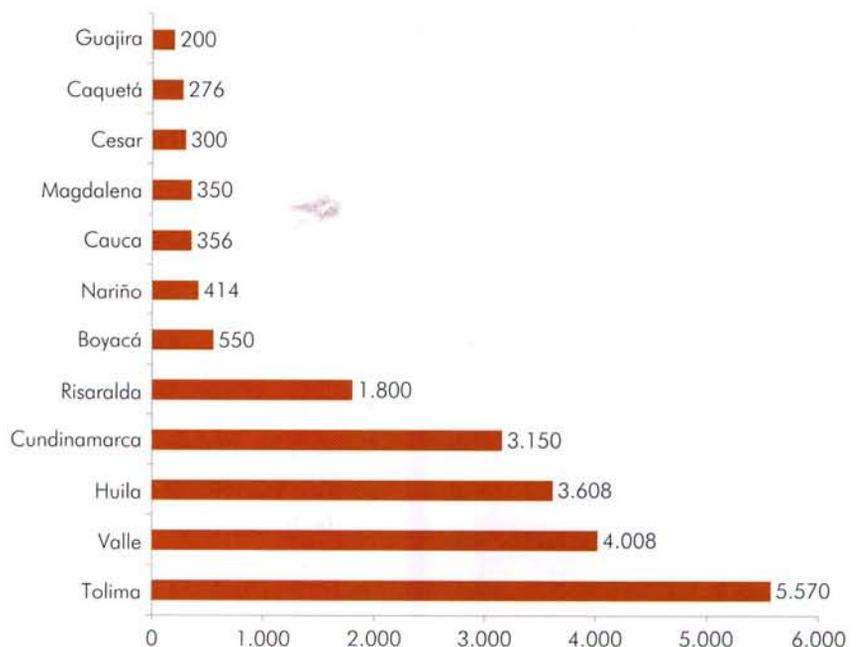
Con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los caficultores y asegurar su acceso a los servicios de salud, la Federación en convenio con el Ministerio de Protección Social promueve la afiliación al régimen subsidiado de salud en los departamentos cafeteros.

Esta estrategia se viene desarrollando desde 2004 con el apoyo de los Comités Departamentales de Cafeteros, lo que permitió vincular de manera permanente 109.631 caficultores al régimen de salud subsidiado.

En 2011 se beneficiaron 20.282 caficultores en 12 departamentos con recursos por \$4.585 millones correspondientes al valor de su vinculación a este régimen. De estos recursos, FOSYGA aportó 67,5%, la FNC 20% y las entidades territoriales 12,5%. Estos productores hacen parte de la ampliación de cobertura aprobada para el programa hasta 2011.



Cafeteros nuevos vinculados a la protección social en salud
2011



20.282
nuevos beneficiarios
en el régimen
subsidiado de salud

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Mejoramiento vial

Obras de mejoramiento vial: en convenio con Acción Social y el Fondo de Inversión para la Paz -FIP se inició la construcción de 65 obras de infraestructura en 32 municipios de Norte de Santander, Santander, Huila y Tolima.

El valor total de las obras asciende a \$12 mil millones de los cuales durante 2011 se ejecutó el 20% con la entrega de diez obras entre las que se destacan el mejoramiento del carreteable Guaramito-Agua Clara en Cúcuta (Norte Santander), la ampliación del puente Río Guarapas en Pitalito (Huila) y la pavimentación de los barrios María Cañaveral y La Fuente en Barbosa (Santander).

Vías Sur del Tolima: en el marco del convenio suscrito con el DAPRE - Fondo de Programas Especiales para la Paz, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Acción Social y la Federación de Cafeteros, se continuó la ejecución de las obras iniciadas desde 2008 para el mejoramiento de las vías de cuatro muni-

cipios del sur del Tolima que benefician más de 113 mil habitantes de la región.

En 2011, se ejecutó el 57% de la obra con una inversión superior a los \$32 mil millones correspondientes a 11,7 km. del corredor vial Ataco-Planadas y 9 km. de la vía Chaparral-Río Blanco.

Programa Caminos de Prosperidad: este convenio celebrado entre Invías y la Federación, busca desarrollar proyectos de mantenimiento de la red vial terciaria del país,

Programa Caminos de Prosperidad

2011

Departamento	Municipios intervenidos	Vías con obras	Camineros
Cauca	37	19	128
Caldas	26	3	62
Cundinamarca	35	8	70
Magdalena	13	5	31
Santander	3	1	7
Valle	26	13	260
Total	140	49	558

generando empleo formal para los cafeteros a través de su vinculación al proyecto bajo la figura de "camineros" o personas encargadas del mantenimiento manual rutinario de las vías. Dentro de las labores adelantadas por los camineros cafeteros se encuentra la limpieza de taludes, alcantarillas, cunetas, encoles y descoles, retiro de derrumbes a menor escala, bacheo con material del sitio, encauzamiento de aguas superficiales y señalización de sitios inestables.

Para la ejecución del convenio, conjuntamente Invías y la Federación priorizaron 140 municipios en seis departamentos para la realización de obras en 49 vías y la contratación de 558 camineros que adelantan las actividades descritas anteriormente.

558 camineros han sido vinculados al programa Caminos de prosperidad

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Infraestructura para la atención de la niñez



El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Federación Nacional de Cafeteros unieron esfuerzos a través de diferentes convenios para cualificar los servicios prestados a la niñez y la familia en los departamentos cafeteros, mediante la ejecución de diferentes proyectos que comprenden diseño, adecuación, mantenimiento y dotación de las sedes regionales, centros zonales, unidades aplicativas y hogares múltiples del ICBF.

Durante la primera etapa que inició en 2009, se ejecutaron 61 proyectos de construcción por \$15.800 millones para adecuación, mantenimiento y dotación de las instalaciones del ICBF en 35 municipios cafeteros.

La segunda etapa por valor de \$32.290 millones culminó en octubre de 2011, con la entrega de 91 proyectos de construcción, adecuación y mantenimiento en 33 municipios.

La tercera etapa culminará en febrero de 2012 y comprende siete proyectos en tres municipios cafeteros por \$4.760 millones.

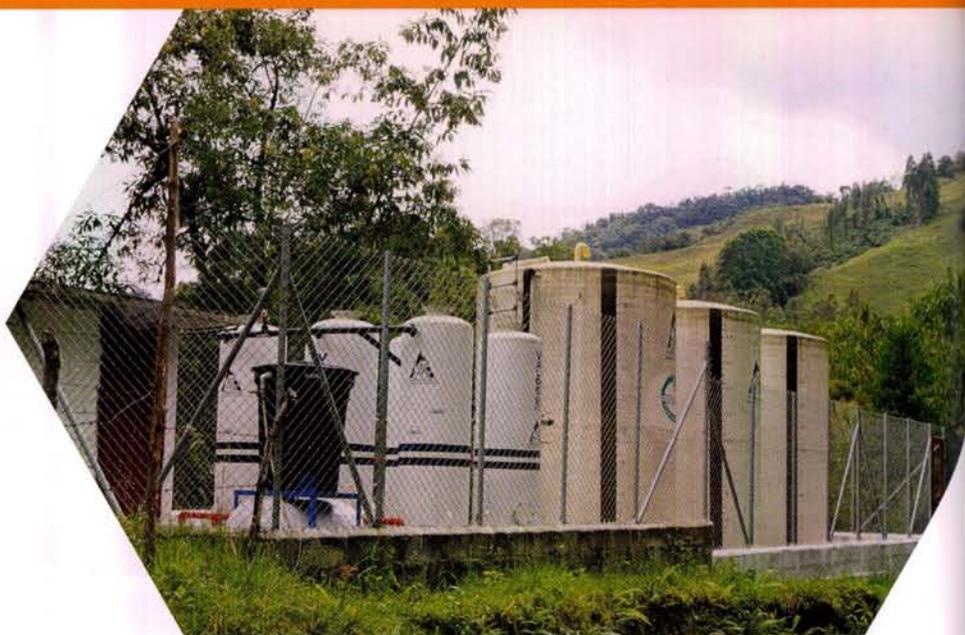
\$52 mil millones
para mejorar la
atención a la niñez
y la familia en el
ICBF

Mejora en el acceso al agua potable

El acceso al agua potable es fundamental para el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias rurales. Pensando en el bienestar del caficultor y su familia, la Federación ha suscrito convenios con organismos de cooperación, orientados a proveer la infraestructura necesaria para el acceso al agua potable.

Huellas de Paz: este proyecto se desarrolla en el marco del convenio suscrito en abril de 2011 con la Agencia Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo cuyo propósito es contribuir a la paz, la estabilización social y la integración de grupos étnicos afectados por el conflicto armado, fomentando el arraigo, la convivencia pacífica la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible de las comunidades rurales vulnerables.

El proyecto está orientado a beneficiar a 4.308 familias de pequeños caficultores en 22 municipios de los departamentos de Antioquia, Cauca, Nariño y Valle con una inversión proyectada de \$15 mil millones destinada a la implementación de sistemas rurales que fomenten la convivencia armónica y la aplicación de buenas prácticas sociales, ambientales y económicas.



En 2011 como parte del componente de mejoramiento de las condiciones de salubridad, se construyeron 42 sistemas individuales de tratamiento residual in situ para la optimización y mejora del sistema de abastecimiento de agua en tres municipios del Valle (Riofrio, Bugalagrande y Sevilla).

Igualmente, con una inversión de \$389 millones se inició la construcción de la planta de tratamiento de agua y el acueducto de la vereda La Cibeles en el municipio de Betulia (Antioquia), obra que será culminada en 2012.

Estabilización social e integración de familias campesinas afectadas por el conflicto en Bolívar (Cauca) mediante el acceso al agua potable: esta iniciativa gestionada en

asocio con la Fundación Humanismo y Democracia de España, busca generar condiciones de arraigo dentro de una población que ha sido calificada como de alta vulnerabilidad, a través de la mejora en el acceso a agua potable de 400 familias cafeteras de escasos recursos ubicadas en el municipio de Bolívar (Cauca).

El proyecto se inició en octubre de 2011, por un valor de \$323 millones destinados a mejorar el acueducto y construir una planta de tratamiento de aguas, así como brindar capacitación a la comunidad para la gestión de las obras construidas y el fortalecimiento de sus estructuras sociales en otros aspectos de la vida comunitaria, como son la equidad de género y la convivencia pacífica.

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Otros proyectos de Cooperación

Familias Guardabosques: con el apoyo de Mitsubishi Corporation, Acción Social y la Federación, este programa busca por un periodo de 10 años, el mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la producción de café de calidad de 2.880 caficultores que hacen parte del Programa Familias Guardabosques en los departamentos de Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander.

En 2011, se capacitaron 864 familias en más de 780 talleres sobre temas de buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales, secado solar del café, organización comunitaria y convivencia. Asimismo, se construyeron 15 beneficiaderos ecológicos y 20 secadores

solares y se realizaron adecuaciones en la infraestructura productiva de 864 fincas.

FedeNest: este programa se desarrolla en el marco del Nescafe Plan Colombia, y tiene por objeto apoyar 1.550 familias en cuatro municipios del Valle con ayudas directas para mejorar el rendimiento y calidad del café que producen. A través del programa se han desarrollado actividades de capacitación y asistencia técnica a los cafeteros, el establecimiento de viveros para la producción de material vegetal y la entrega de plántulas para renovación de cafetales.

El costo de esta iniciativa asciende a \$6.250 millones provenientes de aportes de Nestlé y la Federación.

Producción de café sostenible para mejorar la calidad de vida en Cauca y Nariño - Alianza Progreso: el objetivo de este programa es mejorar la calidad de vida de 27 mil familias en 15 municipios de Cauca y 29 de Nariño mediante el incremento en la productividad y la calidad para la producción de café sostenible, así como la generación de capacidades locales.

El convenio cuenta con aportes de Nespresso y la Federación por \$3.639 millones y desarrolla componentes para la renovación de cafetales, la fertilización, el relevo generacional y el fortalecimiento de los grupos comunitarios.

Otros proyectos de Cooperación en zona cafetera

2011

Proyecto	Financiador	País	Valor del convenio	Línea de Acción	Período de Ejecución	Beneficiarios
Recuperación y protección de fuentes de agua en la zona cafetera de Támara (Casare)	Fundación Ernesto illy	Italia	\$393 millones	Mejoramiento infraestructura productiva	Agosto 2011 - Julio 2013	120 familias
Dotación de una Tostadora de Café para el Centro de Análisis Físico y Sensorial del Café en el Comité de Cafeteros del Tolima	RGC Coffee Inc.	Canadá	\$ 31 millones	Fortalecimiento caficultura	Diciembre 2010 - Diciembre 2011	120 caficultores
Apoyo a la renovación por siembra de Café Especial en Toledo y Labateca (Norte de Santander)	Community Coffee Company	Estados Unidos	\$145 millones	Mejoramiento infraestructura productiva	2011-2012	133 familias
Incremento de la capacidad productiva y promoción de la seguridad alimentaria en la Comunidad Indígena kogui "Uldezhaxa" en Santa Marta.	FAO	Naciones Unidas	USD 10.000	Mejoramiento infraestructura productiva y Seguridad alimentaria	Octubre 2011 - Octubre 2012	68 beneficiarios pertenecientes a 14 familias de la Comunidad Indígena Kogui "Uldezhaxa"

Reconstrucción de Gramalote

Una falla geológica provocada por la inclemencia del clima y la fuerza de la naturaleza registradas a finales de 2010, destruyeron casi en su totalidad el área urbana y parte del área rural de Gramalote, municipio cafetero de Norte de Santander.

Ante el desastre, la solidaridad del gremio cafetero se hizo presente para reunir recursos destinados a apoyar a las familias cafeteras que lo habían perdido todo, siendo los primeros en llegar con ayuda humanitaria a la zona del desastre representada en cuatro mil mercados.

Además con el apoyo del Comité de Cafeteros de Norte de Santander y el equipo del SICA de la Gerencia Técnica, se diseñó y aplicó una encuesta para determinar el inventario de daños en las fincas cafeteras de la zona rural de Gramalote tendiente al levantamiento del diagnóstico para la reparación y/o reconstrucción de las viviendas.

Así mismo, se tomaron fotografías aéreas de alta resolución y se procesaron imágenes digitales sobre un área de influencia de 11.700 hectáreas, como insumo para que Ingeominas desarrollara los estudios

de suelos para el asentamiento del casco urbano del Nuevo Gramalote. En particular, la Federación entregó a Ingeominas tres productos fundamentales:

- ❑ **Imagen digital aérea orto-rectificada en mosaico:** permite ver rasgos geográficos del terreno, medir distancias, evaluar impactos ambientales sobre la zona, detectar fuentes hídricas y vías de acceso.
- ❑ **Modelo digital de terreno (relieve) en formato digital:** permite generar mapas temáticos con pendiente, sombra y relieve y visualizar la geomorfología de la zona.
- ❑ **Estereopar en formato digital para visualización 3D:** permite realizar restitución cartográfica y trazar vectores 3D en la temática de Ingeominas.

A los aportes provenientes de la solidaridad de los colaboradores de la Federación, se sumó el dinero que por subsidios asignó el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural entregados a través del Banco Agrario, alcanzando la cifra de \$1.000 millones destinados a la recuperación del municipio.

Con estos recursos y con base en los estudios de geología necesarios se inició en septiembre de 2011 la construcción de 40 viviendas rurales, lo que significó para más de 200 personas de extracción cafetera, una semilla que les permitirá forjarse un mejor futuro.

Con esto se espera aportar para que el proyecto de reubicación y reconstrucción del Nuevo Gramalote, adelantado por el Gobierno Nacional, tenga un gran impacto regional, ya que contempla la adquisición del suelo, construcción de vías prioritarias, servicios públicos, construcción de viviendas, y reforestación, con una visión sostenible, incluyente y eficiente, que restablecerá las condiciones sociales, económicas, urbanas y ambientales de los pobladores de este municipio.

Impulsar el desarrollo integral de la mujer cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

Programa Mujeres Cafeteras

En el marco de la política de Sostenibilidad en Acción®, la Federación se ha comprometido con la promoción de los derechos de la familia cafetera con especial énfasis en la mujer, mediante la incorporación de programas con enfoque de género.

Estas acciones permiten impulsar el desarrollo humano, la construcción de ciudadanía y la igualdad de oportunidades para todos los integrantes de la familia en el ejercicio pleno de sus derechos y deberes.

En este sentido, desde 2005 el Programa Mujeres Cafeteras ha trabajado para lograr una mayor visualización y participación de la mujer en el gremio cafetero, así como generar oportunidades, donde la familia sea el eje central de la actividad cafetera tanto en los aspectos económicos como sociales.

En 2011, la Red de Mujeres Cafeteras como parte del Consejo Intergremial de Género de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, participó en la construcción de la Política Pública Nacional para la Mujer junto con otras doce organizaciones como la SAC, Fedepalma, Fenalco, la ANDI y Confecamaras entre otras, logrando posicionar



dentro de la política diferentes temas con enfoque de género como construcción de paz, autonomía económica e igualdad laboral, ciudadanía, participación, salud integral, derechos sexuales y reproductivos, acceso a tecnologías y educación, entre otros.

Observatorio de mujer rural y familia en las zonas cafeteras: desde 2010, con la asesoría técnica de la Comisión Andina de Juristas, la Federación diseñó el observatorio como una herramienta que permite investigar, documentar, sistematizar y analizar la situación de los derechos de la mujer y la familia en los 20 departamentos cafeteros del país.

Este trabajo permitió construir un Sistema de Indicadores en materia de derechos tales como una vida libre de violencia, reproductivos, sexuales,

a la salud, a la vivienda, al trabajo, la seguridad social y la educación.

En 2011, se llevó a cabo la etapa de implementación del observatorio, lo que ha permitido fortalecer la política de género, analizar los avances de difusión y aplicación de la Ley de Mujer Rural y generar recomendaciones en materia de planes, programas y proyectos de cooperación que permitan fortalecer el rol de la mujer y la familia entorno a la empresa cafetera.

Con base en esto, se formularon convenios de cooperación como el Programa Vivienda con Bienestar Rural en el que la Federación, el ICBF y la Fundación Manuel Mejía sumaron esfuerzos para atender cerca de 10 mil familias en programas de formación orientados a mejorar la convivencia familiar y de pareja.

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcarío



Avances

en 2011

Más de **un millón** de seguidores tiene
Juan Valdez en Facebook

14.474 seguidores tiene Juan Valdez
en Twitter

Por primera vez un país productor fue el anfitrión del
**World Barista
Championship**

170 mil seguidores de las redes sociales
conocieron sobre el Café de Colombia gracias
al *Social Media Week* de Bogotá

543 marcas comercializadas a escala
internacional llevan el logo Café de Colombia

“Café de Cauca” y “Café
de Nariño” fueron reconocidas por la SIC
como Denominaciones de Origen Regional Protegido

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 continuó recorriendo diversos países representando las 563 mil familias cafeteras colombianas. Desde su creación, el personaje ha conectado al productor con el consumidor y apoyado las marcas de café 100% colombiano en todo el mundo.

La presencia de Juan Valdez en diversos escenarios del mundo es un recordatorio del origen y esfuerzo que conlleva producir el "mejor café del mundo". Por ello, su presencia en variados eventos se convierte en una estrategia fundamental para fortalecer la imagen del Café de Colombia y los valores de los productores colombianos de cara a los consumidores de café.

La agenda de Juan Valdez durante el primer semestre de 2011, contempló una extensa visita a Norteamérica donde el Programa Café 100% Colombiano ha sido muy activo, y durante la cual visito varios supermercados en Nueva York y Nueva Jersey para promocionar el Café de Colombia.

En junio, Colombia se convirtió en el país invitado de honor del Smithsonian Folklife Festival 2011 considerado como uno de los eventos culturales y folclóricos más importantes



de los Estados Unidos, el cual reunió más de un millón de visitantes y contó con un cubrimiento de los medios de comunicación presenciado por 40 millones de personas en todo el mundo.

La versión de 2011 se realizó bajo el lema "Colombia: La Naturaleza de la Cultura" convirtiéndose en la ocasión perfecta para mostrar la riqueza hídrica, ambiental y la diversidad cultural del país. Por ello, dentro de las tradiciones culturales colombianas incluidas en la muestra, los visitantes pudieron conocer

de cerca la caficultura y otras actividades conexas a ella como son el agroturismo, la arquitectura a base de guadua y bambú, la tejeduría de las canastas para la recolección del café y el transporte del café en "yipaos" y mulas.

