

Informe del Gerente General
LXVIII Congreso Nacional de Cafeteros

Noviembre 28, 29 y 30 de 2007 • Bogotá D.C.



RENOVACION
Compromiso
Cafetero



GERENTE GENERAL
GABRIEL SILVA LUJÁN

GERENTE ADMINISTRATIVO
LUIS GENARO MUÑOZ ORTEGA

GERENTE FINANCIERO
CATALINA CRANE ARANGO

GERENTE COMERCIAL
ROBERTO VÉLEZ VALLEJO

GERENTE TÉCNICO
ÉDGAR ECHEVERRI GÓMEZ

DIRECTOR PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
DIRECTOR CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES DE CAFÉ
GABRIEL CADENA GÓMEZ

COORDINACIÓN EDITORIAL

María del Pilar Fernández
Julián García
Andrés Lozano

FOTOGRAFÍA

Patricia Rincón Mautner
Archivo FNC

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Común Presencia Editores
comunpresencia@yahoo.com

FIGURAS Y CUADROS

FEDERACAFÉ

IMPRESIÓN

LEGIS

© FEDERACAFÉ



ÍNDICE

Introducción del Gerente General	7
Capítulo 1. Relación con las autoridades	13
Plan de apoyo a la caficultura	15
Federación Nacional de Cafeteros 80 años	17
Congreso de la República	19
Convenio ICA - Federación Nacional de Cafeteros	20
Alianza estratégica entre la Alta Consejería para la Reintegración y FNC	20
Tercer Encuentro de Caficultores de la Costa Atlántica	21
Capítulo 2. Comercialización del café de Colombia	23
Mercado Internacional del Café	25
El café colombiano	38
Cooperativas de Caficultores	42
Oficinas en el Exterior	44
Capítulo 3. Competitividad de la caficultura	57
Atención a Caficultores	59
Competitividad de la caficultura	62
Cenicafé	74
Investigación Participativa IPA	80
Información Cafetera	82
Capítulo 4. Bienestar social para los caficultores	85
Programa Protección Social en Salud	88
Programa de Seguridad Alimentaria	88
Cafés Especiales - USAID	91
Cooperación Española	93
Cooperación Holandesa	95
Cooperación de Bélgica y Alemania	96
Cooperación con Inglaterra	96
Modelos Innovadores de Intervención para el Sector Cafetero	96
Red Juntos	98
Convenios de Cooperación y Asistencia Técnica	99
Programa Forestal «Río Magdalena» y Silvicultura como alternativa de producción en la Zona Cafetera	102

Fundación Manuel Mejía	103
Programa Gremio Cafetero, promotor de convivencia	108
Programa Familias Guardabosques	108
Política para la competitividad de la MiPyme Cafetera	110
Investigación de factores de riesgo cardiovascular y de enfermedades crónicas en la población caficultora	113
Capítulo 5. Publicidad y promoción	115
Arquitectura Marcaria	117
Denominación de Origen e indicaciones geográficas	118
Desarrollo y protección de la propiedad intelectual	119
Publicidad y Promoción	120
Capítulo 6. Valor agregado	125
Programa de Cafés Especiales	128
Fábrica de Café Liofilizado	133
Procafecol S.A.	138
Capítulo 7. Política internacional del café	147
Organización Internacional del Café - OIC	149
Comité Empresarial Japón-Colombia del Keidanren	152
Cooperación con países productores y consumidores	152
Negociaciones Comerciales	155
Café y Salud	157
Capítulo 8. Fortalecimiento del Fondo Nacional del café	159
Fortalecimiento de patrimonio del Fondo Nacional del Café	161
Variables cafeteras	165
Retos para el futuro	166
Capítulo 9. Estructura Gremial e Institucional	167
Estructura Gremial	169
Estructura Institucional	172
Cooperación Internacional	179
Información estadística	183

INTRODUCCIÓN

Este año se conmemora el octogésimo aniversario de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el cual se ha basado en dos principios fundamentales: hacer del caficultor el eje de la celebración y la búsqueda de un reencuentro de la caficultura con su organización. Con este fin, se decidió recorrer el país cafetero, departamento por departamento, haciendo encuentros con la dirigencia de base. La activa participación del Comité Nacional y Directivo, de la administración central y departamental, al igual que de los Comités Departamentales y Municipales ha sido la mejor forma de celebrar el carácter democrático y participativo de la organización. Definitivamente, este recorrido por todo el país cafetero confirmó el riguroso compromiso gremial que presenta la organización desde su base.

Este recorrido no sólo ha implicado un esfuerzo logístico, administrativo y organizacional de la mayor magnitud. También ha permitido realizar foros cafeteros, en los cuales se han recogido las inquietudes y planteamientos de los cafeteros. Pero más allá de lo anterior, en este periplo se obtuvo un dividendo esencial: el gremio y su administración, se nutrieron del pensamiento y las ideas de la dirigencia de base. En ese sentido, hubo una compenetración al interior de la organización, en la cual los líderes cafeteros, que son el engranaje de la organización, la correa de transmisión más directa hacia la dirigencia y hacia el caficultor, ejercieron un papel fundamental. Como resultado de estos diálogos se construyó una nueva agenda a partir de la cual surgirán una serie de iniciativas que marcarán los rumbos estratégicos del futuro.

En el marco de esta conmemoración se destaca además la celebración del LXVII Congreso Nacional de Cafeteros Extraordinario, el cual fue extraordinario, no sólo por el momento en que fue realizado, sino por los resultados y consecuencias que se derivaron de éste. Por una parte, se logró la movilización y la atención de la opinión pública y de la dirigencia nacional e internacional alrededor de las instituciones cafeteras. Adicionalmente, se realizó un trabajo de recopilación de información de prensa nacional y regional de gran utilidad, que no sólo servirá como recuerdo histórico, sino también como fuente de información valiosa para calibrar el efecto que ha tenido todo este inmenso desplazamiento y despliegue de energías.

Definitivamente, la celebración de los 80 años permitió fortalecer la institución, promover la unidad, acrecentar el sentido de pertenencia y mejorar la percepción de la institución en la opinión pública. Al respecto, vale la pena resaltar el amplio apoyo de todo el gremio y las administraciones locales, a lo largo y ancho del país cafetero, en la consecución de cada uno de estos logros.

Más allá del carácter democrático que ha distinguido esta celebración y los frutos que de ella se han obtenido, los 80 años de la Federación Nacional de Cafeteros marcan un momento especial en la historia del sector cafetero. Este año la institución cafetera ha obtenido logros de la mayor magnitud, que sin duda cambiarán la caficultura hacia el futuro.

El 2007 arrancó con un proceso de transformación estructural que va a significar Sostenibilidad, Permanencia y Futuro para la Caficultura durante el resto de este siglo. Lo anterior se plasma en la ejecución de un Programa de Inversión Social «el Plan 8.80.800», En este sentido, el Plan 8.80.800 que es en esencia el eje de la celebración, tiene el siguiente significado: «8 prioridades sociales para celebrar los 80 años de la FNC con compromisos de inversión por 800 mil millones de pesos». A través de este, se podrán canalizar los recursos de inversión del gremio y los distintos cofinanciantes nacionales e internacionales hacia la atención de las principales necesidades de los caficultores colombianos. La ejecución de este programa, sumado a las estrategias de renovación, valor agregado y apoyo social, entre otros, permitirán que el caficultor y sus familias se beneficien de manera integral a lo largo y ancho de la zona cafetera de Colombia.

Todas las transformaciones que está viviendo actualmente la caficultura se presentan dentro del contexto de la organización cafetera que, como toda federación nacional, se distingue por la dicotomía entre las responsabilidades federativas y la administración de carácter nacional. En el caso de la caficultura colombiana, es fundamental el carácter federativo, ya que la organización debe ser la expresión de la voluntad colectiva y la democracia, factores clave para la supervivencia de la institución. El carácter federativo enriquece la organización y potencia la diversidad que caracteriza la caficultura del país. Particularmente, en un momento como el actual, en el cual el mercado se ha desplazado estructuralmente para premiar la diversidad, reconocer, favorecer y buscar este carácter resulta ser un tesoro de creación de riqueza para los caficultores colombianos y para el país

Por otra parte, no se puede olvidar que esta organización también es de carácter nacional, amparada en una estructura parafiscal, que exige que se le responda al Estado y a los caficultores por la administración de su ahorro y de sus recursos. En este contexto, es necesario abordar una serie de necesidades de alcance nacional, y existe también la responsabilidad para la organización de ser un colaborador eficaz de las estrategias que se determinen conjuntamente con el Gobierno Nacional en el seno del Comité Nacional.

Ese carácter nacional también potencia tremendamente a la organización. La institucionalidad cafetera carecería de fortaleza, si en el sector existiera simplemente una colección de organizaciones regionales, sin una columna vertebral nacional con presencia y capacidad jurídica e institucional de interactuar con la opinión pública, con el Congreso, con el Estado, con el país.



En este sentido, la FNC es una organización de gran valor, ya que combina la riqueza y la fortaleza de lo regional con una estructura institucional que le otorga una presencia con carácter nacional, que le permite tener la capacidad de interactuar en una situación de co-responsabilidad con el Estado colombiano.

Los balances entre el carácter federativo y el nacional son dinámicos y cambian en función de las realidades y de las diversas situaciones. La historia así lo ha demostrado. Esta condición no es una característica única de la organización cafetera, sino que es transversal a todas las del mismo tipo. En algunas épocas y en ciertos asuntos lo nacional tiene que primar, mientras en otras es el lado federativo el que debe tomar la iniciativa. Dentro de este contexto, vale la pena recorrer el camino del trabajo realizado por la presente administración respecto a su capacidad de orientación y gestión en la coordinación de estos dos frentes de acción, su apoyo a la gestión de los Comités Departamentales y el fortalecimiento de la autonomía del gremio cafetero.

En primer lugar, es conveniente resaltar el absoluto respeto de la administración hacia las decisiones del Congreso Cafetero, el máximo órgano del gremio, en donde toma asiento esa diversidad para definir las orientaciones nacionales. Es allí donde se imprime, en primera instancia, el reconocimiento a la diversidad regional, así como la orientación hacia lo nacional. Por ello, y para tranquilidad de los cafeteros, la administración central ha consultado cada una de sus iniciativas con el Congreso Cafetero. Los casos que ejemplifican este hecho son claros. Dentro de ellos se encuentra el Plan Estratégico, la Política de Valor Agregado, la Estrategia de Renovación, el Relevamiento Generacional y el cambio de la Agenda de Investigación, entre otros.

La segunda instancia a destacar, como ejemplo de lo que ha sido la actitud de esta administración frente al balance entre lo regional y lo nacional, es el Comité Directivo. Al respecto, es conveniente destacar el calibre, la profundidad y el detalle de las decisiones que se ponen a consideración del Comité Directivo. En este aspecto, es conveniente resaltar que la administración no considera al Comité Directivo como una entidad ratificadora de sus actos, sino como rectora de ellos. En ese sentido, no existe una sola decisión fundamental que no haya sido tramitada con información adecuada, absoluta transparencia y claridad ante el Comité Directivo. A través de este modo de operar, las acciones que efectúa la administración central se enriquecen profundamente, ya que el Comité Directivo es un órgano deliberativo que toma sus decisiones democráticamente, en el seno de un debate enriquecedor.

En torno a la relación de la administración central con el Comité Directivo, vale la pena mencionar el proceso de reforma estatutaria efectuada recientemente, que llevó a todos los Comités Departamentales a estar representados al más alto nivel y a compartir las decisiones más relevantes que atañen a la caficultura nacional.

Este proceso de transformación estatutaria llevó a buen término lo que se iniciara con las discusiones estatutarias del año 2003. La participación de todos Comités Departamentales sin exclusiones de ningún tipo, le otorga una fuerza muy importante a las decisiones que tomen el Comité Nacional. Adicionalmente, le proyecta al gremio, a los cafeteros y al país entero la existencia de una Federación de Cafeteros abierta, con capacidad de convocar y representar a todos los actores de la caficultura colombiana.

En la relación con los Comités Departamentales es valioso destacar el fortalecimiento financiero, presupuestal, administrativo e institucional que se les ha otorgado, lo cual resulta ser un aspecto crítico para que la organización pueda mantener su vigencia. Por ello, la organización y esta administración en particular han llevado a cabo un gran esfuerzo gigantesco para empoderar desde el punto de vista de recursos, calidad administrativa y fortaleza institucional a los Comités Departamentales.

Es importante resaltar que todo esto se ha alcanzado en un contexto de reducción de la Contribución Cafetera que pagan los caficultores. Por un lado, ésta es la más baja desde el punto de vista histórico. Es dentro de este contexto de fragilidad y sobriedad financiera que se ha logrado de manera simultánea incrementar la transferencia de recursos para la gestión regional, hacer factible la mayor transferencia de precio internacional al productor de la historia y fortalecer al mismo tiempo el patrimonio del Fondo Nacional del Café. Esto representa el éxito del modelo de gestión en lo relativo a lo nacional, lo regional y en lo particular, en cuanto a la defensa del bienestar cafetero.

Este equilibrio se ha construido con un esfuerzo de la mayor magnitud por parte de las administraciones regionales y nacionales. Sin embargo, hay que advertir la fragilidad del mismo. Desde 2003, las finanzas del Fondo Nacional del Café han sido afectadas severamente por el impacto de la caída en la tasa de cambio. Cuando se publicaron las recomendaciones de la Comisión de Ajuste del Sector Cafetero, hace cinco años, se proyectaba que esta organización requería como mínimo para funcionar 6 centavos de dólar de Contribución Cafetera. Sin embargo, la revaluación del peso colombiano ha tenido como resultado que esta institución deba sobrevivir con un tercio menos de lo propuesto en pesos. Dentro de estas circunstancias lograr los objetivos propuestos no ha sido fácil.

De allí que, los logros obtenidos resultan todavía más valiosos. Desde el punto de vista institucional, se han alcanzado los objetivos de fortalecer la autonomía y la capacidad de ejecución de los Comités Departamentales. Adicionalmente, se ha logrado mejorar el equilibrio y la situación del Fondo Nacional del Café y se ha privilegiado al caficultor. Estos resultados positivos han redundado en una favorabilidad de la Federación que no sólo se aprecia entre los caficultores, sino que va más allá e incluye a la opinión pública en general y a las diversas instituciones de carácter nacional y regional que han respaldado la gestión cofinanciando los diversos programas del gremio caficultor.



En el frente específico de las relaciones con el Gobierno es importante destacar su respaldo a la política de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para la caficultura, en todas sus dimensiones. Lo mismo sucede en torno a la política de relevo generacional y a la política de valor agregado.

Todo lo anterior, permite avanzar en la defensa de la FNC como la entidad al comando de la institucionalidad cafetera. En particular, esta situación se afianza con los resultados electorales cafeteros y se observa en las encuestas de opinión pública cafetera y nacional. Lo anterior otorga la legitimidad para trabajar todos los días y continuar con el compromiso permanente de servir a los caficultores. Al respecto, es conveniente reflexionar sobre cuál es el modelo de servicio con el que esta organización debe contar, pues los cambios que la caficultura y la institucionalidad cafetera han enfrentado durante el último tiempo han sido profundos y significativos.

Un principio rector de la labor de la organización debe ser no sustituir al Estado, sino acompañarlo y servir de catalizador para potencializar el bienestar de la población cafetera. Bajo este principio, se espera establecer una relación de nuevo tipo con el caficultor, una relación que se inicia, por ejemplo, con el excelente resultado de las elecciones cafeteras, dándoles nuevos instrumentos de participación a los cafeteros. Esto es una relación en donde realmente se cumpla el criterio de *primero el caficultor*.

Con este fin, en los últimos años la estructura de los programas del Fondo ha cambiado de énfasis. En vez de privilegiar la entrega de soluciones que le corresponden al Estado, se sitúa como prioridad los programas que privilegian la entrega de soluciones directas al caficultor y su cultivo. El comportamiento presupuestal de la organización, incluso a nivel departamental, se encuentra avanzando en esta dirección. Existen muchos ejemplos importantes de cómo los Comités, ya incluso con recursos propios, se involucran en temas que afectan directamente al caficultor en su aspecto productivo. Así, en esta relación de nuevo tipo, se le transfiere valor al caficultor. Por ejemplo, a través del acompañamiento en el mejoramiento de la calidad se logra un impacto real sobre las condiciones de vida del caficultor. Otros ejemplos claros son los esfuerzos realizados por fomentar la renovación de cafetales, el cambio generacional, así como los programas de seguridad alimentaria, entre otros tantos servicios a los que el caficultor tiene hoy acceso.

En todo momento se debe recordar que el destinatario final de la gestión de la organización debe ser el que ordena los Estatutos. Por ello, la organización debe estar enfocada a trabajar por el bienestar del caficultor. Así, la relación entre la dirigencia y el caficultor será cada vez más firme. Esto es de especial relevancia para la dirigencia regional, en la medida en que es la encargada de desarrollar los programas de manera más directa con el productor cafetero.

Por su parte, la administración central seguirá trabajando todos los días para que existan más recursos para atender la autonomía de los Comités y de la organización, y para buscar nuevas formas que ayuden a construir esa relación de nuevo tipo con el caficultor. Es esa la dirección que debe marcar el rumbo de la Federación y determinará el nuevo Plan Estratégico para la Federación de Cafeteros. Este deberá construirse sobre la base de esa nueva relación con el caficultor, en donde la organización sea capaz, con los recursos que tiene, de multiplicar su presencia directamente con el productor, y donde el esfuerzo principal sea por su bienestar, el mejoramiento de sus condiciones de vida y la viabilidad económica y productiva de la caficultura.

Ese enfoque es el que se pretende construir y que garantizará la Permanencia, Sostenibilidad y Futuro a la Caficultura. La Federación no puede hacerlo todo, pero sí puede hacer bien lo que sabe hacer, esto es, llegarle al caficultor con los instrumentos de modernización, de productividad, de conocimiento, de asistencia, de ciencia, y de recursos para garantizarle su sostenibilidad y su futuro. Es allí donde está realmente el corazón de la misión hacia delante, la cual permitirá ofrecerle al caficultor una Federación y una caficultura con mucho más futuro que pasado.

Gabriel Silva Luján

Gerente General Federación Nacional de Cafeteros

CAPÍTULO I

Relación con las Autoridades

Gobierno y Gremio:
Una alianza para el bienestar





Durante 2007, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia continuó siendo una organización con gran capacidad para multiplicar y generar valor para los caficultores. En la actualidad, al amparo del modelo de parafiscalidad cafetera, son numerosos los proyectos y programas que avanzan exitosamente. Todos con el objetivo de lograr el desarrollo, progreso y bienestar social de todos los productores cafeteros y sus familias.

Para alcanzar estos logros, la Federación de Cafeteros ha construido una estrecha y constructiva relación de cooperación y trabajo conjunto con las autoridades del orden nacional y territorial, así como con todas las ramas del poder público. Gracias a estas alianzas, la Federación, apalancada en su reconocida capacidad de gestión institucional construida por 80 años, ha transformado su papel de sustituto y conductor de la función pública en un catalizador de la acción estatal.

El carácter estratégico, económico y social de la caficultura, ha implicado que la Gerencia General le haya asignado especial prioridad a la socialización y potenciación de los objetivos gremiales frente a los actores estatales. Por esta razón, se ha trabajado incansablemente en el fortaleciendo del diálogo inter-institucional con el objetivo de mantener un clima transparente y armónico en la amplia agenda de trabajo desarrollada con el Gobierno Nacional y las instituciones del gremio.

Es así como el Gobierno Nacional ha renovado constantemente su compromiso con la caficultura. Esto se demostró con el Acuerdo de Política Cafetera suscrito en 2002 entre el Ejecutivo y la FNC, con el fin de apoyar al sector y minimizar los efectos de la crisis de precios más aguda de la historia. Posteriormente, dicho compromiso se vio refrendado con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2002–2006, que a través de la Ley 817 del Congreso de la República, aprobó la política de apoyo al sector cafetero. Luego en durante 2006, con la renovación del contrato de

administración del Fondo Nacional del Café quedó claro el reconocimiento del Gobierno a la gestión del gremio cafetero. Por último, y no menos importante, se destaca la aprobación de la Contribución Cafetera en la Ley del Plan de Desarrollo 2007 - 2011.

Así mismo, la Federación de Cafeteros y el Congreso de la República han colaborado constructivamente en una agenda legislativa que le ha permitido al gremio obtener decisiones y normas que han favorecido ampliamente las aspiraciones y el progreso del sector. Durante los últimos años, los cafeteros han encontrado en el legislativo un aliado comprometido con su futuro.

Toda esta gestión ha permitido canalizar importantes recursos para el gremio caficultor. Es así como, incluyendo los gastos proyectados en 2007, el apoyo directo del Gobierno Nacional durante los últimos seis años ha sido del orden de \$ 688 mil millones, ejecutados mediante diversos instrumentos como incentivos directos al precio interno, cofinanciación de los programas de asistencia técnica e investigación científica en el genoma del café, el programa de renovación, el PRAN Cafetero, al igual que el programa de cafés especiales y biodiversidad. Otros aportes del Gobierno incluyeron programas de acceso al crédito, tal como se muestra en el Cuadro 1.

Plan de Apoyo a la Caficultura

En cuanto a los avances del Plan de Apoyo a la Caficultura, y de manera específica las nuevas iniciativas y convenios, es importante destacar los siguientes:

Programa de Reversión Productiva y Social de la Caficultura

Teniendo en cuenta el grave problema de envejecimiento con que cuenta cerca del 46% de la caficultura colombiana, la FNC con el apoyo del Gobierno Nacional, diseñó el Programa de

Cuadro 1. Apoyo del Gobierno Nacional al Sector Cafetero, 2002-2007 (Millones de pesos)

Programa	2002	2003	2004	2005	2006	2007 (py)	Total
Apoyos al Ingreso del Caficultor	160.800	70.000	26.000	20.000	19.000	40.000	335.800
Asistencia Técnica e Investigación	36.900						36.900
Genoma			7.200	6.000	5.000	5.000	23.200
Renovación	31.125					30.000	61.125
PRAN		27.000	8.000				35.000
Programa de Alivio a la Deuda Cafetera			18.000				18.000
Plan Colombia, Convenios FIP, Régimen subsidiado, Seguridad Alimentaria, Biodiversidad, Silvicultura, INVIAS, Guarda Bosques, Efectos Climáticos	26.380	5.782	30.078	22.944	57.899	35.133	178.216
TOTAL	255.205	102.782	89.278	48.944	81.899	110.133	688.241

* Las cifras corresponden a los años en los que se apropian los recursos en el Presupuesto Nacional

Reconversión Productiva y Social de la Caficultura, el cual busca apoyar la renovación 300.000 hectáreas de cafetales envejecidos en un período de cinco años. Este programa, que se ejecutará a través del otorgamiento de créditos subsidiados, implicará inversiones por más de \$ 1,78 billones (en precios constantes de 2007), de los cuales el Gobierno Nacional ha ofrecido \$540 mil millones a razón de \$108 mil millones por año de ejecución. Este programa es analizado a profundidad en el Capítulo III.

Convenio con el Ministerio de Defensa para conformar una red de seguridad para el Eje Cafetero

Este convenio, desarrollado conjuntamente entre la Federación de Cafeteros, el Ministerio de Defensa y las Gobernaciones de los tres departamentos del Eje Cafetero (Caldas, Quindío y Risaralda) contará con recursos por aproximadamente \$19.000 millones, los cuales serán aportados por el Gobierno Nacional y las Gobernaciones. El convenio, denominado «Redes», busca articular a los habitantes del Eje Cafetero con la fuerza pública; involucrar a las autoridades locales, entidades públicas y privadas; asegurar una capacidad de respuesta del Estado y fortalecer la confianza en la fuerza pública.

Específicamente, se busca tejer redes de comunicación que fomenten la confianza ciudadana

en la fuerza pública y eviten la privatización de la seguridad. Para lograr este propósito, el programa articulará todos los recursos, equipos y capacidad de comunicación que han desarrollado durante los últimos años los tres departamentos del Eje Cafetero. De esta manera, éstos contarán con un modelo de redes de información que les permitirá mejorar la seguridad y proteger a miles de productores de café, otros productores agropecuarios y todos los habitantes de la región.

Contribución Cafetera

En el marco de la Ley No.1151 de 2007 del Plan Nacional de Desarrollo, presentada por el Gobierno Nacional al Congreso de la República se incluyó una iniciativa para la reforma de la contribución cafetera, con el fin de darle permanencia y estabilidad al mayor instrumento para la competitividad del sector caficultor colombiano.

Si bien el proyecto inicial concertado con el Gobierno y promovido por los congresistas de las Comisiones Terceras, contemplaba la posibilidad de que cuando el precio superara los US\$ 1,50 / lb se pudiera destinar un 5% del precio a una cuenta de estabilización, finalmente después de los diversos debates se eliminó este componente y se estableció una contribución fija de US\$ 0,06 /lb cuando el precio sea superior a US\$ 0,60 /lb, tal como lo expresa la Ley



1151 de 2007: «ARTÍCULO 25. El inciso 1o del Artículo 63 de la Ley 788 de 2002 quedará así:

«Establézcase una contribución cafetera, a cargo de los productores de café, destinada al Fondo Nacional del Café, con el propósito prioritario de mantener el ingreso cafetero de acuerdo a los objetivos previstos que dieron origen al citado Fondo. Cuando el precio representativo del café suave colombiano supere los 60 centavos de dólar por libra exportada (US\$0,60), la contribución máxima será de 6 centavos de dólar por libra (US\$0,06) de café suave colombiano que se exporte. En ningún caso la contribución será inferior a 2 ctvs de dólar por libra (US\$0,02) de café que se exporte.