Adicionalmente, Juan Valdez y su mula Conchita visitaron Vancouver con una gran acogida en los medios de comunicación, e hicieron presencia en el Grocery Showcase West -GSW, una de las ferias de productos para supermercado más importantes en Canadá.

Juan Valdez representó a los cafeteros de Colombia en el Smithsonian Folklife Festival 2011

En julio, el personaje visitó Inglaterra y a finales del mes acompañó en un recorrido por zona cafetera, a los presentadores del programa de televisión de gran sintonía *Fotonautas*, transmitido y producido por el canal *History Channel Latinoamerica*. Durante el especial se destacaron los valores de los cafeteros colombianos, así como el arduo y laborioso proceso detrás del cultivo del café en Colombia.

También durante este año, Juan Valdez tuvo la oportunidad de compartir con reconocidos personajes como el Ex Vicepresidente de los Estados Unidos y reconocido ambientalista, Al Gore en su visita a Bogotá; el Ex Primer Ministro del Reino Unido Tony Blair en su visita a Barranquilla, el Ex Presidente de Brasil Luis Ignacio Lula Da Silva en su encuentro con empresarios colombianos y brasileros en Bogotá, y la Infanta Elena de Borbón de España y Grecia durante su visita a Bogotá y Cartagena.

En noviembre, Juan Valdez hizo parte de la delegación oficial que acompañó al Presidente Juan Manuel Santos al Reino Unido. En esta oportunidad, el personaje participó en destaca-

dos eventos, entre ellos, la recepción de bienvenida ofrecida por el Ministro de Comercio Lord Stephen Green of Hurstpierpoint con motivo del encuentro con su homólogo colombiano Sergio Diazgranados, en el cual se trataron las oportunidades y perspectivas del comercio bilateral. Como resultado de la reunión se suscribió un memorando de Cooperación entre el *UK Trade & Investment -UKTI* y Proexport Colombia.

Juan Valdez en internet: gracias a la estrategia de comunicación en redes sociales emprendida por la Federación, que presta especial prioridad al público joven, la presencia de Juan Valdez en internet se incrementó de manera considerable. Por ejemplo, con la traducción de su página oficial al japonés y chino se amplió la cobertura del personaje en estos mercados y mediante el lanzamiento del blog de Juan Valdez (<http://blog.juanvaldez.com/>) se ha dado a conocer la faceta humana del personaje que mucha gente ignora.

Respecto a este último, vale la pena destacar que por medio de fotografías, videos y textos Juan Valdez le cuenta a sus seguidores aquellas his-

torias que no son conocidas por el público y comparte sus labores como cafetero, su transcurrir diario como símbolo de las familias cafeteras del país, sus viajes y sus anécdotas.

Del mismo modo, Juan Valdez ha logrado posicionar su cuenta en Twitter (@juanvaldez) doblando el número de seguidores hasta alcanzar la suma de más de 14 mil personas. A través de este medio los seguidores de Juan Valdez se enteran de los acontecimientos que transcurren en la vida diaria del personaje.

Además de lo anterior, la estrategia de redes sociales obtuvo un importante resultado gracias a que el perfil de Facebook de Juan Valdez® Café superó el millón de seguidores, convirtiéndose en la primera marca colombiana en llegar a esta meta y ubicando el patrimonio de los cafeteros colombianos a la par de las cinco marcas latinoamericanas más notorias y entre las primeras 300 marcas a escala mundial. La noticia generó gran cobertura mediática y logró despertar el interés de periodistas y consumidores por la estrategia digital de Café de Colombia.

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

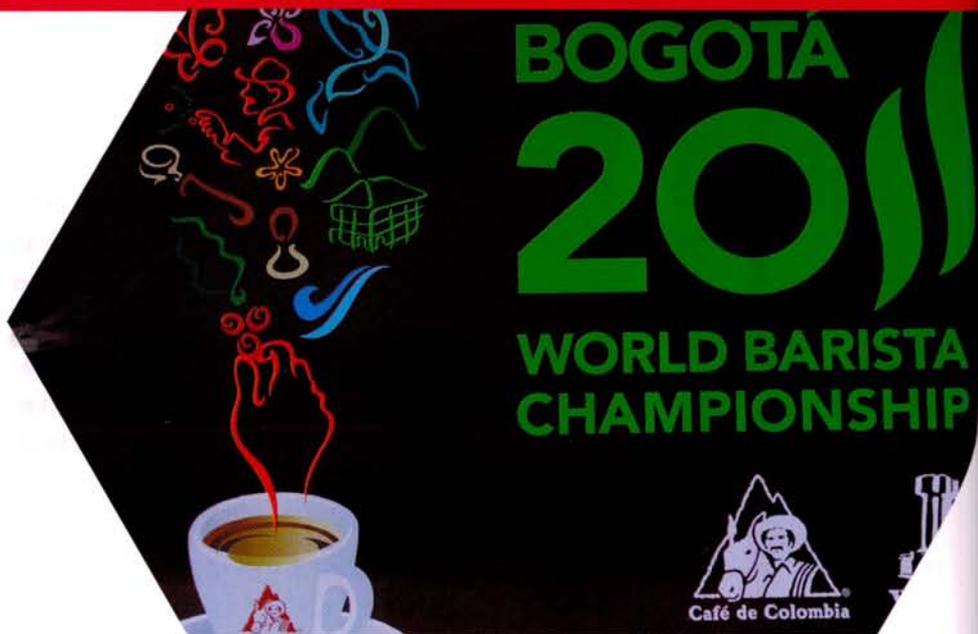
Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

Campeonato mundial de Baristas 2011

Con gran éxito se realizó por primera vez en un país productor el Campeonato Mundial de Baristas, la más importante competencia internacional de preparación de bebidas hechas a base de espresso.

El campeonato es publicitado a escala internacional por la organización *World Barista Championship -WBC*, fundada en el año 2000 por la Asociación de Cafés Especiales de Europa -ECF y la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos -SCAA. Su objetivo es promover la excelencia del café como materia prima y promocionar el barismo en todo el mundo. Así pues, la competencia que se realiza anualmente, reúne a lo más selecto del mundo de la preparación del café.

En esta ocasión, la Feria ExpoEspeciales liderada por la Federación, se convirtió en anfitriona de los 53 mejores baristas del mundo, provenientes de igual número de países, que acompañados de sus entrenadores y respectivas delegaciones, disfrutaron de la experiencia detrás del Café de Colombia. Asimismo, asistieron al evento 43 jurados internacionales,



Por primera vez un país productor de café fue el anfitrión del Campeonato Mundial de Baristas

150 voluntarios nacionales e internacionales y más de 19 mil visitantes.

El Campeonato Mundial de Baristas 2011 tuvo especial reconocimiento internacional ya que marcó tres grandes hitos. El primero de ellos ya mencionado y relativo a su realización en Bogotá, correspondió a la primera vez que este evento mundial se desarrolla en un país productor. El segundo que corresponde a la primera vez que el título de campeón mundial de barismo le es otorgado

a un representante de un país productor, el Sr. Alejandro Méndez de El Salvador.

Por último esta versión del campeonato correspondió a la primera vez que un país anfitrión lleva a los participantes a un viaje hacia los orígenes del café. En efecto, más de 130 visitantes internacionales entre baristas, entrenadores, acompañantes y empresarios viajaron a la zona cafetera central colombiana para vivir la experiencia detrás del café colombiano.

Para muchos de los asistentes esta gira a zona cafetera correspondió a la primera vez que tenían contacto directo con el cultivo del café. Adicionalmente pudieron ver de cerca el capital social estratégico desarrollado en torno de la caficultura en Colombia, convirtiéndose en los mejores embajadores del origen colombiano en sus respectivos países.

El Campeonato Mundial de Baristas fue ampliamente difundido por diferentes medios de comunicación a escala global. Más de 260 mil artículos fueron publicados en internet, un número superior a 39 mil personas siguieron el evento en vivo a través del *live stream*, y varios medios impresos especializados en el segmento del barismo en Estados Unidos, Australia y China publicaron artículos relacionados con la competen-

cia así como acerca del viaje a los orígenes del Café de Colombia. En todas estas comunicaciones el café colombiano gozó de presencia destacada, que fue complementada por una innovadora estrategia digital de-

sarrollada por la Federación bajo el título de *Colombian Coffee Hub* y sobre la cual se hace mayor énfasis en el capítulo Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación.



130 expertos internacionales en preparación de café visitaron el origen del Café de Colombia



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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

Patrocinios y alianzas

Deportes: durante 2011, Café de Colombia continuó con su estrategia de patrocinio a deportistas de alto impacto, cuyos valores y compromiso reflejen aquellos de los cafeteros colombianos. El tipo de deporte, el posicionamiento entre los diferentes perfiles de público y audiencias también son consideraciones importantes a la hora de desarrollar una relación en este campo.

Así pues, Café de Colombia ha mantenido una relación de varios años con Camilo Villegas, deportista que a lo largo de su carrera ha generado una gran exposición a la marca y logo tradicional. En 2011, sin contar las apariciones en comerciales de televisión y plataformas digitales, la exposición del deportista generó un importante retorno publicitario para el Café de Colombia.

Otros eventos: en septiembre, para fortalecer la presencia del café colombiano en redes sociales y ante el público y expertos digitales como una marca relevante, Café de Colombia patrocinó el *Social Media Week Bogotá -SMWBOG*, evento que se llevó a cabo simultáneamente en 11 países y cuyo objetivo era conectar gente, contenidos, conversaciones y tendencias alrededor de los medios digitales.



La participación de la marca de los cafeteros colombianos se produjo en dos frentes. El primero de ellos fue la presentación de la estrategia de conectividad e inclusión rural de las zonas cafeteras, tema que se convirtió en *trending topic* (tema más comentado) durante el evento.

El segundo frente fue la invitación de tres expertos internacionales en redes sociales a conocer más sobre el café colombiano. El primero de estos expertos sostuvo una entrevista

con Juan Valdez, mientras los otros dos expertos hicieron un recorrido por la zona cafetera. La experiencia para estas personas fue muy positiva, logrando que la compartieran a través de sus redes sociales en donde juntos suman una audiencia de más de 170 mil seguidores.

Tanto las conferencias como las impresiones de estos tres expertos, fueron retransmitidas a través de los canales oficiales del evento, logrando una mayor cobertura.

170 mil seguidores de las redes sociales conocieron del Café de Colombia gracias al Social Media Week Bogotá

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

La Federación continuó participando en actividades puntuales alrededor del mundo encaminadas a promocionar y posicionar el Café de Colombia como el mejor del mundo. A continuación se hace un breve recuento de las actividades desarrolladas durante el presente año:

Entrevista al Gerente General en el programa Globo Economía: en enero de 2011, este programa económico de la cadena CNN en Español, con audiencia en todo el hemisferio y el cual examina acontecimientos, anuncios y negociaciones comerciales alrededor del mundo, dedicó uno de sus segmentos centrales al Café de Colombia transmitiendo una entrevista en exclusivo con el Gerente General de la Federación. Esta entrega especial fue transmitida en al menos seis oportunidades adicionales durante la programación del canal.

Centenario NCA: la Asociación Nacional de Café -NCA es la agrupación más grande de la industria cafetera de los Estados Unidos, incluye actores de todos los eslabones de la cadena comercial, tales como importadores de café verde, compañías torrefactoras y comercializadoras, entre otros. En marzo de 2011, NCA celebró su centenario realizando en Nueva Orleans su tradicional convención anual.



La Federación, única organización proveniente de un país productor con asiento en la Junta Directiva de NCA, se sumó a la celebración patrocinando el evento junto a otros miembros destacados como Folgers, mayor tostador de los Estados Unidos, y las tiendas de café Starbucks. Gracias a ello, el Centenario de NCA, foro de reunión de la industria cafetera del mayor consumidor de café del mundo, se convirtió en otro evento en donde el Café de Colombia tuvo una presencia significativa.

Reunión de la comunidad Colombiana en Nueva York: en septiembre de 2011 y aprovechando la presencia del Presidente de la República Dr. Juan Manuel Santos en la Asamblea General de Naciones Unidas, Café de Colombia apoyó la realización de

una reunión que contó con la asistencia de 400 colombianos residentes en Nueva York, quienes además de compartir y recordar lo mejor de Colombia pudieron degustar el mejor café del mundo.

Club de prensa: Café de Colombia se convirtió en patrocinador oficial de este programa de noticias transmitido por el canal NTN24 de propiedad de RCN Televisión, a todo el público de habla hispana de los Estados Unidos y la totalidad de los países de Latinoamérica.

Durante cada uno de las transmisiones diarias del programa, su director y cada uno de los periodistas degustan una taza de un delicioso Café de Colombia.

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

Visita del Gerente General de la Federación a Japón: en septiembre de 2011, con motivo de la primera gira del Presidente Dr. Juan Manuel Santos a Japón y Corea, el Gerente General de la Federación se entrevistó con destacados clientes y asociaciones gremiales. Durante las reuniones, el Dr. Luis Genaro Muñoz, en compañía del Gerente Comercial y el nuevo Representante de la Federación en Japón, compartió sus impresiones acerca de la situación actual, las perspectivas de la caficultura en Colombia y los desarrollos en la institucionalidad cafetera. También recibió por parte de los diferentes actores del mercado sus opiniones con respecto al futuro del café colombiano en el mercado japonés. Dentro de los clientes visitados vale la pena destacar las reuniones sostenidas con Coca-Cola Japón, Mitsubishi, Mitsui, Ogawa, así como la Asociación Japonesa del Café -AJCA y la Asociación de Cafés Especiales del Japón -SCAJ.

Curso de Especialistas en Café: en 2011 se graduó la séptima promoción de japoneses en el curso de especialistas de Café de Colombia, la



cual contó con la participación de 14 ciudadanos japoneses y dos personas provenientes de empresas japonesas en Colombia. Con este grupo, se llega a 80 especialistas certificados de nacionalidad japonesa.

Primer Curso de Especialistas en Café de Colombia para ciudadanos chinos: en el marco de la feria de cafés especiales y el Campeonato Mundial de Baristas 2011 realizado en Bogotá, una delegación de 14 ciudadanos chinos asistió al curso de especialistas en café. Los participantes son personas que se desempeñan en el

mercado de café en China tales como comercializadores de café verde, importadores, dueños de tiendas de café, escuelas de café e investigadores.

Durante diez días los asistentes visitaron tres ciudades en el eje cafetero, Buencafé Liofilizado de Colombia, Almacafé y fincas cafeteras.

Otros eventos en China: del 29 marzo al 1 de abril la Federación participó en la *Feria Hotelex*, la cual contó con la asistencia de más de 45 mil visitantes. Igualmente, entre el 14 y el 16 de abril, Café de Colombia patrocinó el Campeonato de Fórmula 1 realizado en Shanghái. Para ello, promovió los productos de café de la marca Buendía de Buencafé, así como las bebidas frías hechas a base de café liofilizado de Goodwell, cliente de la Federación en China.

Por primera vez 14 ciudadanos chinos se certificaron como especialistas en Café de Colombia

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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

Participación en ferias

Feria de cafés especiales SCAA: la versión 2011 de esta importante feria promovida por la Asociación Americana de Cafés Especiales -SCAA, se llevó a cabo en Houston (Texas) con la participación de más de ocho mil visitantes. En esta oportunidad, al igual que en años anteriores, Colombia estuvo representada por un grupo de productores de cafés sostenibles y un café proveniente de Caicedonia (Valle) fue galardonado como el mejor café de la Feria, mientras un café de Aguadas (Caldas) fue considerado el mejor café certificado *Rainforest Alliance*. De esta manera, en un destacado escenario internacional se reforzaron los atributos de calidad que respaldan el Café de Colombia, así como la importancia de la sostenibilidad para la caficultura colombiana.

Otras ferias en Europa: Café de Colombia participó en eventos de gran exposición internacional como: la Feria Internacional de Turismo de España -*FITUR Madrid 2011*, evento en el que el stand de Colombia fue galardonado con el primer puesto; la Feria Internacional de Turismo de Berlín -*BIT Berlín* a la que concurrieron 188 países y la Feria Gastronómica y de Alimentos de Madrid -*Madrid Fusión 2011*, calificada como uno de los eventos gastronómicos más relevante a escala mundial.



Feria de Alimentos Importados China SIAL: entre el 18 y 21 de mayo y por segunda vez, Café de Colombia participó en este evento ofreciendo productos a base de café. Durante la feria se repartieron degustaciones de bebidas calientes y frías hechas con café liofilizado a más de cuatro mil personas, reforzando las actividades de promoción del café colombiano en el mercado chino.

Feria de Cafés Especiales de Japón -SCAJ: la Asociación de Cafés Especiales del Japón entre el 28 y 30 de septiembre llevó a cabo su feria anual en la ciudad de Tokio. El evento congregó alrededor de 20 mil personas provenientes de países productores, empresas importadoras, exportadoras, tostadores, asociaciones, organizaciones gubernamentales, y no gubernamentales y promotores de cafés especiales.

Café de Colombia fue un patrocinador importante de esta actividad, lo que permitió una amplia exposición de la marca de los cafeteros tanto en el material promocional de la Feria, como durante dos eventos paralelos realizados: el Campeonato Japonés de Baristas y el Campeonato Mundial de Sifón. Durante los tres días del encuentro, el stand de Café de Colombia fue uno de los más visitados y al culminar fue premiado con el segundo puesto de toda la muestra. SCAJ también se constituyó en el marco ideal para la realización de contactos con clientes de Japón y Corea del Sur, así como otros representantes de la industria cafetera como son los directivos del Concurso Internacional la Taza de la Excelencia.

Aumentar la penetración global del programa 100% colombiana

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

Programa café 100% colombiano

En 2011 se produjo un hecho significativo para el Programa Café 100% Colombiano al superar los 100 tostadores licenciatarios cuyas 543 marcas de café comercializadas alrededor del mundo, llevan el logo Café de Colombia en sus variadas presentaciones y empaques.

Lo anterior es resultado de las diferentes actividades de promoción dirigidas a mantener la lealtad al programa en un entorno difícil, si se considera que durante los últimos años, los dueños de marcas de café 100% colombiano que se comercializan en canales tradicionales han enfrentado importantes retos para mantener sus volúmenes de venta por cuenta del incremento de precio del grano de origen colombiano.

Debido a lo anterior, el programa se planteó como meta renovar los contratos vigentes y suscribir acuerdos que debían renovarse en 2011 se logró ampliar la vigencia hasta 2013, de todos ellos. Esto significa que hasta la fecha igual número de licenciatarios han decidido mantener su compromiso con el Café de Colombia.

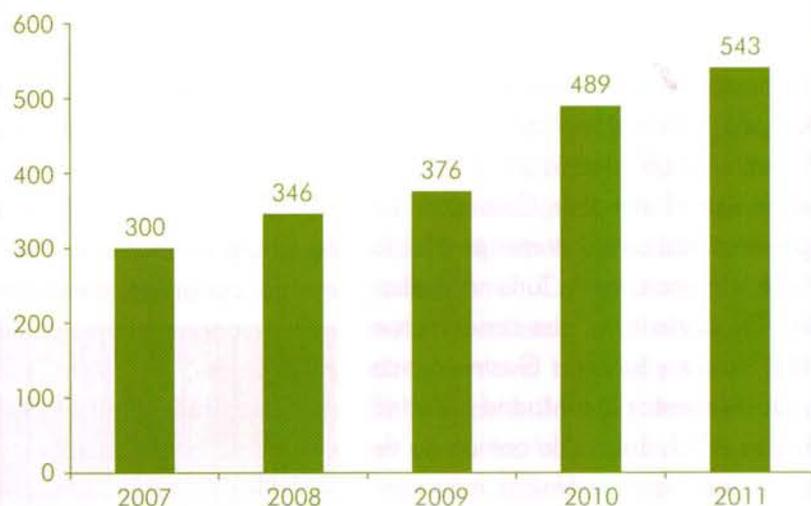
En el marco de la estrategia de penetración de los mercados asiáticos, Corea incrementó el número de marcas pertenecientes al programa café



100% colombiano a través de las bebidas listas para consumir o *Ready to Drink -RTD*, producidas por Coca-Cola bajo la Marca *Georgia-Emerald Mountain* en Corea.

El lanzamiento de esta reconocida marca en uno de los más dinámicos mercados de Asia, representa un importante paso para penetrar este mercado con productos innovadores.

Marcas registradas en el Programa 100% Café Colombiano 2007 - 2011



Igualmente, se destaca la vinculación al Programa 100% de los tostadores lituanos Šviežia Kava, empresa especializada en el canal institucional de hoteles, restaurantes y cafeterías -Horeca, que con su marca propia y con el respaldo del logo Café de Colombia ha iniciado la comercialización de su producto en Bielorrusia, Lituania, Eslovenia y otros países bálticos y eslavos.

Para fortalecer el Programa Café 100% Colombiano, la Federación continuó efectuando actividades de verificación para asegurar que el grano utilizado por las marcas del Programa Café 100% Colombiano sea en efecto café de origen colombiano. Así pues, los elevados estándares de control del origen colombiano son un ejemplo para otros países productores, gracias al grado de precisión y rigurosidad. En efecto, los protocolos

utilizados para el análisis incluyen la aplicación de pruebas físicas y sensoriales tanto a todas las muestras de producto recolectadas directamente del mercado en diferentes territorios, como a aquellas enviadas directamente por los diferentes licenciarios del programa.

En 2011, en Norteamérica se recolectaron 757 muestras, en Europa 235 y en Colombia 558 para un total de 1.550 muestras analizadas por el Laboratorio de Calidades de Almacafé, acreditado con el estándar ISO/IEC 17025 como Laboratorio de Ensayo.



El Programa Café 100% Colombiano continúa defendiendo el Café de Colombia alrededor del mundo

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

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

Estrategia de denominación de 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 a las características del producto, también son viables y aplicables en aquellos territorios en los que se desea proteger el café de origen colombiano.



Denominación de Origen Café de Colombia: en 2010, buscando proteger el origen colombiano en el mercado interno, la Federación fue reconocida por la Superintendencia de Industria y Comercio-SIC y el Organismo Nacional de Acreditación –ONAC como entidad idónea para autorizar el uso de la Denominación de Origen Protegida “Café de Colombia”. Por tal motivo, en el presente año se llevaron a cabo las primeras acciones tendientes a cumplir con dicha obligación. Como primera actividad se invitó formalmente a trilladores y tostadores a formar parte del grupo de industriales autorizados para utilizar la Denominación de Origen en sus productos. Gracias a ello, al finalizar 2012 se espera que la gran mayoría de los

integrantes de la industria interna del café cuenten con la certificación de sus productos y la autorización de uso de esta herramienta legal para la protección del origen.

Denominaciones de Origen Regional: en 2011, la Federación obtuvo significativos avances en su estrategia de promoción y protección de los orígenes regionales, la cual tiene fundamento en la recolección y evaluación de muestras de café que desde 2006 ha venido realizando Cenicafé.

En efecto, los análisis aplicados a numerosas muestras, unido al cuidadoso examen de la incidencia de los factores humanos y ambientales en las características organolépticas del

café proveniente de los departamentos de Nariño y Cauca fueron plasmadas en dos pliegos de solicitud presentadas por separado para la protección de las Denominaciones de Origen Regional “Café de Nariño” y “Café de Cauca” radicadas ante la SIC. Después de una cuidadosa evaluación, la Superintendencia de Industria y Comercio declaró la protección del “Café de Nariño” bajo este esquema profiriendo la Resolución No. 06093 de 2011 y del “Café de Cauca” mediante la Resolución No. 41788 de 2011.

En la Resolución No. 06093 de 2011 la SIC expresó “ (...) la Federación no sólo se integra con los productores del grano, sino que son estos los que dirigen la entidad mediante mecanis-

mos democráticos, de los que participen incluso pequeños productores, lo cual es demostrativo del legítimo interés que le asiste para solicitar la Denominación de Origen”.

Adicionalmente, durante 2011 la Federación elaboró y puso a consideración del Comité Nacional, el Reglamento de Uso de las Denominación de Origen Regional “Café de Nariño”, documento que fue radicado en la SIC y el cual compendia las normas aplicables a su uso, facilitando su protección en el mercado nacional.

Huella espectral del infrarrojo cercano: en su labor de defensa del origen, la Federación conjuntamente con la Universidad de la Rioja de España, desarrolló nuevos protocolos tecnológicos para detectar infracciones al origen del café colombiano y así contribuir a fortalecer la reputación y la lealtad de sus clientes y consumidores nacionales e internacionales.

Estos nuevos desarrollos, cuya realización fue aprobada por el Comité Nacional de Cafeteros, complementan los controles de calidad en puerto realizados a la totalidad del café colombiano de exportación y permiten verificar el cumplimiento de la política de Denominación de Origen.

La tecnología empleada conocida como Espectroscopia en el Infrarrojo Cercano -NIRS (*Near InfraRed Spectroscopy*) proporciona la huella espectral, asimilable a la huella dactilar, que identifica de forma inequívoca la procedencia del café tanto en el ámbito regional como en el mundial.

Para utilizar esta tecnología de punta, Cenicafé desde 2004 inició la construcción de una base de datos compuesta por los espectros de café colombiano de todas las regiones del país y del mundo.

A partir de 2006, la recolección y análisis de los diferentes orígenes se ha realizado con la financiación y cooperación del Banco Interamericano de Desarrollo BID, a través de su Fondo Multilateral de Inversiones -FOMIN que apoya proyectos innovadores.

Además de buscar la protección de la calidad y la reputación del café de Colombia, con la tecnología NIRS se garantiza al consumidor que el café que toma es realmente café colombiano.

Colombia es el país productor de café que más ha avanzado en el desarrollo de políticas de denominación

de origen y en herramientas para su protección. Algunas regiones de Centroamérica, México y Brasil y el Este de África han emprendido iniciativas similares para promocionar sus cafés, pero ninguna de ellas alcanza el grado de precisión y compromiso de las autoridades cafeteras colombianas.

En efecto, en la actualidad Colombia cuenta con una amplia base de datos que permiten que los productores colombianos cuenten con perfiles sensoriales de diferentes regiones del país y diferentes modelos de clasificación por origen. Durante 2011, Almacafé realizó análisis físicos y sensoriales a más de 30 mil muestras en Colombia. Asimismo, en el marco del proyecto de Denominación de Origen, Almacafé evaluó 1.402 muestras en su perfil sensorial y Cenicafé lo hizo bajo la técnica NIRS y contenido de compuestos químicos. Dichas muestras provienen de diversas zonas cafeteras colombianas y algunas de otros países productores de café. Adicionalmente, como ya se mencionó en la sección dedicada al Programa Café 100% Colombiano, en lo corrido del año se se evaluaron 1.550 muestras de café tostado y molido provenientes tanto del mercado nacional como internacional.

Agenda cafetera para el país y el mundo

Avances

en 2011



\$310 mil millones

desembolsó el Gobierno Nacional en 2011 como parte del Acuerdo por la Prosperidad

I Foro Consultivo de Financiación para el sector cafetero

en la OIC para afrontar los riesgos asociados al cultivo de café

La FNC presidió

la VII Reunión del Comité Empresarial Colombia-Japón del Keidanren

37 mil caficultores

producen café bajo los criterios del código 4C

10 millones de euros

en recursos de cooperación internacional para la ejecución de programas en las regiones cafeteras

Un millón de dólares

diarios ejecuta la Federación en sus iniciativas de Sostenibilidad en Acción

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

El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 se firmó a los 19 días de posesionado el Dr. Juan Manuel Santos Calderón como Presidente de la República para el período 2010-2014. Dicho acuerdo establece un marco de política de mediano plazo con miras a lograr la sostenibilidad de los cafeteros y sus familias.

El acuerdo ratifica el papel de la caficultura como capital social estratégico del país, cuya estructura productiva califica de irremplazable e identifica como una alternativa para la generación de empleo y la búsqueda de prosperidad para los habitantes de las zonas rurales.

Con el objeto de irrigar los beneficios a un mayor número de caficultores, durante la etapa de negociación de las prioridades y metas del Acuerdo, se amplió el alcance de los programas de renovación ejecutados por la Federación. Asimismo, se incluyeron nuevos proyectos con base en los objetivos de la administración Santos.

Finalmente, se acordó trabajar en conjunto en torno a los siguientes principios:

- ❑ Consolidar la caficultura como una locomotora que jalone el crecimiento de todo el agro colombiano
- ❑ Erradicar la pobreza en las zonas cafeteras
- ❑ Formalizar el empleo y contribuir a la política de contar al menos, con un empleo formal por familia
- ❑ Mejorar la competitividad de la caficultura colombiana
- ❑ Fortalecer las finanzas del Fondo Nacional del Café

Durante 2011, el Gobierno Nacional apoyó la caficultura colombiana siguiendo los lineamientos planteados por el Acuerdo y en total transfirió recursos al sector cafetero por \$310 mil millones. De este valor \$160 mil millones corresponden a los subsidios por el Incentivo a la Capitalización Rural que contempla el programa de crédito de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para la renovación de cafetales envejecidos.

Debido a las dificultades atravesadas por el sector cafetero por las copiosas lluvias que se presentaron en 2011, el Gobierno Nacional entregó al sector \$57 mil millones con

el fin de mitigar los efectos de la ola invernal. Estos recursos se destinaron a la entrega de apoyos para la fumigación y la fertilización de 161 mil hectáreas de cafetales tecnificados sembrados en variedades no resistentes y edades entre 2 y 7 años, infectados con roya y con posibilidades técnicas de producción.

El Gobierno también apoyó activamente la puesta en marcha del programa de reactivación del sector cafetero. Por medio de un convenio firmado entre la Federación y el Ministerio de Agricultura, se transfirieron \$40 mil millones por parte del Gobierno Nacional para apoyar las labores del Servicio de Extensión, el funcionamiento de las cooperativas de cafeteros y la garantía de compra, la investigación en café, los programas de cafés especiales y el Programa de Competitividad.

Adicionalmente, debido a la importancia que reviste la tecnificación de los cultivos, la Ley 1420 de 2010 por medio de la cual se estableció el presupuesto general de la Nación para la vigencia 2011, en su artículo 81 facultó al Gobierno Nacional para transferir directamente al FoNC \$40 mil millones con miras a financiar los gastos del Servicio de Extensión. Igualmente, se desembolsaron

\$10 mil millones correspondientes al Incentivo a la Asistencia Técnica-IAT, los cuales se utilizaron para la contratación de 333 técnicos que prestaron asistencia técnica a los beneficiarios del Programa PSF.

También en 2011, el Gobierno apoyó la ejecución del Programa de Silvicultura cofinanciado por KfW, al cual contribuyó con \$8.000 millones, así como el desarrollo de las investigaciones sobre genoma del café adelantadas por Cenicafé aportando \$5.000 millones.

Con los aportes anteriores el Gobierno Nacional reafirma su compromiso con el sector cafetero. Por su parte, la Federación logra incrementar la competitividad de esta actividad y fortalecer los espirales virtuosos, tanto sociales como económicos, que se generan a partir del cultivo del grano.

Impactos derivados del APC 2010-2015: la puesta en marcha del Acuerdo tendrá un impacto positivo en el ingreso de las familias cafeteras y el recaudo por contribución cafetera. Igualmente, tendrá efectos sobre la economía regional y el recaudo de impuestos de carácter nacional, que beneficiarán a toda la población colombiana.



Estimaciones realizadas por la Federación indican que como resultado de la tecnificación y la inclusión de nuevas áreas, y teniendo en cuenta los efectos en productividad asociadas al incremento en el régimen de lluvias para los próximos años, la cosecha cafetera alcanzará niveles que se encuentran dentro de los promedios históricos para el país.

De la mano, se presentará un aumento en la fracción de las exportaciones representadas en cafés especiales. Igualmente, se espera que al menos el valor de la cosecha se duplique y el ingreso a toda la cadena de valor cafetera se dupliquen.

Con el cumplimiento de las metas de producción, también se generarán para 2015 más de 100 mil empleos directos nuevos. Por su parte, los recaudos fiscales incrementarán y el Fondo Nacional del Café mejorará su recaudo por contribución cafetera.

\$310 mil millones para el sector cafetero a través del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

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

Durante 2011, en cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos ante el Congreso de la República, la Federación estuvo atenta del curso de los proyectos de ley que afectan directa e indirectamente a la caficultura nacional. A continuación se presentan algunos de ellos:

Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropriaciones para 2011: por medio del artículo 81 de la Ley 1420 de 2010 se autoriza al Gobierno Nacional para transferir al Fondo Nacional del Café recursos provenientes del Presupuesto General de la Nación, siempre y cuando dichos recursos se destinen a fortalecer la sostenibilidad del ingreso de los caficultores y sus familias. Gracias a ello, el FoNC recibió una transferencia por \$40 mil millones para financiar la nómina del Servicio de Extensión.

Plan Nacional de Desarrollo: la Ley 1450 de 2011 por medio de la cual se expide el Plan de Desarrollo Nacional 2010-2014 trata varios temas relacionados con el sector agrícola en los cuales existen posibilidades de acción para la Federación. Este es el caso del Subsidio Integral

de Reforma Agraria, que puede cubrir hasta un 100% el valor de la tierra y del valor del establecimiento de proyectos productivos de acuerdo con las necesidades del beneficiario. Esta Ley también contempla temas relacionados con la trazabilidad de los productos, las prácticas agrícolas, el comercio ilegal de productos y la generación de mayor información para disposición de los consumidores, entre otros.

Reforma al Sistema General de Seguridad Social en Salud: por medio de la Ley 1438 de 2011 se indica que los trabajadores temporales o jornaleros con salarios inferiores a un salario mínimo mensual podrán continuar en el régimen subsidiado. Por su parte, su patrono deberá efectuar los aportes correspondientes a salud al Fosyga en vez de al régimen contributivo. Esta disposición afecta en gran medida la actividad cafetera por cuanto esta se realiza con una fracción importante de mano de obra contratada en tiempos parciales, especialmente durante la época de recolección. La Federación considera que esta Ley aporta en gran medida al cuarto principio del Acuerdo por la Prosperidad 2010-2015, el cual se encuentra dirigido a la formalización del empleo rural.

Otras leyes y reformas: dentro de la agenda legislativa de 2011 se encuentran otras leyes y artículos que afectan de manera directa o indirecta a la Federación y/o al sector cafetero. Así, en representación de los intereses de los cafeteros colombianos, el gremio realiza un cuidadoso seguimiento a otros proyectos de ley como: la Ley 1421 de 2010 que presenta disposiciones para la convivencia y la eficiencia de la justicia, la Ley 1425 de 2010 referente a acciones populares en su artículo 88, la Ley 1429 de 2010 relacionada con la formalización del empleo, y la Ley 1474 que dispone el estatuto anticorrupción. El análisis de todas estas reformas es de gran importancia para la Federación por cuanto involucran temas de interés para el desempeño futuro de la caficultura colombiana y el funcionamiento del gremio.

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Organización Internacional del Café

Nuevo director ejecutivo: durante el 107° Período de Sesiones de la OIC, en un gesto que ratificó el espíritu de consenso en la toma de decisiones, consagrado en el Acuerdo Internacional del Café -AIC 2007, el Consejo Internacional del Café, máximo órgano decisorio de la OIC, eligió por unanimidad, al señor Robéiro Oliveria Silva, como su Director Ejecutivo, para un período de cinco años que concluye en 2016.

El señor Oliveria Silva, con 18 años de experiencia en el sector cafetero, es un economista que ha trabajado en cargos de alta responsabilidad relacionados con el sector agrícola. Asimismo fue Director Ejecutivo de la Organización de Países Productores de Café-OPPC y, en los últimos años se ha desempeñado como Director del Departamento de Café del Ministerio de Agricultura de Brasil.

Creación de comités: con el objeto de asegurar el correcto y eficiente funcionamiento de la OIC, y para facilitar la toma de decisiones en el seno del Consejo Internacional del Café, el AIC-2007 creó cuatro comités: Proyectos; Finanzas y Administración; Estadísticas; y Promoción y Desarrollo del Mercado, los cuales cuentan con la participación mayoritaria

de los países productores. Colombia aseguró su puesto e inclusión en todos ellos, buscando garantizar en los escenarios pertinentes, los intereses y sostenibilidad de la actividad cafetera, que proporciona el sustento a 563 mil cafeteros y de sus familias.

Los países consumidores participan también en los comités y lo hacen en forma muy activa. En ellos se destacan las delegaciones de los Estados Unidos, la Unión Europea y Suiza. Durante el año cafetero 2011-2012 se buscará la participación de la delegación de Turquía, recientemente vinculada al AIC 2007, con el objeto de mejorar el entendimiento de las dinámicas del mercado y las tendencias de consumo presentes en los denominados países emergentes para el café.

Foro Consultivo de Financiación para el Sector Cafetero: en el mes de septiembre se realizó el primer foro de este tipo, el cual es un nuevo elemento introducido a partir de la puesta en marcha del AIC-2007. Este foro se encuentra diseñado para afrontar los retos relacionados con el manejo del riesgo en el sector cafetero, en especial en favor de la sostenibilidad económica de las pequeñas

y medianas explotaciones cafeteras.

En este foro se discutieron temas relativos al manejo del riesgo asociado a la volatilidad del precio del café, el cual dificulta la generación de empresas cafeteras sostenibles y rentables. Se exploraron posibles instrumentos para el manejo del riesgo como la introducción de nuevos tipos de contratos entre tostadores, cooperativas y productores.

Se pone en marcha el Foro Consultivo de Financiación para el Sector Cafetero para afrontar los riesgos asociados al cultivo de café

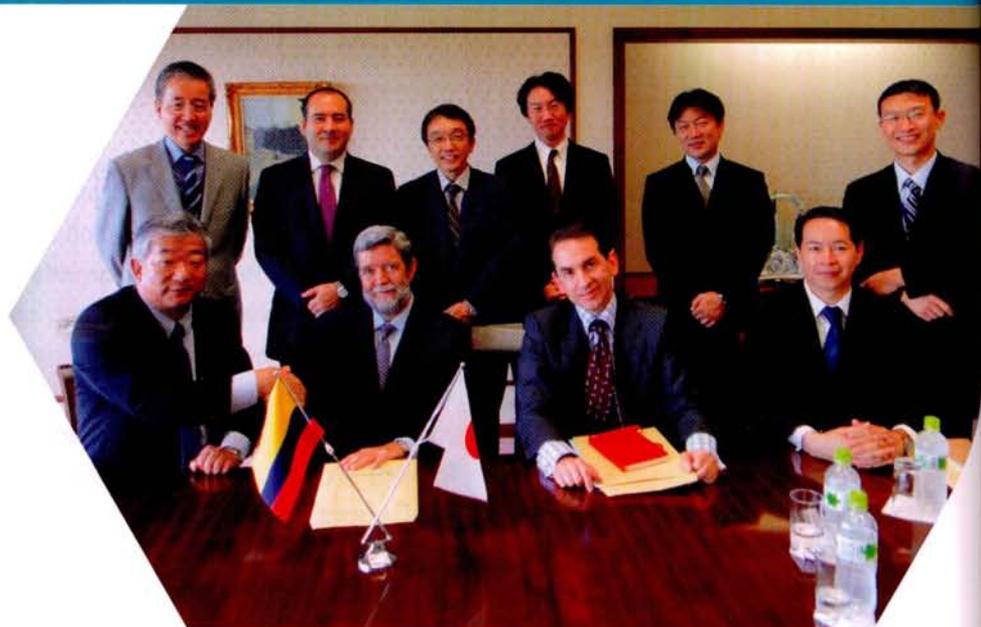
Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

Comité Empresarial Colombia-Japón del Keidanren

Como parte de la delegación de empresarios colombianos que acompañó al Presidente Juan Manuel Santos en su primera visita al Japón, la Federación presidió la VII Reunión del Comité Empresarial Colombia-Japón del Keidanren.

Este Comité fue creado en 1990 con el objeto de promover iniciativas conjuntas del sector privado, en beneficio de los dos países. Por Colombia, y desde su fundación, le ha correspondido el honor de presidir el Comité Empresarial al Gerente General de la Federación. Por el Japón, debido a su intensa actividad comercial e industrial tal honor le corresponde al Señor Yorihiro Koji-



ma, Presidente de la Junta Directiva de Mitsubishi Corporation. En esta ocasión la reunión contó con la presencia de más de 120 importantes empresarios del sector privado de los dos países, y funcionarios oficiales de ambos Gobiernos, dentro de los cuales se encontraron el Ministro de Comercio Sergio Diazgranados y la Ministra de Relaciones Exteriores María Ángela Holguín.