Federación Nacional de Cafeteros 80 años

Plan 8.80.800

Con motivo del octogésimo aniversario de la creación de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la dirigencia gremial decidió realizar una celebración diferente, en la que el eje fuera el caficultor. Por esta razón, se propu-

so como pilar de la celebración, la ejecución de un Programa de Inversión Social «el Plan 8.80.800», que permita canalizar los recursos de inversión del gremio y los distintos cofinanciadores nacionales e internacionales hacia la atención de las principales necesidades de los caficultores colombianos. El Plan contempla una inversión de \$800 mil millones en 8 prioridades identificadas así:

1. Educación
2. Salud y protección social
3. Alimentación y nutrición
4. Agua potable y saneamiento básico
5. Vivienda
6. Relevo generacional
7. Vías e infraestructura
8. Productividad y renovación

En este sentido, el Plan 8.80.800 tiene el siguiente significado: «**8 prioridades sociales para celebrar los 80 años de la FNC con compromisos de inversión por 800 mil millones de pesos**». Si bien los recursos del Programa fueron convenidos durante 2007, estos se ejecutarán en el período 2007-2011. En el Cuadro 2, se presenta el balance de los recursos otorgados para ser invertidos desde 2007 en las 8 prioridades identificadas por el gremio.

**Cuadro 2. Presupuestos aprobados para ejecutar a partir de 2007
(Aportados por terceros)**

Aportante / Programa	\$ Miles de Millones
RENOVACIÓN	546
Incentivo a la Capitalización Rural - ICR (5 años)	540
MIDAS US\$3'	6
GENOMA (3 AÑOS)	15
KFW € 17.3'	46
MIDAS (Guardabosques) US\$2'	4
BID-GESTION US\$6'	12
BID-Ejecución programa	40
ACCION SOCIAL (INDIGENAS GUARDABOSQUES Y OTROS)	23
MIN. EDUCACION	16
INVIAS	48
AGC	79
MIN. DEFENSA (Seguridad en Zonas Cafeteras)	19
TOTAL	848

*TRM:1.960 \$/Dólar
Tasa de cambio: 2.664 \$/Euro



LXVII Congreso Nacional de Cafeteros Extraordinario

Con el fin de conmemorar los 80 años de la creación de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el gremio cafetero convocó el LXVII Congreso Nacional de Cafeteros Extraordinario en la ciudad de Medellín, los días 25 al 27 de junio del presente. Dicho evento contó con la participación de cerca de 500 invitados entre dirigentes cafeteros del país, representantes del Gobierno, de la industria nacional e internacional y representantes de los principales clientes de café de Colombia en el mundo

Los actos del Congreso Extraordinario contaron con la participación del presidente Álvaro Uribe Vélez, los ex presidentes de la República César Gaviria y Ernesto Samper, los Ministros que hacen parte del Comité Nacional (Hacienda, Agricultura, Comercio Exterior y Departamento Nacional de Planeación), los integrantes del Comité Directivo de la Federación, los 90 delegados de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros, con sus Directores Ejecutivos, y los gerentes de área y funcionarios de la Oficina Central, además de un gran número de invitados nacionales e internacionales.

Como parte de las actividades programadas, el Gerente de la Federación presentó un informe sobre lo que han representado el café y la institución para el país en los últimos 80 años, sobre los retos que tiene el sector hacia el futuro mostró un balance sobre los avances del programa de valor agregado que inició desde mediados de 2002, cuando asumió el cargo.

El evento contó con una sesión académica en la que intervinieron el rector de la Universidad Eafit, Juan Luis Mejía, quien habló sobre la cultura cafetera colombiana; Eduardo Posada Carbó, quien realizó una presentación sobre el café y la democracia en Colombia; el presidente de la Asociación Nacional de Empresarios (Andi), Luis Carlos Villegas, con una charla sobre el café en la economía, y la embajadora de Colombia en España, Noemí Sanín Posada, con un análisis del café y las relaciones internacionales.

La sesión académica concluyó con una intervención del Ministro de Agricultura, Andrés Felipe Arias, quien expuso la importancia del programa de renovación de cafetales envejecidos y ratificó el compromiso del Gobierno con



dicho programa. Así mismo, intervino el ministro de Hacienda, Oscar Iván Zuluaga, quien realizó un importante análisis de la situación de la economía y las ayudas del Gobierno al sector.

Entre las celebraciones, es importante destacar la Orden del Mérito Comercial en la categoría de Gran Oficial que le fue impuesta a la Federación por el presidente de la República, como reconocimiento a su contribución al comercio exterior colombiano.

Congreso de la República

Durante 2007 la Federación Nacional de Cafeteros continuó manejando una estrecha relación con el Congreso de la República, la cual se fundamentó en principios como la transparencia y el trabajo conjunto en procura del bienestar de las familias caficultoras colombianas. Así las cosas, se trabajó de la mano con todos los sectores políticos allí representados, los cuales tuvieron la oportunidad de escuchar y analizar en detalle la totalidad de las políticas cafeteras que ejecuta el gremio.

Igualmente, es importante destacar la celebración de un Foro Cafetero en las instalaciones del Congreso de la República, el cual fue promovido por la Cámara de Representantes, y liderado por el Representante por Caldas Oscar Mario Lizcano. En dicho Foro estuvieron presentes Miembros de todos los Comités Departamentales de Cafeteros y altos funcionarios de la Oficina Central.

Durante más de 7 horas, se realizaron intervenciones de los señores Ministros de Hacienda y Agricultura, el señor Gerente de la Federación de Cafeteros, 19 parlamentarios y doce líderes cafeteros. Todos, de manera abierta y por transmisión directa en televisión, tuvieron la oportunidad de discutir la política cafetera nacional y las diferentes opiniones sobre el mejor esquema de contribución cafetera.

De esta reunión salió fortalecida la relación entre la dirigencia cafetera nacional y el parlamento colombiano, la cual ha sido soporte fundamental de la política cafetera en los últimos años.

Debate en las Comisiones Quintas de Senado y Cámara de Representantes

Durante el presente año se llevó a cabo un debate en la Comisión Quinta del Senado de la República, citado por el Senador Jorge Enrique Robledo Castillo con un completo cuestionario para el señor Ministro de Hacienda, Oscar Iván Zuluaga Escobar y al señor Gerente de la Federación de Cafeteros, Gabriel Silva.

En esta reunión, la opinión pública nacional pudo conocer diversos puntos de vista de los Honorables Senadores y los citados sobre los aspectos más importantes de la política cafetera, dentro de los que se destacaron la producción, la política de comercialización internacional, el bienestar de los caficultores y la política de valor agregado.

Estos análisis sirvieron de ilustración a todos los colombianos que tuvieron presencia en el debate emitido por el canal institucional.

Así mismo, en la Comisión Quinta de la Cámara de Representantes, se celebró un debate cafetero citado por los Parlamentarios Juan Carlos Valencia Montoya, Crisanto Pizo Masabuel y Jaime Alonso Zuluaga Aristizábal.

El Gobierno Nacional, con el apoyo del gremio caficultor, respondió un cuestionario en el que se hacía énfasis en la evolución de la producción cafetera en las regiones tradicionalmente productoras y en la política de diversificación cafetera ejecutada en décadas anteriores. Igualmente, se respondieron todas las inquietudes que en medio del debate, surgieron por parte de los Honorables Representantes a la Cámara.

Convenio ICA – Federación Nacional de Cafeteros

La Federación y Almacafé firmaron un Convenio Especial de Cooperación con el Instituto Colombiano Agropecuario – ICA, con el fin de proteger la sanidad vegetal de la caficultura colombiana. Este Convenio, que lleva dos años de establecido, ha permitido la coordinación de las acciones de control y toma de muestras de las importaciones de café en Colombia. La Federación de Cafeteros y su operador logístico Almacafé, han tenido a su cargo el aporte de equipos y capacitación del personal del ICA en cada paso fronterizo, mientras que el Instituto ha puesto a disposición su infraestructura y personal en todo el país.

Teniendo en cuenta los análisis realizados al interior del Comité Técnico del Convenio y buscando la minimización de los riesgos fitosanitarios para la caficultura colombiana, el ICA expidió el pasado 9 de febrero la Resolución 0293, en donde se adoptan medidas fitosanitarias para prevenir el ingreso a Colombia de plagas cuarentenarias que pueden diseminarse a través del café en grano para uso en la industria. Para tal fin, dicha Resolución determina que: i) todo grano de café para importación deberá contener una humedad máxima de 9%, la cual será verificada en frontera; ii) los cargamentos de café tendrán que ser fumigados con Fosfamina y en el momento de la nacionalización deberán estar acompañados del correspondiente Certificado Fitosanitario del país de origen y por último, iii) el café deberá estar contenido en empaques nuevos e identificados con el país de origen y su procedencia.

Teniendo en cuenta que el riesgo fitosanitario es una preocupación andina, el ICA con el permanente acompañamiento de la Federación, presentó ante el Comité Técnico Andino de Sanidad Agropecuaria - COTASA un estudio realizado por científicos del ICA y Cenicafe, evidenciando el riesgo que por el tránsito comercial del grano podría presentarse en la caficultura andina. Lo anterior se efectuó con el objetivo

de que la Resolución 0293 expedida por el ICA sea adoptada como norma por la Secretaría General de la Comunidad Andina. Esta solicitud se encuentra en discusión y será sometida al correspondiente proceso al interior de la CAN.

Alianza estratégica entre la Alta Consejería para la Reintegración y la Federación de Cafeteros de Colombia

La Alta Consejería para la Reintegración (ACR) y la Federación de Cafeteros firmaron el pasado mes de octubre en Ibagué un convenio marco, que permitirá elaborar un Plan de Acción Nacional para que los miles de colombianos que se están reintegrando a la vida civil se puedan beneficiar de los modelos de desarrollo social y económico que viene aplicando la Federación de Cafeteros de Colombia desde hace décadas en todo el país.

La ACR convocó a la Federación de Cafeteros para aunar esfuerzos en pro de diseñar, desarrollar e implementar un programa de asesoría, acompañamiento y formación con el fin de hacer viable la multiplicación de los modelos de desarrollo económico y social que ha trabajado el gremio cafetero y que resultan pertinentes a los objetivos de la política de Reintegración Social y Económica de Personas y Grupos Alzados en Armas.

La experiencia de la FNC en el diseño de modelos de negocios sostenibles, alternativas de generación de ingresos, gestión empresarial, relevo generacional, estrategia educativa, convivencia y comunicación social, entre otros, fue vital para que la ACR eligiera a la FNC como socio en esta importante tarea. Se trata de un convenio que permitirá brindar más y mejores oportunidades a los miles de hombres y mujeres que están en proceso de reintegración a la vida civil, con énfasis en las comunidades rurales.

La alianza estratégica del gremio con el Gobierno fue firmada entre el Alto Consejero para la



Reintegración, Frank Pearl, y el Gerente General de la Federación, Gabriel Silva, en el marco de la 14ª sesión descentralizada del Comité Directivo de la Federación, que se realizó en Ibagué, Tolima.

Tercer Encuentro de Caficultores de la Costa Atlántica

Durante 2007 se realizó Riohacha (Guajira), el Tercer Encuentro de Caficultores de la Costa Atlántica, el cual despertó el interés por la caficultura no sólo de las Administraciones Municipales, sino también del Gobierno Departamental.

Dentro de los principales logros alcanzados en el marco del Encuentro se destaca el gran respaldo que las comunidades indígenas manifes-

tado a la gestión de la Federación, al disponer y transferir importantes recursos para la cofinanciación de distintos proyectos. Este es el caso de las comunidades indígenas Kogui-Malayo, las cuales solicitaron a la Federación ser las ejecutoras, a través del Comité Cesar-Guajira, de la construcción del segundo pueblo indígena denominado Dominqueka. Este se construirá en el Municipio de Dibuya, en el Corregimiento de Mingeo con una inversión de \$1.450 millones con recursos provenientes de Acción Social-FIP, la Comunidad Indígena y el Comité Departamental de Cafeteros. El convenio para la ejecución de las obras ya está firmado y se iniciarán actividades en el mes de noviembre del presente año. Este proyecto contribuirá al mejoramiento de las condiciones de vivienda, salud y educación de cerca de 800 familias indígenas.

CAPÍTULO II

Comercialización del café de Colombia

En defensa de la calidad del grano y el
ingreso de los productores





Mercado Internacional del Café

La comercialización de café durante 2007 se ha caracterizado por el acelerado ritmo en las exportaciones mundiales reflejo del importante volumen de cosecha de los dos principales productores de café, Brasil y Vietnam. Así las cosas, sólo en el mes de agosto se presentó por primera vez en el año una reducción en los embarques mundiales de café al ser comparados con las exportaciones del mismo mes de 2006. Como en años anteriores, tres países abastecedores principales (Brasil, Vietnam y Colombia) explicaron en buena parte los llamados aspectos fundamentales del mercado.

El año cosecha 2006/07 de Brasil fue de ciclo alto, lo cual se refleja en los pronósticos del mercado que sitúan la producción en un rango entre 42 y 47 millones de sacos. El comportamiento del consumo interno ha sido un factor relevante en el balance cafetero del país suramericano. Los más de 15 millones de sacos de consumo han reducido de manera significativa el volumen de exportaciones de café robusta, materia prima utilizada por la industria local para satisfacer la demanda.

En el caso de Vietnam, se observó un récord de producción cercano a 18 millones de sacos en 2006/07. A pesar del importante flujo de café que generó esta cosecha en Vietnam, la disponibilidad de robusta fue limitada por la mayor demanda de este tipo de café en el mercado. Esta situación dio soporte a los precios de café robusta.

Por su parte, el comportamiento de la producción y las exportaciones de Colombia no presentaron sorpresas frente a las expectativas de los agentes del mercado. En el año civil 2007 se espera una producción de grano del orden de los 12,5 millones de sacos, gracias a la mayor productividad alcanzada, con un consumo interno de café que aún es susceptible de mejorar.

El consumo mundial en 2007 continuó con el buen comportamiento de los años anteriores,

con un alto dinamismo en países de Europa Oriental como Rusia y Polonia, pero sin perder terreno en países tradicionales como Estados Unidos, Japón, Alemania y otros países europeos. También es de destacar el consumo en los países productores, el cual se está convirtiendo en un importante motor de crecimiento de la demanda de café.

En cuanto a los precios del café arábica, en los últimos meses estos se han mantenido en niveles altos a pesar de los importantes volúmenes que los dos mayores productores agregaron al mercado en la última cosecha. La tendencia alcista característica del último trimestre inició de manera anticipada, y en las primeras semanas del mes de octubre las cotizaciones de café alcanzaron niveles récord no observados en varios años. El comportamiento alcista en los meses de septiembre y octubre estuvo soportado por la ausencia de lluvias en los cafetales de Brasil y la fortaleza de los mercados de productos básicos. Por otra parte, las cotizaciones de café robusta se caracterizaron por el soporte fundamental de una limitada oferta lo que en ocasiones llevó a un estrecho diferencial entre los precios de Nueva York y Londres que a su vez sirvió de soporte para los precios de arábica.

A continuación, se presenta un balance del mercado cafetero internacional y del papel de Colombia en el mismo.

Producción

La producción mundial de café para el año cosecha 2006/07 se estima en 131,3 millones de sacos según el Departamento de Agricultura de Estados Unidos – USDA. La producción en años cosecha se contabiliza con las producciones que inician los procesos de recolección en 2006 y finalizan en 2007, por lo cual el café producido en 2006/07 empezó a entrar al mercado desde el año 2006. Las estimaciones de producción del USDA se encuentran en la parte alta del rango de las expectativas del mercado. Para el caso de Brasil pronosticaron un volumen de

producción de 46,7 millones de sacos en el 2006/07. La última cifra oficial de dicho país publicada por Conab para la producción 2006/07 fue de 42,5 millones de sacos.

Las expectativas de producción para el año 2007/08 están atadas al comportamiento de la cosecha en Brasil, la cual es de bianualidad baja, es decir, es un año de bajo volumen de producción. El pronóstico oficial es de 32,6 millones de sacos. Sin embargo, el mercado maneja expectativas entre 32 y 36 millones. Desde el año 2004/05, el área sembrada y cosechada en Brasil no ha mostrado cambios significativos que indiquen grandes potenciales de producción a futuro, en especial por la falta de renovación que ha llevado a que una alta proporción de los cafetales de este país se caractericen por su envejecimiento. En el Cuadro 1 se presenta el balance cafetero brasileño donde se aprecia la bianualidad de la producción y el acelerado crecimiento del consumo interno.

Vietnam, segundo productor a nivel mundial y primero en café robusta, presentó un importante incremento de producción cercano al 38% en el año cosecha 2006/07, alcanzando más de 18 millones de sacos en comparación con la cosecha observada en 2005/06. Este aumento en el volumen de producción es explicado principalmente por el efecto de la fuerte sequía en

el primer semestre de 2005, lo que generó una caída en el volumen de producción en 2005/06. La recuperación de la producción en 2006/07 que permitió alcanzar niveles récord, ha generado además unas exportaciones nunca antes observadas. A pesar de este importante volumen de café robusta, el mercado presentó una limitada oferta de este tipo de café lo que impulsó los precios en la bolsa de Londres.

En cuanto a las expectativas de producción para el año cosecha 2007/08 según USDA, se presentará una reducción de cerca del 5% hasta alcanzar los 17 millones de sacos. En el Cuadro 2 se presenta el balance para el país asiático.

Por otra parte, es fundamental analizar las tendencias de producción de Centroamérica, en donde seis países juegan un papel importante en la producción de café arábico suave (Guatemala, El Salvador, Honduras, México, Costa Rica y Nicaragua). La producción de la región en su conjunto ha fluctuado alrededor de los 15 millones de sacos en los últimos 5 años. En el año 2006/07 se esperaban recuperaciones en las cosechas, pero efectos climáticos en la región no permitieron el alza estimada. Según USDA, se pronostica una caída en la producción en el año 2006/07 a 14,6 millones de sacos, y se prevé un incremento cercano al 4% en la produc-

Cuadro 1. Balance Cafetero - Brasil

Año ⁽¹⁾	(Millones de ss 60 kg)					
	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07 ⁽²⁾	2007/08 ⁽³⁾
Producción	51,6	33,2	43,6	36,1	46,7	36,2
Importaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Oferta	51,6	33,2	43,6	36,1	46,7	36,2
Exportaciones	29,4	24,9	27,9	24,5	28,3	24,0
Consumo	13,5	14,4	15,5	15,9	16,9	17,4
Total Usos	42,9	39,3	43,4	40,5	45,2	41,4
Balance	8,7	-6,1	0,2	-4,4	1,5	-5,2
Inventario Inicial	7,2	17,9	11,8	12,0	7,6	9,2

Notas: (1) Año cosecha Julio - Junio (2) Estimado (3) Pronóstico. Fuente USDA

**Cuadro 2. Balance Cafetero - Vietnam**

[Millones de ss 60 kg]

Año ⁽¹⁾	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07 ⁽²⁾	2007/08 ⁽³⁾
Producción	11,2	15,0	14,5	13,5	18,6	17,7
Importaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Total Oferta	11,2	15,0	14,5	13,5	18,7	17,7
Exportaciones	11,2	14,5	14,0	13,0	17,6	16,8
Consumo	0,5	0,5	0,6	0,7	0,9	0,9
Total Usos	11,7	15,0	14,6	13,7	18,5	17,6
Balance	-0,5	0,0	-0,1	-0,1	0,2	0,1
Inventario Inicial	0,0	0,0	0,3	0,2	0,1	0,3

Notas: (1) Año cosecha Octubre - Septiembre (2) Estimado (3) Pronóstico. Fuente USDA

ción de estos seis países en el año 2007/08, tal como se observa en el Cuadro 3.

Otros jugadores han empezado a participar de manera importante en el mercado cafetero en los últimos años, como es el caso de Indonesia e India, quienes aportan en su conjunto más de 11 millones de sacos. En la Figura 1 se muestra el comportamiento de la producción de otros importantes países productores. Se concluye que no han existido fluctuaciones representa-

tivas en el volumen de cosecha en los últimos años, excepto en Indonesia, país en el cual se espera una recuperación de la producción en 2007/08 después de la fuerte caída en 2006/07.

Exportaciones

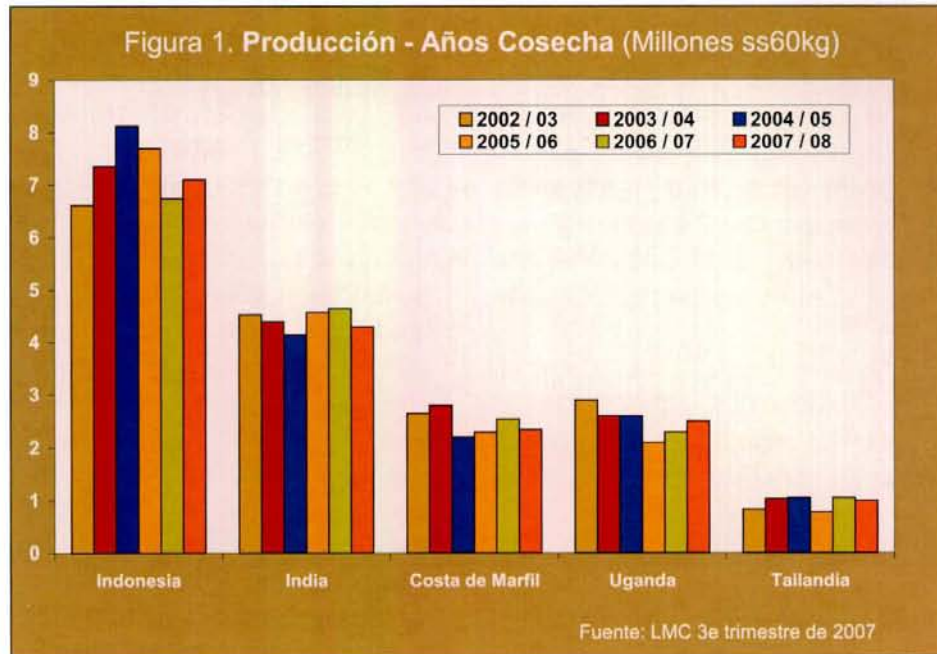
Los embarques mensuales de café en cada uno de los primeros siete meses del año superaron el volumen exportado en el mismo mes del año

Cuadro 3. Balance Cafetero - Centro América ⁽¹⁾

[Millones de ss 60 kg]

Año ⁽²⁾	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07 ⁽³⁾	2007/08 ⁽⁴⁾
Producción	15,2	15,0	14,7	14,8	14,6	15,3
Importaciones	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
Total Oferta	15,5	15,3	15,0	15,2	15,0	15,6
Exportaciones	13,4	13,1	12,9	12,9	12,0	12,3
Consumo	2,2	2,2	2,2	2,3	3,3	3,5
Total Usos	15,6	15,3	15,1	15,2	15,3	15,8
Balance	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-0,4	-0,2

Notas: (1) 6 Países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua
(2) Año Cosecha: Octubre - Septiembre (3) Estimado (4) Pronóstico. Fuente USDA



anterior. Solo hasta el mes de agosto se presentó una reducción en las exportaciones en comparación al volumen observado en agosto de 2006. El importante ritmo de las exportaciones durante el 2007 es explicado por las producciones de Brasil y Vietnam, principales

productores de café del mundo. Las exportaciones mundiales acumuladas enero – agosto sumaron 61,64 millones de sacos de 60 kilos de café verde, lo cual representó el volumen más alto en dicho período en los últimos siete años, tal como se observa en la Figura 2





Respecto a las exportaciones de Brasil, en la Figura 3 se aprecia como en el periodo julio/06 – junio/07, éstas alcanzaron los 26,18 millones de sacos de café verde, con una reducción de 3% frente a las exportaciones observadas en el año de super-cosecha 2002/03 donde el volumen embarcado totalizó 26,87 millones. No obstante, se destaca que las exportaciones de robusta en el último año fueron 66% inferiores frente al año 2002/03, mientras que las exportaciones de arábica aumentaron 10%. Esta situación puede explicarse por el importante crecimiento del consumo interno y la consecuente necesidad de abastecimiento de la industria de café soluble de dicho país.

Las exportaciones en la cosecha 2006/07 de Vietnam alcanzaron 17,8 millones de sacos de café verde con cifras preliminares para el mes de septiembre según la Oficina de Estadísticas de Vietnam –GSO. En 2007, las exportaciones mensuales superaron el millón de sacos y en los meses de enero y marzo los embarques de café de Vietnam fueron mayores a 2 millones. El acelerado ritmo en las exportaciones del país asiático refleja el importante volumen de cosecha en 2006/07 y su incremento del 36% con respecto al último año, Figura 4.

Consumo

Según cifras de LMC, en los últimos años el consumo mundial de café ha crecido anualmente a una tasa cercana al 2% y en 2007 alcanzará 125 millones de sacos. Este continuo aumento del consumo se soporta en incrementos de la demanda de café tanto en países importadores como en países productores. Para los primeros, el consumo en 2007 será de 92 millones de sacos, 2% superior al año anterior, mientras que para los segundos el incremento será de 3% alcanzando 32,5 millones de sacos.

Cabe señalar el positivo comportamiento del consumo en los países de Europa del Este, con un crecimiento del 5% en los últimos años hasta alcanzar 11,4 millones de sacos en 2007. Países como Polonia y Rusia representan el mayor volumen de consumo y han presentado un importante dinamismo. El resto de Europa, mientras tanto, muestra un crecimiento del consumo de 1% en 2007, con leves aumentos en Alemania, Italia, Francia, España y Reino Unido. Sin embargo, es importante destacar que en Alemania y Francia el consumo de café todavía no ha superado el registrado en años anteriores.





Las regiones de América y Asia continúan con incrementos de 2% en el consumo de café. América, Estados Unidos y Canadá, respondieron por un consumo de 24 millones de sacos en 2007, mientras que en Brasil se espera que el consumo alcance los 17 millones, gracias a un incremento de 4% en promedio desde el 2002.

El importante crecimiento del consumo en este país suramericano ha sido impulsado por el buen comportamiento de la economía brasileña y el agresivo programa para mejorar la calidad de la bebida desarrollado por ABIC, asociación que reúne a los industriales de café de este país, así como por campañas de publicidad y promoción en las que se destacan los beneficios de esta bebida.