Entre los variados resultados de esta reunión se determinó una agenda de oportunidades de comercio e inversión entre empresarios de Japón y Colombia. Igualmente, se firmó un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones-BIT entre Japón y Colombia. Y se solicitó a los dos gobiernos comenzar las ne-

gociaciones de un Acuerdo de Asociación Económica con el fin de mejorar las oportunidades de negocio entre los dos países.

La próxima reunión del Comité, se llevará a cabo en 2013 en Bogotá, para hacer seguimiento de las recomendaciones hechas por el sector empresarial de ambos países.

Gracias a la estrecha relación entre los empresarios de Colombia y Japón, promovida por la Federación, se firmó un Tratado de Inversión Bilateral entre ambas naciones

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Negociaciones comerciales

La Federación Nacional de Cafeteros ha venido acompañando al Gobierno Nacional en las negociaciones con diferentes países encaminadas a lograr acuerdos que permitan al país contar con condiciones de acceso más favorables para los productos nacionales. Con este acompañamiento se han identificado y salvaguardado los intereses de los productores, logrando condiciones de acceso preferenciales en los mercados con los que se ha suscrito algún tipo acuerdo comercial.

A continuación se presentan los resultados alcanzados durante 2011:

- ❑ **Unión Europea:** las negociaciones para lograr el Acuerdo de Libre Comercio finalizaron, después de 9 rondas, en el primer semestre del 2010, pero sólo hasta mediados de este año el texto fue aprobado por el Consejo de la Unión Europea. En las conversaciones el café colombiano logró consolidar las preferencias arancelarias que en materia de acceso la Unión Europea. Al finalizar 2011 quedó pendiente la presentación del tratado al Parlamento Colombia para su ratificación.
 - ❑ **Corea del Sur:** en octubre y en el marco de la negociación de un Tratado de Libre Comercio con este país asiático se realizó la V Ronda de Negociaciones en Seúl durante el mes de octubre. Dicha ronda se llevó a cabo posterior a la visita oficial del Presidente Santos, lográndose avances de relevancia para un próximo cierre previsto en 2012. En las negociaciones se ha buscado el acceso real e inmediato al país asiático y una norma de origen para los productos de café colombiano.
 - ❑ **Turquía:** la Ronda de Negociación para un Tratado de Libre Comercio con esta nación trajo consigo importantes logros para la caficultura colombiana y sus productos, mediante la obtención de acceso inmediato libre de aranceles para el café colombiano.
 - ❑ **Estados Unidos:** el Tratado de Libre Comercio fue aprobado en octubre por el Congreso del país an-
 - ❑ **EFTA:** en julio entró en vigor el Tratado de Libre Comercio con Suiza y Lichtenstein cuyas negociaciones se cerraron en 2008. Noruega e Islandia aún se encuentran en el proceso de aprobación por parte de sus parlamentos.
- gloparlante luego de cuatro años de cierre de las negociaciones. En dicha aprobación, resultó clave la participación del Dr. Gabriel Silva, Embajador de Colombia en ese país. Con ello se provee certeza jurídica al acceso del café colombiano al mercado norteamericano de manera inmediata y sin ninguna carga arancelaria. Se prevé que el acceso preferencial a este mercado se obtendrá a partir del segundo semestre de 2012.

Los TLC con Estados Unidos y Europa, los mercados más importantes para el café de Colombia, ya son una realidad

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Código común para la Comunidad Cafetera - "4C"

La Asociación del Código Común de la Comunidad Cafetera - 4C cumple cinco años de operación en diciembre de 2011, período durante el cual ha logrado involucrar en torno de la sostenibilidad de la actividad a caficultores provenientes de Asia, África y América Latina. Gracias a ello, el potencial de producción de cafés tipo 4C supera los ocho millones de sacos a escala mundial. Adicionalmente, la Asociación cuenta hoy en día con 151 miembros que representan los distintos eslabones de la cadena de valor del café.

En el caso de Colombia, existen 37 mil productores que cumplen con las exigencias del código, los cuales generan una producción potencial cercana a los tres millones de sacos. Este nivel de oferta ubica al país como el líder del suministro de cafés tipo 4C a escala mundial por encima de Brasil (1.971.000 sacos) y Vietnam (1.494.000 sacos).

En 2011 para hacer frente a las cambiantes circunstancias del mercado cafetero internacional la Asociación adaptó y modificó su modelo de operación en forma significativa, de esta manera, se avanzó en la transición de un modelo basado en la oferta a uno centrado en la demanda de cafés sostenibles. Firmas tostadoras y comercializadoras como



Nestlé, Kraft y Tchibo han anunciado un aumento significativo de sus compras de café 4C y han señalado públicamente que utilizarán este código como su línea de base de sostenibilidad, lo cual ha creado un respaldo muy importante para las actividades de la Asociación.

La Asociación ha venido adelantando estudios y diálogos con todos los actores de la cadena cafetera sobre temas de gran interés para ellos, tales como el cambio climático, la equidad de género y el uso sostenible de los pesticidas. Se han organizado importantes seminarios sobre sostenibilidad cafetera en Brasil, Colombia y Guatemala. En el caso de Colombia se avanza en un proyecto con el certificado UTZ. Por otra parte, se ha avanzado en proyectos innovativos como la biblioteca de herramientas 4C que facilita el ac-

ceso al conocimiento a todos los interesados en la sostenibilidad.

Otra noticia importante es la relacionada con la aceptación de la Asociación 4C como miembro de la Alianza ISEAL, entidad que agrupa a las organizaciones líderes a escala mundial en la definición de estándares sociales y ambientales. Este es un reconocimiento al rigor y a la seriedad con la cual la Asociación adelanta sus actividades.

37 mil
caficultores
colombianos
producen café bajo
los criterios
del código 4C

Defensa del patrimonio marcario de los caficultores colombianos

En 2011, se mantuvo la estrategia proactiva de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos en todo el 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 detectados y las acciones legales.

Durante el año se detectaron 25 infracciones alrededor del mundo, principalmente de las marcas Juan Valdez y el logo de Café de Colombia. Los infractores recibieron cartas de reclamo y en los casos que así lo ameritaron se presentaron demandas civiles con solicitud de medidas cautelares y la interposición de denuncias penales por el delito de usurpación marcaria. Los resultados de estas acciones han sido en general exitosos, pues o bien se suspendió la conducta o se comenzó un proceso de retiro del mercado de los productos que utilizan las marcas en cuestión sin autorización.

Unos de los tantos ejemplos exitosos son los de Java Medic en Estados Unidos, con su café Colombian Premium Roast-CPR o el de Paraguas Alto Impacto en Colombia, que producía sombrillas con la marca Juan

Valdez. En ambos casos, tras el envío de cartas de reclamo se logró que las empresas descontinuaran el uso no autorizado de los derechos de propiedad intelectual del FoNC.

Asimismo en 2011, la FNC adoptó varias medidas defensivas para proteger el patrimonio marcario del FoNC alrededor del mundo, mediante la interposición de oposiciones, acciones de cancelación y acciones de nulidad en contra de signos distintivos de terceros que pueden ser similares a los del FoNC o que pretenden aprovecharse de su prestigio. Vale la pena destacar que durante el año se presentaron 29 oposiciones al registro de marcas con calificativos alusivos al café colombiano.

Así mismo, la FNC ha encaminado esfuerzos para llegar a acuerdos de coexistencia marcaria, una medida económica y eficiente adoptada principalmente en los casos en los que existen derechos de terceros anteriores a los del FoNC que pueden impedir su protección o cuando hay intereses mutuos. En el año 2011, se llegó a dos acuerdos de esta naturaleza, uno de los cuales tiene alcance internacional.

Dentro de las acciones legales más notorias se encuentran las adelantadas en contra de La Huerta de Juan

Valdés en España, resuelta a favor de los intereses de los cafeteros colombianos y que tuvo gran despliegue publicitario en los diarios ibéricos. Igualmente, se llegó a un acuerdo de coexistencia de alcance mundial con la empresa bielorrusa Karavan, para efectos de impedir el registro de la marca Papa de Columbia ante la OMPI, Bielorrusia, Bulgaria, Lituania y Rumania.

En cuanto a los registros marcarios, se presentaron 56 nuevas solicitudes de marca en Colombia y en el exterior, entre las cuales se destaca la marca Emerald Mountain cuya consolidación se efectúa en el ámbito de los países del Pacífico asiático, principalmente.

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 la gestión de recursos

La Federación se ha posicionado en el ámbito nacional e internacional como una de las ONG de desarrollo rural más importantes. Para ello, cuenta con metodologías de trabajo que le permiten garantizar el uso eficiente de los recursos de inversión y ejecutar los proyectos de manera transparente en asocio con las comunidades cafeteras beneficiarias. Gracias a lo anterior, además de los acuerdos alcanzados con el Gobierno Nacional y las entidades gubernamentales del orden departamental y municipal, es importante destacar que la Federación mantiene alianzas con diversos socios internacionales.

Durante 2011 se firmaron acuerdos para la ejecución de nuevos programas de inversión social por €10,1 millones (\$26 mil millones) adicionales. Dentro de los más importantes se encuentra el convenio suscrito con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID y la Fundación Humanismo y Democracia para la ejecución del proyecto "Huellas de Paz". Las inversiones totales estimados durante el proyecto ascenderán a €5,9 millones (\$15 mil millones) destinados al incremento del capital social y a la competitividad en las zonas rurales de Cauca, Nariño, Valle y Antioquia.



El proyecto FedeNest financiado por la Federación y Nestlé, destinado a la implementación de mejores prácticas agrícolas en el Valle del Cauca, asciende a €2,2 millones (\$5,7 mil millones). Por su parte, el proyecto Progreso cuenta con €1,41 millones (\$3,6 mil millones) para impulsar la sostenibilidad y la creación de capacidades locales en Cauca y Nariño.

Mediante la gestión de recursos provenientes de entidades de cooperación nacional e internacional, la Federación ha logrado apalancar 1:4. Así, por

cada peso aportado por la institucionalidad cafetera, mediante la ejecución de los proyectos de inversión en los proyectos iniciados en 2011, se obtuvieron aportes por \$4 adicionales.

Los esfuerzos efectuados por atraer recursos de cooperación internacional con el fin de incrementar la inversión social en el sector cafetero colombiano no son nuevos. El gremio ha logrado alianzas con 42 socios internacionales provenientes de 12 países en Europa, Norte América y Asia para la realización de 49 pro-

10 millones de euros para programas de inversión social en alianza con entidades internacionales

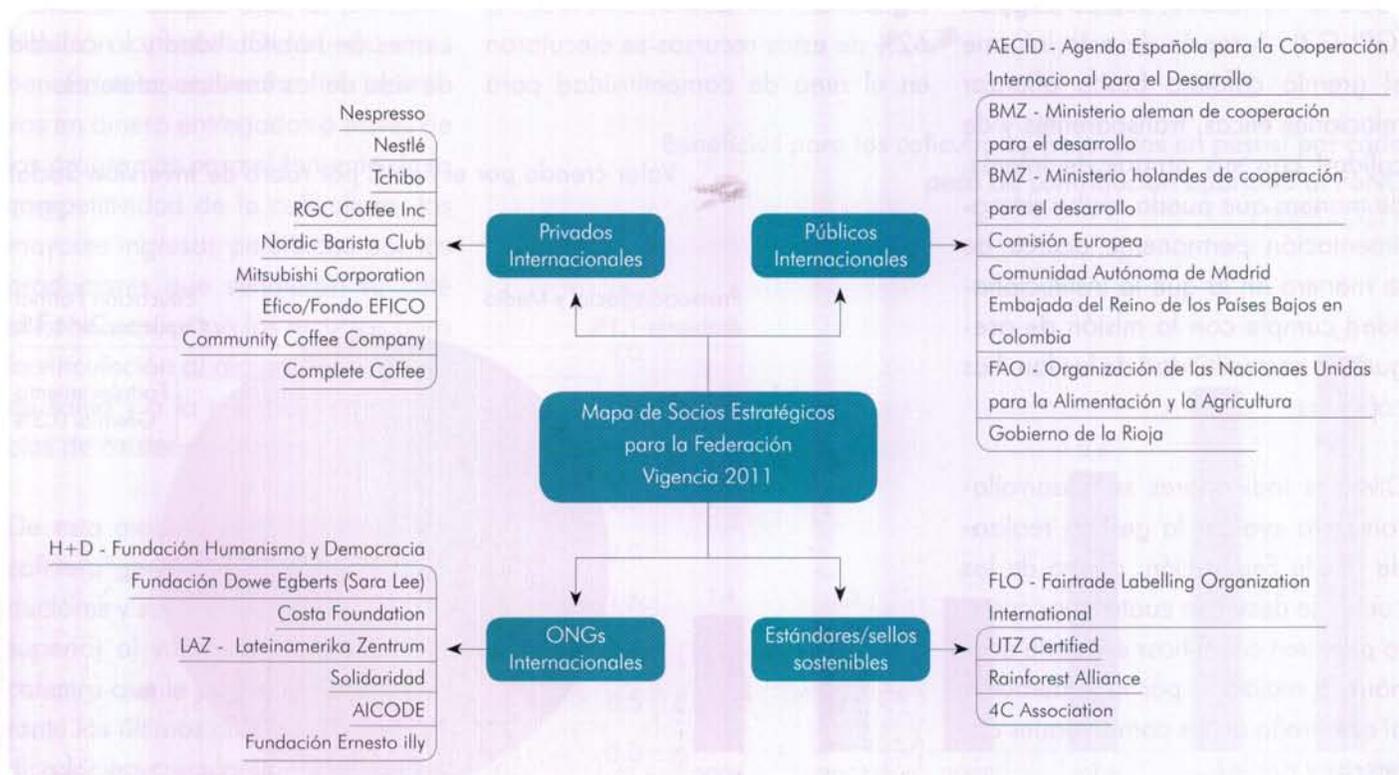
yectos de desarrollo social. Así, se han forjado alianzas con entidades internacionales del sector público y privado. Dentro de estas últimas se encuentran diversas empresas dedicadas a la comercialización y el procesamiento del café, ONG y entidades que desarrollan estándares y códigos de verificación para el cultivo del café.

Los recursos destinados a dichos proyectos entre el periodo 2001 y 2011

ascienden a €70 millones (\$182 millones), los cuales han permitido asistir a más de 200 mil familias. Valga la pena destacar que estas acciones han brindado especial atención a la población rural cafetera más vulnerable así como aquellas comunidades productoras de café afectadas por el conflicto armado. En muchos casos se ha fomentado el cultivo del café bajo diversos estándares que propenden por la sostenibilidad de la actividad, generando alternativas

de ingreso viables entre las comunidades más necesitadas. Asimismo, se han ejecutado iniciativas donde la mejora del nivel educativo y la infraestructura educativa a nivel rural es primordial, o proyectos para la implementación de modelos agroforestales con miras a la conservación de la biodiversidad presente en las zonas cafeteras. Hacia el futuro, la Federación continuará estrechando los lazos de cooperación para fortalecer el desarrollo rural en Colombia.

Aliados estratégicos internacionales de la Federación de Cafeteros de Colombia



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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Sostenibilidad en Acción

En junio de 2011 la Federación publicó su primer Informe de Sostenibilidad en Acción, que presenta las acciones que el gremio ha desarrollado en torno a la sostenibilidad de la actividad y la industria cafetera durante el período 1927-2010. Adicionalmente, este informe incluye un recuento de la historia organizacional, así como sus logros.

El informe es producto de un gran esfuerzo en el que participaron todas las áreas de la organización, y los mismos productores, para responder a los criterios de elaboración establecidos por el estándar internacional del Global Initiative Report (GRI-G3). A través de este informe el gremio cafetero busca afianzar relaciones éticas, transparentes y de calidad con sus grupos de interés, de manera que pueda recibir retroalimentación permanente acerca de la manera en la que la institucionalidad cumple con la misión de asegurar la sostenibilidad de las familias cafeteras.

Diversos indicadores se desarrollaron para evaluar la gestión realizada por la Federación, dentro de los cuales se destacan cuatro, por cuanto permiten cuantificar el aporte económico realizado por la Federación al desarrollo de las comunidades cafeteras y rurales.

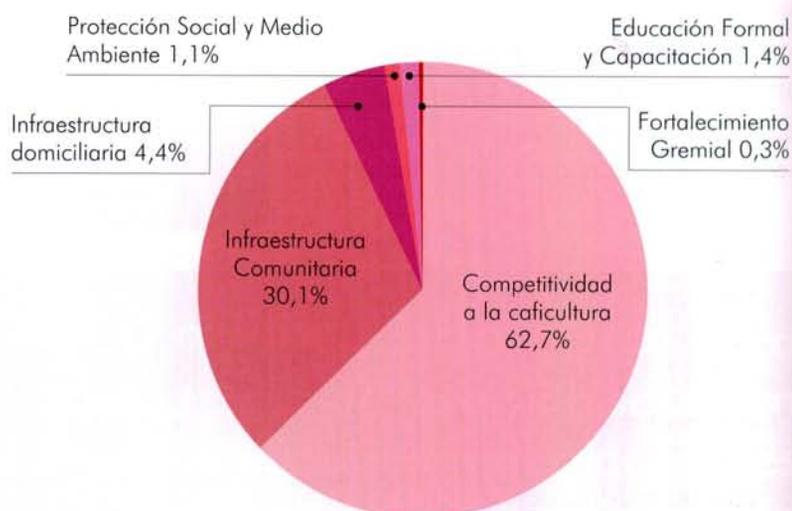
Valor creado por el FoNC: este indicador mide el éxito de la FNC en la constitución de alianzas estratégicas con diversas entidades para la gestión de recursos de inversión, apalancada en activos institucionales intangibles tales como su capacidad de gestión y la transparencia, eficacia y eficiencia en la ejecución de recursos. En 2011, la Federación ejecutó recursos por \$936 mil millones provenientes de la institucionalidad cafetera, los gobiernos nacional y regional y la cooperación nacional e internacional.

Para promover la sostenibilidad del ingreso de las familias cafeteras, el 62% de estos recursos se ejecutaron en el área de competitividad para

la caficultura. Dentro de este rubro vale la pena destacar los las inversiones realizadas a través de los programas de Competitividad; Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, y el Plan de Emergencia para la Ola Invernal.

Igualmente, los recursos aportados por el FoNC ayudaron a apalancar inversiones importantes para la construcción de infraestructura comunitaria (30%), rubro a través del cual se ejecutan proyectos de mantenimiento vial y mejoramiento de infraestructura en el sector rural. El tercer gran rubro de inversión corresponde a la infraestructura domiciliaria (4,4%), fundamental para mejorar las condiciones de habitabilidad y la calidad de vida de las familias cafeteras.

Valor creado por el FoNC por rubro de Inversión Social 2011



Apalancamiento de la gestión:

las alianzas establecidas permiten incrementar los recursos disponibles para el desarrollo de programas de inversión social por parte del FoNC. Gracias a ello, en 2011, el indicador de apalancamiento de los recursos del Fondo fue 1:6,8 indicando que por cada peso proveniente del FoNC, se gestionaron \$6,8 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación.

Beneficios para los caficultores:

este indicador mide la eficiencia de la Federación en la prestación de servicios al cafetero como contraprestación de sus aportes por contribución cafetera. Dentro de estos beneficios se encuentran los incentivos en dinero entregados a través de los programas para el fomento de la competitividad de la caficultura, 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 servicios de asistencia técnica.

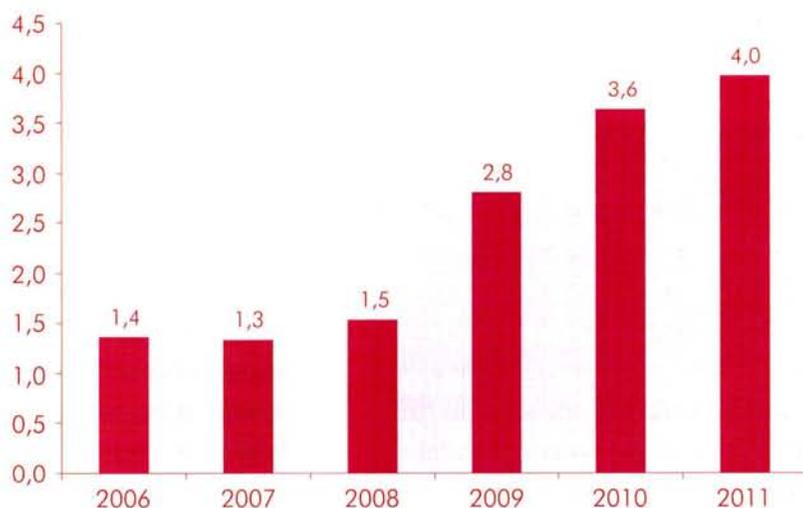
De esta manera la institucionalidad cafetera genera valor para los productores y sus familias por un monto superior al valor de la contribución cafetera que le pagan al Fondo. Durante los últimos cuatro años este indicador ha crecido significativamen-

te. Así mientras entre 2006 y 2010 por cada peso de contribución cafetera un cafetero recibía beneficios directos por \$2,1 en promedio, en 2011 cada peso contribuido por los cafeteros fue multiplicado cuatro veces por la Federación.

Sostenibilidad en acción: para la Federación, las labores en el ámbito de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad social, ambiental y económica de la comunidad cafetera son prioritarias. Por ello, este indicador hace comparable la gestión de la Federación con la realizada por otras organizaciones que ejecutan programas similares. El resultado de

este indicador para el año 2011 indica que la Federación es uno de los principales actores en el mundo rural, si se compara el volumen de ejecución de recursos que realiza frente a los recursos ejecutados por otras ONG rurales del mundo. En efecto, en 2011, se ejecutaron programas en los pilares de Sostenibilidad en Acción por USD 408 millones. Este monto equivale a inversiones que ascienden a algo más de USD 1 millón diario en programas para el fortalecimiento de la productividad y la calidad del café, el mejoramiento de la calidad de vida, la protección del medio ambiente y el acceso a las tecnologías de información.

Beneficios para los caficultores (valorados en pesos) por cada peso de contribución aportado al FoNC
2006 - 2011



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

Apoyo a la reestructuración cafetera en Haití

A raíz del sismo acaecido en Haití el 12 de enero de 2010, el cual causó la muerte a más de 300 mil personas, dejó heridos a un número similar y convirtió en damnificados a cerca de 1,5 millones de personas, el Banco Interamericano de Desarrollo-BID en alianza con el ex-Presidente de Estados Unidos Bill Clinton y la Federación de Cafeteros están evaluando alternativas para dinamizar la economía rural y las condiciones de vida de las familias campesinas del país caribeño. Con ello la Federación se suma a los esfuerzos hemisféricos para la recuperación de dicho país.

En este contexto, un representante de la Federación visitó la isla entre el 25 y el 28 de febrero de 2011 con el objetivo de generar un diagnóstico general de la actividad cafetera y estudiar posibles alternativas para el diseño de un programa encaminado a la reestructuración de la caficultura haitiana.



En Haití el café es un cultivo significativo en el campo económico puesto que es fuente de ingresos para más de 100 mil productores. Adicionalmente, debido a que la mayoría de las áreas están sembradas con baja exposición solar, los cafetales cuentan con una numerosa cantidad de árboles de sombrío, lo que resulta especialmente relevante en el ámbito ecológico, en un país donde la deforestación ha alcanzado niveles críticos. Se calcula que actualmente menos del 1,5% de la superficie terrestre del país se encuentra forestada.

Los desafíos para la caficultura haitiana son amplios. La producción de café ha disminuido continuamente desde la década de 1970 y las dificultades para contrarrestar esta tendencia han tenido consecuencias negativas en las condiciones de vida

de miles de hogares dedicados a la actividad.

En su visita, el representante de la Federación se reunió con funcionarios del Banco Interamericano para el Desarrollo, el Ministerio de Agricultura de Haití y el Instituto Nacional del Café de Haití, con los cuales estudió la situación actual de la caficultura haitiana. Igualmente, visitó la población de Baptiste y los cultivos y cooperativas cafeteras aledañas. Hacia el futuro, la Federación espera convertirse en un aliado estratégico para la reestructuración de la caficultura haitiana, brindando un acompañamiento general para el desarrollo exitoso de este proyecto. Con ello, la Federación también espera posicionarse como un aliado de las entidades internacionales en la lucha contra la pobreza rural.

La Federación apunta a convertirse en un aliado de las entidades internacionales para la reducción de la pobreza rural

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Paisaje Cultural Cafetero

El Paisaje Cultural Cafetero-PCC, proyecto liderado por la Federación y el Ministerio de Cultura, fue incluido en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO en su sesión de junio 25 de 2011. El Comité de Patrimonio Mundial de esta organización multilateral consideró entre otros factores, la excepcionalidad de la región en cuanto a la conformación de un paisaje cultural, sostenible y productivo que se adapta a unas características geográficas y naturales únicas en el mundo, alrededor de la cual se ha desarrollado una cultura y un capital social sin comparativo en otro lugar del mundo donde se cultive café. Dentro de los aspectos tenidos en cuenta se destaca la presencia de la institucionalidad cafetera, como un actor de gran importancia para la conformación de este paisaje.

Este importante reconocimiento es resultado del trabajo colectivo de diferentes instituciones regionales de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle dentro de las cuales destacan las alcaldías, gobernaciones, corporaciones autónomas regionales, las universidades y los Comités Departamentales de Cafeteros que realizaron un profundo proceso de investigación y socialización de la iniciativa entre la comunidad. También generaron la documentación necesaria

de selección de las zonas que hacen parte del proyecto. Asimismo, participaron en la formulación del Plan de Manejo del PCC con sus respectivos indicadores, los cuales están completamente alineados al Plan Estratégico de la Federación 2008-2012.

Vale la pena destacar que gracias a la dedicación de más de una década, la FNC consolidó un expediente señalado por UNESCO como modelo digno de seguir por parte de otras regiones que aspiren a ser reconocidas como Patrimonio Mundial.

El PCC está conformado por 47 municipios y 411 veredas de los departamentos del eje central cafetero. El beneficio de este reconocimiento, sin embargo, se extiende a todo el Café de Colombia al permitir destacar a

clientes y consumidores que detrás del café colombiano hay un modelo e institución excepcional que aporta todos los días a construir sostenibilidad y paz.

El PCC adicionalmente apoya la estrategia de generación de valor agregado de la Federación. Este es sin duda un complemento, desde el punto de vista conceptual, para vincular al productor y al consumidor con orígenes específicos del café que despierten una mayor emotividad.



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

Agenda cafetera para el país y el mundo

Programas para la atención de población en condición de vulnerabilidad

Colombia Cafetera Sostenible: este proyecto busca desarrollar en la Serranía del Perijá (Cesar), condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la convivencia pacífica, el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza y el ejercicio pleno de sus derechos.

El proyecto, cuya ejecución inició en septiembre de 2009, se suscribió en el marco de la estrategia de Alianzas Público-Privadas para la financiación de proyectos de la Embajada del Reino de los Países Bajos en Colombia. Por un período de tres años hasta 2012, Colombia Cafetera Sostenible articulará las acciones de la Federación, la Fundación Douwe Egberts, la Gobernación del Cesar y cinco alcaldías del departamento en la zona de influencia del proyecto.

Esta iniciativa gestiona acciones en beneficio de 600 familias adicionales al centenar inicialmente cubiertas por el proyecto y las cuales han sido afectadas por la violencia armada, así como un alto grado de vulnerabilidad, pobreza y miseria.

Este proyecto cuenta con recursos por \$8.988 millones, de los cuales durante 2011 se ejecutaron \$5.700 millones. A través de estas inversio-



nes se conformaron 32 Comités Veredales de Cafeteros y se capacitaron 32 gestores de convivencia, quienes a su vez capacitan a las familias beneficiarias en las temáticas de convivencia pacífica, buen gobierno y resolución de conflictos.

Como resultado de lo anterior, las familias firmaron el gran manifiesto por la convivencia armónica, a través del cual la comunidad se compromete a adoptar mecanismos de diálogo sincero y abierto que conduzcan a solucionar cualquier tipo

de conflicto a través de medios pacíficos, constructivos y propositivos.

Las familias beneficiarias recibieron capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas-BPA's y obtuvieron apoyo para la renovación de 700 hectáreas de café, el establecimiento de 800 hectáreas de cultivos de pancoger para la seguridad alimentaria de las poblaciones y la protección de mil hectáreas de bosque. Adicionalmente, gracias a las acciones realizadas desde comienzos del proyecto, 347 cafeteros obtuvieron la certificación UTZ.

\$5.700 millones fueron invertidos en 2011 para apoyar a la población afectada por la violencia

Huellas de Paz: este proyecto tiene por objeto mejorar la estabilización social e integración de grupos étnicos afectados por el conflicto armado a través del acceso al agua potable, la generación de ingresos y la sostenibilidad ambiental en comunidades rurales asentadas en 22 municipios de los departamentos de Cauca, Nariño, Valle del Cauca y Antioquia.



La Federación 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 firmaron el convenio de cooperación en abril de 2011 para fortalecer el arraigo y el desarrollo sostenible de 18.869 personas.

El proyecto se ejecutará durante cuatro años, durante las vigencias 2011 a 2014, con una inversión proyectada equivalente a €5,9 millones (\$15 mil millones), de los cuales €3,7 millones (\$9,6 mil millones) corresponden a aportes de la cooperación española y €2,2 millones (\$5,7 mil millones) son recursos de origen local.

De estos recursos, durante la presente vigencia se destinaron cerca de €654 mil (\$1,7 mil millones) para la

ejecución de varias acciones entre las que se destacan la puesta en marcha de un Sistema Integrado de Gestión Rural -SIGR y las actividades encaminadas a la implementación de un programa sobre Cultura de Paz, en el cual se capacita a los campesinos en conocimientos, competencias y destrezas que los conduzca a su empoderamiento y al fortalecimiento de su condición de ciudadanos activos. Igualmente, se construyó un sistema de medición económica del Capital Social que permita el análisis de la efectividad de las intervenciones sociales.

Asimismo, se realizaron diversas obras de infraestructura tendientes a la mejora de las condiciones de salubridad de las familias cafeteras por medio del suministro de agua potable, y la construcción de una planta de trata-

miento de agua y un acueducto para el municipio de Betulia (Antioquia). Otras de estas obras se encuentran dirigidas a fortalecer la productividad en las fincas, tales como la instalación de trampas de grasa, la construcción de secadores solares, tanques tina para el beneficio ecológico del café y de fosas para la recolección de pulpa del café para minimizar su impacto en las fuentes de agua.

5,9 millones de euros
serán destinados a la estabilización de **19 mil personas** afectadas por el conflicto armado

Eficacia, legitimidad y democracia



Avances

en 2011

2.742

miembros gremiales participaron
en el programa Fortalecimiento
de Liderazgo Gremial

3.320

colaboradores participaron en 8 cursos de
capacitación virtual sobre temas institucionales

Cafeteros de **80** municipios comercializan su
café a través de Cooperativas de Caficultores
integradas al sistema SAP

En 2011

El Gerente General de la Federación fue
destacado como líder mundial en
la prensa de negocios

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

Liderazgo y comunicación gremial

Liderazgo gremial: para asegurar la efectiva participación y actualizar conocimientos en los ganadores de las Elecciones Cafeteras 2010, la Federación adelantó, con el apoyo de la Fundación Manuel Mejía, el programa de Fortalecimiento al Liderazgo Gremial.

Este programa desarrollado entre noviembre de 2010 y marzo de 2011 tuvo por objeto potenciar las habilidades de liderazgo entre los miembros gremiales y promover la adecuada articulación de su gestión como líderes con el Plan Estratégico de la Federación 2008-2012 y el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito con el Gobierno Nacional.

La metodología utilizada incluyó talleres con experiencias vivenciales y actividades de aplicación, para el desarrollo de contenidos relacionados con el liderazgo, la institucionalidad cafetera y las funciones de los Comités Departamentales y Municipales, entre otros.

A los talleres asistieron 2.742 miembros de los Comités Municipales al-



canzando una participación del 80,2% en 16 departamentos, lo que garantiza el mantenimiento de la solidez del gremio cafetero y la ampliación de conocimientos sobre liderazgo y gerencia de sus representantes, para la defensa de los intereses de los productores y sus familias.

Comunicación gremial: desde 2010, las Cartas del Gerente se consolidaron como una estrategia para la efectiva comunicación gremial.

A través de estas cartas electrónicas, el Gerente General mantiene un dinámico canal de comunicación con cinco mil dirigentes y líderes cafete-

ros del ámbito local ubicados en los 588 municipios cafeteros. El contenido de estas comunicaciones versa sobre las noticias más destacadas de la actividad cafetera y la gestión institucional.

Durante 2011, este versátil medio le permitió a la Alta Gerencia abordar de manera sencilla y directa temas relevantes para la caficultura entre ellos: la recuperación de la producción como propósito organizacional, las características de los programas de renovación, así como hechos destacados tales como el Campeonato Mundial de Baristas y Expoespeciales, el reconocimiento del Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad, la coyuntura del mercado internacional del café y las disposiciones adoptadas en las sesiones periódicas de la OIC.

2.742 miembros gremiales, participaron en el Programa de Fortalecimiento del Liderazgo Gremial

Asegurar la calidad del capital humano al interior de la organización

Eficacia, legitimidad y democracia

Calidad del recurso humano de la organización

En 2011 la Federación desarrolló programas y estrategias orientadas al mejoramiento integral de sus colaboradores, así como de sus condiciones laborales, personales y profesionales con el fin de contribuir a la competitividad institucional.

Capacitación y desarrollo: con base en el Plan de Desarrollo y Fortalecimiento de Competencias, se suscribió un convenio de cooperación con el SENA cuyo objeto es el apalancamiento de recursos encaminados a desarrollar acciones de formación para los colaboradores de la Federación. Durante 2011 se dio inicio al Plan de Capacitación dictando un Curso de Orientación a Resultados que contó con la participación de 1.525 técnicos (99%) del Servicio de Extensión y un Curso de Generación de Valor con la participación de 350 colaboradores (94%) de la Oficina Central, Buencafé, Cenicafé y los Comités de Cafeteros.

Capacitación virtual: en 2011 se pusieron al aire a través de la plataforma de educación virtual del SENA, ocho cursos de actualización con cobertura a 3.320 colaboradores de la institución. La capacitación se desarrolló bajo la metodología e-learning en temas como el Sistema de Gestión Integral, Labores de Auditoría, la Institucionalidad Cafetera, Convivencia Laboral y el Sistema Administrativo SAP.



Por otra parte, durante 2011 doce colaboradores de Cenicafé adelantaron estudios de doctorado: cinco en Colombia, enfocados a estudios de fitopatología, entomología, ciencias agropecuarias y ciencias agrarias y siete colaboradores en Universidades de Estados Unidos y Brasil, gracias a las becas otorgadas por el Programa Fullbright y Colciencias. De igual forma, ocho investigadores adicionales desarrollaron programas de Maestría con pasantía en laboratorios de reconocidas instituciones de investigación en Estados Unidos y Brasil, lo que refuerza la calidad del recurso humano al servicio de la institucionalidad cafetera.

Salud, seguridad y medio ambiente: se adelantaron intervenciones del riesgo cardiovascular en las fases de identificación, clasificación, seguimiento y control con el fin de asegurar las condiciones físicas adecuadas de los colaboradores.

Asimismo se continuó desarrollando el programa de salud ocupacional, lo que permitió alcanzar niveles mínimos en la tasa de accidentalidad de 3,2 frente a 9,13 promedio de entidades similares atendidas por la ARP SURA.

Como parte de la estrategia de uso racional de la energía, el consumo óptimo a escala nacional se redujo en 2% frente a 2010, mientras que el consumo de agua alcanzó un ahorro de 10% para el total nacional.

3.320
colaboradores
participaron en
ocho cursos de
capacitación
virtual sobre temas
institucionales

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

Sistema de Gestión Integral

Con el fin de integrar los sistemas de gestión, generar sinergias entre los procesos y hacer más visible tanto la gestión ambiental como la investigación científica y tecnológica, se evolucionó del Sistema de Gestión de Calidad certificado para el Servicio de Extensión en 2009, al Sistema de Gestión Integral (SGI) que incorpora las normas ISO 9001:2008 para los procesos de investigación científica y extensión rural e ISO 14001:2004 para la gestión ambiental de las sedes de Planalto y Naranjal de Cenicafé.

Gracias a ello, se afianza la interacción entre los procesos de investigación y asistencia técnica con beneficios para los cafeteros en cuanto a la coordinación relacionada con la labor de transferencia de tecnología. El cafetero es quien evalúa el proceso y los atributos de calidad se asocian al Servicio de Extensión, por ser el responsable de entregar los productos y servicios al cafetero.

Con la implementación del proceso de gestión del desempeño ambiental en Cenicafé, se definieron como principios de la política de calidad proteger, conservar y cuidar el medio ambiente y se establecieron ocho programas para la gestión y mejo-

ramiento del desempeño ambiental, estos son: reserva ambiental Planalto, educación ambiental, manejo de productos químicos, manejo de residuos peligrosos, manejo de residuos sólidos, manejo de vertimientos, uso eficiente de energía y de agua.

Mejoramiento continuo: con el fin de optimizar el desempeño del modelo de gestión para mejorar la capacidad de respuesta organizacional, se implementaron mecanismos de evaluación a través de dos encuestas: la de satisfacción del caficultor con el Servicio de Extensión y la de satisfacción del extensionista con el Servicio de Investigación. Estas herramientas permiten identificar necesidades específicas, definir planes y tomar decisiones en beneficio del caficultor y de las competencias de la extensión rural y la investigación.

Por otra parte, para el mantenimiento del sistema se llevaron a cabo las auditorías internas para los procesos misionales y estratégicos con el apoyo de 1.800 colaboradores de Cenicafé, los Comités Departamentales y la Oficina Central.

Certificación del registro de exportaciones de café: con el fin de asegurar la calidad de la información es-

tadística, la Federación con el apoyo del DANE inició un proceso de evaluación sobre la generación de información de exportaciones de café con base en los estándares de calidad definidos por el Sistema Estadístico Nacional -SEN.

De acuerdo con el DANE el objetivo de este proceso es obtener la certificación del registro de exportaciones con el fin de brindar credibilidad, confiabilidad y transparencia en la producción de la información estadística y establecer mecanismos de seguimiento integral para el mejoramiento continuo.

Al finalizar 2011, el DANE realizó la evaluación al registro del volumen mensual de exportaciones de café en tres aspectos: el entorno, el proceso estadístico y la estructura de la base de datos.

Como resultado de la evaluación el DANE resaltó que la operación estadística se basa en un registro idóneo, hace uso de conceptos estandarizados, esta documentada, supervisada, controlada, se difunde y es fundamental para la definición de políticas del Gobierno Nacional y del sector cafetero.

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

Cultura organizacional, buen gobierno y autogestión

En agosto de 2011, como resultado de los nuevos retos que enfrenta la organización, ante la dinámica del entorno y su estrategia, el Comité Directivo aprobó modificar la estructura organizacional en los procesos administrativos, financieros, comerciales y estratégicos.

La nueva estructura establece una organización de tres niveles: Estratégico, Táctico y Operativo los cuales flexibilizan y agilizan la toma de decisiones, mediante la definición de roles y responsabilidades transversales y permite identificar las interacciones con los demás procesos de la organización. Esta estructura articula los procesos con la estrategia y garantiza un equipo capacitado y comprometido con los objetivos de la organización.

Gracias al sistema de control y los procesos de auditoría interna adelantados, la Contraloría General de la República consideró adecuado el Sistema de Control Interno, lo que significa que de acuerdo con los parámetros establecidos los controles existen, se aplican y mitigan los riesgos.

Además, el organismo de control consideró favorable la gestión adelantada por la Federación y feneció la cuenta con calificación Favorable Sin Salvedades, la calificación más alta otorgada por el ente de control.

Gestión Documental: con el objetivo de normalizar la administración de archivo a escala nacional y contribuir con el mejoramiento de las medidas de seguridad de la información, se realizó la actualización e implementación de los manuales de archivo y las tablas de retención documental

para los Comités Departamentales de Cafeteros y la Oficina Central.