En cuanto a los países asiáticos, el mercado de Japón continúa creciendo a una tasa de 1% anual, mientras que China presenta un alza de 7% en 2007. Si bien el crecimiento del consumo en este último país es sustancial, el volumen de 600 mil sacos de café consumidos sigue siendo aún muy pequeño. La Figura 5 presenta

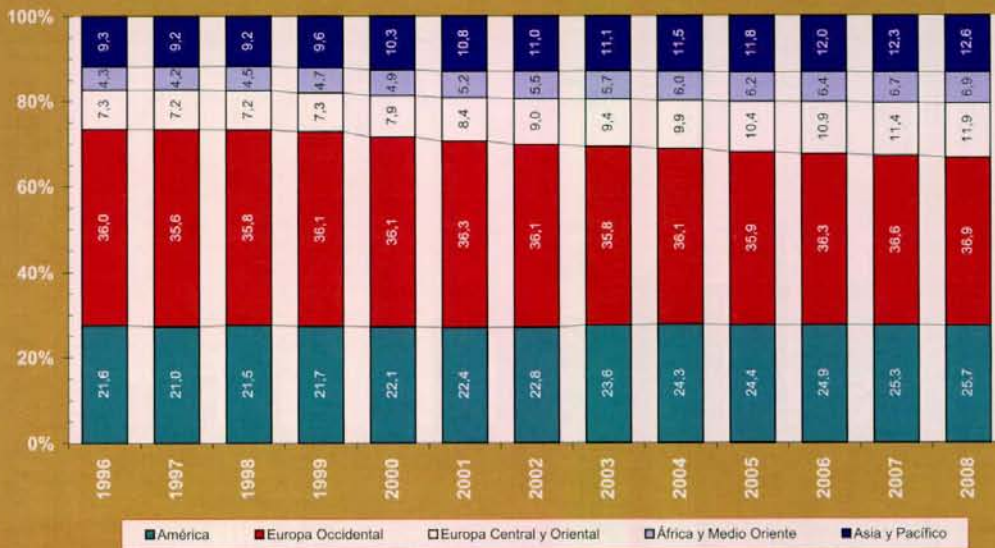
el comportamiento del consumo de café por regiones en los últimos años.

En lo relacionado al tipo de café, el consumo de robusta, que había tenido un crecimiento mucho mayor al del café arábica entre 2004 y 2006, tendría un crecimiento de sólo 1% frente a 3% del café arábica en 2007. Este cambio en los patrones de crecimiento podría estar explicado por el aumento en las cotizaciones del café robusta y la consecuente disminución de los diferenciales de precio entre estos dos tipos de café, situación que favorece la sustitución de cafés robustas por arábicos en las mezclas de los tostadores, Figura 6.

En cuanto al consumo per capita, este sigue mostrando grandes diferencias entre países consumidores. Como se puede observar en las Figuras 7 y 8, el consumo promedio por persona en países productores e importadores es bien diferente, a excepción de Brasil y Costa Rica, únicos países productores con consumos per capita que se pueden equiparar a los de países consumidores. Del lado de los países consumidores, son los nórdicos quienes siguen siendo los que más consumen café en el mundo.



Figura 5. Consumo Mundial de café por regiones
(Millones ss 60 kg)



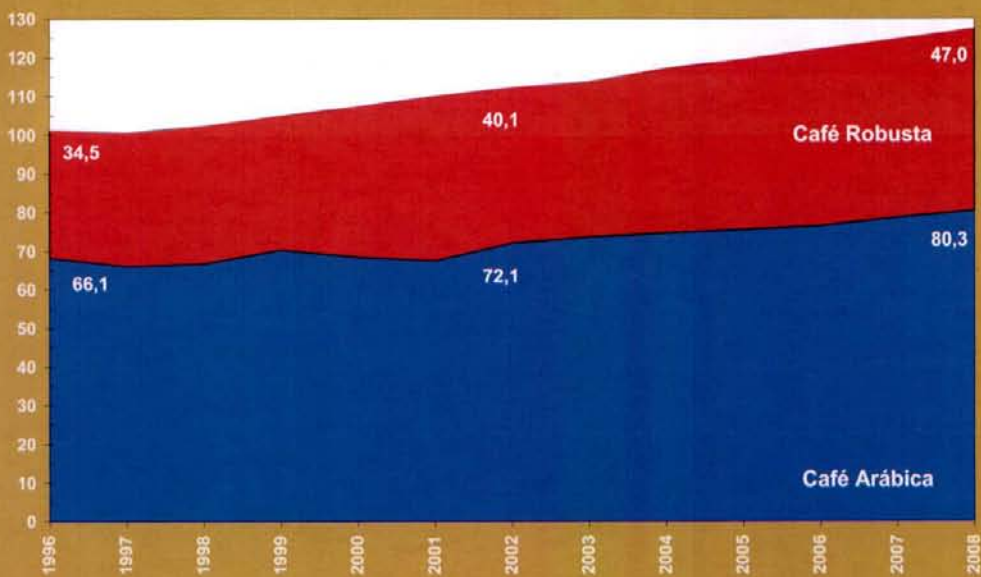
Fuente: LMC, Años Civiles

Balance Mundial

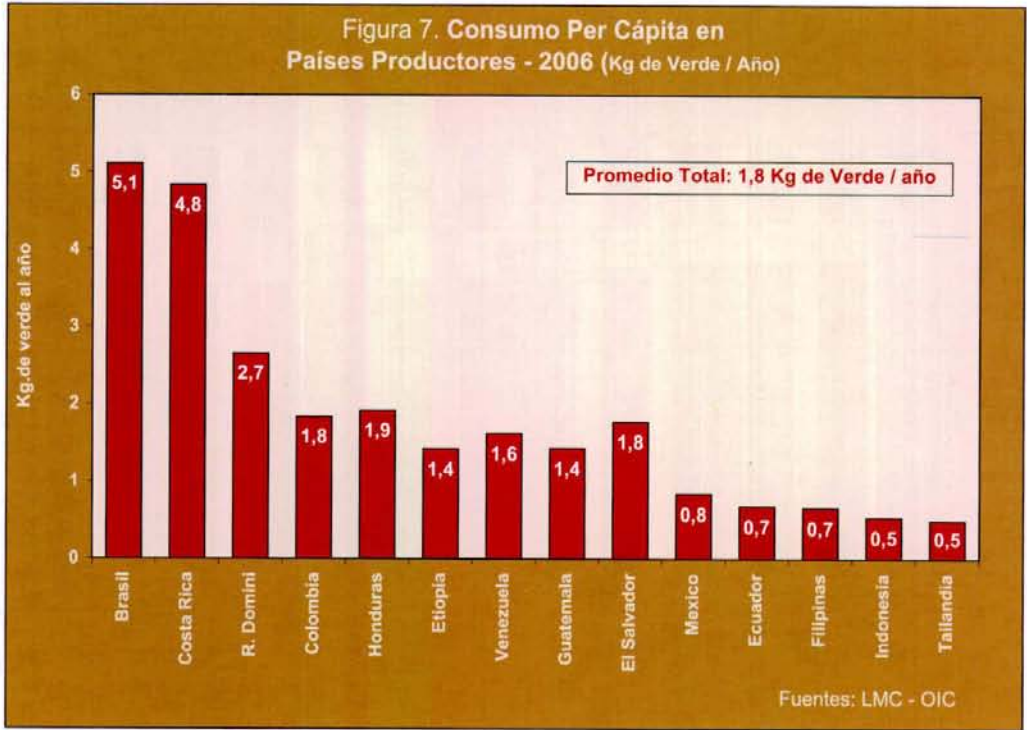
El balance cafetero por tipo de café (arábico y robusta) se caracteriza por un mercado de robusta más estrecho en los últimos años. El ba-

lance de robusta se ha visto afectado por dos sucesos, el primero la reducción de exportaciones de Brasil, como consecuencia del incremento del consumo interno que ha generado una mayor demanda de robusta por parte de la in-

Figura 6. Consumo Mundial por Tipo de Café
(Millones ss 60 kg)

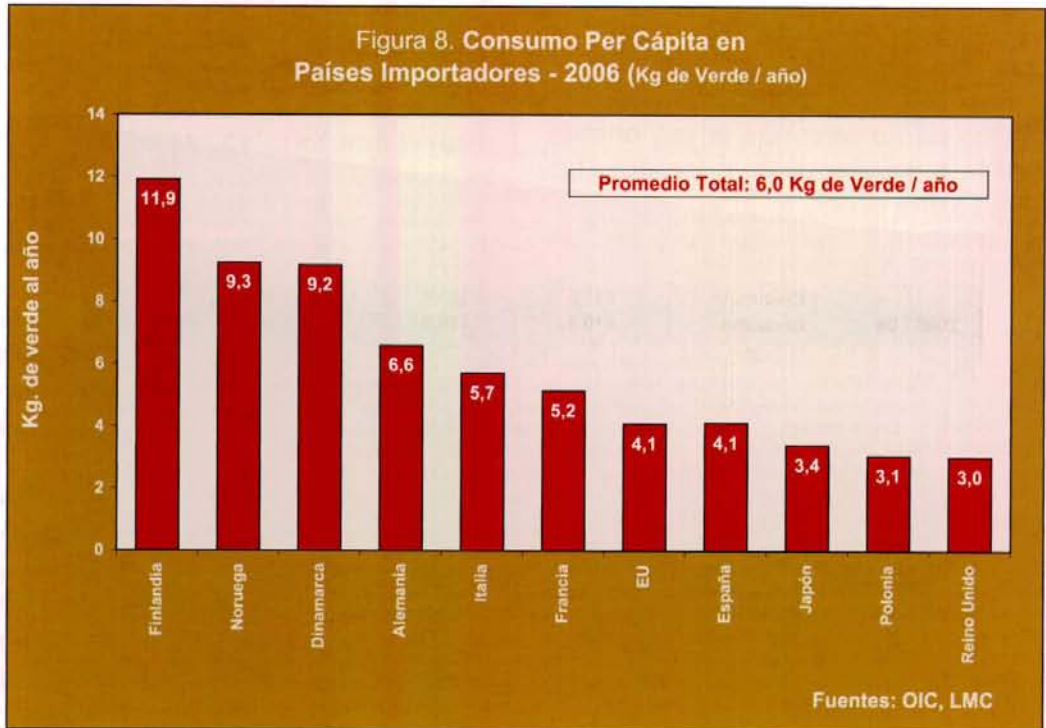


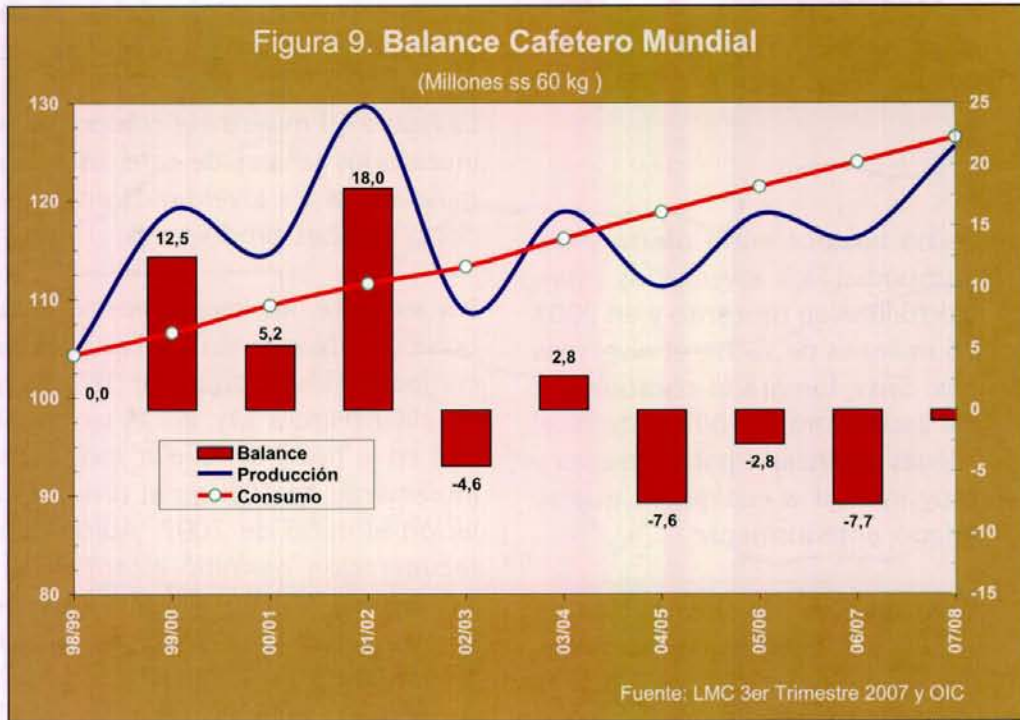
Fuente : OIC



dustria local. El segundo elemento hace referencia a la recomposición de las mezclas de la industria de café durante los años de crisis, que impulsó la demanda mundial de este tipo de café.

Al respecto, la Figura 9 ilustra el comportamiento del consumo y la producción a nivel mundial desde el año cafetero 1999/00 hasta el pronóstico 2007/08. En este se puede observar los tres años consecutivos de déficit que han





dado soporte a los precios en el mediano y largo plazo.

En tal sentido, los pronósticos de balance de diversos analistas para el año cosecha 2007/08

(Cuadro 4) muestran déficit a nivel mundial, principalmente explicado por el año bial bajo en Brasil, sumado a los incrementos anuales del consumo. Si se observan las diferencias acumuladas entre producción y consumo desde el año

Cuadro 4. Balance cafetero mundial -Varios Analistas

[Millones ss 60kg]

Año Cosecha		J. Ganes	OIC	LMC(1)	USDA(2)
2004 / 05	Producción	121,1	117,5	111,3	121,1
	Consumo	117,5	116,0	119,3	124,0
	Balance	3,6	1,5	-8,0	-2,9
2005 / 06	Producción	111,6	111,4	123,6	111,6
	Consumo	119,3	118,0	122,4	114,3
	Balance	-7,7	-6,6	1,2	-2,7
2006 / 07	Producción	131,3	122,7	119,8	131,3
	Consumo	125,4	120,3	125,4	134,3
	Balance	5,9	2,4	-5,6	-3,0
2007 / 08	Producción	118,9	112,0	128,8	118,9
	Consumo	127,0	122,0	128,2	122,3
	Balance	-8,1	-10,0	0,6	-3,5
Acumulado	Base	-6,3	-12,6	-11,8	-12,1

Notas: (1) Año Cafetero (2) Consumo = Exportaciones + Consumo Productores
Notas: Últimos reportes disponibles de cada Fuente

2004/05 hasta 2007/08, se obtiene un déficit acumulado promedio de 10,7 millones entre las expectativas de los analistas.

Inventarios

Debido al estrecho balance entre oferta y demanda a nivel mundial, los inventarios mundiales de café continúan su descenso y en 2007 alcanzarán 37,5 millones de sacos, el nivel más bajo en 25 años. Si se tomara el consumo de 125 millones de sacos para el 2007, este nivel de café en bodegas alcanzaría para 3 meses y medio, nivel muy inferior a cualquiera que se hubiera presentado anteriormente.

Las existencias en manos de países productores cayeron a menos de 20 millones de sacos, mientras que los inventarios en países importadores alcanzaron 18,6 millones de sacos, nivel que no se observaba desde 2000. En Brasil, después de una cosecha de más de 45 millones de sacos, el inventario total en 2007 alcanzará una cifra inferior a 10 millones de

sacos, con unas existencias en manos del Gobierno de menos de 1 millón de sacos.

La Figura 10 muestra el comportamiento de los inventarios totales de café, así como su discriminación entre inventarios en países consumidores y países productores.

Por su parte, los inventarios certificados en las bolsas de Nueva York y Londres, tuvieron un comportamiento disímil al cierre de septiembre de 2007 (Figura 11). Por el lado de las existencias en la bolsa de Nueva York, se presentó un incremento de 19% en el nivel de café con relación al inicio de 2007. Adicionalmente, esta recuperación permitió alcanzar los niveles de café que existían en el primer semestre de 2005. La explicación de este fuerte incremento es la recuperación en los inventarios de la mayoría de orígenes latinoamericanos debido a mayores volúmenes de producción en la cosecha 2006/07. En el caso de Honduras, México, el Salvador y Colombia, se presentó una recuperación en el nivel de existencias cercano al exis-

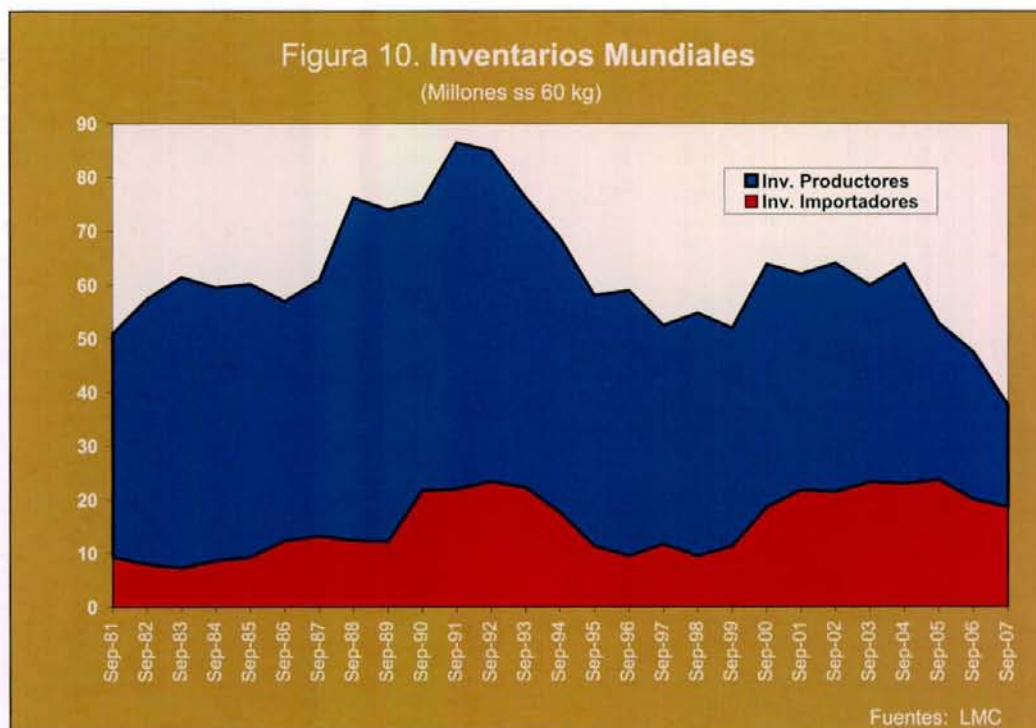
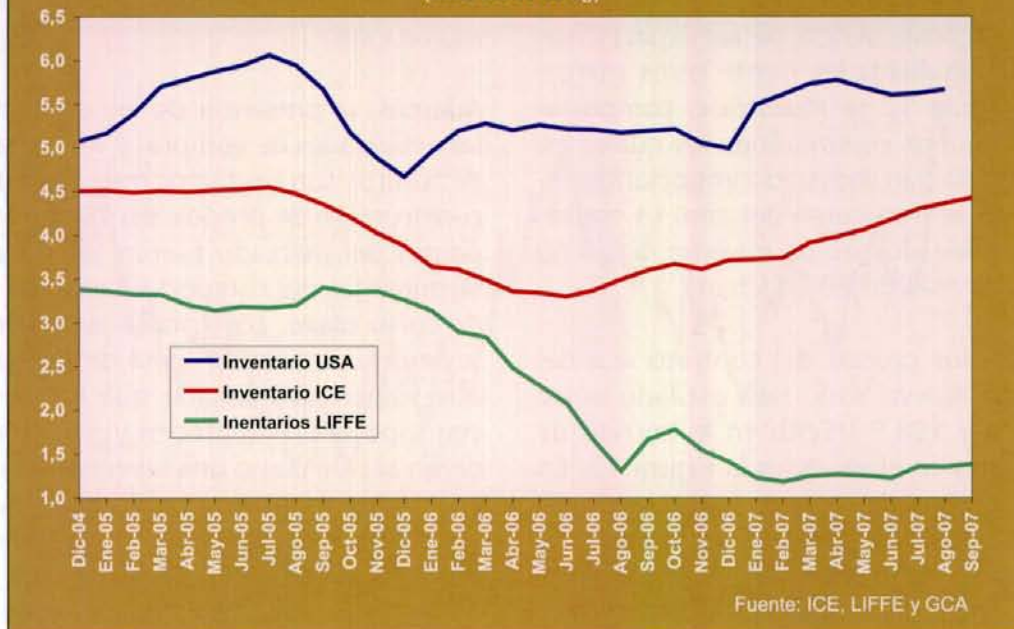




Figura 11. Evolución Inventarios USA, ICE y LIFFE
(Millones ss 60 kg)



tente en años anteriores, pero en países como Perú y Nicaragua se alcanzaron niveles no vistos anteriormente gracias al mayor volumen de café producido.

En cuanto a los inventarios certificados en Londres, se presentó una disminución de 2% al cierre de septiembre de 2007. El nivel de existencias de 1,38 millones de sacos de café robusta continúa siendo muy bajo con relación a los niveles de 2005 y 2006. Este nivel de inventario se presenta por la baja disponibilidad de café robusta en el mercado a pesar de la gran cosecha de Vietnam 2006/07.

Precios

Los precios de café arábica iniciaron el 2007 con una tendencia a la baja, la cual se evidenció hasta mayo, presionados por los importantes volúmenes de cosecha de Brasil. Éstos generaron un ritmo acelerado en las exportaciones durante el primer semestre del año, dándole al mercado disponibilidad de café y frenando posibles aumentos en las cotizaciones.

No obstante, esta tendencia se revirtió en el segundo semestre del año, destacándose los importantes incrementos de precios desde agosto de 2007, alcanzando niveles máximos que no se habían presentado en los últimos años. En general, el comportamiento intra-anual de los precios ha sido atípico en comparación con la tendencia de otros años. Las caídas en los precios se han presentado de manera anticipada y el alza característica del último trimestre inició un mes antes y con mayor velocidad.

Es importante mencionar los efectos de sucesos externos al café que pueden ser considerados las causas de los cambios no esperados en los precios. La crisis de los créditos hipotecarios en Estados Unidos generó pánico entre los mercados llevando a una recomposición de los portafolios por parte de los inversionistas por los posibles efectos en el crecimiento de la economía norteamericana. Esta situación llevó a la FED -Reserva Federal de Estados Unidos- a tomar la decisión de bajar sus tasas de referencia, lo que generó un fortalecimiento de las monedas emergentes frente al dólar y así como de otros mercados como el de productos básicos, dentro del cual se encuentra el café.

En los últimos meses, los mercados de materias primas han mostrado una tendencia alcista explicada por el interés de inversión en estos productos como consecuencia de las expectativas de mejores rentabilidades frente otros mercados. En la Figura 12 se muestra el comportamiento de algunos *commodities* los cuales en su gran mayoría han mostrado importantes incrementos en el transcurso del año. La cotización del petróleo alcanzó un máximo, antes no observado, de más de 80 US\$/barril.

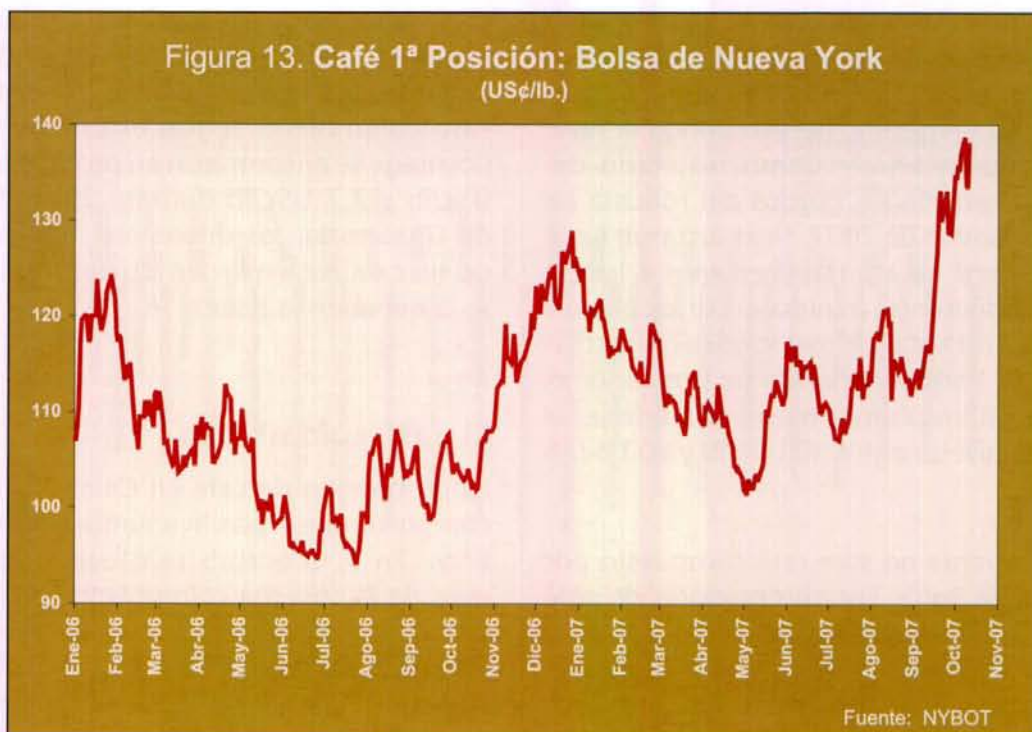
Por su parte, los precios del contrato «C» del ICE, bolsa de Nueva York, han oscilado entre 103,2 US¢/lb y 138,9 US¢/lb en lo corrido de 2007, tal como se observa en la Figura 13. En la primera semana de octubre las cotizaciones de café en la bolsa alcanzaron el precio más alto en cerca de ocho años y medio. La dinámica de los precios en las últimas semanas puede ser explicada por las expectativas de los agentes frente a los posibles efectos en calidad y volumen en la cosecha 2008/09 ocasionados por la fuerte sequía en la región cafetera de Brasil. Adicional a esta situación, estas semanas del año se caracterizan por el alza en los

precios del grano como consecuencia del inicio del invierno en el Hemisferio Norte, el cual está relacionado con un aumento en el consumo de café.