Con esto la Federación desarrolla un Sistema de Gestión Documental y cumple con las reglas y principios establecidos por el Archivo General de la Nación en la Ley 594 de 2000.

Nueva Estructura Organizacional



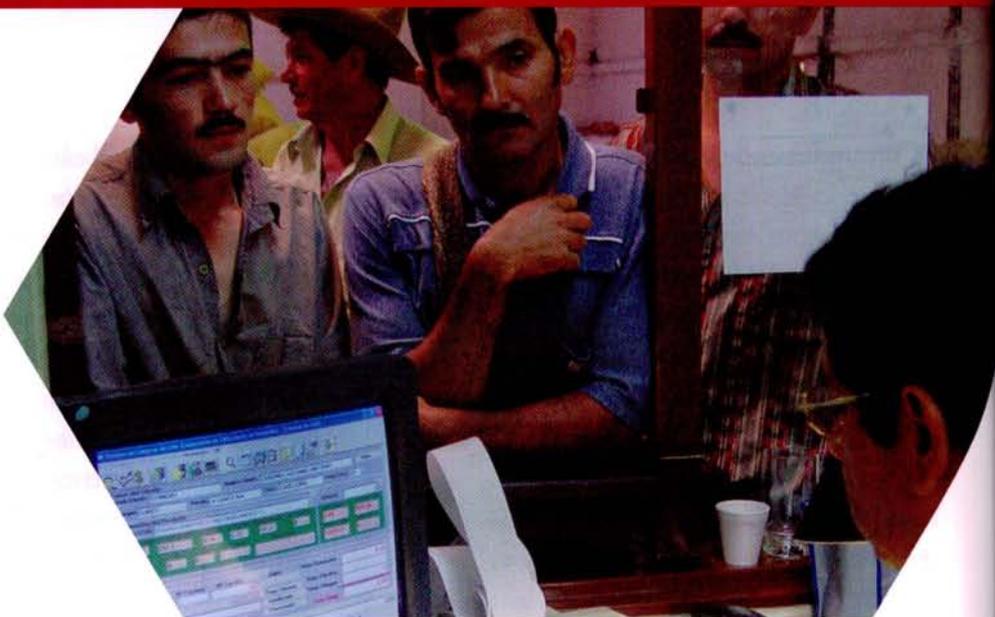
Matriz de Calificación de la Gestión CGR

OPINIÓN ESTADOS CONTABLES CONCEPTO SOBRE LA GESTIÓN Y RESULTADOS	SIN SALVEDADEDES	CON SALVEDADEDES	NEGACIÓN	ABSTENCIÓN
FAVORABLE	F	F	NF	NF
CON OBSERVACIONES	F	F	NF	NF
DESFAVORABLE	NF	NF	NF	NF

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

Plataformas de tecnología de Información



Interconexión de las Cooperativas de Caficultores a través de la plataforma SAP: durante 2011 se integraron a SAP cinco Cooperativas ubicadas en Anserma, Manizales, Andes, Antioquia, Occidente de Antioquia y una Trilladora en Caldas alcanzando una cobertura de 80 municipios y 23 mil asociados. Estos resultados representan el 64% de la cobertura total del proyecto (125 municipios).

El sistema de información apoya los procesos de venta de café, producción, relacionamiento con asociados y gestiones administrativas de manera centralizada en las sedes principales de las Cooperativas, prestando un mejor servicio y beneficios para el asociado, relacionados con:

- ❑ Extracto de operaciones comerciales para el caficultor asociado.
- ❑ Información en línea sobre la disponibilidad de inventarios.
- ❑ Implementación de programas del nivel central.
- ❑ Gestión de programas de cafés especiales.

En agosto de 2011, durante el Congreso "ASUG Innovación y Productividad", la Asociación de Usuarios SAP

Colombia, premió a la Federación por el proyecto de Cooperativas como el mejor portal con tecnología SAP, lo que demuestra la calidad de las herramientas tecnológicas que el gremio ha puesto al servicio de los caficultores asociados.

Trazabilidad de la semilla (Seed Track): es un sistema de información desarrollado por la Federación que permite el registro de actividades asociadas con la producción de semilla. Hasta 2011, están vinculadas 10 estaciones experimentales con información de 34 fincas productoras

de semilla que llevan el registro de labores diarias de los cafeteros e investigadores de Cenicafé.

Seguimiento de muestras de café: a través del sistema de gestión de muestras se realizó el registro de las características del café en tres casos: los cafés regionales protegidos por las Denominaciones Regionales de Origen, los programas experimentales de calidad y composición por origen, y la verificación del café registrado en el Programa Café 100% Colombiano.

Cafeteros de 80 municipios cuentan con Cooperativas Integradas a SAP

Gestión del conocimiento

Como parte de la estrategia diseñada por la Gerencia de Comunicaciones y Marketing, se busca generar una comunicación eficiente entre los diferentes actores del sector: productores, colaboradores, clientes y consumidores.

Para lograrlo es necesario hacer el mejor uso de las herramientas tecnológicas de comunicación, no sólo para difundir información oportuna y relevante, sino para recibir retroalimentación y respuesta por parte de los usuarios de la misma y sus necesidades.

Una de las estrategias utilizadas fue el cubrimiento de medios internacionales, mediante la segmentación de audiencias para difundir temas de la institucionalidad cafetera, la diferenciación del café colombiano y los programas de Sostenibilidad en Acción. En 2011, estos temas fueron ampliamente cubiertos por importantes medios internacionales como The New York Times, CNN, The Washington Post, The Times of London, Café Europa y la revista especializada, Barista Magazine.

Asimismo en medios nacionales, la Federación generó más de 13 mil registros en radio, prensa escrita y televisión nacional y regional.

Por su parte el Gerente General de la Federación fue invitado en múltiples ocasiones a colaborar en páginas editoriales de periódicos de circulación nacional donde hizo importantes reflexiones acerca del modelo cafetero y su contribución a la paz.

Un reconocimiento a este hecho, fue señalado por el diario La República, que en abril reportó que de acuerdo con el informe Anual de *Global News Intelligence*, el Gerente General de la Federación es el colombiano más citado por la prensa económica del mundo.

Reconocimientos a la Institucionalidad Cafetera: En 2011 la institucionalidad cafetera fue objeto de importantes distinciones entregadas como reconocimiento por su gestión y compromiso con la comunidad, con el medio ambiente y con el desarrollo rural.

□ **El Colombiano Ejemplar:** otorgado por el Diario El Colombiano a Cenicafé por su dedicación y compromiso con la ciencia, el desarrollo de las comunidades cafeteras y del campo colombiano, en materia de investigación y transferencia de tecnología.

□ **Premio Emprender Paz:** otorgado al proyecto “Generación de alternativas para la estabilización

socioeconómica de familias desplazadas, retornadas y en alta vulnerabilidad social del Valle del Cauca” por su aporte a la construcción de iniciativas sociales que contribuyen a la construcción de paz en Colombia.

□ **Premio Nacional Planeta Azul:** otorgado por el Banco de Occidente a Cenicafé por el desarrollo de proyectos para la protección, conservación y recuperación del agua, así como la transferencia de este conocimiento a los cafeteros.

□ **Premio Colombia-España:** otorgado por la Embajada de España, el Grupo Editorial Planeta, Mapfre y BBVA, en la categoría empresarial a la Federación y a la marca Juan Valdez en reconocimiento al trabajo de los cafeteros del país y su aporte a la unión de los dos países.

□ **Premio a la Excelencia ARP Sura:** otorgado a Buencafé en la categoría Mejor Gestión en Salud Ocupacional, en reconocimiento a su liderazgo en la prevención integral de riesgos comparando su gestión con los protocolos estandarizados de mejores prácticas en la salud y seguridad de los trabajadores.

Sostenibilidad financiera

Avances

en 2011

\$102

mil millones para la ejecución de programas de inversión social por parte de los Comités Departamentales de Cafeteros

\$251

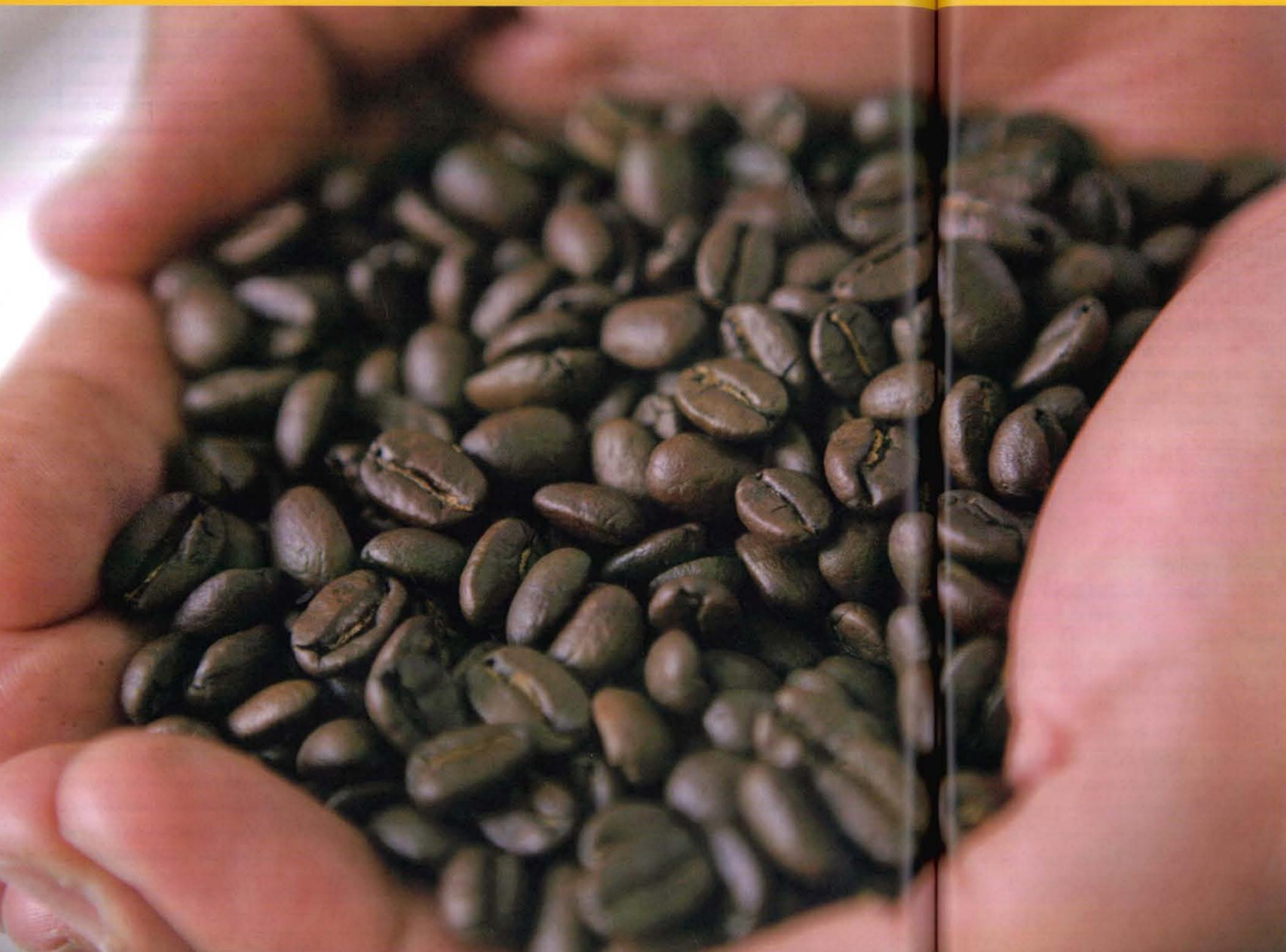
mil millones provenientes de terceros con destino a los programas de inversión social

USD745

millones disponibles en líneas de crédito de corto plazo para cumplir con la Garantía de Compra

\$6,8

mil millones para el FoNC como compensación de las coberturas de la tasa de cambio



Principales acontecimientos

La crisis económica en Europa: el alto déficit fiscal y el creciente nivel de endeudamiento de países miembros de la Comunidad Europea como Grecia, Irlanda, Italia, Portugal y España, han constituido un riesgo significativo de cesación generalizada de pagos en dicha región.

Este hecho afecta a los bancos europeos que poseen una gran cantidad de títulos de deuda soberana y a los inversionistas que ven con preocupación la sostenibilidad del sistema financiero de la Zona Euro. Si bien se han propuesto diversas medidas para resolver la crisis tales como la ampliación del Fondo Europeo de Estabilidad Financiera -FEEF y la compra de títulos soberanos por parte del Banco Central Europeo -BCE, lo cierto es que estas medidas parecen ser insuficientes dado que no se contemplan soluciones para restaurar el crecimiento y sin ello, las posibilidades de pago de la deuda se limitan.

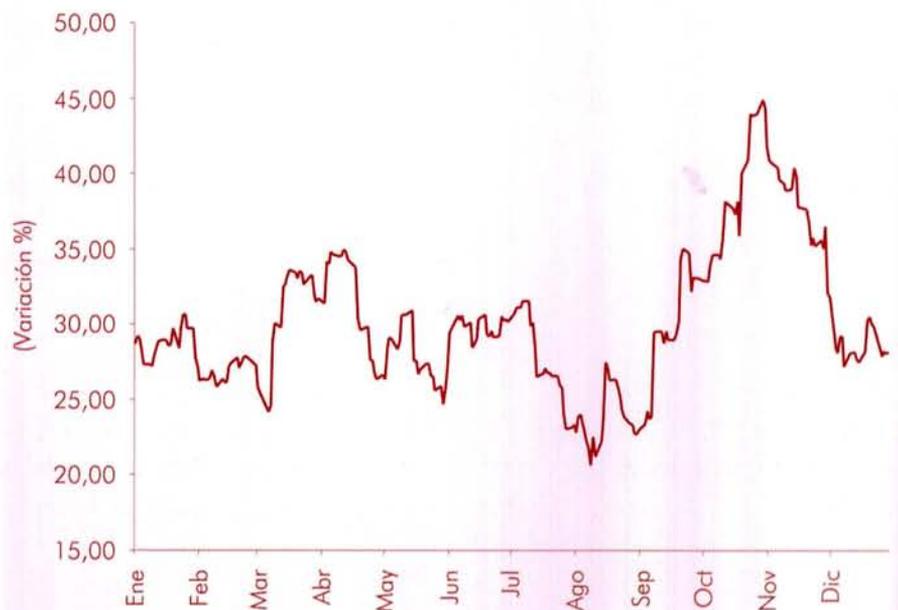
Desaceleración económica y alto endeudamiento de los Estados Unidos: en 2011 el desempeño económico de Estados Unidos mostró signos de desaceleración y bajo crecimiento. En general, el panorama

económico de este país no es completamente claro ya que los resultados favorables de la actividad empresarial e industrial, contrastan con las perspectivas negativas relativas al consumo, la inversión, el crecimiento, el empleo y la inflación.

Comportamiento del precio del Contrato "C": durante 2011 el Contrato "C" alcanzó su nivel más alto en los últimos 14 años debido a una tendencia alcista observada en el primer semestre del año. Este incremento

obedeció a factores fundamentales del mercado asociados a la estrechez existente entre la oferta y la demanda, así como a factores de carácter especulativo. En los últimos años la menor producción mundial y el vigor del consumo han estado acompañados de una mayor participación de los fondos de inversión en el mercado de productos básicos o *commodities*. Esta combinación produjo que el Contrato "C" llegara en mayo, a un máximo histórico de 305 USD¢/libra, nivel no visto desde 1997.

Volatilidad mensual del precio del Contrato "C"
2011





Alto crecimiento económico en Colombia: en 2011 la economía colombiana registró un crecimiento de 5,9%, el cual ha permitido que el país se ubique como uno de los países con mayor crecimiento en Latinoamérica. Por otra parte, es importante destacar el otorgamiento de grado de inversión a la economía colombiana por parte de las principales compañías calificadoras de riesgo.

Indicadores como la reducción en la tasa de desempleo, que en diciembre se situó en 9,8% reflejando una disminución de 1,3 puntos porcentuales respecto al año anterior, y una tasa de inflación de 3,7%, evidencian el buen momento por el

que pasa la economía colombiana y su fortaleza para afrontar la crisis financiera internacional. Asimismo, resulta importante destacar el otorgamiento de grado de inversión por parte de reconocidas compañías calificadoras de riesgo, a la economía colombiana.

Producción cafetera: la ola invernal asociada al fenómeno de La Niña que azotó al país desde finales de 2010, afectó la infraestructura nacional y la producción agrícola, incluyendo la cosecha cafetera. En efecto, el fenómeno ha repercutido negativamente en la producción anual de café, debido a que el exceso de lluvia afectó las floraciones y provocó el incremento

de la infección por roya. En consecuencia, en 2011 la producción registrada fue 12% menor respecto a la presentada en 2010.

Teniendo en cuenta estas circunstancias, la Federación se ha concentrado en recuperar la producción, razón por la cual celebró con la Fundación Colombia Humanitaria un convenio por \$57 mil millones, cuyo objeto es disminuir el impacto de la roya y el exceso de lluvias sobre la producción cafetera. Para ello, a través del mismo se entregaron incentivos para la adquisición de fertilizantes y fungicidas a más de 180 mil productores dueños de 161 mil hectáreas de cafetales afectados.

Principales acontecimientos



Prima de calidad del café suave colombiano: como consecuencia del incremento sin precedentes del precio internacional del café determinado por el Contrato "C", la prima de calidad reconocida al café colombiano descendió en comparación con 2010, a niveles promedio de 22 USD¢/libra. Asimismo, una mayor escasez de café proveniente de Centroamérica y Brasil, ocasionaron un incremento, respecto del café colombiano, en los diferenciales del grano proveniente de Guatemala, Honduras y Brasil.

Aumento en la tasa de interés: en 2011, la tasa de referencia establecida por el Banco de la República se in-

crementó, pasando de 3% el año anterior a 4,7% al cierre de 2011 como medida para controlar la inflación.

Revaluación del peso colombiano: a lo largo del año, la moneda colombiana continuó presentando una tendencia hacia la apreciación, registrando una revaluación promedio del 3%. Este comportamiento se encuentra sustentado por el crecimiento económico del país que generó la entrada de capitales extranjeros y fortaleció la moneda nacional. Vale la pena señalar que este comportamiento aunado al duro invierno que azotó al país en 2010 y que afectó la producción de café en 2011, tuvo

un impacto negativo en los ingresos por contribución cafetera que recibe el Fondo Nacional del Café.

Finanzas del Fondo Nacional del Café

El FoNC continúa mejorando sus finanzas y su perfil de riesgo ante las entidades financieras, circunstancia que le ha permitido ampliar sus líneas de crédito para ejercer con solvencia la Garantía de Compra. Este mejor escenario en las finanzas del FoNC es explicado por la puesta en marcha desde 2010 de una estrategia para su sostenibilidad financiera.

No obstante, es importante señalar que las consecuencias de la ola invernal, que empezaron a observarse en el menor volumen de las floraciones responsables de la cosecha cafetera, así como en el incremento de enfermedades como la roya y la broca, son hechos que repercutieron en la producción cafetera del país, y en consecuencia, en los ingresos por contribución que recibe el Fondo Nacional del Café.

Es importante resaltar que a pesar de la crisis financiera, la ola invernal sin precedentes, la revaluación de la tasa de cambio, los altos niveles y volatilidades del precio del café en la bolsa y la coyuntura cafetera de los años anteriores de la cual aún existen rezagos, actualmente las finanzas del FoNC se encuentran estables.

Gestión de recursos del Presupuesto General de la Nación: du-

rante el año se gestionaron ante el Gobierno Nacional recursos de cooperación y transferencia de la Nación por \$80 mil millones. De estos recursos el FoNC recibió \$40 mil millones mediante la suscripción de un Convenio de Cooperación con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y otros \$40 mil millones a través de una transferencia directa de la Nación. La totalidad de estos recursos tuvo como destino la ejecución de programas en beneficio de los cafeteros.