Además, la presencia de los especuladores en las actividades de compra y venta de contratos de futuros son un factor muy importante en la construcción de precios. En 2007, estos participantes del mercado fueron los principales determinantes del comportamiento de los precios de corto plazo. Los Fondos de Inversión mantuvieron una posición neta de compradores, lo que sugiere al mercado que los inversionistas ven soporte en los precios y por lo tanto consideran al café como una inversión rentable. Sólo en el mes de mayo, los Fondos tuvieron una posición neta corta. En el último mes, los Fondos han alcanzado la posición neta más larga del año con más de 30 mil contratos netos de compra. Este comportamiento da soporte a los precios en el corto y mediano plazo (Figura 14).

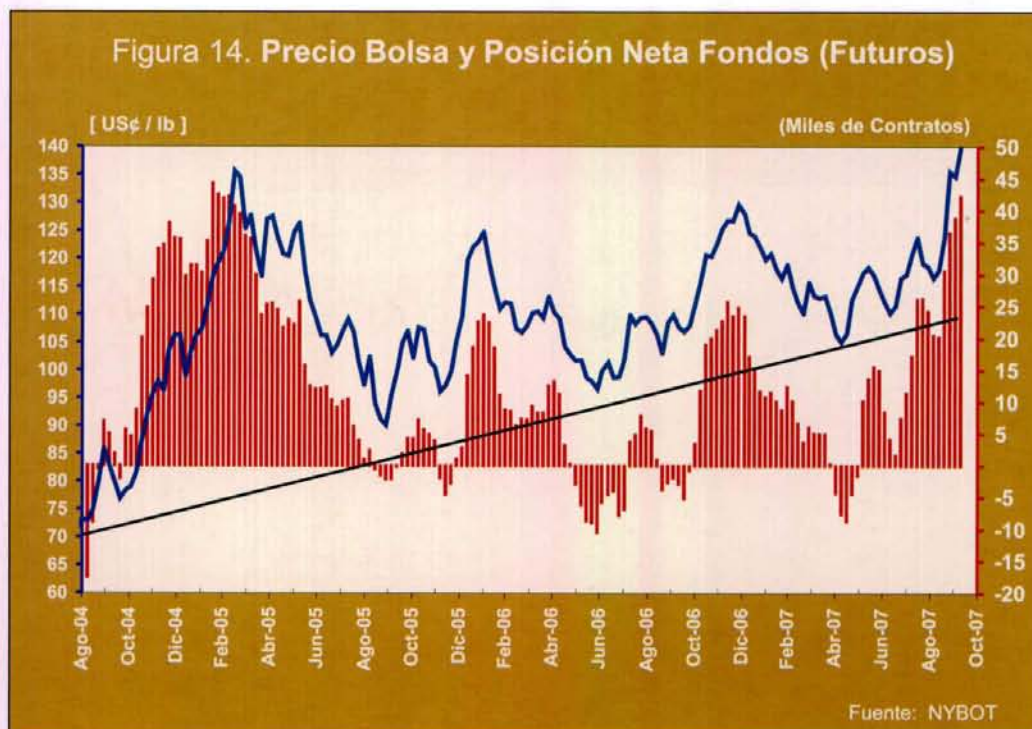
En el mediano y largo plazo los precios de café están determinados por unos fundamentales sólidos que muestran una oferta limitada, un





constante aumento en la demanda y una reducción en los niveles de inventarios. En el corto plazo, las operaciones especulativas y el comportamiento climático de los países productores serán los determinantes de la tendencia

de los precios. Los precios de café robusta en la bolsa de Londres han mostrado una tendencia alcista en los últimos años, como resultado de la fuerte demanda por parte de la industria de café. Desde finales de 2006, la limitada oferta



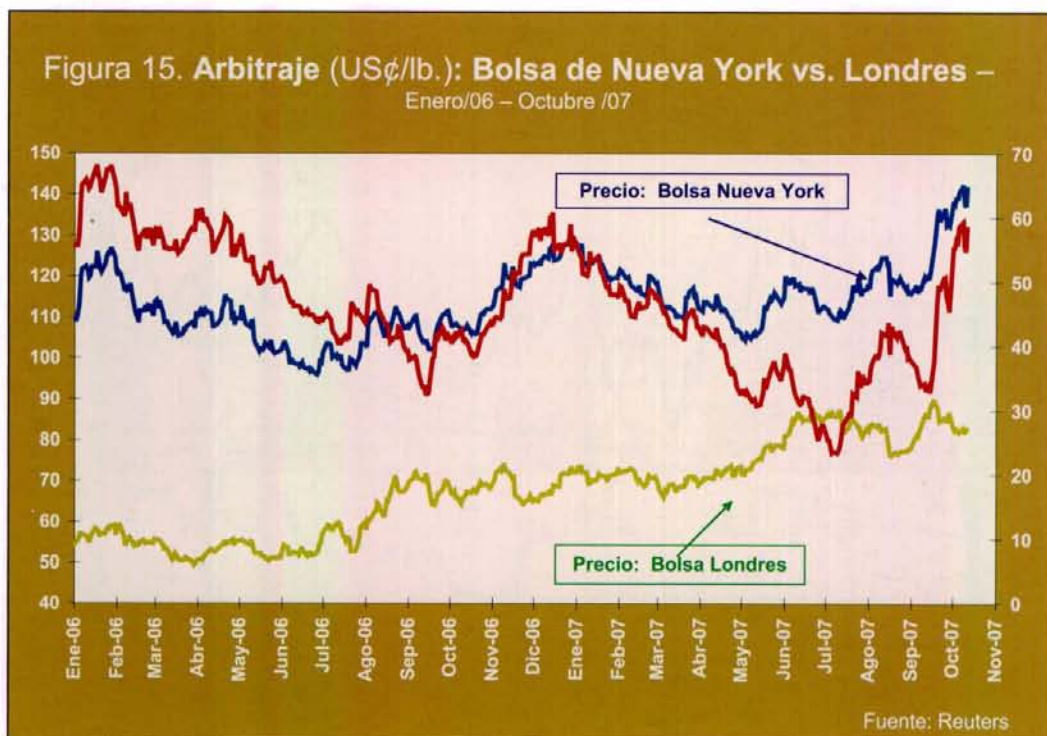
brindó un importante soporte a los precios. La tonelada de café robusta se ha cotizado durante el año en un rango entre US\$ 1.444 y US\$ 2.068, siendo el máximo de este rango el nivel récord en nueve años. Como resultado del comportamiento de los precios del robusta en el primer semestre de 2007, se alcanzaron unos niveles mínimos de arbitraje cercanos a los 20 US¢/lb. Esta diferencia mínima entre los precios de arábica y robusta, dieron soporte al mercado de Nueva York impulsando las cotizaciones de arábica. En los últimos meses el arbitraje ha regresado a niveles entre 30 US¢/lb y 60 US¢/lb (Figura 15).

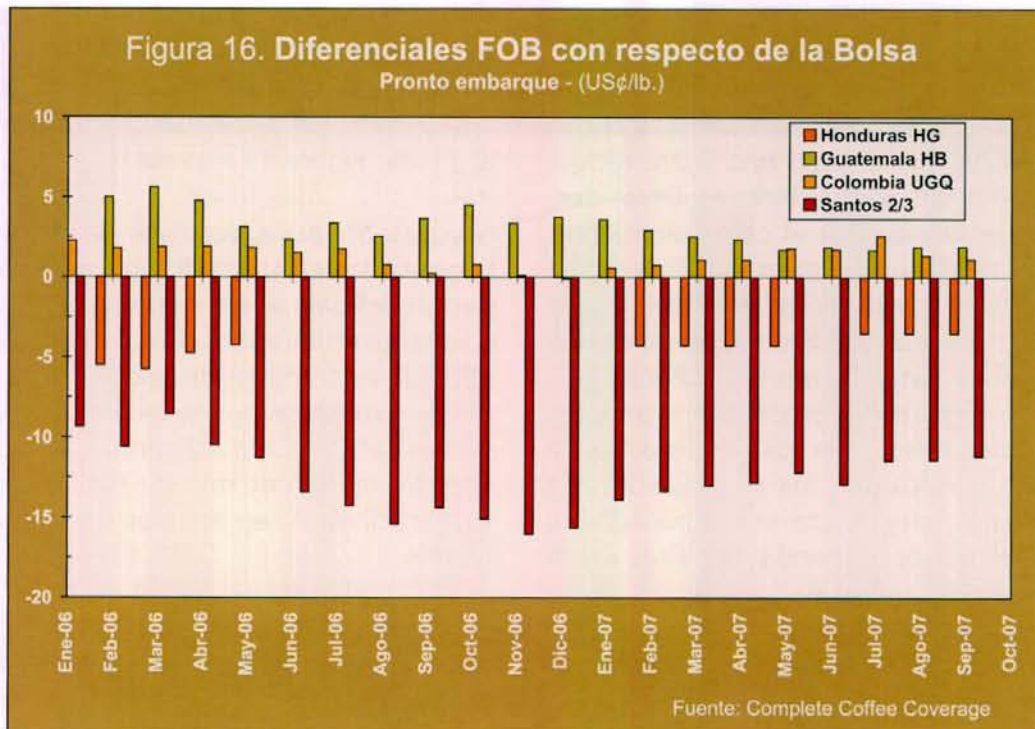
El precio de venta no solo está compuesto por el precio de la Bolsa. Los compradores de café deben pagar un diferencial (prima o descuento), el cual usualmente depende de la calidad del café y de la negociación de venta. El siguiente gráfico muestra el comportamiento de los diferenciales de Colombia y de otros países productores de cafés arábigos lavados con respecto a las cotizaciones de Nueva York. En el caso del café colombiano y brasileño, los diferenciales durante el 2007 han tenido una tendencia

al alza, que en parte puede ser explicada por el comportamiento revaluacionista de las monedas de estos dos países. Los diferenciales del café colombiano según el Complete Coffee Coverage se encontraron en promedio entre 1,3 US¢/lb y 2,7 US¢/lb durante 2007. En el caso de Guatemala, los diferenciales han permanecido sin cambios en lo corrido del 2007, tal como se observa en la Figura 16.

El café colombiano

La producción de café en Colombia ha venido comportándose positivamente en los últimos años. En el Cuadro 5 se observa que el volumen de la cosecha colombiana ha oscilado en un rango entre 11 y 12,1 millones de sacos, con una recuperación de cerca de 1 millón de sacos entre 2004 y 2006. Esta recuperación se tradujo en un incremento en las exportaciones que en el último año alcanzaron 11 millones de sacos. No obstante, el consumo interno no ha tenido el mismo dinamismo ya que la demanda de café por parte de los colombianos se ha mantenido relativamente constante fluctuando





entre 1,2 y 1,3 millones de sacos. Es de destacar que las proyecciones para el cierre de 2007 prevén una cosecha del orden de 12,5 a 12,8 millones de sacos, la más alta en muchos años. Este incremento se explica especialmente por los aumentos significativos en la productividad.

Es importante destacar cómo, después de la desacumulación de inventarios presentada hasta el 2005, en los 2 últimos años cafeteros el balance ha sido positivo y ha permitido estabilizar el nivel de existencias hasta alcanzar 1,4 millones de sacos en 2006/07.

Cuadro 5. Balance Cafetero - Colombia

	(Millones ss60kg)						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ⁽¹⁾
1. Prod. e Imp.	10,94	11,61	11,57	11,34	11,56	12,41	8,72
- Producción	10,9	11,61	11,57	11,24	11,12	12,08	8,60
- Importaciones ⁽²⁾	0,00	0,00	0,00	0,10	0,45	0,33	0,12
2. Exp. y Cons.	11,33	11,58	11,53	11,51	12,09	12,15	8,94
- Exportaciones	10,0	10,27	10,29	10,26	10,87	10,95	8,07
- Consumo Interno	1,4	1,31	1,24	1,25	1,22	1,21	0,87
3. Balance							
Prod. (1) menos uso (2)	-0,4	0,03	0,04	-0,17	-0,52	0,25	-0,22
4. Inv. Totales	1,9	1,88	2,04	1,99	1,41	1,49	1,44

Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC
 Nota: (1) Enero - Septiembre 2007 (2) Fuente: DIAN

En cuanto al destino de las exportaciones colombianas, éstas siguen dominadas por Estados Unidos con una participación de 34% en lo corrido del 2007. Cabe señalar que dicha participación ha presentado una ligera reducción frente a los dos años anteriores. Otros destinos de importancia para el café colombiano como Japón también han mostrado ligeras disminuciones en la participación del total, lo que evidencia un proceso de diversificación de los mercados para el café de Colombia. Por su parte, Europa continúa en un proceso de incremento de importaciones y en los primeros ocho meses del 2007 alcanzó una participación de 44%. Este aumento puede ser explicado en parte por una mayor demanda de países como Bélgica y Francia, Cuadro 6.

En cuanto a las exportaciones, las proyecciones indican que continuará la tendencia alcista de años anteriores y éstas se aproximarán a los 11,2 millones de sacos en 2007, volumen que significará ingresos por cerca de US\$ 1.800 millones (US\$ 1.320 millones a septiembre). Se

destaca cómo los ingresos por exportaciones se han más que duplicado en el lapso de seis años, al pasar de US\$ 861 millones en 2002 a US\$ 1,8 billones en 2007, un crecimiento cercano al 110%, Figura 17.

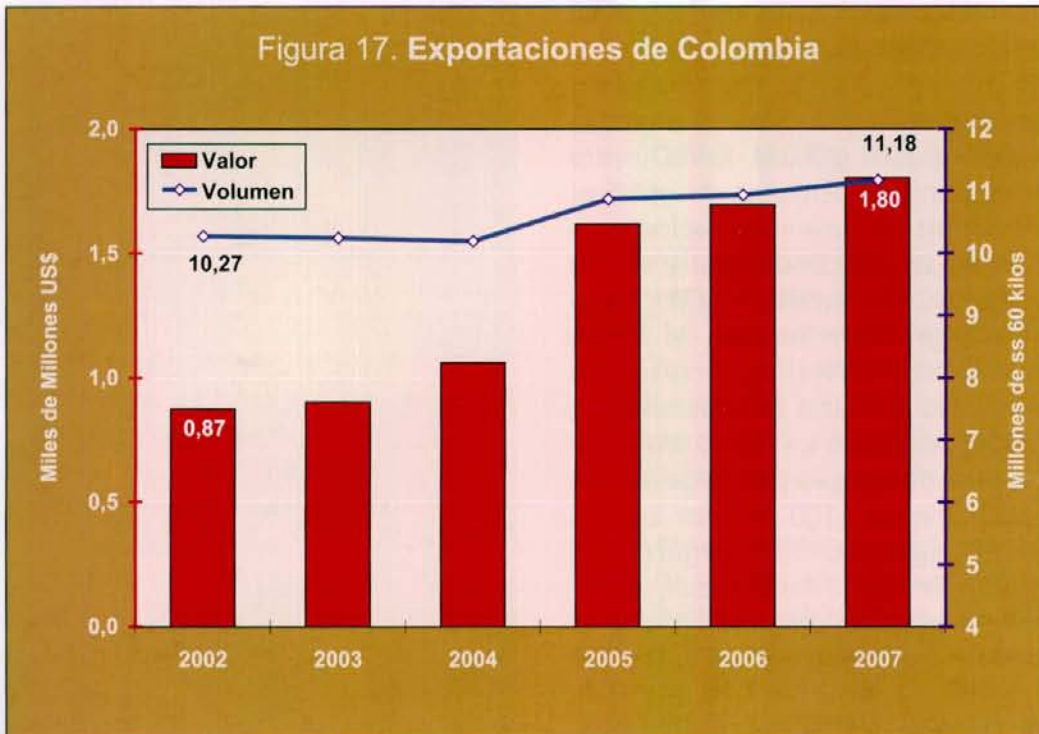
No obstante estos positivos resultados, a escala global las estadísticas indican que la participación del país se ha mantenido relativamente constante en términos de volumen, pero ha disminuido en términos de valor. Esta disminución, puede explicarse por el incremento en el precio del café robusta que en los 2 años anteriores tuvo un alza de más de 70%, lo que mejoró su participación en el valor de los embarques totales.

En cuanto a los precios del café colombiano, estos han seguido el comportamiento de las cotizaciones del Contrato «C» de la Bolsa de Nueva York. Al respecto, la Figura 18 presenta el comportamiento de los precios de compra y del precio externo desde enero de 2006. En cuanto al precio en la bolsa de Nueva York, si

Cuadro 6. Exportaciones colombianas según destino

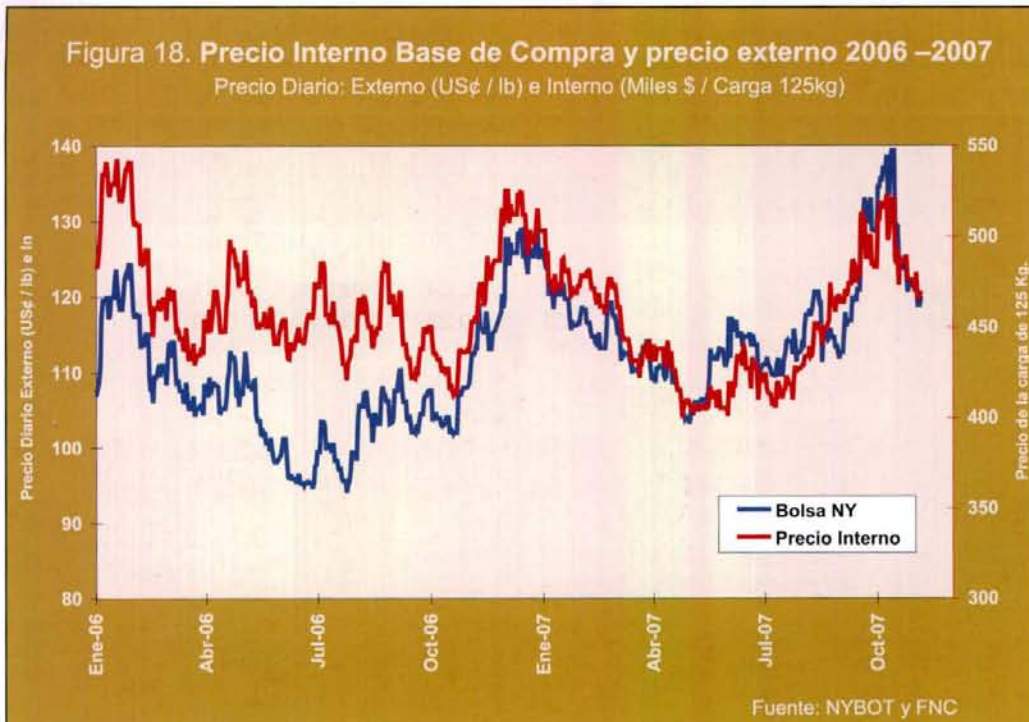
	(Millones ss60kg)					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Estados Unidos	3,44	3,62	3,56	3,97	3,79	2,77
Japón	1,46	1,39	1,62	1,52	1,51	0,97
Europa	4,44	4,29	4,03	4,29	4,51	3,51
Alemania	1,77	1,64	1,38	1,42	1,46	1,04
Belgica/Lux.	0,49	0,53	0,54	0,66	0,61	0,57
Italia	0,26	0,25	0,28	0,41	0,39	0,30
Reino Unido	0,31	0,30	0,28	0,37	0,44	0,36
Suecia	0,27	0,25	0,27	0,26	0,30	0,21
Países Bajos	0,21	0,27	0,21	0,17	0,22	0,17
España	0,26	0,25	0,22	0,23	0,28	0,20
Francia	0,24	0,19	0,16	0,14	0,16	0,12
Otros	0,65	0,62	0,68	0,64	0,66	0,54
Canadá	0,53	0,51	0,59	0,65	0,59	0,40
Corea	0,10	0,13	0,15	0,17	0,17	0,15
Otros	0,30	0,33	0,32	0,27	0,37	0,28
TOTAL	10,27	10,29	10,26	10,87	10,95	8,07

Notas: (1) Enero - Septiembre 2007



bien éste presentó una disminución en el segundo trimestre de 2007, posteriormente se evidenció una fuerte recuperación, para alcanzar en el acumulado del año un promedio de 114,45 US¢/lb, superior en 5,6% al promedio

del año anterior. Por su parte, el precio interno promedio en lo corrido de 2007 alcanzó los 449.373 \$/carga, inferior en 3,6% al promedio observado en 2006. Esta diferencia entre el comportamiento de los precios internacionales



y los precios internos se explica por la evolución de la tasa de cambio.

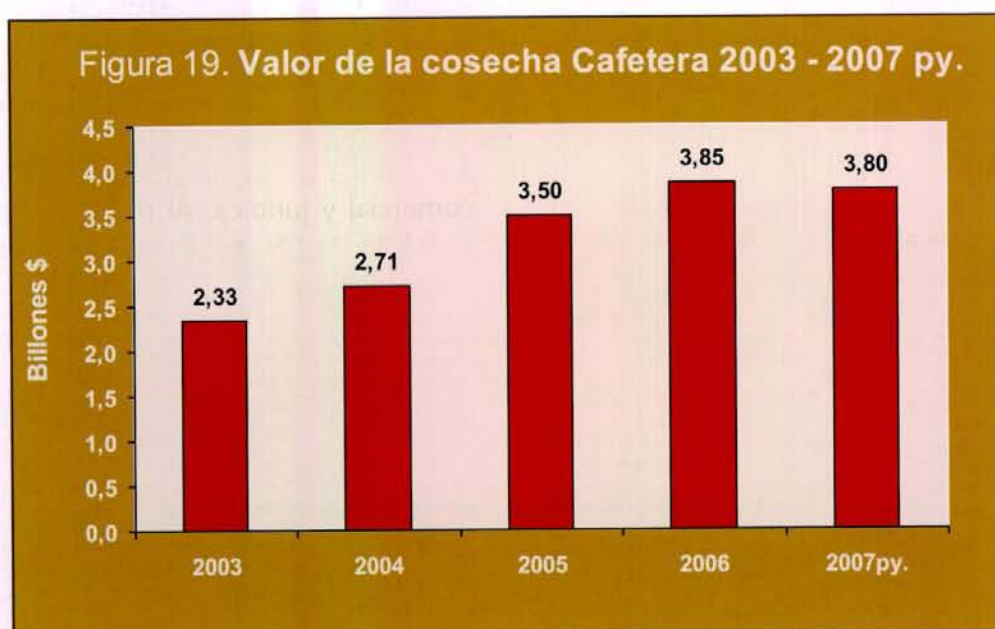
La tasa de cambio representativa del mercado ha oscilado entre 1.878 y 2.261 \$/USD entre enero y las dos primeras semanas de octubre, lo que ha representado una revaluación promedio de 10% en lo corrido del año y que la sitúa en los niveles observados en 2000, atendiendo contra el ingreso de los más de medio millón de productores cafeteros. Si se tuviera una tasa de cambio similar a la observada en octubre de 2006, cercana a los 2.300 \$/USD, el precio interno base de compra por carga de café pergamino podría estar \$100 mil por encima al precio interno registrado en la segunda semana de octubre de 2007. Así las cosas, el fortalecimiento del peso colombiano frente el dólar evitó ofrecer mejores precios al caficultor.

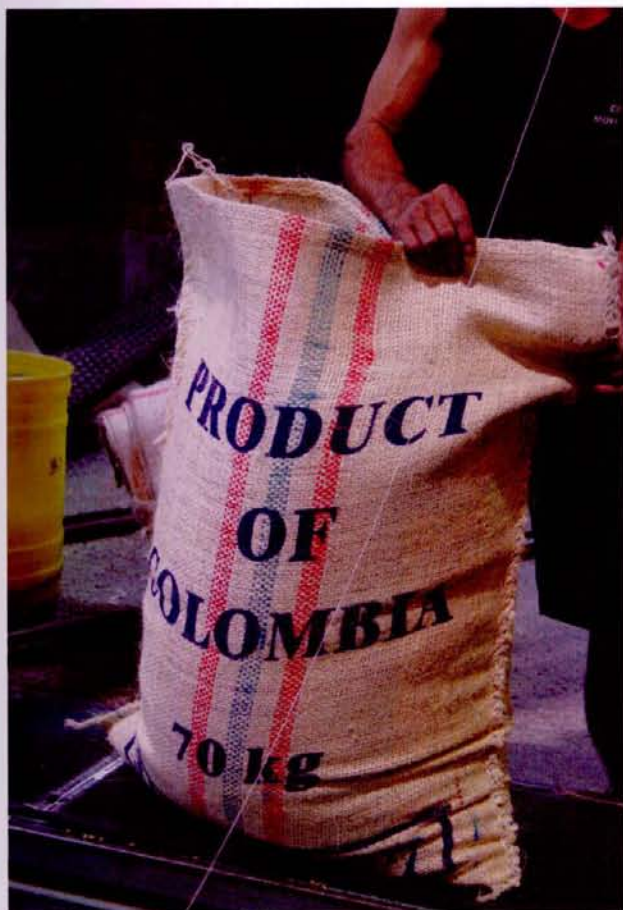
Esta situación, ha afectado la evolución del valor de la cosecha cafetera en los últimos años. Como se aprecia en la Figura 19, se proyecta que el valor de la cosecha en 2007 se mantenga en los niveles de 2006. En tal sentido, y si bien desde el 2003 su valor se ha incrementado en cerca del 63%, la revaluación ha golpeado fuertemente los ingresos de los caficultores, lo que se refleja en el valor de la cosecha

Cooperativas de Caficultores

Desde 2002, la administración de la Federación ha venido diseñando una política de comercialización cuidadosa, en la que se ha reconocido el papel vital que cumplen las cooperativas de caficultores como instrumento a través del cual se ejecuta la política de garantía de compra a los productores. Uno de los logros más importantes en estos últimos años, es la definición de la garantía de compra como un bien público que la institucionalidad cafetera tiene la responsabilidad de defender y proteger. Dado el complejo entorno en el cual se desenvuelven las cooperativas de caficultores en su función de canal para el ejercicio de la garantía de compra, la Federación Nacional de Cafeteros ha venido apoyándolas a través de una serie de medidas. Entre estas se destaca el otorgamiento de incentivos económicos tendientes a buscar un equilibrio entre su viabilidad económica y la necesidad de transferirle el mayor precio posible al productor.

Fue así como desde 2004 se creó un incentivo para contribuir a sufragar los gastos fijos del acopio, el cual se otorga con base en el cumplimiento de la transferencia de mayor precio posible al caficultor como mínimo en el 90%





de sus operaciones de compra y de un crecimiento en los gastos de administración central no superior al índice de inflación. Además, las cooperativas han recibido un incentivo en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC. Tal y como lo muestra el Cuadro 7, el monto de estos incentivos desde 2004 hasta el 2006 superaron los \$13 mil millones.

Es de anotar que el desembolso de estos incentivos se realizan un año después de su acusa-

ción. Así por ejemplo en 2007 se cancelaron incentivos por la suma de \$5.193 millones, correspondientes al cumplimiento de metas de entregas de café al FoNC y la transferencia del mayor precio posible a los productores durante 2006.

Adicionalmente, se crearon los Comités Regionales y Municipales de comercialización, en los cuales los dirigentes locales y regionales evalúan las condiciones particulares de la comercialización del café en sus departamentos o municipios y formulan recomendaciones a la Oficina Central de la Federación.

Se destaca igualmente el otorgamiento de dos líneas de crédito. La primera, destinada a capital de trabajo e infraestructura a través del Fondo de Financiamiento Cooperativo y la segunda, para compras de café a través de la línea de financiamiento. Además, se dieron los avales para garantizar los recursos del Fondo Nacional del Café para la compra de café y comercialización de fertilizantes.

Otro frente de trabajo correspondió a la creación e implementación del sistema de administración de riesgos de precios SARP. A través de este sistema se busca ofrecer una herramienta a los administradores de las cooperativas para que en forma permanente puedan identificar, valorar y controlar el riesgo de precio al cual se encuentran expuestas estas entidades, dadas las nuevas condiciones del mercado cafetero.

En el tema de capacitación, se prestó asesoría comercial y jurídica. Al mismo tiempo, el personal de las cooperativas recibió entrenamiento en nuevas tecnologías de información sobre

Cuadro 7. Incentivos por Transferencia y Cumplimiento de Entregas

	2004		2005		2006	
	% de Cumplimiento	Incentivo (millones \$)	% de Cumplimiento	Incentivo (millones \$)	% de Cumplimiento	Incentivo (millones \$)
Transferencia de Precio	90	1.744	96	3.256	98	3.347
Cumplimiento de Entregas	84	1.215	104	2.180	98	1.846
TOTAL		2.959		5.436		5.193

precios y mercados (teléfono azules en los puntos de compra, información de precios por Internet, tarjeta cafetera inteligente, nuevas modalidades de compra de café, entre otros). Igualmente, el personal participó en los cursos virtuales sobre el mercado de futuros, derivados y manejo del riesgo.

Con relación a la evolución comercial que han registrado las cooperativas de caficultores durante los últimos años, se destaca que estas han mantenido su participación en las compras de la cosecha cafetera por encima del 30%, a pesar de la gran competencia que se ha registrado en el mercado interno, tal como se observa en la Figura 20.

De otro lado, el volumen de café entregado por las cooperativas al Fondo Nacional del Café ha fluctuado entre el 68% y 58% de sus compras, mientras que la de los particulares a pasado en los últimos 6 años del 17% al 23%, Figura 21.

En cuanto a la situación financiera, las cooperativas de caficultores en conjunto, registran una situación balanceada, con un importante fortalecimiento de su patrimonio y de su capital de trabajo. Esto garantiza el respaldo para los recursos del Fondo Nacional del Café que

son entregados para soportar la compra de la cosecha y permite desarrollar una operación comercial viable. Adicionalmente, cabe señalar que la política de incentivos de la FNC a las cooperativas de caficultores ha permitido racionalizar sus gastos de administración y los costos fijos de sus puntos de compra, garantizando así la transferencia del mayor precio posible a los productores.

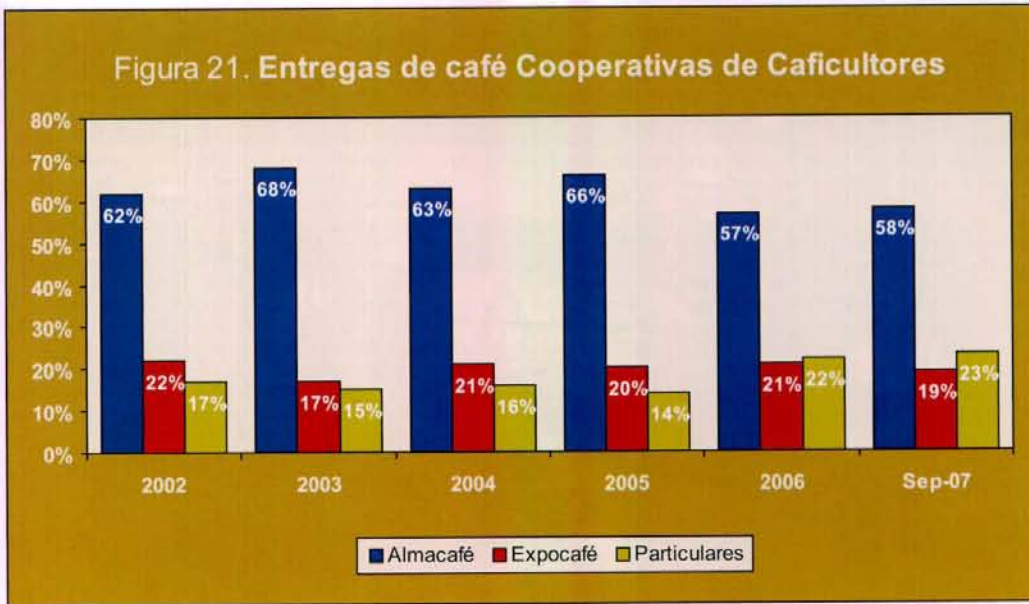
Otra de las actividades a destacar durante el presente año, es la creación de la Cooperativa Cafetera de la Costa en octubre de 2007. Con el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros, esta cooperativa prestará el servicio de garantía de compra a los productores de café del Cesar, Guajira y Magdalena.

Oficinas en el Exterior

Oficina de Nueva York

Durante 2007 la Oficina de Nueva York de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, CCF (por las siglas de su nombre corporativo en inglés), continuó sus actividades en las diferentes áreas de trabajo, haciendo énfasis en labores de mercadeo y publicidad, representación





institucional y comercialización de café del FoNC.

Igualmente, CCF realizó un trabajo fundamental en la celebración de los 80 años de la FNC, principalmente en la coordinación y ejecución de eventos como patrocinador. Se desarrollaron intensas actividades de cabildeo gremial con las autoridades gubernamentales, generadores de opinión y tomadores de decisiones en Estados Unidos y Canadá, especialmente con la finalidad de conseguir recursos para inversión social, incluyendo el proyecto de inclusión digital de las comunidades cafeteras promovido por la Gerencia General.

A continuación se describen las actividades y resultados en las diferentes áreas de intervención:

Actividades de Promoción Gremial

Se desarrollaron diferentes proyectos en este marco, entre los cuales se destacan los siguientes:

Divulgación del papel social de la Federación a través del concurso de dibujo: A instancias

de CCF, la Federación llevó a cabo un concurso de dibujo, en el cual se premió a los mejores dibujos celebrados por niños de las comunidades cafeteras a nivel nacional. Los dibujos ganadores fueron impresos en tazas que, junto con un pequeño catálogo sobre el impacto social de la Federación, fueron enviados a miembros de la industria cafetera en Estados Unidos y Canadá.

Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA): Como parte de la celebración de los 80 años, la Oficina de Nueva York coordinó y ejecutó las actividades necesarias para la participación como Patrocinador Oficial del evento en el Centro de Convenciones de la ciudad de Long Beach en California. En el evento se tuvo una gran presencia visual con material promocional de la feria, participación del director de la Oficina en la ceremonia de inauguración y la presentación de un video de agradecimiento de los productores colombianos a la industria.

Esta vez se contó con dos puestos o «bootas» a diferencia de años anteriores donde solamente se usó uno. En el primer stand, como es usual, se realizaron degustaciones de cafés especiales de diferentes orígenes y se realizaron



presentaciones sobre las diferentes certificaciones sostenibles. Representantes de la industria mundial participaron en las presentaciones y discusiones. El segundo stand fue diseñado con el propósito de representar gráficamente la historia de los 80 años de las FNC en el contexto de los eventos más relevantes de la historia mundial en las últimas 8 décadas. El éxito de esta iniciativa llevó a que fuera replicada por la Oficina Central y por Complete Coffee Company en el marco de la celebración del aniversario de la Federación en Londres, durante las reuniones finales de negociación del Acuerdo Internacional del Café en Londres.

Juan Valdez también participó activamente, primero, en la ceremonia de inauguración de la exhibición, y luego como ícono representativo a lo largo de la feria, incluyendo centenares de fotos con los asistentes en el stand.

Se coordinó igualmente la intervención de representantes de la Federación en Bogotá y Nue-

va York, quienes realizaron presentaciones como parte de las sesiones educativas de la conferencia.

Durante este año Mary Petitt, Vicepresidenta Ejecutiva de CCF asumió el cargo de Presidente de la junta de SCAA, y se mantuvo la participación en los comités de Sostenibilidad y el Consejo de Relaciones Internacionales. Así mismo, y como es costumbre, la Oficina de Nueva York sirvió como anfitrión de la recepción de verano del SCAA, que se realiza todos los años durante la semana de la feria de alimentos *Fancy Food Show*.

Asociación de Café de Canadá (CAC): Canadá es uno de los mercados más importantes para el café Colombiano. Este año y como parte de la celebración de los 80 años de FNC, CCF coordinó la participación como patrocinador oficial de su conferencia anual, que se lleva a cabo en la ciudad de Toronto.



Durante la conferencia, representantes de CCF participaron activamente en dos presentaciones. La primera sobre la caficultura colombiana en su conjunto y la segunda sobre perfiles de taza y su relación con el origen del café. Adicionalmente se presentaron videos a lo largo de la conferencia que incluían el inicio de labores del nuevo intérprete de Juan Valdez y un video de agradecimiento de los caficultores colombianos a la industria, elaborado por iniciativa de CCF para la conferencia de SCAA. Como recuerdo del patrocinio de FNC se repartió a los asistentes un regalo que incluía una gorra y camiseta conmemorativa de los 80 años así como las tazas con las imágenes del concurso de pintura infantil.

Competencia Mundial de Baristas: CCF consiguió el patrocinio principal de la Competencia Mundial de Baristas, cuya organización tiene sede en Estados Unidos, para la competencia que este año fue realizada en el marco de la feria de cafés especiales de Japón, en Tokio.

Visita a Colombia del Roaster's Guild: La Oficina de Nueva York coordinó la visita de un grupo de tostadores pertenecientes al Roasters Guild, de la Asociación de Cafés Especiales de América. Este viaje se realizó a mediados del año y contó con la asistencia de reconocidos tostadores de la industria Norteamericana.

Asociación de Café Verde (GCA): CCF participó en las actividades regulares de esta asociación, a las que asiste un grupo importante y representativo de la industria de café, y sus proveedores logísticos y financieros entre otros.

Asociación Nacional de Café de los Estados Unidos (NCA): CCF gestionó y coordinó la participación en la convención anual llevada a cabo en Phoenix, Arizona, en la cual también la FNC participó como patrocinador oficial. Hubo gran visibilidad de marca y presencia institucional, incluyendo reuniones con gran parte de los miembros más reconocidos de la industria del café, así como presentaciones dentro del programa educativo de la convención.

Se realizó el tradicional «Colombian Coffee Happy Hour» al cual fueron invitados todos los asistentes a la convención, quienes tuvieron la oportunidad de disfrutar de música en vivo y tomarse una foto con Juan Valdez.

Al igual que en años anteriores, la Asociación Nacional de Café de Estados Unidos realizó el cóctel de apertura de la Conferencia Anual de Otoño. El evento de apertura, una recepción para la industria cafetera, fue ofrecido por CCF. A este evento asiste un grupo importante de tostadores e importadores de la industria.

New York Board of Trade: El 12 de enero se realizó el lanzamiento del contrato de futuros Peso-Dólar en la bolsa de productos básicos de Nueva York, NYBOT. La inauguración se llevó a cabo por Juan Esteban Orduz, Presidente de CCF, con el Presidente de la Junta Directiva de la bolsa, Fred Schoenhut.

Organización Internacional del Café: CCF siguió actuando como interlocutor y coordinador con el gobierno de los Estados Unidos (Departamento de Estado y Oficina del Representante de Comercio de los Estados Unidos) en el marco de las negociaciones del Acuerdo Internacional del Café, que llegaron a su culminación en las sesiones de septiembre pasado.

Congreso y Gobierno de Estados Unidos: Se continuó desarrollando la labor de cabildeo en beneficio de la caficultura colombiana, especialmente el seguimiento legislativo de proyectos que puedan afectar el comercio de café entre los dos países y la consecución de recursos de inversión social dentro del presupuesto de operaciones extranjeras de los Estados Unidos. Se logró por esta vía que en la Cámara de Representantes se reconociera al sector caficultor como receptor de apoyo para inversión social en este marco. En cuanto al Senado, en el proyecto de ley de presupuesto tramitado por ese órgano se logró incluir la recomendación explícita del mismo a la Agencia Estadounidense para el Desarrollo Internacional

(USAID) para que ejecute sus proyectos a través de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Comercialización de Café Verde

El 2007 ha sido un año muy positivo en lo relacionado a la comercialización de café verde, especialmente los cafés especiales que hasta octubre habían alcanzado un volumen de 80.000 sacos de 60 kilos. A la fecha se ha presentado un incremento de un 26% en relación al año 2006 y las expectativas para el año 2008 son bastante optimistas. El aumento más significativo se presenta en los cafés sostenibles, con un incremento de más del 34%. Se estima que durante 2008 se logrará un aumento de ventas de cafés especiales de entre 15% y 20% en relación al presente año. Estos aumentos han sido el resultado de un intenso trabajo en programas a largo plazo tanto con importadores como tostadores Norteamericanos, e incluso de otras áreas geográficas como es el caso de la cadena de cafés australiana Gloria Jeans.

Así mismo, durante el presente año se inició la estructuración de una página WEB de tipo comercial, cuyo objetivo es presentar las ofertas de cafés especiales para embarque inmediato por programa, para garantizar que cada uno de los tostadores o importadores pueda diariamente revisar y adquirir los cafés que pueda estar necesitando, así como contar con una información completa del café que estaría adquiriendo. Esto se justifica por cuanto existe la necesidades de información rápida y oportuna de la industria.

El sistema operaría a través de claves de acceso suministradas a los clientes, para que puedan revisar los inventarios y disponibilidades de café para embarque inmediato e incluso las proyecciones, así como las fichas técnicas de los cafés con los siguientes datos:

- Ubicación geográfica del programa (mapa)
- Cantidad de sacos disponibles

- Ciclo de cosecha
- Variedades
- Certificaciones
- Altitud promedio de siembra
- Perfil de taza del café
- Número de productores del programa
- Promedio de hectáreas por productor
- Preparación sugerida para el café

El proyecto contempla además la posibilidad del montaje de fichas técnicas de acompañamiento de muestras, la elaboración de un portafolio de productos y de ayudas audiovisuales como apoyo para el desarrollo de un programa de visitas a clientes.

Adicionalmente, durante el presente año la Oficina de Nueva York coordinó las visitas a Colombia de un número importante de clientes. Entre las más relevantes fue la visita del grupo de McDonalds y algunos de sus tostadores incluyendo S&D y Gaviña.

Comercialización de café liofilizado

Durante 2007 se continuó trabajando en el posicionamiento de la marca Buendía®, especialmente en el mercado de California donde ha tenido gran aceptación. En términos comparativos, se espera que al finalizar 2007, se alcance un incremento en las ventas totales de 10% (en volumen), llegando así a niveles cercanos a las 1.700 toneladas para todo el mercado norteamericano.

Se focalizaron esfuerzos en el área de California del sur donde este producto ha venido cobrando importancia llegando a más de 400 puntos de venta. Lo anterior implica un incremento en ventas superior al 30% (en volumen con respecto al 2006). Durante el 2008 se espera ampliar la presencia en la costa oeste donde se ha confirmado una clara tendencia al consumo de



café soluble, esperando llegar a 30 toneladas de producto vendido en dicha área.

Marcas Privadas: se continúa trabajando de la mano con Walmart y Sams Club en México, Canadá, y Estados Unidos. Con Sams Club en Canadá y Estados Unidos se ha presenciado el mayor incremento en volumen de ventas. Actualmente, el producto bajo la marca de este cliente se encuentra en más de 900 puntos generando un importante impacto visual a la marca Café de Colombia.

Granel: se continúa buscando opciones y nuevas oportunidades para expandir esta línea de negocio que aporta más del 50% de las ventas en volumen. Compañías como Ben & Jerrys están utilizando el café liofilizado Fair Trade en una de sus preparaciones de helados, permitiendo así ofrecer un mejor precio a las comunidades caficultoras. Si bien en este segmento hay todavía mercados por explorar, la tarea no ha sido fácil, dada la amplia oferta de cafés de bajos precios en el mercado y que obligaría a competir vía precio.

Se concluye entonces que ha sido un buen año en términos de ventas y exposición de la marca Café de Colombia en el mercado Norteamericano donde se denota una tendencia marcada al consumo de café tostado y molido. Año a año se ha incrementado las ventas y el reconocimiento de la FNC como una buena opción para el desarrollo de sus marcas de café soluble y preparaciones que requieran café liofilizado.

Bean & Beyond: Por segundo año consecutivo se realizó la edición trimestral del boletín Bean & Beyond, dirigido a los miembros del programa 100% Café de Colombia en Norteamérica. En las ediciones de este año se presentaron temas de interés general como las especificaciones del café colombiano. Se resaltó el trabajo de algunos de los tostadores pertenecientes al programa 100% Café de Colombia, y se resumieron los logros más importantes de la FNC. El B&B continúa siendo una herramienta para

acercar a los tostadores a la FNC y proveer información de interés y actualidad.

Otras actividades de Promoción y Relaciones Públicas

Gracias a los recursos del Fondo Nacional del Café y a los grandes esfuerzos que ha realizado la Federación con la campaña publicitaria, se ha logrado continuar posicionando el café colombiano, especialmente en las nuevas generaciones como una bebida excepcional, reconocida por su alta calidad y delicioso sabor.

El posicionamiento del Café de Colombia como el mejor del mundo es un objetivo esencial de la visión de la Federación. Es por ello que la publicidad del Café de Colombia en el exterior es fundamental para continuar asegurando que sea el café preferido por millones de personas. Sobre estos aspectos, el Capítulo 5 trata con más profundidad todos los temas que se refieren a Publicidad y Promoción.

Oficina de Representación en Europa

Con el objetivo de generar «más valor para el caficultor», la Federación Nacional de Cafeteros puso en marcha en el año 2002 una estrategia cuyo objetivo fundamental era el de incrementar el valor del portafolio cafetero del FoNC en Europa.

Así las cosas, se identificaron dos caminos mediante los cuales se le podría agregar un mayor valor al producto de los caficultores en el mercado europeo. El primero, a través de una mayor diferenciación del producto (por ejemplo, cafés especiales o industrializados). El segundo, a través de una mayor prestación de servicios (como ejemplo, el suscribir con la industria acuerdos especializados de suministro mediante los cuales el café de Colombia pueda llegar más lejos del FOB puerto colombiano y dentro de un ámbito de «justo a tiempo») gozando así de

los beneficios de llegar más lejos en la cadena de valor.

En la Figura 22 se pueden observar los alcances de la implementación de la estrategia de generación de valor antes descrita. En resumen, los logros se pueden interpretar de la siguiente manera. El 53% de las ventas del FoNC en Europa se pacta en condiciones más allá de CIF. El presupuesto de los márgenes adicionales derivados de esta actividad para el año 2007 supera los US\$ 4,5 millones, al ser comparadas con el ingreso neto de las ventas pactadas en condiciones tradicionales FOB.

En el caso de las ventas de cafés especiales, estas registraron un aumento del 67% en el último año. Hoy, el 17% de las ventas totales corresponde a este tipo de cafés. En 2007, el valor esperado de las primas de los cafés altamente diferenciados supera los US\$ 5,1 millones. Si el mismo volumen de café hubiera sido vendido como café estándar, el valor aproximado de las primas hubiera alcanzado \$560.000 dólares; es decir, de la venta de los cafés altamente diferenciados en Europa se obtuvo un

resultado multiplicador del ingreso por primas de 9 a 1 respecto a las ventas de cafés estándar.

Es importante destacar la evolución de las ventas de cafés especiales en Europa en los últimos años. Con respecto al 2006 el incremento en 2007 fue del 67%, al pasar de 127.000 sacos de 60 Kg. a 213.000 sacos. Se destaca cómo la identificación de la Federación Nacional de Cafeteros como socio estratégico de la mayoría de los tostadores europeos en sus programas de sostenibilidad, ha sido un factor clave de éxito del incremento en las ventas de especiales.

En las Figuras 23a y 23b se presenta la composición del portafolio de cafés especiales que se vende en Europa, tanto por volumen como por valor. En términos de volumen, las ventas de café certificado con el sello Rainforest Alliance – RA, así como UTZ-Certified son las más importantes. Éstas representan el 32% y 29% de las ventas de especiales, respectivamente. Si bien estas dos certificaciones de café sostenible se concentran en aspectos ambientales, sociales y económicos, Rainforest se enfoca más en los

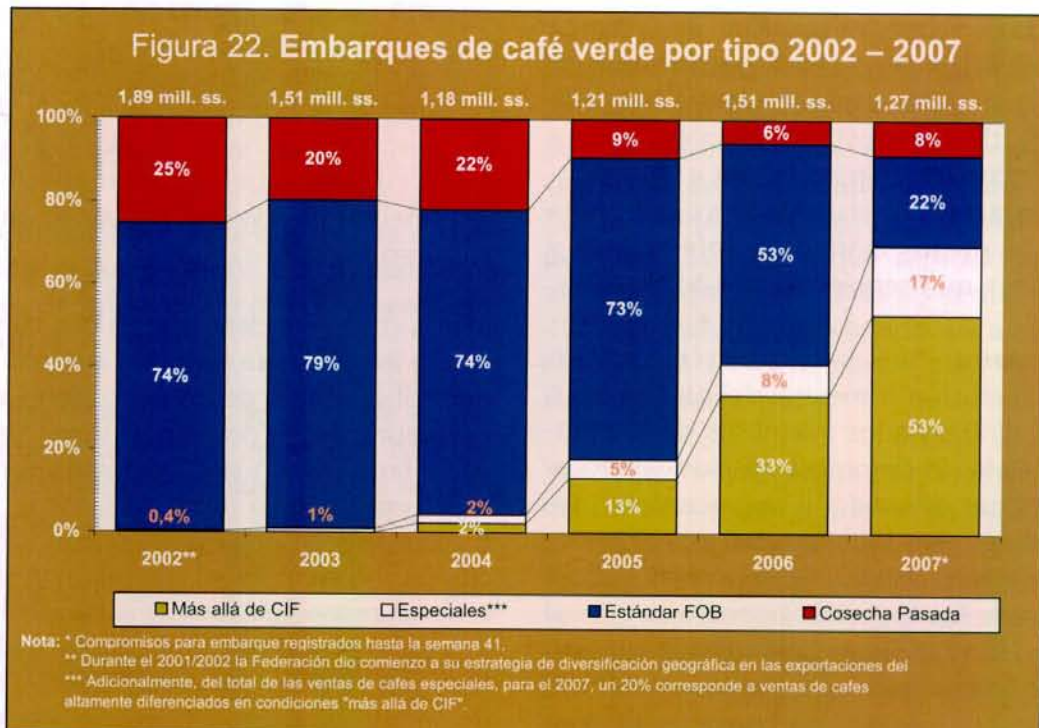
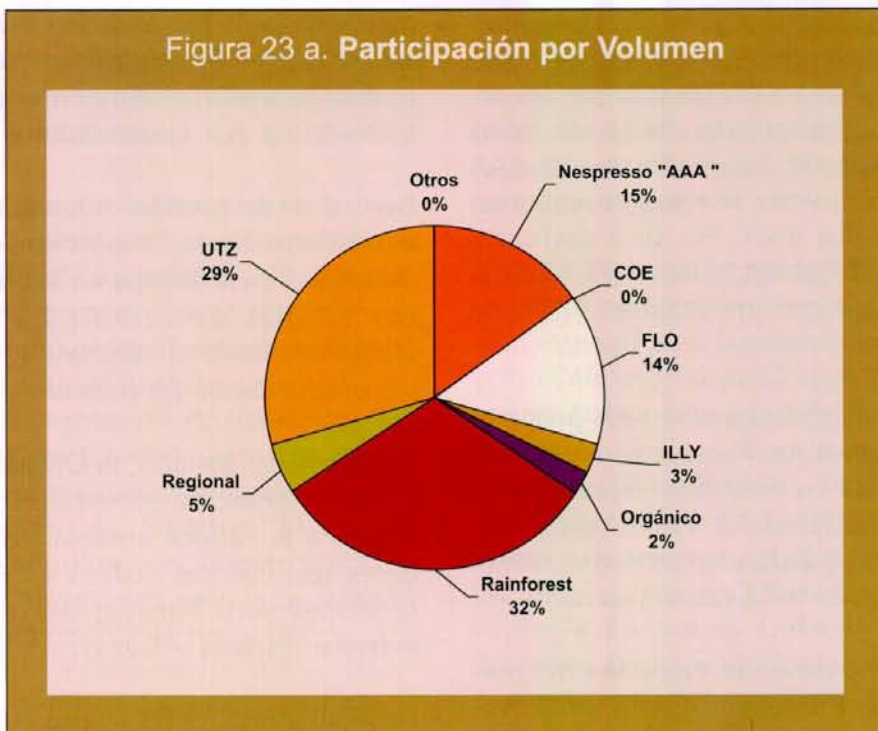




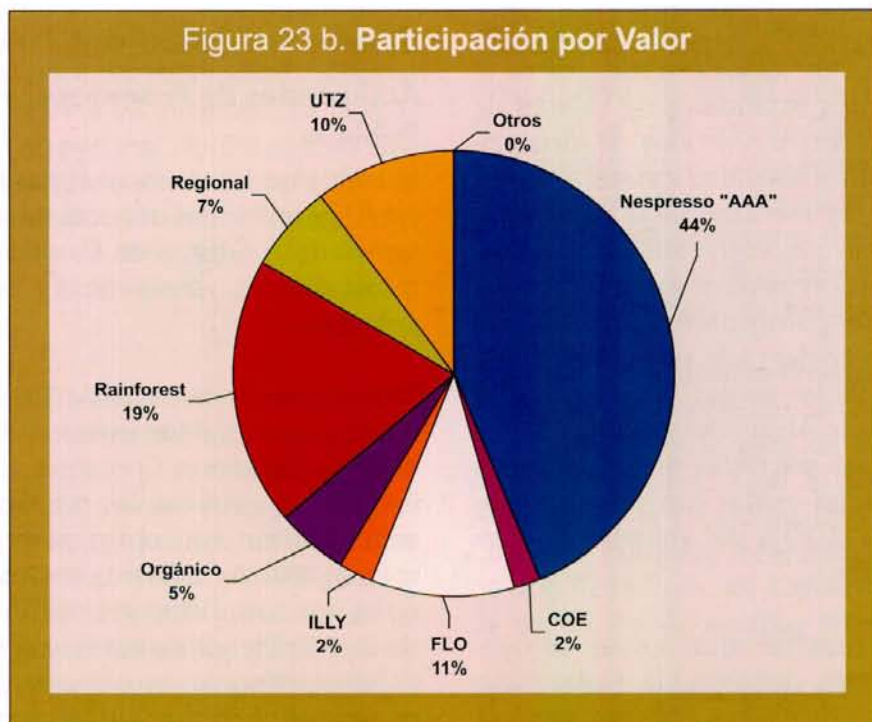
Figura 23 a. Participación por Volumen



aspectos ambientales y UTZ en la parte social. La demanda de café con estos sellos le ha traído oportunidades de diferenciación a productores que de otra forma (por ejemplo,

diferenciación en taza) no hubieran logrado obtener un acceso tan directo a los mercados y un reconocimiento económico como el que hoy reciben.