Modificación de la estrategia comercial: con los ajustes realizados en el esquema de comercialización, el margen neto de la actividad comercial se estabilizó a partir del último trimestre de 2010. En la actualidad se continúa trabajando en la gestión eficiente de los riesgos aso-

ciados a esta operación tales como el diferencial de calidad del café colombiano, el volumen de inventarios representados en café con problemas de taza, la volatilidad de la tasa de cambio y del precio internacional del café, entre otros factores inherentes a la comercialización de café. La efectividad de esta estrategia ha quedado en evidencia gracias a los resultados financieros registrados por la actividad comercial del FoNC que de un resultado neto depurado negativo de \$7,2 mil millones en 2010, pasó a un resultado neto depurado de \$29,4 mil millones en 2011.



Fortalecer
financieramente
el FoNC, la FNC
y sus entidades
relacionadas

Sostenibilidad financiera

Finanzas del Fondo Nacional del Café

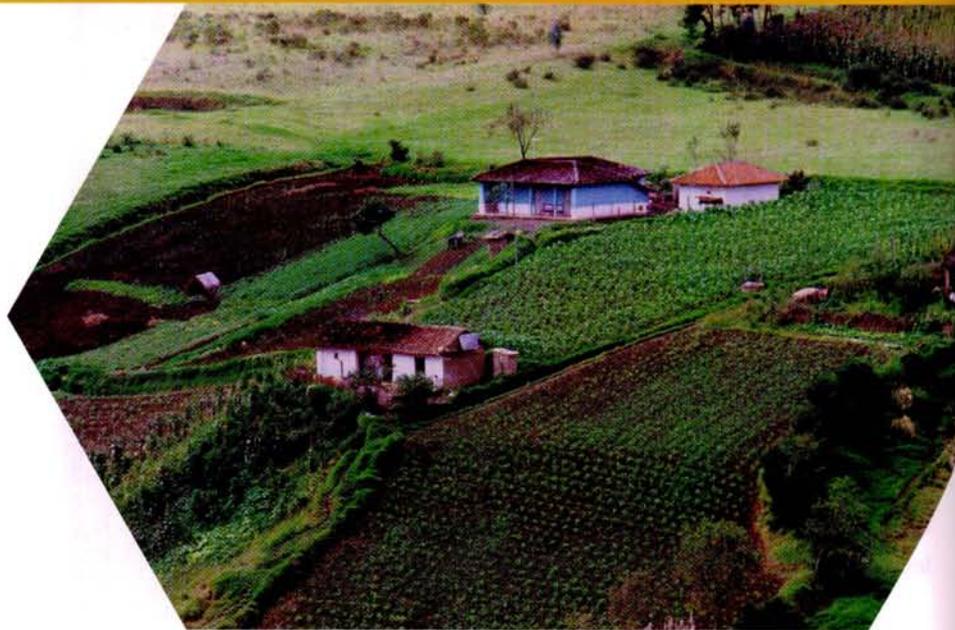
Margen neto de Buencafé en equi-

librio: la fábrica de café liofilizado de propiedad del FoNC no ha sido ajena a la coyuntura de escasez del grano e incremento de los precios. En la práctica esta circunstancia ha representado un aumento de 32% en el precio de la materia prima, desde un nivel equivalente a \$5.693 por kg. en diciembre de 2010 a \$7.487 por kg. en diciembre de 2011. A pesar de lo anterior, gracias a la consecución de una serie de eficiencias operativas, Buencafé se mantiene en equilibrio.

Flujos de caja positivos en el FoNC:

a diciembre de 2011, el FoNC presenta un superávit de caja equivalente a \$244 mil millones los cuales han sido destinados enteramente al pago de deuda con el sector financiero. Este positivo resultado obedece principalmente a la recuperación de la inversión en capital de trabajo que se realizó a lo largo de 2010 para la adquisición de inventarios de café que le permitieran al FoNC cumplir con sus compromisos de venta.

Si bien los resultados generados por la estrategia de sostenibilidad finan-



ciera son positivos, es importante mencionar que aún existen dificultades asociadas al desbalance en la estructura financiera institucional, puesto que los ingresos del FoNC son variables mientras que sus egresos son constantes. Actualmente los programas que adelanta el FoNC en beneficio de los caficultores equivalen a 13 USD¢/libra mientras que los ingresos por contribución cafetera son de 6 USD¢/libra exportada.

Por otra parte, el FoNC debe continuar proveyendo la liquidez para el pago de la obligación pensional de la Flota Mercante Grancolombiana, resultado de la Sentencia SU-1023 de la Corte Constitucional.

Fortalecer
financieramente
el FoNC, la FNC
y sus entidades
relacionadas

Sostenibilidad financiera

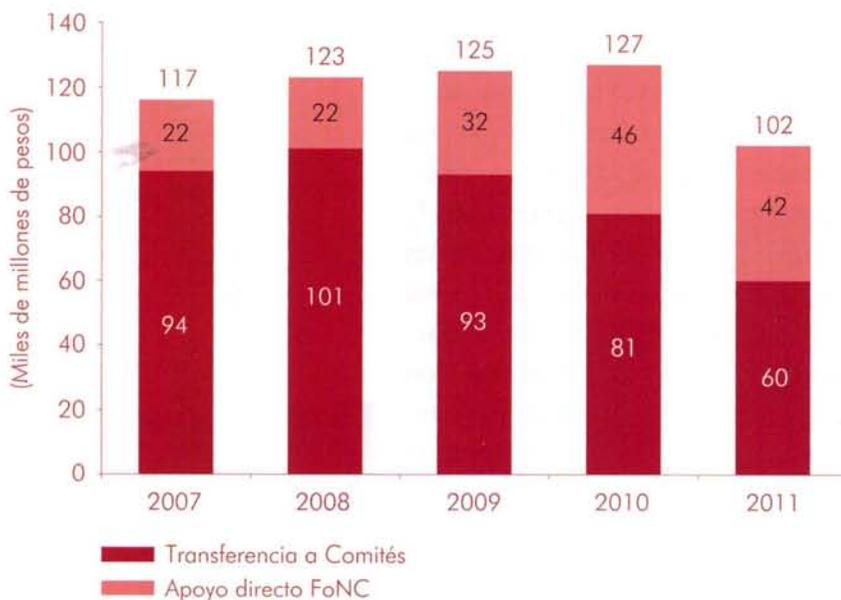
Recursos disponibles para la inversión



La Federación en su papel de administrador del FoNC debe priorizar los recursos con el fin de trasladar al caficultor y su familia el mayor bienestar posible. El logro de este objetivo garantiza la sostenibilidad de la actividad cafetera y mayores ingresos para el FoNC.

Durante el año 2011, estos recursos se destinaron al fortalecimiento de la caficultura, al mejoramiento de vivienda, el mantenimiento de vías, el desarrollo comunitario, entre otros. Estos programas son adelantados principalmente por los Comités Departamentales, gracias a los recursos destinados a inversión social regional.

Recursos disponibles para programas de inversión social
ejecutados por los Comités Departamentales
2007-2011

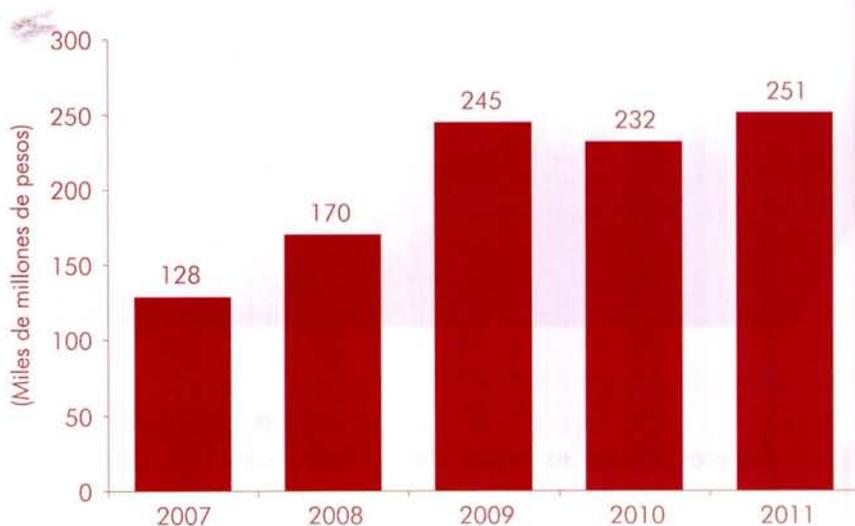


Gestión de recursos adicionales

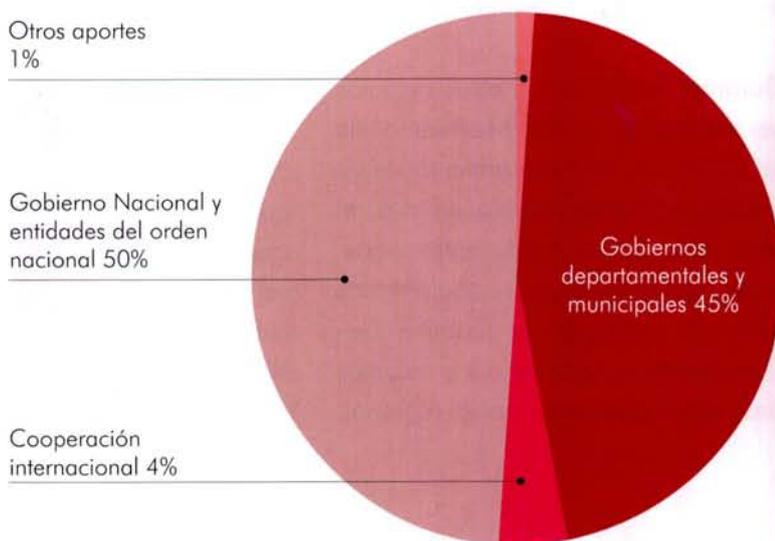
El objetivo principal de la Federación es maximizar el bienestar de los caficultores y sus familias, a través del aumento y fortalecimiento de sus inversiones en programas sociales. A través de las transferencias y gestión de recursos realizada por los Comités Departamentales, se canalizan recursos que permiten apalancar proyectos de gran magnitud y prioridad en las zonas cafeteras del país. Entre estos proyectos se destacan la construcción y mejoramiento de vías e infraestructura educativa, el mejoramiento de vivienda rural, la renovación de cafetales, entre otras.

En los últimos años los ingresos provenientes de otros aportantes y cogestores de la Federación en las regiones, han registrado un crecimiento significativo. Durante 2011, los recursos de estos actores en las regiones superaron los \$251 mil millones, con una participación destacada del Gobierno Nacional con (50%), los gobiernos departamentales y municipales (45%), seguidos de la Cooperación Internacional (4%) y otros cooperantes (1%).

Aportes de terceros para programas de inversión social
2007-2011



Recursos para proyectos de inversión social ejecutados por los
Comités Departamentales - Por tipo de aportante
2011



Optimizar la estructura de capital del FoNC y la FNC

Sostenibilidad financiera

Estructura de endeudamiento del FoNC



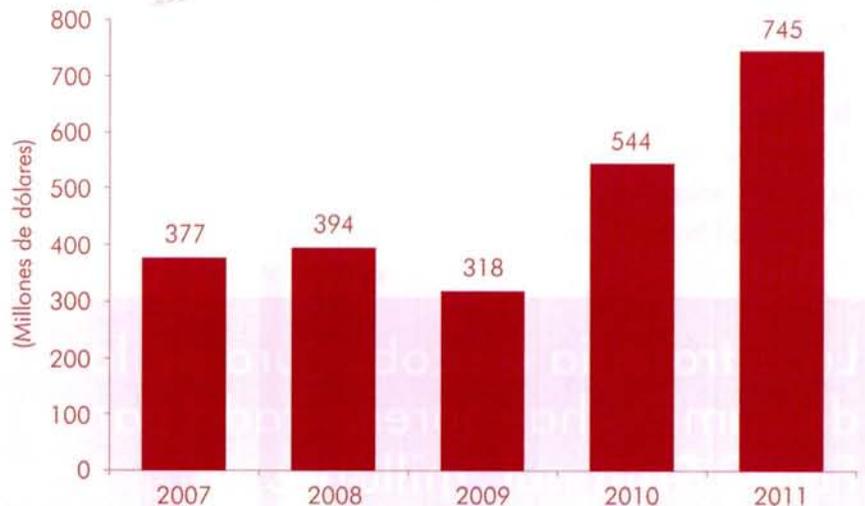
El incremento en el riesgo de contraparte ha significado un reto importante para el manejo financiero del FoNC. Gracias a la estabilización de sus finanzas, el FoNC ha logrado acudir ante la banca nacional e internacional para la ampliación de su cupos de crédito hasta una cifra equivalente a USD745 millones al cierre de 2011. Esto último significa un crecimiento de 37% en el monto de las líneas de crédito aprobadas en 2010 y dos veces superior si se compara con el monto disponible en 2007.

La ampliación de las líneas de crédito bajo las condiciones actuales del mercado interno de altos precios, permite ejercer con solvencia la Ga-

rantía de Compra, principal bien público de la institucionalidad cafetera que beneficia a los cafeteros colombianos.

La ampliación de líneas de crédito del FoNC le permiten ejercer con solvencia la Garantía de Compra

Líneas de crédito de corto plazo disponibles 2007-2011



Mantener las mejores prácticas en la administración financiera

Sostenibilidad financiera

Estrategia de coberturas

En 2011, se continuó con la estrategia de cobertura de tasa de cambio sobre los ingresos por contribución cafetera del FoNC y los ingresos.

La estrategia utilizada contempla una combinación de instrumentos financieros sin costo alguno, gracias a la cual el FoNC en el año 2011 recibió más de \$6,8 mil millones de los cuales \$2,7 mil millones corresponden a las coberturas de los ingresos por contribución cafetera y \$4,1 mil millones a las coberturas de Buencafé.

Valga la pena mencionar que para efectuar una cobertura de la tasa de

cambio en la comercialización del café, el FoNC puso en marcha lo que se conoce como cobertura natural que utiliza deuda denominada en dólares para prefinanciación de exportaciones. De esta manera, se mitigan las variaciones en la tasa de cambio.



La estrategia de cobertura de la tasa de cambio ha representado para el FoNC \$6,8 mil millones en compensación

Políticas para el manejo financiero en 2012



En 2012 se continuará con la estrategia de consolidación y estabilización de las finanzas del FoNC y de la FNC bajo los siguientes lineamientos:

- ❑ Continuar trabajando junto con el Gobierno Nacional para incentivar y hacer próspero el sector cafetero mediante la ejecución de programas misionales ejecutados por el FoNC en beneficio de los caficultores tales como Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para la renovación de cafetales envejecidos y la asistencia técnica así como aquellos que protejan el ingreso, la prestación de servicios de asistencia técnica, entre otros.
- ❑ Lograr el equilibrio financiero en la actividad comercial que consiste en remunerar los activos invertidos y el riesgo de la operación, continuando con la estrategia de 2011 y depurando los activos improductivos asociados a la operación.
- ❑ Implementar en Buencafé una estrategia que permita alcanzar durante los próximos años el equilibrio financiero, compensando las condiciones desfavorables de escasez y encarecimiento de la materia prima en el mercado nacional, complementada con la ampliación del portafolio de productos que permita una mayor oferta de opciones de consumo a los clientes y la expansión de su mercado.
- ❑ Continuar aplicando el modelo de coberturas de la tasa de cambio utilizado en 2011 con miras a cubrir los ingresos denominados en dólares por contribución cafetera del FoNC y por ventas de Buencafé. Esta estrategia en lo posible deberá implementarse sin ningún costo para el FoNC.

La caficultura mundial y colombiana en cifras

Índice

LXXVI CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS - 2011
ANEXO ESTADÍSTICO

PRODUCCIÓN

- Cuadro 1: Producción mundial total de café verde
Años Cosecha 2005/06 - 2010/11
- Cuadro 2: Colombia - Volumen y valor de la producción registrada de café verde
Años Cafeteros 2000/01-2010/11

EXPORTACIÓN

- Cuadro 3: Exportación mundial de café verde a todo destino
Años Cafeteros 2005/06-2010/11
- Cuadro 4: Exportaciones de café colombiano según países de destino
Años Cafeteros 2005/06-2010/11
- Cuadro 5: Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque
Años Cafeteros 2000/01-2010/11
- Cuadro 6: Exportaciones colombianas por tipos de café
Años cafeteros 2000/01-2010/11
- Cuadro 7: Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café
Años Cafeteros 2000/01-2010/11

CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8: Consumo interno de café verde en países productores
Años Cosecha 2005/06 - 2010/11

PRECIOS

- Cuadro 9: Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café
Años Cafeteros 2000/01-2010/11
- Cuadro 10: Colombia - Precio de reintegro Federación, precio interno y tasa de cambio
Promedios 2000/01-2010/11

La caficultura mundial y colombiana en cifras

Cuadro 1. Producción mundial de café verde

Años Cosecha 2005/06 - 2010/11

Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	05/06		06/07		07/08		08/09		09/10		10/11*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial		111,5	100	129,14	100	119,40	100	128,09	100	120,61	91	133,07	100
Cosechas abr - mar		48,4	43,5	57,9	44,9	50,3	42,1	62,7	48,9	56,3	42,3	63,8	47,9
Brasil	(ANL/R)	32,9	29,6	42,5	32,9	36,1	30,2	46,0	35,9	39,5	29,7	48,1	36,1
Ecuador	(AS/R)	1,1	1,0	1,2	0,9	1,1	0,9	0,7	0,5	0,8	0,6	0,9	0,7
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,3	1,1	0,8	0,6	1,0	0,8	1,0	0,8	1,0	0,8	1,1	0,8
Perú	(AS)	2,5	2,2	4,3	3,3	3,1	2,6	3,9	3,0	3,3	2,5	3,7	2,8
Indonesia	(R/AS)	9,2	8,2	7,5	5,8	7,8	6,5	9,4	7,3	10,6	8,0	8,5	6,4
Madagascar	(R/AS)	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,7	0,6	0,5	0,4	0,5	0,4
Otros		0,9	0,8	1,1	0,8	0,7	0,6	1,0	0,8	0,6	0,5	1,0	0,7
Cosechas jul - jun		2,0	1,8	2,0	1,6	2,2	1,8	2,6	2,1	2,3	1,8	2,3	1,7
Rep. Dominicana	(AS)	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4
Tanzania	(AS/R)	0,8	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	1,2	0,9	0,7	0,5	0,9	0,7
Otros		0,9	0,8	0,8	0,6	0,9	0,8	0,8	0,6	1,2	0,9	0,9	0,7
Cosechas oct - sep		60,5	54,3	68,5	53,1	66,3	55,4	62,1	48,4	61,2	46,0	66,5	50,1
Colombia	(AS)	12,6	11,3	12,5	9,7	12,5	10,5	8,7	6,8	9,0	6,8	9,2	6,9
Costa Rica	(AS)	1,8	1,6	1,6	1,2	1,8	1,5	1,3	1,0	1,5	1,1	1,5	1,1
El Salvador	(AS)	1,5	1,3	1,4	1,1	1,6	1,4	1,5	1,2	1,1	0,8	1,4	1,0
Etiopia	(ANL)	4,0	3,6	4,6	3,6	4,9	4,1	4,4	3,4	4,5	3,4	7,5	5,6
Guatemala	(AS/R)	3,7	3,3	4,0	3,1	4,1	3,4	3,8	3,0	3,5	2,6	4,0	3,0
Honduras	(AS)	3,2	2,9	3,5	2,7	3,8	3,2	3,5	2,7	3,5	2,7	3,8	2,9
India	(AS/R)	4,4	3,9	5,2	4,0	4,5	3,7	4,4	3,4	4,8	3,6	4,7	3,6
Kenia	(AS)	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7	0,5	0,6	0,4	0,8	0,6	0,9	0,6
México	(AS/R)	4,2	3,8	4,2	3,3	4,2	3,5	4,7	3,6	4,2	3,2	4,4	3,3
Nicaragua	(AS)	1,7	1,5	1,3	1,0	1,7	1,4	1,6	1,3	1,7	1,3	1,5	1,2
Camerún	(R/AS)	0,8	0,8	0,8	0,6	0,8	0,7	0,8	0,6	0,7	0,5	0,8	0,6
Costa de Marfil	(R)	2,0	1,8	2,8	2,2	2,6	2,2	2,4	1,8	1,9	1,4	2,2	1,7
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3
Tailandia	(R)	1,0	0,9	0,8	0,6	0,7	0,5	0,7	0,5	0,9	0,7	0,8	0,6
Uganda	(R/AS)	2,2	1,9	2,7	2,1	3,3	2,7	3,2	2,5	3,0	2,3	3,1	2,3
Vietnam	(R/AS)	13,8	12,4	19,3	15,0	16,5	13,8	18,5	14,4	18,0	13,5	18,5	13,9
Otros		2,6	2,4	2,6	2,0	2,4	2,0	1,9	1,5	1,8	1,3	2,0	1,5
Otros países productores	**	0,5	0,5	0,7	0,5	0,6	0,5	0,7	0,5	0,8	0,6	0,5	0,4