Figura 23 b. Participación por Valor



El programa de calidad sostenible Nespresso «AAA» es el tercero más importante en volumen, con un 15% de las ventas y, según las expectativas de crecimiento dado el éxito comercial de Nespresso, las ventas de café AAA podrían ocupar el primer renglón en volumen en los próximos dos años. Por otra parte, las ventas de café de Comercio Justo (Fair Trade) ocupan el cuarto lugar en volumen (14% de las ventas).

En términos de valor, Nespresso AAA ocupa el renglón más importante. Aunque representa el 15% de las ventas en volumen, representa el 44% en valor. Las ventas de *Rainforest* y *Fair Trade* ocupan el segundo y tercer lugar, con el 19% y 11% del valor total respectivamente.

En resumen, con base en la evolución del portafolio en Europa y específicamente en la evolución del portafolio de café verde en los últimos años, se puede seguir confirmando la tendencia de reconversión del portafolio hacia uno que le ha agregado valor al FoNC vía calidad y servicio y cuya composición es cada vez más independiente de la realidad coyuntural de corto plazo.

El desarrollo de las buenas relaciones institucionales con los socios estratégicos de la Federación, los altos estándares de calidad de los productos y servicios ofrecidos, el fortalecimiento de la institucionalidad cafetera en los países Europeos y el liderazgo de la Federación en temas de desarrollo sostenible, le han permitido a la institución avanzar en el posicionamiento del café colombiano en el viejo continente y han apalancado positivamente la reestructuración de las ventas hacia un portafolio de mayor valor. Al sumar las ventas de cafés especiales y las pactadas en condiciones «más allá de CIF», las ventas con valor agregado corresponden al 70% del volumen comercializado en Europa.

Es importante resaltar que en la comercialización del 30% restante, la Federación cuenta con socios de la industria de primera

categoría para los cuales el producto exportado por el FoNC tiene un mayor valor y por el cual se han reconocido primas adicionales a las establecidas por el mercado.

Dentro de la gestión comercial de productos industrializados, es importante resaltar la labor de la Oficina de Europa en la búsqueda de nuevos canales de venta para la Fábrica de Liofilizado dada su expansión, así como para los productos de Procafecol.

En lo corrido del año, la Oficina ha fomentado valiosos contactos comerciales que le han permitido a la Fábrica entablar relaciones comerciales con clientes nuevos en Europa Oriental (principalmente Polonia), así como Europa Occidental (España y Suiza).

De igual forma, se ha acompañado a Procafecol en algunos de los países que esta firma ha considerado como «estratégicos» en Europa. Dentro de los anteriores se incluyen Suecia, Finlandia, Holanda, Francia y Rusia. Se espera que los contactos comerciales adquiridos permitan el surgimiento de posibilidades concretas de negocio en 2008.

Actividades de Promoción y Relaciones Públicas

Si bien este frente es analizado a profundidad en el Capítulo 5, es importante destacar las gestiones de la Oficina de Europa para la realización de las siguientes actividades de promoción:

Visita a Rusia: la Gerencia General de la Federación y Juan Valdez visitaron Rusia en compañía de la Gerencia Comercial y la Oficina para Europa. Se visitaron los principales medios de comunicación con el fin de promover el café colombiano. Se adelantaron contactos comerciales con los principales distribuidores al detal de café liofilizado de la fábrica, entre ellos Lebo y Zolyte Kupola. Igualmente, se adelantaron conversaciones con tostadores locales como



Orimi Trade, cliente directo de la Federación en Rusia, que durante el presente año sacará al mercado su línea de orígenes 100%, la cual incluirá el 100% colombiano.

La Federación pudo constatar de manera directa la forma en la cual está evolucionando el consumo en Rusia, el cual registra un crecimiento del 6% anual, 4 veces mayor que el crecimiento del consumo promedio anual en Europa Occidental. Se destaca el dinamismo del consumo ruso en los segmentos de mayor calidad: el café liofilizado dentro de la gama de los solubles, así como el consumo de tostado y molido de cafés arábigos lavados. El origen Colombia goza de un reconocimiento del 23%, según la encuesta realizada para la Federación Nacional de Cafeteros por la firma KRC.

Con su visita, la Gerencia General de la Federación expresó la importancia del mercado ruso para los cafeteros colombianos, y se comprometió a seguir promoviendo el origen 100% Colombia en este mercado, considerado estratégico, dado el dinamismo del consumo hacia cafés de mayor calidad.

Viaje de Exploración a Colombia – «Specialty Coffee Association of Europe»: Durante la última semana de abril, la Federación Nacional de Cafeteros hospedó a 20 miembros de la Asociación de Cafés Especiales de Europa en Colombia. Hubo representaciones de 8 países y se contó con la participación activa de los diferentes compradores de cafés especiales en Europa, incluyendo a Colin Smith, Presidente de la SCAE.

Se visitaron los departamentos de Santander, Caldas y Quindío. Igualmente, las instalaciones portuarias en Cartagena y la Fábrica de Café Liofilizado. De los testimonios y notas de agradecimiento se entiende que fue un viaje que superó las expectativas y que evidenció una imagen muy diferente (y más positiva) de la Colombia cafetera que tenían los miembros de la SCAE. Adicionalmente, los miembros de la SCAE quedaron bastante impresionados con el

rol activo de la Federación en las regiones y entre otros temas, le han extendido una invitación expresa al Gerente General de la Federación para participar activamente en la feria de Cafés Especiales de Europa / 2008 que tendrá lugar en Copenhague.

80 años Federación Nacional de Cafeteros: Se coordinó y acompañó la visita de una delegación especial para la celebración del LXVII Congreso Cafetero Extraordinario. Dicha delegación estuvo compuesta por Néstor Osorio, Director Ejecutivo de la OIC; Alexis Rodríguez, de Nespresso, Tony Broman, Director de compras de Loeffbergs Lila en Suecia; David Neumann, Director de Neumann Kaffee Gruppe en Alemania; Nicolas Tamari, CEO de Sucafina y Presidente de la European Coffee Federation; Ian Breminer, Director de Complete Coffee y Presidente de la Cámara de Comercio Colombo Británica; Gian Piero Rossi, Presidente del Grupo Rossi, Italia, Boris Hleap, Director Marketing Estratégico, Rossi, Italia y Santiago Rengifo, Director de Fococafe en España. Sin excepción, todos los participantes por parte de Europa agradecieron y apreciaron haber sido invitados a tan importante evento.

Adicionalmente, con el apoyo de Complete Coffee en Inglaterra, se realizó una comida conmemorativa de los 80 años de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en Londres. Este evento logró congregarse 120 representantes de la industria cafetera en el Reino Unido, incluyendo los Directores de la Asociación Inglesa de Café y el Presidente de la «Specialty Coffee Association» de Europa.

Indicación Geográfica Protegida, Bruselas: Se acompañó la delegación de Colombia al importante evento en la sede de la Comisión Europea mediante el cual el Director General Adjunto de la Dirección de Agricultura de la Comisión Europea, Jerzy Bogdan Plewa, entregó a la Federación de Cafeteros el reglamento de Indicación Geográfica Protegida.

Con motivo de la entrega de la Indicación Geográfica Protegida para el Café de Colombia, la

Federación, con el apoyo de la Embajada de Colombia en Bruselas, congregó en la noche del 27 de septiembre un número importante de representantes de la Industria Cafetera Europea, así como representantes de entidades relacionadas con Propiedad Intelectual.

Invitación a Colombia y acompañamiento de los socios europeos estratégicos de la Federación: Este año la FNC fue anfitriona de un número muy importante de clientes provenientes de Europa; entre ellos, las multinacionales Nestlé y Kraft, así como el tostador irlandés Bewleys y el noruego Johanson. Igualmente, visitaron el país grupos de compradores de cafés especiales (SCAE & BlackCatkaffe) y cadenas de cafeterías como Costa.

Oficina de Representación en Asia

Desde hace 45 años opera con sede en Tokio, la Oficina de Representación de la Federación para el Asia. Desde enero de 2007, esta representación empezó a atender también los mercados de Australia y Nueva Zelanda, en donde la institución ve oportunidades comerciales al ser países que presentan niveles de vida e ingresos per cápita altos, así como importantes niveles de consumo de café de alta calidad. Simultáneamente en 2007, se abrió la Oficina de Representación en China, mercado emergente con gran potencial para el café colombiano.

La Representación en Asia, aparte de los objetivos comerciales y de promoción de café colombiano, busca consolidar las relaciones institucionales de largo plazo, desarrollar los temas de propiedad intelectual, analizar el mercado y prestar el servicio post-venta.

Programa de Ventas

Durante 2007, FNC siguió siendo el principal exportador a Japón, con aproximadamente 37% de participación de mercado del café colombiano y cerca de 500 mil sacos/70 kg. El pro-

medio de los diferenciales de FNC para Asia fue de US\$13,68 por libra, el cual comparado con el nivel del 2006, representa un incremento del 36%.

En el segmento de cafés especiales, el programa se siguió consolidando y manteniendo el espacio para las diferentes marcas. Los resultados fueron positivos, hecho que se representó en un crecimiento de 26% en los niveles de los diferenciales de los cafés especiales. Mientras en el 2006 el diferencial promedio fue de US\$16,46/lb, en el 2007 este pasó a US\$20,78/lb. Uno de los programas de los especiales cuya ejecución y crecimiento es notorio es el de los cafés sostenibles (orgánicos y con doble certificación), el cual pasó a representar el 10,32% del portafolio del 2007, mientras que en el 2006 este era del 4%.

De acuerdo con las cifras de la All Japan Coffee Association (AJCA), para el período enero a agosto del 2007, el origen colombiano sigue manteniendo el segundo lugar dentro de las importaciones de café al Japón, con una participación del 18%. De otra parte, Brasil pasa de una participación del 25% en el periodo del 2006, a un 29%; los centroamericanos mantienen su espacio con 13%; mientras que Vietnam sigue penetrando el mercado, llevándolo a ocupar el tercer lugar con el 14%, superando a Indonesia que sólo alcanza un 11%. En cuanto al nivel de los inventarios de café en puerto japonés, hasta agosto este era de 2,1 millones de sacos de 60 kg. Brasil encabeza dicho volumen con el 26%, seguido por los Centroamericanos con el 20%, mientras que Colombia representa un 18%.

Actividades de Promoción y Relaciones Públicas

Como homenaje a los 80 años de la FNC, la AJCA (*All Japan Coffee Association*) obsequió en nombre de la industria cafetera japonesa, 120 árboles de la variedad Kawazu Sakura. Este especial gesto tiene gran significado, al conside-



rarse al sakura como uno de los símbolos más representativos de Japón.

Así mismo, con motivo de la conmemoración de los 80 años en Medellín, estuvo presente, una nutrida participación de japoneses liderada por la AJCA, así como casas comercializadoras y tostadores. Se tuvo también la presencia de empresarios chinos y sur coreanos. Por otra parte, la industria japonesa con el ánimo de reiterar su mensaje de felicitación, lanzó al mercado productos conmemorativos a los 80 años. Este fue el caso del tostador UCC que lanzó el producto 100% Colombia tostado en grano y también la edición conmemorativa del Emerald Mountain lanzado por Coca-Cola Japón.

Además, aprovechando que en octubre se celebra el día del café en Japón, la FNC llevó a cabo en la residencia de la Embajada de Colombia un acto en conmemoración de los 80 años de la Federación y de los 45 años de la representación para el Asia. La actividad congregó a miembros de la Japan Coffee Society, entre los que estuvieron presentes tostadores, comercializadores, consumidores y estudiosos del café quienes rindieron homenaje a FNC resaltando la labor en el mejoramiento de la calidad de vida de los cafeteros colombianos.

De igual forma, la Federación Nacional de Cafeteros apoyó la feria de cafés especiales 2007 convocada por la Asociación de Cafés Especiales de Japón. No solo participó como patrocinador del evento sino también del campeonato mundial de Baristas WBC. En este marco se llevó el mensaje de los 80 años de la Institución, se tuvo promoción de la marca líder Emerald Mountain, del programa de cafés y la preparación de espresso con origen colombiano. En este campeonato se contó con la presencia del Colombiano Fabian Marin campeón nacional vinculado a las tiendas Juan Valdez. La presidente de la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos(SCAA) Mary Petit, fue invitada especial por la SCAJ y dentro de sus presentaciones destacó la labor de FNC así como los 80 años de la Institución.

Adicionalmente, en 2007 se llevaron a cabo actividades para fomentar el uso de café de Colombia, se desarrollaron promociones conjuntas con la industria. El objetivo es el de impulsar marcas 100% café de Colombia de cada tostador y aprovechar los canales de distribución, mercadeo y desarrollo de productos con que cuentan los clientes.

Algunas de las compañías y tostadores líderes en el mercado, con quienes se sigue consolidando los programas son Art Coffee, UCC, Mitsumoto Coffee, Unicafe, Brook's, Capital, Saza Coffee, Kohi Kan y MC Foods, entre otros. Se hace especial énfasis en marcas como el Emerald Mountain, y se mantiene la promoción de orígenes representativos de todo el país.

Corea: Con la compañía Coreana The Goutiers cliente de cafés especiales colombianos, la Federación Nacional de Cafeteros participó en la Feria de alimentos y bebidas de Seúl y en la Feria de Café 2007. Se tuvo *stands* con las marcas 100% colombianas. De igual forma se dio soporte para centros de entrenamiento en donde se educa a baristas y operadores de tiendas, acerca de la preparación de café.

China y Hong Kong: Conjuntamente con clientes como China Tea, Milan Gold y Kampery, la Federación mantiene espacios para divulgación del origen colombiano en Ferias como Expo Beijing y Expo Sanghai. También se hicieron promociones y degustaciones en supermercados, cafeterías y hoteles ubicados principalmente en las capitales.

Curso catación 2007: A comienzos del 2007 se llevó a cabo el tercer curso de catación que sigue dirigido exclusivamente a la clientela japonesa. La convocatoria sigue siendo ampliamente respaldada y demandada por la industria. Se contó con la presencia de 13 participantes.

Seminario de actualización para catadores de cafés suaves colombianos. El 30 de julio de 2007, FNC llevó a cabo en Tokio el primer se-

minario de actualización de cafés suaves colombianos, dirigido a los catadores japoneses que participaron en las tres ediciones de cursos de catación en Colombia. En esta oportunidad 26 representantes de la industria cafetera de Japón refrendaron su certificado como especialistas por dos años más.

Apoyo actividades de las Embajadas. Se apoyó en diferentes eventos a la Embajada de Colombia en Japón mediante el suministro de café para consumo y actividades promocionales. Se resalta el patrocinio de la Cena de Caridad or-

ganizada por la Casa Imperial y presidida por la Embajadora de Colombia. Igualmente, se patrocinaron el evento de Silletteros en Tokio, la publicación del folleto promocional de Colombia y el video «Colombia una sorpresa».

De otra parte se ofreció el suministro de café para algunos de los actos promocionales organizados por otras delegaciones diplomáticas tales como Corea, Malasia y China. Para esta última, FNC ofreció co-patrocinio al Grupo Colombiano Delirio, promotor de la cultura colombiana.

CAPÍTULO III

Competitividad de la caficultura

Conocimientos para la competitividad
y la sostenibilidad





Dentro del competido contexto mundial, fomentar la competitividad de la caficultura es clave para la sostenibilidad del negocio hacia el futuro. Para ello se necesita avanzar en el desarrollo y adopción de nuevas tecnologías aplicadas a las particularidades de la geografía colombiana, llevar a cabo campañas masivas dirigidas a mantener los cafetales en estados óptimos e implementar sistemas de financiación que le permitan a los productores solventar los gastos del cultivo, especialmente durante las etapas de instalación y sostenimiento.

La institucionalidad cafetera conoce los retos que afronta la caficultura nacional. Por ello cuenta con un sistema de desarrollo y transferencia de conocimiento, que le permite a los productores del grano adoptar tecnologías de punta para su cultivo y obtener los conocimientos necesarios para hacer de la caficultura una empresa rentable. De esta manera, el Centro Nacional de Estudios en Café –Cenicafé– se concentra en el desarrollo de nuevas tecnologías. Por su parte, el Servicio de Extensión, con un personal que sobrepasa los mil integrantes, se encarga de recorrer la zona cafetera colombiana brindando asistencia a los caficultores para el manejo adecuado del cultivo y finca. Adicionalmente, a través de la Investigación Participativa, Cenicafé, el Servicio de Extensión y los caficultores mismos trabajan en conjunto para adaptar las innovaciones y desarrollar los métodos para su adopción según las características culturales y agroecológicas específicas de cada región.

Las labores anteriores son acompañadas de campañas masivas que permiten, a través de la renovación de los cafetales, incrementar de manera constante la tecnificación de los mismos. Adicionalmente, se apoyan los programas para complementar los ingresos, los cuales le permiten a los productores disminuir los riesgos asociados a la producción agrícola y aumentar la rentabilidad de sus fincas. A lo anterior se le suman los esfuerzos que realiza la FNC para fomentar el acceso a los diferentes mecanismos

de financiación para la realización de obras de infraestructura dentro de la finca y obtener la solvencia económica para afrontar los gastos asociados al cultivo.

A continuación se presentan los avances en los principales frentes que componen la competitividad de la caficultura.

Atención a Caficultores

Asistencia Técnica

La atención directa del Servicio de Extensión a los cafeteros es uno de los servicios más importantes y representativos que presta el gremio cafetero. Para cumplir con esta labor, la planta de personal del Servicio de Extensión estuvo integrada por 1.163 personas durante 2007. Si bien esta cifra representa una disminución de 2,3 % con respecto al año anterior, esta se explica en la redistribución de personal que se dio como resultado de la definición de la nueva estructura organizacional de la Federación. En ésta, se separó el Servicio de Extensión de la función de Desarrollo Social y se unificaron los cargos a nivel nacional. Así las cosas, el Servicio de Extensión cuenta ahora con seis cargos homogéneos dentro de todo el territorio nacional: Líder Departamental de Extensión Rural, Coordinadores de Programa, Coordinadores Seccionales de Extensión Rural, Analistas, Extensionistas y Auxiliares Administrativos.

De acuerdo con esta distribución, se consolidó para cada Comité una planta de personal con cobertura departamental y otra seccional. La primera está representada por 15 Líderes Departamentales de Extensión, quienes aplican, coordinan y ejecutan las políticas y programas definidos por el gremio para la atención más adecuada de los cafeteros. La cobertura departamental está constituida también por 71 Coordinadores de Programas. Tales programas son de carácter nacional y se ejecutan a escala regional. Dentro de éstos se encuentra el Sistema de Información Cafetera –SICA, Gestión Empresarial, Investigación Participativa, Medio



Ambiente, Beneficio y Calidad de Café, Crédito, Jóvenes Agricultores, Cafés Especiales, y Comunicaciones. También operan 56 Analistas, los cuales realizan labores de apoyo en los programas anteriormente descritos. Así mismo, se cuenta con un personal administrativo de apoyo representado por las 34 auxiliares administrativas departamentales y finalmente, 38 Extensionistas que apoyan los programas nacionales o específicos de los comités. En total, a nivel departamental existen actualmente 214 colaboradores.

A nivel seccional, la planta de personal se distribuye en 95 Coordinadores Seccionales de Extensión, 697 Extensionistas que responden por el componente Técnico y el Social, 6 Analistas de apoyo, 136 Auxiliares administrativos y un grupo de 15 pasantes y similares para un total seccional de 949 personas. Con esta planta, el Servicio de Extensión cumple su función de apoyo, asesoría y acompañamiento de los cafeteros que atiende, siguiendo las pautas definidas por el gremio.

Labores de Educación

El apoyo, asesoría, acompañamiento y capacitación que se le brinda a los cafeteros del país es una de las actividades más importantes que

realiza la institución. Estas acciones las efectúan los técnicos adscritos al Servicio de Extensión, quienes a través de metodologías educativas de extensión individuales, grupales y masivas cumplen a cabalidad con ese cometido. Ese conjunto de actividades se consolida anualmente y sirve como indicativo de la atención que presta el Servicio de Extensión en la búsqueda de solución a las necesidades de los cafeteros de las diferentes regiones del país.

En los tres primeros trimestres de 2007, la labor educativa reportada por parte de todos los técnicos del Servicio de Extensión alcanzó, a través de las metodologías individuales de extensión, 309.621 actividades ejecutadas. Se espera que al finalizar el año se hayan realizado alrededor de 320.000 visitas de carácter individual.

En cuanto a las metodologías de tipo grupal, esa cifra alcanza los 19.274 eventos grupales realizados y 342.212 cafeteros atendidos a septiembre de 2007. Se espera que al final el año se alcance una cifra cercana a las 25.000 actividades, con más de 500.000 cafeteros beneficiados.

Es importante destacar que la atención grupal no sólo tiene la ventaja de su cobertura sino que además, permite el intercambio de expe-



riencias, inquietudes y soluciones entre los propios caficultores. El referenciamiento competitivo y de mejores prácticas que allí ocurre es definitivo para mejorar cualitativamente el manejo de la finca.

Programa de Capacitación Virtual del Servicio de Extensión

Durante 2007 el Programa de Capacitación Virtual de la Gerencia Técnica continuó su evolución con emisiones semestrales. A la fecha, todo el personal adscrito a la Gerencia Técnica, tanto extensionistas como investigadores de Cenicafé y docentes de la Fundación Manuel Mejía, toman regularmente cursos de acuerdo al plan de estudios ya definido. Para alcanzar esta meta, la infraestructura en informática de las diferentes sedes del Servicio de Extensión en todo el país fue mejorada así como su conectividad, lo cual ha facilitado el normal ingreso y desarrollo de los diferentes cursos por parte de los técnicos.

Durante el año se lanzaron varios cursos pilotos que se encontraban en fase de construcción entre los que se destacan: Sistemas de información Cafetera, El Negocio Cafetero, Conviven-

cia Ciudadana y Certificación UTZ. Estos dos últimos, se construyeron como parte de un convenio con dos entidades externas, la Presidencia de la República y la Organización UTZ, respectivamente.

Igualmente, se emitieron los cursos correspondientes al primer semestre, en los cuales participaron 1.581 funcionarios, tal como se observa en el Cuadro 1. En total, el Programa de Capacitación Virtual ha emitido y terminado cursos con 8.223 estudiantes inscritos. De ese total, se aprobaron 6.846 cursos (83%), se reprobaron 1.085 (13%), y se presentaron 173 cancelaciones (2% del total).

Es importante anotar que los resultados o calificaciones obtenidas en el programa de capacitación virtual hacen parte de uno de los cinco aspectos que actualmente tiene en cuenta la Federación Nacional de Cafeteros para realizar la Evaluación de desempeño de sus extensionistas e investigadores. Con estas capacitaciones, el programa busca mejorar el criterio técnico y unificar conceptos entre los extensionistas, investigadores y docentes, en todos aquellos temas técnicos, sociales, económicos y gremiales que tienen que ver con el mejoramiento en la asesoría y atención a los cafeteros.