* 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 - 2010/11

Año cafetero	Miles sacos de 60 kg.	Millones de pesos corrientes	Millones de pesos contantes (sep-11 =100)
00/01	10.519	2.010.000	3.284.617
01/02	11.950	2.068.000	3.189.023
02/03	11.712	2.246.000	3.233.459
03/04	11.053	2.423.000	3.291.678
04/05	11.430	3.467.000	4.484.994
05/06	11.952	3.518.000	4.351.793
06/07	12.274	3.604.000	4.245.680
07/08	12.515	4.057.000	4.442.846
08/09	8.664	3.567.000	3.784.611
09/10	8.098	3.719.000	3.858.263
10/11	8.523	5.042.000	5.042.091

* 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* 2005/06 - 2010/11

Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	05/06		06/07		07/08**		08/09		09/10		10/11**	
		S/S	%	S/S	%								
Total Mundial		88,2	100	97,9	100	96,1	100	97,0	100	93	100	102,7	110
Cosechas abr - mar		37,1	42,1	39,4	40,3	39,5	41,1	44,8	46,1	43,5	46,6	46,5	49,6
Brasil	(ANL/R)	25,5	28,9	29,0	29,6	28,0	29,1	31,6	32,6	30,8	33,0	34,3	36,6
Ecuador	(AS/R)	0,9	1,1	1,0	1,1	0,9	0,9	1,1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	1,1	0,8	0,8	1,1	1,2	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1
Perú	(AS)	3,1	3,5	3,5	3,6	3,2	3,4	3,4	3,5	3,2	3,5	3,6	3,8
Indonesia	(R/AS)	5,7	6,5	4,2	4,3	5,5	5,7	6,8	7,0	6,6	7,1	5,5	5,9
Madagascar	(R/AS)	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Otros abr-mar		0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,6	0,8	0,9	0,5	0,6	0,7	0,7
Cosechas jul - jun		1,0	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	1,4	1,4	0,7	0,7	0,9	1,0
Rep. Dominicana	(AS)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	1,2	1,2	0,6	0,6	0,8	0,8
Otros jul-Jun		0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Cosechas oct - sep		50,1	56,9	57,5	58,7	55,7	58,0	50,9	52,5	49,3	52,7	55,3	58,9
Colombia	(AS)	10,7	12,2	11,2	11,4	11,6	12,0	8,7	9,0	7,2	7,7	8,1	8,6
Costa Rica	(AS)	1,3	1,5	1,4	1,4	1,4	1,5	1,3	1,3	1,2	1,3	1,2	1,3
El Salvador	(AS)	1,3	1,4	1,2	1,2	1,4	1,5	1,3	1,4	1,0	1,0	1,9	2,0
Etiopía	(ANL)	2,7	3,1	2,8	2,8	2,8	2,9	1,9	1,9	2,9	3,1	3,0	3,2
Guatemala	(AS/R)	3,3	3,8	3,7	3,8	3,8	4,0	3,5	3,6	3,4	3,7	3,7	3,9
Honduras	(AS)	2,9	3,3	3,2	3,3	3,4	3,5	3,0	3,1	3,2	3,4	3,9	4,1
India	(AS/R)	3,6	4,1	3,4	3,5	3,4	3,5	2,9	3,0	4,5	4,9	6,0	6,4
Kenia	(AS)	0,6	0,7	0,8	0,8	0,6	0,7	0,5	0,6	0,4	0,4	0,6	0,7
México	(AS/R)	2,5	2,8	2,9	3,0	2,6	2,7	2,8	2,9	2,6	2,7	2,7	2,9
Nicaragua	(AS)	1,4	1,6	1,2	1,2	1,6	1,7	1,4	1,5	1,7	1,8	1,5	1,6
Camerún	(R/AS)	0,8	0,9	0,8	0,8	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,9	0,5	0,6
Costa de Marfil	(R)	2,1	2,4	2,7	2,7	1,9	2,0	1,5	1,6	2,1	2,2	1,0	1,0
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,6	0,6	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4
Uganda	(R/AS)	2,0	2,3	2,7	2,8	3,2	3,3	3,1	3,2	2,7	2,9	3,2	3,4
Vietnam	(R/AS)	13,2	15,0	18,1	18,5	15,8	16,4	17,4	17,9	14,6	15,6	16,9	18,0
Otros oct-sep		0,9	1,1	1,0	1,0	1,3	1,3	0,6	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7

* Período: octubre - septiembre.

** Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

**Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino
Años Cafeteros* 2005/06 - 2010/11**

Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	05/06		06/07		07/08		08/09		09/10		10/11	
	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial	10.752	100	11.177	100	11.557	100	8.716	100	7.196	89	8.064	100
América	4.532	42,2	4.659	41,7	4.935	42,7	4.123	47,3	3.318	41,1	3.980	49,4
Estados Unidos	3.793	35,3	3.968	35,5	4.180	36,2	3.493	40,1	2.679	33,2	3.328	41,3
Canadá	602	5,6	563	5,0	606	5,2	504	5,8	513	6,4	546	6,8
Argentina	8	0,1	8	0,1	8	0,1	8	0,1	6	0,1	7	0,1
Otros (1)	131	1,2	119	1,1	141	1,2	119	1,4	121	1,5	98	1,2
Europa	4.363	40,6	4.768	42,7	4.703	40,7	2.835	32,5	2.132	26,4	2.508	31,1
Unión Europea	4.181	39,0	4.555	40,8	4.477	38,7	2.636	30,2	1.952	24,2	2.312	28,7
Alemania	1.472	13,7	1.436	12,9	1.379	11,9	609	7,0	334	4,1	423	5,2
Bélgica	546	5,1	779	7,0	728	6,3	569	6,5	526	6,5	577	7,2
Italia	386	3,6	407	3,6	412	3,6	217	2,5	90	1,1	130	1,6
Reino Unido	441	4,1	448	4,0	488	4,2	334	3,8	272	3,4	446	5,5
Suecia	267	2,5	315	2,8	270	2,3	218	2,5	133	1,7	126	1,6
Países Bajos	209	1,9	225	2,0	166	1,4	63	0,7	54	0,7	36	0,5
España	275	2,6	290	2,6	344	3,0	193	2,2	207	2,6	258	3,2
Finlandia	203	1,9	228	2,0	232	2,0	123	1,4	122	1,5	120	1,5
Francia	158	1,5	17	0,1	173	1,5	177	2,0	155	1,9	121	1,5
Dinamarca	64	0,6	63	0,6	58	0,5	31	0,4	18	0,2	19	0,2
República Checa	6	0,1			0		2	0,0	0	0,0	0	0,0
Polonia	72	0,7	64	0,6	79	0,7	36	0,4	8	0,1	13	0,2
Portugal	16	0,1	33	0,3	39	0,3	10	0,1	7	0,1	7	0,1
Austria	1	0,0			0		0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grecia	15	0,1	18	0,2	20	0,2	14	0,2	6	0,1	3	0,0
Otros	50	0,5	231	2,1	88	0,8	39	0,4	20	0,2	32	0,4
Otros Europa	182	1,7	213	1,9	226	2	199	2,3	180	2,2	196	2,4
Noruega	117	1,1	148	1,3	132	1,1	107	1,2	87	1,1	112	1,4
Rusia	55	0,5	61	0,5	87	0,8	84	1,0	91	1,1	80	1,0
Suiza	5	0,0	1	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0
Otros (2)	4	0,0	4	0,0	6	0,0	8	0,1	3	0,0	3	0,0
Otros países	1.856	17,3	1.750	15,7	1.919	16,6	1.758	20,2	1.746	21,6	1.577	19,6
Japón	1.495	13,9	1.313	11,7	1.425	12,3	1.347	15,5	1.339	16,6	1.123	13,9
Corea del Sur	150	1,4	190	1,7	218	1,9	230	2,6	247	3,1	297	3,7
Australia	45	0,4	51	0,5	63	0,5	46	0,5	52	0,6	50	0,6
Otros (3)	167	1,6	195	1,7	213	1,8	134	1,5	108	1,3	108	1,3

* Período: octubre - septiembre.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Croacia, Turquía, Islandia, Bulgaria.

(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 - 2010/11
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2000/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100
2001/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100
2002/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100
2003/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100
2004/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	52	0,5	11.032	100
2005/06	5.655	52,6	4.728	44,0	285	2,6	84	0,8	10.752	100
2006/07	5.138	46,0	5.696	51,0	274	2,4	69	0,6	11.177	100
2007/08	4.828	41,8	6.412	55,5	259	2,2	58	0,5	11.557	100
2008/09	4.716	54,1	3.825	43,9	131	1,5	44	0,5	8.716	100
2009/10	4.190	58,2	2.736	38,0	209	2,9	61	0,8	7.196	100
2010/11	4.300	53,3	3.572	44,3	146	1,8	46	0,6	8.064	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 - 2010/11
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Verde		Soluble		Extracto		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2000/01	8.841	93,3	594	6,3	34	0,4	4	0,0	9.473	100
2001/02	10.003	94,1	593	5,6	27	0,3	6	0,1	10.629	100
2002/03	9.914	94,4	557	5,3	19	0,2	9	0,1	10.499	100
2003/04	9.566	93,6	614	6,0	24	0,2	16	0,2	10.220	100
2004/05	10.352	93,8	640	5,8	23	0,2	17	0,2	11.032	100
2005/06	10.110	94,0	604	5,6	19	0,2	18	0,2	10.752	100
2006/07	10.587	94,7	560	5,0	16	0,1	14	0,1	11.177	100
2007/08	10.846	93,9	664	5,8	12	0,1	34	0,3	11.557	100
2008/09	8.072	92,6	582	6,7	23	0,3	39	0,5	8.716	100
2009/10	6.533	90,8	588	8,2	13	0,2	62	0,9	7.196	100
2010/11	7.430	92,1	546	6,8	28	0,3	60	0,8	8.064	100

* Período: octubre - septiembre.

** Tostado y Molido.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva

Cuadro 7. Volumen y valor de las exportaciones

Años Cafeteros 2000/01 - 2010/11

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

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

* 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 2005/06 - 2010/11
Millones de sacos 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	05/06		06/07		07/08		08/09		09/10*		10/11*	
		S/S	%										
Total Mundial		33,0	98	34,7	100	36,7	100	37,5	100	38,8	100	40,7	100
Cosechas abr - mar		19,0	60,3	20,1	60,5	21,4	60,8	22,0	61,7	22,7	61,7	23,5	57,6
Brasil	(ANL/R)	15,5	49,4	16,3	49,0	17,1	48,5	17,7	49,9	18,4	49,9	19,1	47,0
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,5	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,3	0,7	0,3	0,7	0,3	0,6
Indonesia	(R/AS)	2,5	7,9	2,8	8,5	3,3	9,4	3,3	9,1	3,3	9,1	3,3	8,2
Madagascar	(R/AS)	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,3	0,5	1,3	0,5	1,3	0,5	1,1
Otros abr-mar		0,1	0,3	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
Cosechas jul - jun		1,91	6,1	1,91	6,4	2,05	6,2	2,07	5,6	2,07	5,6	2,07	5,0
Rep. Dominicana	(AS)	0,4	1,2	0,4	1,1	0,4	1,1	0,4	1,0	0,4	1,0	0,4	0,9
Tanzania	(AS/R)	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Otros jul-jun		1,5	4,7	1,5	5,2	1,6	5,0	1,6	4,5	1,6	4,5	1,6	4,0
Cosechas oct - sep		12,1	32,0	12,7	32,6	13,3	32,8	13,5	32,9	14,0	32,9	15,2	37,3
Colombia	(AS)	1,4	4,4	1,4	4,2	1,4	4,0	1,4	3,8	1,4	3,8	1,4	3,4
Costa Rica	(AS)	0,4	1,1	0,3	1,0	0,3	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,5
El Salvador	(AS)	0,2	0,6	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6
Etiopia	(ANL)	1,8	5,8	1,8	5,5	1,8	5,2	1,8	5,0	1,8	5,0	3,4	8,3
Guatemala	(AS/R)	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8
Honduras	(AS)	0,2	1,1	0,2	1,0	0,5	1,0	0,5	0,9	0,5	0,9	0,5	1,1
India	(AS/R)	1,3	4,2	1,4	4,0	1,5	4,0	1,6	3,9	1,6	3,9	1,6	3,9
Kenia	(AS)	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
México	(AS/R)	1,7	5,5	2,0	6,0	2,2	6,2	2,2	6,0	2,2	6,0	2,4	5,8
Nicaragua	(AS)	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,5	0,3	0,5	0,3	0,7
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	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,9	0,3	0,9	0,3	0,8
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Tailandia	(R)	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,4	0,5	1,4	0,5	1,2
Uganda	(R/AS)	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,3
Vietnam	(R/AS)	0,8	1,6	0,9	2,8	1,0	2,8	1,1	3,0	1,6	3,0	1,6	3,9
Otros oct-sept		2,5	1,9	2,6	2,2	2,6	3,2	2,7	4,1	2,6	4,1	2,1	5,2

* 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/08

**Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café
Años Cafeteros* 2000/01 - 2010/11
Centavos de dólar por libra**

	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año cafetero
Suaves Colombianos													
2000/01	90,25	84,01	75,81	75,33	76,70	76,94	78,25	80,92	74,38	69,70	73,50	68,80	77,05
2001/02	62,88	64,89	62,33	62,51	62,67	68,27	69,76	65,95	62,94	60,60	58,10	64,15	63,75
2002/03	67,92	70,70	65,38	67,27	67,47	62,16	64,40	65,74	61,61	64,87	65,65	67,55	65,89
2003/04	66,17	64,39	66,68	73,76	76,53	77,97	75,22	77,17	82,51	76,13	75,35	81,02	74,41
2004/05	85,52	95,63	106,48	110,03	124,34	137,10	129,93	128,36	122,47	112,48	111,21	101,31	113,74
2005/06	108,77	111,66	106,54	129,64	123,17	117,00	119,87	113,03	106,84	109,45	116,22	112,26	114,54
2006/07	113,73	126,26	132,85	127,54	125,54	119,92	117,51	116,14	122,35	122,32	126,68	131,51	123,53
2007/08	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
2008/09	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
2009/10	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
2010/11	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
Otros Suaves **													
2000/01	76,66	71,54	66,15	65,98	67,19	66,50	66,13	69,22	63,90	58,72	59,72	58,07	65,82
2001/02	56,40	58,85	56,72	58,25	59,12	64,47	65,43	61,40	58,57	56,48	54,27	60,67	59,22
2002/03	65,73	69,87	64,16	65,57	66,41	61,75	64,69	66,26	61,04	62,95	63,89	66,41	64,89
2003/04	64,30	62,28	64,86	72,73	76,21	78,06	75,44	76,99	82,21	74,94	73,61	80,47	73,51
2004/05	79,90	89,88	102,19	107,07	122,20	134,81	128,80	126,21	119,87	108,45	108,43	98,17	110,50
2005/06	106,09	108,81	102,68	124,26	118,46	112,20	114,65	107,96	101,21	102,77	112,13	109,36	110,05
2006/07	110,91	123,57	129,93	124,40	122,34	116,44	114,59	112,35	118,76	116,80	123,53	128,04	120,14
2007/08	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
2008/09	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
2009/10	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
2010/11	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
Brasileros y otras Arábicas													
2000/01	72,28	68,95	64,39	62,38	62,50	60,35	55,11	57,19	51,86	46,43	46,49	42,42	57,53
2001/02	38,63	42,82	42,21	43,14	43,17	48,70	49,70	45,39	43,00	43,31	40,18	44,53	43,73
2002/03	46,08	49,25	46,55	49,31	48,97	43,77	48,55	51,12	46,88	49,50	52,48	54,86	48,94
2003/04	52,81	50,73	54,79	62,06	65,52	66,97	63,70	65,16	69,61	62,89	61,75	68,90	62,07
2004/05	68,63	80,20	89,17	94,00	108,05	117,03	112,82	111,89	105,08	94,66	95,66	87,02	97,02
2005/06	94,54	99,35	96,23	115,89	109,51	103,52	105,89	99,00	91,26	91,01	98,90	97,36	100,21
2006/07	97,39	109,34	115,60	111,99	109,78	102,34	100,84	99,66	105,89	105,25	112,47	116,43	107,25
2007/08	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
2008/09	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
2009/10	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
2010/11	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
Robustas ***													
2000/01	36,14	32,81	30,38	32,40	31,58	30,52	28,49	29,54	29,17	27,43	25,82	24,27	29,88
2001/02	23,24	23,68	24,35	22,81	24,37	29,10	29,34	28,32	28,42	28,60	27,88	32,08	26,85
2002/03	33,33	37,93	38,06	41,18	40,67	37,17	37,42	37,80	34,21	35,35	36,30	37,35	37,23
2003/04	35,88	34,11	35,90	39,84	37,05	36,70	36,37	36,56	39,87	36,02	33,91	34,24	36,37
2004/05	31,77	34,07	38,98	39,63	44,61	50,70	53,32	58,66	62,96	60,57	55,60	50,07	48,41
2005/06	50,84	54,72	58,79	66,46	65,50	62,92	64,45	63,97	64,14	68,66	75,73	77,88	64,51
2006/07	76,26	79,67	77,71	80,55	80,97	78,95	81,64	86,06	94,76	93,47	88,51	93,61	84,35
2007/08	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
2008/09	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
2009/10	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
2010/11	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
Precio Indicativo Compuesto ****													
2000/01	56,40	52,18	48,27	49,19	49,39	48,51	47,31	49,38	46,54	43,07	42,77	41,17	47,85
2001/02	42,21	44,24	43,36	43,46	44,30	49,49	50,19	47,30	45,56	44,70	42,79	47,96	45,46
2002/03	50,79	54,69	51,68	54,04	54,07	49,61	51,87	53,19	48,90	50,89	52,22	54,10	52,17
2003/04	51,72	49,81	52,44	58,69	59,87	60,80	58,80	59,91	64,28	58,46	56,98	61,47	57,77
2004/05	61,10	67,74	77,72	79,35	89,40	101,44	98,20	99,78	96,29	88,48	85,31	78,79	85,30
2005/06	82,55	85,93	86,85	101,20	97,39	92,76	94,20	90,00	86,04	88,57	95,78	95,98	91,44
2006/07	95,53	103,48	108,01	105,81	104,18	100,09	99,30	100,09	107,03	106,20	107,98	113,20	104,24
2007/08	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
2008/09	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
2009/10	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
2010/11	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

* 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 de reintegro Federacion, precio interno y tasa de cambio
Promedios 2000/01 - 2010/11

	Precio externo	Precio compra base	TRM
	US Ctvs/libra Ex-dock	Pesos por carga de 125 kg. de café pergamino	Pesos por dólar
Años Cafeteros*			
00/01	77,05	323.191	2.266,35
01/02	63,75	278.962	2.384,14
02/03	65,89	309.093	2.864,55
03/04	74,38	329.603	2.712,71
04/05	112,30	442.404	2.377,74
05/06	113,05	458.919	2.353,88
06/07	122,08	451.052	2.148,41
07/08	145,80	488.975	1.899,17
08/09	164,22	633.087	2.238,90
09/10	209,84	704.397	1.923,06
10/11	281,35	950.893	1.833,85
2010/11			
Octubre	230,02	749.232	1.808,43
Noviembre	244,02	790.881	1.862,12
Diciembre	262,03	894.207	1.920,79
Enero	279,88	943.375	1.866,77
Febrero	296,44	1.022.694	1.882,67
Marzo	300,86	1.078.522	1.884,30
Abril	312,95	1.071.155	1.809,78
Mayo	302,69	1.023.835	1.802,06
Junio	287,64	963.205	1.782,94
Julio	285,21	931.881	1.761,58
Agosto	286,97	962.554	1.784,96
Septiembre	287,54	961.967	1.836,15

* Período: octubre - septiembre.
Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.