Cuadro 1. Programa de Capacitación Virtual
Evolución 2003 - 2007

CURSO	AÑO					Total Participantes Inscritos	Total Aprobados	Total Cancelaciones	Total Reprobados
	2003	2004	2005	2006	2007 *				
	N° Participantes								
La planta: estructura y funciones	26	206	402	373	121	1.128	856	34	238
El clima y la producción vegetal	26	220	370	424	125	1.165	921	38	206
El suelo: formación, fertilidad y conservación	0	0	207	412	121	740	678	19	43
Sistemas de producción de café	0	0	0	34	120	154	149	4	1
Extensión y comunicación	0	0	29	238	181	448	430	3	15
Participación y organización comunitaria	0	0	0	39	60	99	97	0	2
Formulación de proyectos	0	0	39	426	189	654	511	44	99
Mediadores comunitarios	0	0	0	0	56	56	42	1	13
El negocio cafetero	0	0	0	0	62	62	59	3	0
Administración de fincas	0	0	0	40	122	162	152	3	7
Sistemas de información cafetera	0	0	0	0	60	60	58	1	1
Cafés especiales y utz certified	0	0	0	0	62	62	50	2	10
Certificación Rainforest Alliance	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fundamentos de informática	0	0	748	279	120	1.147	958	10	179
Institucionalidad cafetera	0	0	1.184	490	182	1.856	1.642	11	203
Subtotal (Sin Informática Básica del SENA)	52	426	2.979	2.755	1.581	7.793	6.603	173	1.017
Informática Básica (SENA)	276	154	0	0	0	430	243	0	68
TOTAL	328	580	2.979	2.755	1.581	8.223	6.846	173	1.085

* Para 2007 solo se reportan los cursos del primer semestre, los del segundo semestre están en su etapa de ejecución

Competitividad de la caficultura

Labores de Aplicación

Las labores de Aplicación se refieren a aquellas actividades realizadas en las fincas por el caficultor y que se relacionan directamente con el mejoramiento del cultivo de café. Estas incluyen renovaciones, eliminaciones y nuevas siembras. La labor de registro y verificación de estas actividades están a cargo del Servicio de Extensión, que luego de las visitas a campo incorpora la información al Sistema de Información Cafetera - SICA. Esta información es la base para conocer la estructura de la caficultura y para la toma de decisiones con miras a mantener una caficultura competitiva y sostenible en procura del bienestar de las familias cafeteras.

Una de las principales labores a registrar es la renovación, la cual se lleva a cabo por siembra o zoca en los lotes tecnificados, o por siembra en los lotes con caficultura tradicional. Esta actividad es prioritaria, pues si se realiza gradual y anualmente, el cafetero garantiza que tendrá

una caficultura joven y productiva con un flujo de ingresos sin mayores oscilaciones en el tiempo. Por ello, la institucionalidad apoya regularmente esta actividad a través del Programa de Competitividad de la Caficultura. Este busca mantener cafetales jóvenes y productivos que le permitan al cafetero ser competitivo y sobre todo sostenible en el tiempo, gracias a la generación de un ingreso estable.

A octubre de 2007 el SICA reportó la existencia de 45.268 hectáreas improductivas. De las anteriores, las nuevas siembras corresponden por el 8,7%. En cuanto a la renovación, la zoca alcanzó 24.593 hectáreas, un 54%, cifra consistente con los últimos años y que se explica en el hecho que esta es una práctica mucho más fácil, rápida y menos costosa que la renovación por siembra. A través de esta última práctica se renovaron 17.760 hectáreas, pues para estos meses apenas se inicia la época de renovación en la zona sur del país, que incluye principalmente departamentos como Nariño, Cauca, Huila, Valle del Cauca, Tolima y Cundinamarca

Cuadro 2. Informe de labores de aplicación en café
Enero - Octubre 2007

Departamento	Nueva Siembra		Renovación Siembra Tradicional		Renovación Siembra Tecnificado		Renovación Zoca		Total Improductivo		Eliminación	
	Area (Ha.)	Plantas (miles)	Area (Ha.)	Plantas (miles)	Area (Ha.)	Plantas (miles)	Area (Ha.)	Plantas (miles)	Area (Ha.)	Plantas (miles)	Area (Ha.)	Plantas (miles)
Antioquia	609	3.775	0	0	3.480	21.203	3.461	17.143	7.550	42.122	984	4.360
Boyaca	19	88	0	0	174	791	53	225	246	1.103	35	114
Caldas	200	1.372	0	0	2.581	15.617	5.424	35.504	8.205	52.494	1.983	9.546
Cauca	544	3.039	0	0	1.206	6.768	1.198	6.666	2.949	16.473	784	3.634
Cesar	20	94	0	0	170	812	134	621	325	1.527	8	25
Cundinamarca	56	270	9	23	1.653	8.067	897	4.300	2.615	12.661	814	3.109
Huila	1.127	6.266	1	3	790	4.382	3.373	18.412	5.291	29.063	466	2.051
Guajira	0	1	0	0	14	59	0	0	15	60	0	0
Magdalena	12	52	0	0	203	909	38	158	253	1.119	5	18
Nariño	241	1.366	0	0	469	2.657	623	3.500	1.333	7.523	58	318
Norte Santander	39	214	0	1	572	3.114	142	736	753	4.066	189	742
Quindío	323	1.909	0	0	746	4.279	1.662	9.616	2.730	15.804	381	1.773
Risaralda	234	1.272	0	0	1.455	8.028	3.172	17.706	4.860	27.005	895	5.141
Santander	123	629	2	4	744	3.744	802	4.345	1.671	8.722	375	1.628
Tolima	187	982	3	6	985	5.284	968	4.641	2.143	10.913	611	2.058
Valle	170	858	1	3	1.489	8.069	2.617	13.359	4.278	22.289	825	2.958
Meta	4	10	0	0	1	5	6	20	11	34	39	131
Caquetá	2	7	0	0	5	21	20	99	27	127	0	0
Casanare	5	22	0	0	0	1	0	1	5	24	10	41
Chocó	0	1	0	0	6	25	2	6	8	32	0,0	0
Total	3.916	22.228	16	40	16.744	93.837	24.593	137.057	45.269	253.162	8.464	37.646

(1) TRADICIONAL: Típica sin trazo o típica con trazo y densidad menor a 2500 árboles.

(2) TECNIFICADO: Típica con trazo y densidad mayor o igual a 2500 árboles, Caturra y Colombia.



(Cuadro 2). Se aspira que al final del año se alcance una cifra cercana a las 50.000 hectáreas renovadas y sembradas en todo el país.

Hasta octubre la densidad promedio para la caficultura renovada y sembrada alcanzó los 5.600 sitios por hectárea, siendo el sistema de renovación por zoca el de mayor densidad promedio con 5.676 sitios por hectárea, seguido de la renovación por siembra de café tecnificado con 5.599 sitios por hectárea.

Programa para la Competitividad de la Caficultura

La caficultura colombiana ha venido presentando cambios importantes en los últimos años, los cuales han sido fomentados particularmente por el Programa de Incentivos a la Renovación de Cafetales Tecnificados, hoy Programa de Competitividad. La continuidad en la ejecución de este programa que fue lanzado en 1998, ha permitido mantener un nivel de producción nacional que ha facilitado la continuidad del posicionamiento y comercialización del café colombiano en el mercado mundial. Así desde 1998, en el marco del programa se ha incentivado la renovación de 470.000 hectáreas de café. De esta manera, la edad promedio de los cafetales tecnificados de alta productividad y que corresponde al 52% del área cafetera se encuentra actualmente en 4,7 años y cuenta con una densidad cercana a los 6.000 árboles por hectárea, situación que facilita su competitividad en el entorno del mercado mundial actual.

En el período enero - octubre de 2007 se habían renovado 25.368 hectáreas, lo que representa una transferencia de incentivos por \$13.900 millones. Se proyecta que a diciembre se habrán renovado cerca de 40.000 hectáreas con un aporte total por parte del FoNC de \$20 mil millones. El monto del incentivo por planta es de \$110, representados en 100 gramos de fertilizante, mientras que para incentivar la siembra de maíz, fríjol o tomate, se adicio-

nan \$165.000 representados en 150 kilos de fertilizante por hectárea sembrada.

Entre enero y octubre de 2007, se beneficiaron 39.116 caficultores con 41.005 fincas en 20 departamentos. El 85% de estos cuenta con cafetales de menos de 5.0 hectáreas. En promedio, los cafetales renovados cuentan con densidades de 5.542 plantas por hectárea. Por su parte, las renovaciones se hicieron en áreas de 0,65 hectáreas, en promedio.

En los últimos cinco años se han otorgado incentivos para 191 mil hectáreas de café con una inversión superior a los \$100 mil millones, tal como se observa en el Cuadro 3.

Programa de Reversión Productiva y Social de la Caficultura

Teniendo en cuenta el grave problema de envejecimiento con que cuenta cerca del 46% de la caficultura colombiana, la FNC con el apoyo del Gobierno Nacional diseñó el Programa de Reversión Productiva y Social de la Caficultura, el cual busca apoyar la renovación 300.000 hectáreas de cafetales envejecidos durante cinco años.

Específicamente, el Programa busca apoyar de manera directa los procesos de renovación por siembra de aquellos pequeños productores con cultivos envejecidos, en particular, aquellos cuyos ingresos no les permiten afrontar el costo

Cuadro 3. Programa de Competitividad

Año	2003 - 2007	
	millones de \$	Hectáreas
2003	28.819	54.765
2004	14.651	35.033
2005	23.128	39.183
2006	22.527	37.062
2007*	13.903	25.368
Total	103.028	191.411

* Información a 31 de octubre

asociado a la intervención del cultivo. Se busca que durante el período improductivo los caficultores reciban los recursos dejados de percibir por la renovación, los cuales son críticos para la subsistencia de la familia cafetera, y un apoyo para la compra de insumos para la siembra y levante del cafetal. Con este fin, se entregarán créditos subsidiados para la renovación de 60,000 mil hectáreas de cafetales envejecidos anuales durante 5 años, para obtener un total de 300,000 hectáreas renovadas y establecidas según las condiciones óptimas para el cultivo.

El monto del crédito por hectárea renovada por siembra será \$4.500.000, los cuales se distribuirán en 20 mensualidades de \$150.000 cada una y \$1.500.000 para ser utilizados en la compra de insumos agrícolas, los cuales serán desembolsados a través de la cédula o tarjeta cafetera inteligente.

El programa tendrá como instrumento fundamental un crédito de FINAGRO, el cual podrá ser desembolsado por cualquier intermediario financiero con acceso a créditos de redescuento de dicha entidad. Para el inicio del programa se ha contemplado la participación de Banco Agrario, Bancafé y Banco de Bogotá, sin embargo en la medida en que avance el proceso, otros intermediarios se podrían vincular al programa. Con estas instituciones se han diseñado esquemas de trabajo para lograr que los caficultores que entren al programa cuenten previamente con una preaprobación de su crédito. De esta manera, el trámite del mismo, el cual será apoyado por el servicio de extensión, será un proceso ágil y sin trámites engorrosos.

Una vez aprobado el crédito, los recursos serán desembolsados (previa autorización del caficultor) en un patrimonio autónomo administrado por la Federación de Cafeteros. Esta se encargará de desembolsar \$150.000 pesos mensuales durante 20 meses y pondrá a disposición un cupo, para que en la medida que se vaya necesitando, el caficultor haga uso de \$1.500.000 para la compra de insumos para

llevar el cultivo en las mejores condiciones a la primera cosecha.

Es importante resaltar que el caficultor tendrá derecho a un ICR – Incentivo a la Capitalización Rural hasta por el 40% del capital, el cual será desembolsado por FINAGRO al Banco Intermediario para ser abonado en la cuenta del deudor. Estos trámites también serán efectuados por la Federación Nacional de Cafeteros a través de la Gerencia Técnica y su Servicio de extensión según autorización que ha otorgado FINAGRO. Los intereses de los créditos, serán cancelados por el Fondo Nacional del Café, que tendrá una presencia permanente a través de su administrador la Federación Nacional de Cafeteros en todo el proceso de colocación, ejecución y control del crédito.

El inicio del programa se encuentra proyectado para finales de 2007. Se espera que los caficultores participantes, después de experimentar los beneficios económicos de la renovación aprendan y apliquen esta práctica una vez termine el ciclo óptimo económico de producción, con el fin de mejorar su nivel de vida. Adicionalmente, el aumento en el flujo de recursos les permitirá afrontar los gastos asociados a la renovación del cultivo de forma continua y sostenible.

Sanidad Vegetal

A septiembre de 2007, los niveles de infestación de broca en las compras de café pergamino seco de Almacafé alcanzaron el 2,1%, porcentaje calificado como bajo con respecto a los cinco años anteriores. Estos niveles permitieron cumplir con los compromisos internacionales de comercialización en cuanto a volumen y calidad. Adicionalmente, constituyen un ejemplo claro de las ventajas de la adopción por parte de los agricultores del Programa de Manejo Integrado de la Plagas, Cuadro 4.

Por su parte, en la Figura 1 se observa el comportamiento mensual de los porcentajes de infestación por broca registrados por Almacafé



Cuadro 4. Promedios ponderados Infestación de broca, 2002-2007

Año	% de infestación
2002	4,06
2003	3,41
2004	2,26
2005	2,64
2006	1,62
2007*	2,1

* septiembre

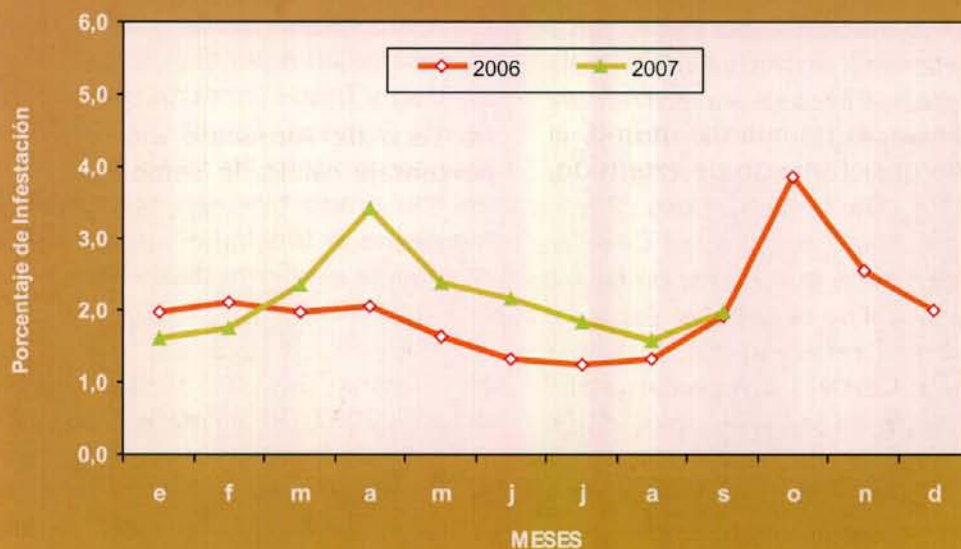
festación registrada se presentó en abril con 3,43%. Se espera que en los últimos meses de 2007 los porcentajes de infestación se mantengan cercanos a los niveles presentados en 2006. Estos excelentes resultados son el reflejo de la adopción de prácticas de manejo integrado como: la renovación de cafetales, la buena calidad de la recolección favorecida por los mejores precios del café y la presencia de reguladores antagónicos.

No obstante lo anterior, es importante destacar que hacia finales de 2006 y comienzos de 2007 se presentó en la zona central cafetera una alarma de infestación alta, superior al 5%, resultado de la presencia de frutos brocados en el suelo en algunas fincas (más de 100 frutos sin recolectar por árbol, cuando la meta es menos de 5 frutos). Por esta razón, se adelantó una campaña para recoger los frutos del suelo y proteger la cosecha principal la cual inició la recolección en el mes de octubre.

durante los últimos dos años. Así, durante 2006 la mayor infestación se presentó en el mes de octubre con 3,85% y para 2007, la mayor in-

Se destaca además que durante 2007 la zona cafetera colombiana se sigue caracterizando por el manejo responsable de los plaguicidas en el

Figura 1. Porcentaje Infestación de broca, promedio mensual 2006 - 2007



control de broca. Los productores certificados de cafés especiales han adoptado las prácticas culturales o biológicas y los pequeños agricultores no usan insecticidas para controlar la plaga. Tan sólo algunos agricultores ubicados en las fincas más grandes se ven obligados a recurrir a los agroquímicos. Por esta razón, es necesario emprender campañas de capacitación para que se realicen las aplicaciones después de haber recolectado bien todos los frutos maduros, en épocas apropiadas, calibrando los equipos, haciendo aplicaciones únicamente en áreas altamente afectadas y con las dosis recomendadas (0,3 CC p.c. /árbol).

Adicionalmente, y debido principalmente a las exigencias de las empresas certificadoras de cafés especiales, en coordinación con la ANDI, se capacitaron agricultores certificados en cafés especiales y técnicos en el «Manejo responsable de plaguicidas en café y otros cultivos», mediante talleres de Buenas Prácticas Agrícolas realizados en los departamentos de Quindío, Santander, Cauca y Huila. Entre las principales exigencias están las listas de inocuidad relacionadas con los límites mínimos de tolerancia de residuos de sustancias tóxicas (MRL's), incluyendo una lista positiva de 113 plaguicidas. Así las cosas, no se permiten residuos de los productos que no estén incluidos en estas listas.

Otros problemas fitosanitarios atendidos durante 2007, fueron los ataques esporádicos de la roya del cafeto, *Hemileia vastatrix* Berk. y Br., la mancha de hierro, *Cercospora coffeicola* Berkeley y Cooke y las llagas radicales *Rosellinia* y *Ceratocystis*. Para su control se recomendó, en el caso del manejo de la roya, el uso de materiales resistentes como la variedad Castillo; para la mancha de hierro, la fertilización y para las llagas, la protección de las heridas. Además, se observó la proliferación de insectos chupadores de café en el departamento del Huila, principalmente en los municipios de La Plata, Garzón y Gigante, donde los ataques de poblaciones de *Aleurothrixus* spp (Homóptera: Aleyroididae) presentan altas resistencias a los insecticidas, debido al uso indiscriminado de

plaguicidas en el cultivo del lulo asociado con café. También se presentó en Montenegro (Quindío), un ataque severo de palomilla de la raíz, *Dysmicoccus* spp., plaga muy compleja de manejar por sus hábitos y comportamiento, ya que ataca las raíces y se protege en el suelo. Por el momento y mientras se conocen otros resultados de las investigaciones, se recomendó aplicar insecticida sistémico con aceites agrícolas, insistiendo en la selección y transplante de plantas sanas del almácigo a los sitios definitivos, porque en algunos de los lotes más afectados la infestación se recibió desde el almácigo.

Finalmente, durante 2007, se continuó con el programa de asesoramiento y capacitación a técnicos de Almacafé y exportadores privados para la adecuación de las instalaciones, con el objetivo principal de evitar la comercialización de cargamentos con insectos vivos y racionalizar el uso de productos químicos de baja toxicidad que sean biodegradables y que no representen riesgos para la salud por presencia de residuos.

Café y Maíz

La zona cafetera cuenta con la oferta ambiental adecuada para la siembra de maíz. Al respecto se ha recomendado la utilización de híbridos que se adaptan mejor a las condiciones medioambientales de la región cafetera, desarrollados por el Centro de Mejoramiento de Maíz y Trigo –Cimmyt– con la asesoría técnica del Convenio Fenalce-Federación. Gracias a este convenio, se ha logrado obtener materiales con productividades comerciales por encima de las 8 toneladas por hectárea y amplia resistencia a enfermedades, como es el caso del híbrido FNC 3056.

En el marco de dicho convenio se entregaron durante 2007, 70 toneladas de maíz ICA V 305 y 10 toneladas del Híbrido FNC 3056. Además, el Cimmyt, continúa con la investigación de híbridos amarillos, los cuales ya están siendo probados en la subestaciones experimentales



de Cenicafé. Se espera que en 2008 se de inicio a la entrega de estos materiales para la explotación comercial por parte de los caficultores.

El 2007 ha contado con el nivel de siembra más alto en la zona cafetera desde el inicio del programa. Así, hasta septiembre se habían sembrado más de 53 mil hectáreas, reflejando un incremento del 11% respecto a 2006. Se espera cerrar el año con 60.000 hectáreas sembradas. De esta manera, desde 2003 se habrán sembrado en la zona cafetera más de 230 mil hectáreas de este cereal, tal como se observa en la Figura 2.

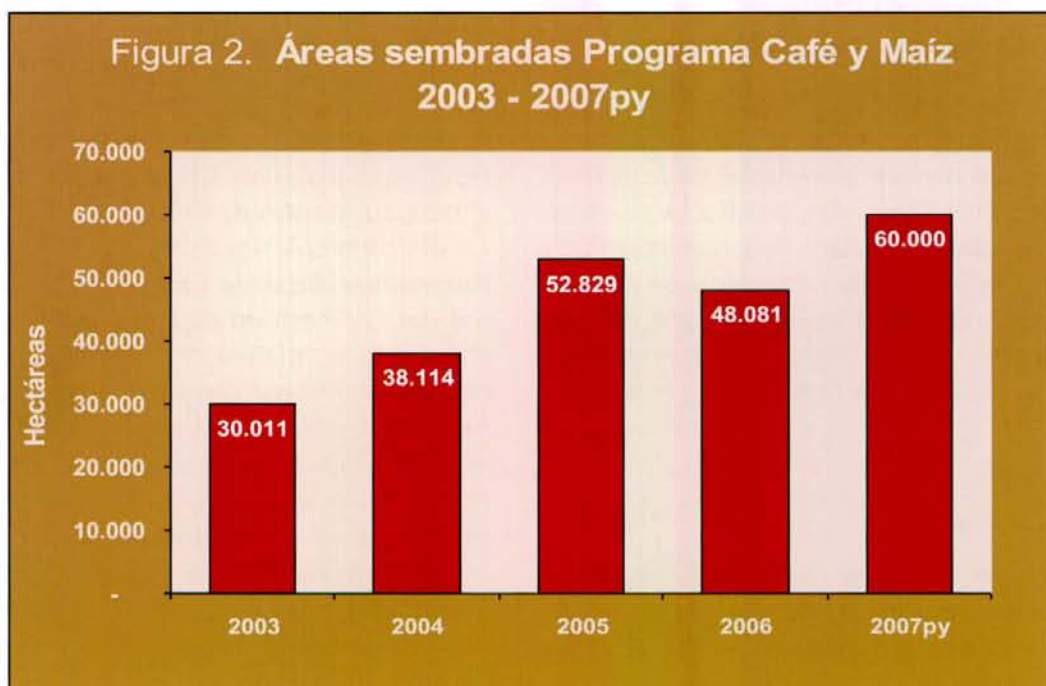
Adicionalmente, y con el fin de estimular la siembra de este cereal, se realizaron 9 días de campo en los departamentos de Risaralda, Caldas, Quindío, Cauca, Tolima, Huila, Valle y Antioquia, con la asistencia de 1.400 participantes. Además de incentivar las siembras de maíz en zona cafetera, los días de campo tuvieron el objetivo general de 1) informar a los caficultores sobre la situación actual del maíz en el contexto local e internacional; 2) dar a conocer a los caficultores los híbridos blancos

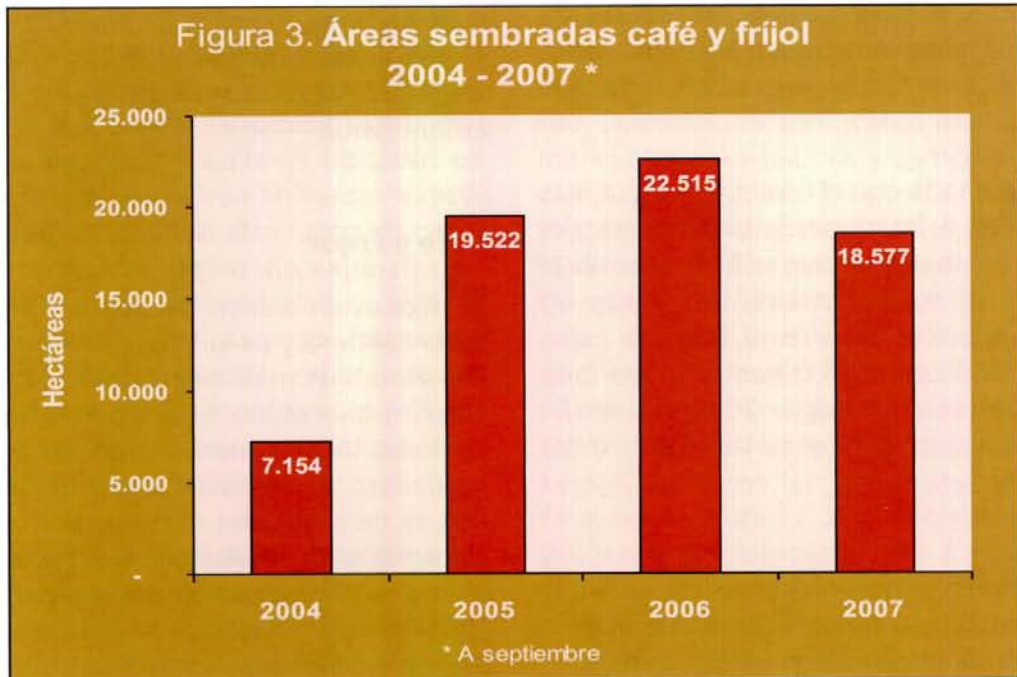
y los híbridos amarillos de maíz y 3) 1. compartir con los caficultores prácticas fundamentales en la productividad de maíz en zona cafetera colombiana.

Café y Frijol

El frijol es un cultivo de amplia tradición en la zona cafetera y es la principal leguminosa que se siembra de manera intercalada con el café o como monocultivo. Si se aplican las recomendaciones técnicas para su cultivo, el frijol es un verdadero aliado del cultivo del café por su aporte de nitrógeno al suelo, por la importancia en la seguridad alimentaria y su contribución a la diversificación del ingreso,

Por tal motivo, el programa ReSA, con el apoyo de la Federación y los Comités Departamentales de Cafeteros, ha venido incentivando su siembra intercalada con café. Así, en lo corrido del último año se han sembrado poco más de 18 mil hectáreas, para un total de 67.768 hectáreas en los últimos cuatro años, Figura 3. Sin duda, el estímulo en fertilizante ha influido positivamente en el aumento de las siembras.





En los lotes de renovación de café se pueden sembrar dos o más ciclos de producción de frijol con variedades como el ICA Citará, ICA Quimbaya, ICA Cafetero e ICA Cauca y Calima. Son materiales que no necesitan tutores y de fácil comercio en la zona cafetera. Vale la pena tener en cuenta que en Colombia se importa aproximadamente el 30% del frijol que se consume.

Aunque el precio varía frecuentemente, entre \$2 y \$3,5 millones por tonelada, los caficultores han alcanzado niveles de rentabilidad satisfactorios. Con productividades por hectárea entre 1,0 y 1,2 toneladas y costos de producción cercanos a los \$1,6 millones / tonelada, se concluye que la siembra de frijol se traduce en una importante fuente de ahorro y de ingreso familiar para los agricultores que cultivan esta leguminosa

Crédito Cafetero

La Gerencia Técnica es la responsable de administrar la ejecución de los programas de crédito, los cuales son apoyados por el Servicio de Extensión. Este, se encarga de divulgar y dar

soporte a los caficultores, tanto en la parte técnica como en la operativa.

En este apartado se destacan tanto los programas de normalización de cartera como los de crédito nuevo. Este es el caso del convenio firmado entre la Federación Nacional de Cafeteros y el Banco Agrario con el objetivo de impulsar el crédito agropecuario y de la Línea Credi-insumos de Bancolombia.

A continuación se describe la evolución y los resultados obtenidos hasta la fecha en los diversos programas de crédito.

Normalización de la Cartera del Fondo Nacional del Café administrada por Fiducaf . Además de la normalización realizada a través del programa PRAN, que finalizó en 2006 y que dio como resultado la normalización a través de FINAGRO de 58.903 pagarés de todas las entidades por valor de \$175 mil millones, el Fondo Nacional del Café ha podido sanear su cartera mediante otros mecanismos como el pago directo de los deudores, reclamaciones de seguros de vida y recuperación a través de procesos judiciales.



En tal sentido, el Cuadro 5 discrimina las diferentes alternativas que se le han ofrecido a los caficultores para la normalización de las obligaciones. En primera instancia, a través de FINAGRO se normalizaron 77.785 obligaciones por medio de Bancafé que equivalen a 52.352 pagarés PRAN por valor de \$94.129 millones. Simultáneamente, el caficultor podía normalizar cancelando directamente al FoNC a través del pago del 40% sobre la liquidación del pagaré PRAN, opción a través de la cual se normalizaron 6.531 obligaciones Bancafé por \$11.960 millones. Igualmente, se normalizaron 7.557 obligaciones con el pago de seguros de vida por valor de \$6.064 millones. Es importante destacar que en 2005, se vendieron 590 obligaciones por valor de \$494 millones al Departamento del Huila, mediante el programa FONSA-HUILA.

Una vez terminado el PRAN, se iniciaron las gestiones para la reactivación e inicio de procesos judiciales a los caficultores que no se habían acogido al programa, periodo en el cual se lograron normalizar 52 obligaciones por un

valor de \$103 millones. Por último, en la actualidad se encuentra vigente la negociación del 50%, que inició operativamente en el mes de julio de este año, proceso con el que se han normalizado 94 obligaciones por valor de \$839 millones.

Línea de Crédito Fogacafé. A través del Banco Agrario los caficultores tienen la posibilidad de acceder a créditos para sostenimiento de cafetales y beneficiaderos ecológicos. Los cafeteros, además de contar con la garantía FAG en un 80% del capital, cuentan con el aval de FOGACAFÉ que cubre el 20% del capital más los intereses.

En el Cuadro 6 se presenta el número de créditos desembolsados durante la vigencia del Programa (2001- septiembre 2007) para sostenimiento de cafetales y beneficiaderos ecológicos. Durante 2007, el total de obligaciones adquiridas fueron de 20.292 créditos por un valor de \$43 mil millones. El número de certificados expedidos fue de 20.246 por valor de \$15 mil millones, que

Cuadro 5. Informe obligaciones Fideicomisos

Carteras FRCC- CDE- BIRF- CMP- FORECAFE- PEQ. Caficultor a 30 de septiembre de 2007

Detalle	No. de Obligaciones		Total (millones de \$)*	
	N°	%	\$	%
Total Obligaciones Bancafé	105.633	100	120.984	100%
Obligaciones Vendidas al Programa PRAN-FINAGRO	77.785	74	94.129	78%
Obligaciones Canceladas Programa 40%	6.531	6	11.960	10%
Venta Carte FONSA-HUILA	590	1	494	0%
Obligaciones Canceladas	7.557	7	6.064	5%
Obligaciones Canceladas Programas 50%	94	0	839	1%
Obligaciones Canceladas Programa 100%	52	0	103	0%
Total Saneamiento	92.609	88	113.589	94%
Obligaciones Activas Pendiente Saneamiento	13.048	12	26.956	6%

Fuente: FIDUCAFE

No. obligaciones = obligaciones BANCAFE

* Capital + Intereses Saldos a noviembre 2001

**Cuadro 6. Solicitudes de expedición de certificados Fogacafé para respaldar obligaciones
Desembolsadas desde 2001 a septiembre de 2007 (millones de \$)**

Periodo desembolsos de los créditos	No certificados solicitados	Valor total solicitud certificados	Valor total créditos (certificados solicitados)	No certificados expedidos	Valor certificados expedidos	Valor créditos (certificados expedidos)	No certificados no expedidos	Valor certificados por expedir	Valor créditos (certificados por expedir)
2001-2005				37.486	21.893	54.659			
Ene-06	1.355	987	2.808	1.061	720	1.803	294	267	1.005
Feb-06	2.143	1.548	4.096	1.851	1.403	3.729	292	145	366
Mar-06	3.374	2.630	7.729	3.345	2.576	7.592	29	54	136
Abr-06	2.292	1.515	4.039	2.272	1.466	3.918	20	49	121
May-06	1.824	1.192	3.359	1.813	1.170	3.291	11	22	68
Jun-06	1.660	1.108	3.190	1.658	1.103	3.177	2	5	13
Jul-06	1.592	1.009	2.934	1.585	994	2.889	7	15	45
Ago-06	1.921	1.343	3.869	1.912	1.321	3.792	9	22	76
Sep-06	1.815	1.455	4.158	1.796	1.416	4.041	19	39	117
Oct-06	1.493	1.192	3.554	1.492	1.191	3.550	1	1	3
Nov-06	6	15	38	3	8	20	3	7	18
Dic-06	1.288	1.326	4.314	1.156	1.226	4.029	132	100	285
Total 2006	20.763	15.320	44.087	19.944	14.592	41.833	819	728	2.253
Ene-07	1.791	1.485	4.071	1.791	1.485	4.071	-	-	-
Feb-07	2.613	2.112	5.669	2.581	2.023	5.444	32	90	224
Mar-07	4.039	3.136	8.358	4.031	3.119	8.316	8	17	42
Abr-07	2.508	1.866	5.144	2.505	1.861	5.130	3	6	14
May-07	1.959	1.418	4.053	1.958	1.415	4.038	1	3	14
Jun-07	1.890	1.328	3.775	1.889	1.326	3.766	1	2	8
Jul-07	1.882	1.344	3.889	1.881	1.341	3.875	1	3	14
Ago-07	1.874	1.431	4.200	1.874	1.431	4.200	-	-	-
Sep-07	1.736	1.313	3.859	1.736	1.313	3.859	-	-	-
Total 2007	20.292	15.433	43.017	20.246	15.313	42.699	46	120	318
Acumulado	41.055	30.753	87.104	77.676	51.799	139.192	865	848	2.571

equivale a un valor total en créditos garantizados cercano a \$43 mil millones. Con respecto al mismo periodo del año anterior, esto implica un incremento en el número de certificados expedidos del 17%.

De los 20.246 certificados expedidos, el 92% correspondió a la línea de sostenimiento de cafetales y el restante 8% a créditos destinados a beneficiaderos ecológicos. El mayor usuario de la primera línea ha sido el Departamento de Antioquia con 9.664 usuarios, esto es más del 50% del total de la línea, por un valor total en créditos de \$18.420 millones. En cuanto a los beneficiaderos ecológicos, el Departamento de

Nariño se ha constituido en el líder en la utilización del instrumento con 661 usuarios, esto es el 40% de los usuarios a nivel nacional. En este sentido, es fundamental destacar la importante labor de los Comités de Departamentales de Cafeteros para vincular cada día a un mayor número de usuarios a estas líneas de crédito.

Las expectativas hacia 2008 indican que la línea de sostenimiento se mantendrá en los niveles de años anteriores, mientras que se espera un incremento importante en los créditos destinados al montaje de beneficiaderos. Esto se explica por los beneficios obtenidos a través del ICR y las bondades de adoptar esta tecnología,



que redundan no solamente en la calidad del café sino también en la protección al medio ambiente.

Programa ICR para Beneficiarios Ecológicos.

Los créditos de beneficiarios ecológicos han contado adicionalmente con el apoyo del Gobierno Nacional, por medio del Incentivo a la Capitalización Rural, que ha abonado a la cuenta del deudor un incentivo por el 40% del capital del crédito. Este programa ha sido desarrollado a partir de la Circular Reglamentaria de FINAGRO VO-09 de 2004. Dentro de los beneficios de implementar un beneficio ecológico se destacan los siguientes:

- Mejoramiento ambiental de las condiciones del entorno
- Conservación de los recursos naturales
- Mejor calidad en la producción
- Reducción en los costos de producción
- Tecnificación del proceso de beneficio

Dadas las dificultades que se pudieron percibir en la mayoría de los Comités Departamentales para la consecución de los certificados de vertimientos para acceder al ICR, el pasado 2 de abril, FINAGRO emitió la circular P-21 donde fue eliminado este requisito. En el Cuadro 7 se presentan las solicitudes pagadas este año por departamento y por tipo de productor. Se destaca cómo al comparar los resultados con el año anterior, el programa ha tenido un gran incremento en el número de proyectos tramitados y aprobados, cercano al 300%.

Otros programas de crédito en desarrollo.

Bancolombia ha contribuido a la financiación del sector cafetero con su línea credi-insumos destinada para capital de trabajo de medianos y grandes productores. Durante 2007, los usuarios de esta línea alcanzaron los 841 caficultores con un valor de créditos por \$20.840 millones.

El Banco Cafetero, al ser adquirido por el Banco Davivienda del Grupo Bolívar, ha manifesta-



do a las autoridades cafeteras su interés en revivir la actividad de esa institución y convertirla nuevamente en la mayor fuente de financiación de los productores de café, para lo cual sus directivas han estado en permanente contacto con la Federación para reanudar la actividad crediticia. A la fecha, Davivienda-Bancafé cuenta con 14.000 clientes cafeteros activos con quienes desearía profundizar los negocios por cuanto son deudores que en los últimos años han estado apartados del Banco y sus diversos programas.

Así mismo, el Banco de Bogotá ha manifestado el máximo interés por vincularse al crédito cafetero a partir de la fusión con Megabanco, entidad que opera la Cédula Cafetera Inteligente. El Banco considera que la Federación Nacional de Cafeteros a través de la Cédula Cafetera Inteligente es el primer corresponsal no Bancario del país por cuanto cumple con todos los requisitos definidos por la legislación y en la medida en que la red de comunicaciones y el poder transaccional de este instrumento permite llegar con los recursos al caficultor y recaudar los créditos.

Plan Florescencia. Después de un año de receso del Plan Florescencia por la falta de la autorización de la Superintendencia Financiera a la

Cuadro 7. Finagro - Incentivo a la Capitalización Rural - ICR
Solicitudes pagadas en el rubro de beneficiaderos de café
Enero - Septiembre 2007

Tipo Productor	Departamento	Solicitudes	Valor Proyecto (millones de \$)	Valor ICR Pagado (millones de \$)
Medianos y Grandes	Antioquia	16	843	138
	Boyacá	1	11	2
	Caldas	4	48	7
	Cundinamarca	1	14	2
	Huila	12	227	31
	Nariño	10	236	44
	Norte de Santander	1	11	2
	Quindío	2	28	6
	Risaralda	4	119	19
	Santander	11	189	33
	Tolima	6	113	14
	Valle	2	430	77
	Subtotal Medianos y Grandes		70	2.271
Pequeños	Antioquia	115	593	199
	Boyacá	4	34	11
	Caldas	2	6	2
	Cauca	5	33	10
	Cundinamarca	16	99	32
	Huila	128	2.194	798
	Magdalena	1	6	2
	Nariño	295	2.501	946
	Norte de Santander	25	129	44
	Quindío	1	4	1
	Risaralda	13	64	24
	Santander	86	624	204
	Tolima	148	752	256
	Valle	24	291	116
	Subtotal Pequeños		863	7.330
TOTAL		933	9.600,8	3.019,9

Fuente: FINAGRO

Bolsa Nacional Agropecuaria, se reanudó la expedición de este producto durante 2007 con el apoyo de la FNC. No obstante lo anterior, la ejecución no fue de una cuantía importante por cuanto la autorización gubernamental llegó a mediados del año.

Es importante destacar la conveniencia de este instrumento para aquellas personas que no

desean solicitar sus recursos en el sector financiero. El Plan es un instrumento ágil, que permite al caficultor fijar desde su expedición el precio del café que va a entregar nueve meses después, minimizando los riesgos asociados a la volatilidad del precio. Así las cosas, el Plan Florescencia se constituye en una importante fuente de financiación que, con el compromiso de los Comités Departamentales en su eje-



cución, garantía y control, puede ser exitoso y facilitar la llegada directa del productor a la Bolsa.

Programa de Gestión Empresarial

En el período 2002 - 2005, la Federación desarrolló el proyecto de Formación Continua en Gestión Empresarial, gracias a los sucesivos convenios con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Sena y la Sociedad Colombiana de Agricultores. Desde 2006, los costos totales del programa fueron asumidos por la Federación de Cafeteros y su ejecución se ha mantenido hasta la fecha.

El objetivo general del proyecto es fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera. El propósito es formar productores capaces de autogestionar la empresa cafetera, así como lograr que los cafeteros y sus familias permanezcan en el negocio mediante una adecuada gestión administrativa.

Es importante destacar que dentro del desarrollo del Plan Estratégico 2003 – 2008, el Programa de Formación Continua en Gestión

Empresarial es considerado una herramienta necesaria para apoyar el área clave de competitividad, con el propósito de formar cafeteros con empresas exitosas y competitivas.

Desde el 2002, el proyecto ha capacitado más de 69 mil cafeteros, con cerca de 13 mil beneficiarios en 2007. Por otra parte, en el transcurso de todo el proyecto se han ejecutado recursos por \$8.115 millones, de los cuales la FNC ha aportado cerca del 79%, y el resto de los recursos han sido aportados por el SENA, la SAC y el Ministerio de Agricultura, tal como se observa en el Cuadro 8.

Para medir la adopción de conocimientos, una vez finalizado un ciclo de capacitación, se realiza una evaluación anual durante el proceso de formación. Los principales resultados se analizan a continuación:

- El 76% de los caficultores participantes comparte experiencias exitosas, de las cuales se destacan cuatro: el trabajo en familia y grupo; el análisis de información; la importancia de los cultivos asociados; y las vivencias y valores de los integrantes del grupo.
- Las herramientas administrativas tuvieron el siguiente porcentaje de adopción: croquis

Cuadro 8. Presupuesto global ejecutado 2002 – 2007
(Millones de pesos)

Conceptos	Valor Total	Aporte FNC	Aporte Instituciones
Coordinadores Proyecto	2.005	830	1.175,40
Servicio de Extensión	5.103	5.103	
Material Didáctico	723	170,5	552,4
Alquiler salones	93	93	
Impuestos	39	38,7	
Gestión	152	152	
Total	8.115	6.387	1.728

de la empresa, 90%; conteo del número de árboles, 91%; diagnóstico de la empresa, 81%; plan de mejoramiento, 72% y cronograma de labores, 67%.

- El 73% de los participantes están en vía de cambio o mejorando las prácticas tecnológicas. De éstas, en donde más se aprecia el cambio son: el manejo de registros; el mejoramiento del beneficio; la renovación de cafetales y la elaboración de un cronograma de actividades.
- El 65% de los cafeteros iniciaron el manejo de indicadores de eficiencia de mano de obra. Los más utilizados son: desyerbas, costos de germinador y almácigo, costo del beneficio y fertilización.

Además es importante destacar cómo el 38% de los caficultores participantes utiliza algunos de los indicadores económicos de la caficultura, el 40% elaboró el presupuesto para café en producción, el 32% sabe cuál es el costo de producción de una arroba incluyendo su mano de obra, el 58% utiliza los indicadores de eficiencia y el 37% inició el proceso de elaboración del plan de alternativas para aumentar los ingresos adicionales en la empresa cafetera. Todas estas herramientas de gestión tendrán, sin lugar a dudas, un impacto positivo en el manejo de la finca y la rentabilidad del cultivo, aumentando la competitividad de los caficultores beneficiados.

Centro Nacional de Investigaciones de Café – Cenicafé

Durante 2007 Cenicafé entregó nuevos conocimientos, desarrollos, prácticas y tecnologías a los caficultores colombianos en siete áreas estratégicas: Productividad Agronómica; Viabilidad Económica; Calidad y Cafés Especiales; Sostenibilidad Ambiental; Conocimiento Estratégico; Sistemas de Producción Complementarios y Divulgación y Transferencia. A continuación se presentan los principales logros de investigación en 2007, que van desde el lan-

zamiento de nuevas variedades mejoradas de café, maquinaria destinada a reducir los costos de recolección, manejo integrado de plagas, beneficio del café, y toda la investigación relativa al genoma del café, entre otros.

Productividad Agronómica

Se liberó la variedad Castillo El Tambo, la cual cuenta con una calidad de taza similar a las variedades tradicionales, para un área de influencia de 117.876 hectáreas en el Valle del Cauca, Cauca y Nariño. A partir de 7 ensayos en las estaciones experimentales se avanzó en la selección de materiales de generación F5 de (Cat X H.T.), para conformar variedades de uso regional. Se caracterizaron 153 líneas F3 de (Borbón R.M x Maragogipe) x H.T., por resistencia, rendimiento, tamaño de grano, y contenido de compuestos químicos.

Además, se continuaron los cruzamientos entre selecciones de *C. arabica* con resistencia incompleta por derivados de Cat. X H.T, para ampliar la diversidad para resistencia, fenotipo, arquitectura de planta y calidad de la bebida. Se dispone de 308 F1s, y 132 poblaciones F2s en las que se está avanzando en la selección de plantas F3s. Se destaca que fueron seleccionados genotipos sobresalientes por atributos agronómicos y tolerancia probable al CBD. Se dispone de F1s de cruzamiento entre genotipos con resistencia a los 4 aislamientos de prueba de *Colletotrichum kahawae*.

Dado que se dispone de germoplasma previamente evaluado que confiere alguna resistencia a la broca, y de genes identificados en otras especies que podrían complementar el grado de esa resistencia, se elaboró una propuesta de carácter interdisciplinaria con el objetivo de obtener variedades con resistencia a la broca del café. Se seleccionaron 18 progenies F3 de (BRM x Caturra) x Variedad Castillo, que son resistentes a roya y a llaga macana simultáneamente, con características de grano tipo supremo superior a 80%.



Con respecto a los estudios encaminados a identificar la etiología de la chamusquina, se recolectaron 45 especies de insectos del orden Hemiptera. Dentro de estas especies se encontraron adultos del género *Scaphytopius* (Cicadellidae) y ninfas del género *Monalonion* sp (Miridae), los cuales parecen ser responsables de causar el disturbio. Se han recuperado síntomas de Chamusquina en plantas de almácigo y brotes tiernos de árboles de café con esta última especie en todas las repeticiones realizadas.

Se identificaron 6 palomillas afectando las raíces del café asociadas a hormigas de cinco géneros. Se reportaron como plagas que han resurgido en el cultivo del café a la escama verde, la mosca blanca y la hormiga loca. Estos reportes corresponden a los municipios del Huila, donde se vienen realizando aplicaciones frecuentes de insecticidas para el manejo del

disturbio denominado «Chamusquina». Igualmente, se identificaron otros problemas sanitarios como la babosa y chisas.

En los suelos de la Estación Central de Naranjal (Chinchiná, Caldas), pudo observarse que las fertilizaciones con nitrógeno y potasio incrementan la disponibilidad de estos elementos en la solución del suelo conforme a las dosis empleadas. No obstante 50 días luego de ser aplicados disminuyen su concentración al punto de alcanzar niveles similares a las del testigo sin fertilizar. Se demostró que los cafetales deben recibir las dos fertilizaciones del año antes de efectuar el zoqueo y sólo en casos particulares de fertilidad de suelos, puede observarse la fertilización del segundo semestre. No se encontró respuesta en producción, en factor de conversión café cereza a café pergamino seco, ni mejoramiento del rendimiento en trilla para la cosecha del primer año por efecto de la

aplicación foliar de nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio y boro, utilizados como complemento de la fertilización edáfica. No se halló respuesta contundente en producción a las aplicaciones edáficas de nitrógeno y potasio en la Subestación El Tambo (Cauca). Los requerimientos de azufre para cafetales en producción en la mayoría de los casos no superan los 50 kg/ha/año.

Se estudia, además, el efecto de la densidad de siembra sobre la producción del café en sistemas agroforestales multiestratos y bajo normas de producción ecológica y con café producido con certificación orgánica. Se evalúan cuatro variedades de café de porte alto: Típica, Borbón, Maragogype y Tabi y tres variedades de porte bajo: Caturra, Castillo y San Bernardo en distintas densidades de siembra. El sombrío de Cábulo, Guamo macheto y Santafereno y Carbonero, fue establecido a 12,0 x 12,0 m.

Se destaca también el trabajo de Cenicafe en la producción de semilla para la venta a los productores. Durante todo 2007 se han entregado 41.625,5 kg de semilla de los cuales 35.788,5 kg correspondieron a la variedad Castillo, 4.086 kg a las variedades Castillo regional y 1.751 kg a la variedad Tabi, Cuadro 9.

Viabilidad Económica del Café

Se encontró que según los patrones de consumo e ingreso en las fincas de economía campesina de la zona central cafetera, los gastos familiares más importantes están representados por el transporte, los servicios públicos y el mercado y que el costo de producción en la finca se distribuye en 53% para mano de obra, 29% para insumos agropecuarios y 18% para insumos del café.

Cuadro 9. Distribución de semilla a los Comités Departamentales 2007

COMITÉ	Kg de semilla entregados									Total semillas
	Castillo	Castillo Naranja	Castillo Rosario	Castillo Paraguaito	Castillo Trinidad	Castillo Santa Bárbara	Castillo Pueblo Bello	Castillo El Tambo	TABI	
Antioquia	6.935		737							7.671
Boyacá	236					6			30	272
Caldas	4.172	293	134	11						4.608
Cauca	1.937							125	23	2.084
Cesar-Guajira	1.169						66		300	1.535
Cundinamarca	2.042					554			162	2.757
Huila	2.988								4	2.992
Magdalena	372						71		300	743
Nariño	1.554							102	85	1.741
Norte Santander	734						62			795
Quindío	2.027	132		480					4	2.643
Risaralda	3.005	246	41							3.291
Santander	2.207								140	2.347
Tolima	3.281				300				557	4.138
Valle	2.364	86		617					70	3.136
Caquetá, Casanare, Meta	710									710
Otros	61	9		12				8	76	166
TOTAL	35.789	765	911	1.119	300	560	198	234	1.751	41.626



Los ingresos reflejan que el café continúa siendo el soporte de estas fincas con el 46% del total.

Se avanzó en el empleo de mallas en piso y guiadas para la cosecha del café, también con la herramienta portátil para la cosecha selectiva de café, ALFA, desarrollada a partir del dispositivo IMFRA, con impactador diseñado para desprender selectivamente en nudos con bajo porcentaje de frutos maduros. El equipo es de bajo peso (450gr.), se acciona con motor DC de bajo costo y potencia (10W) alimentado por una batería de 12V-5A que permite trabajar durante una jornada.

Se entregó el diseño de la paleta plástica para lavar café con menor esfuerzo y del clasificador hidráulico para café en cereza de tolva y tornillo sinfín. Además, se adelantó la evaluación del dispositivo que permite separar frutos de inferior densidad a la del agua (vanos, muy brocados) y objetos duros (piedras, puntillas) del café de mejor calidad, con bajo consumo específico de agua ($<0,18l/kg$ cps.) y requerimiento de potencia. Se diseñaron nuevos secadores solares para café tipo túnel solar, con paseras adicionales para incrementar la capacidad de secado y facilitar su operación. Simultáneamente, con la participación del Servicio de Extensión de Caldas, se evalúa el método para monitorear la humedad del café y obtener producto con humedad final en el rango 10 al 12% (GRAVIMET) en 20 fincas del departamento.

Calidad y Cafés Especiales

Se continuó el estudio de la calidad y del contenido de elementos químicos en el café de Colombia, según los suelos y la altitud del cultivo. Se obtuvieron muestras de 201 lotes de café localizados en 144 fincas y 3 subestaciones experimentales, ubicadas en 7 departamentos y 37 municipios, correspondientes a 14 unidades de suelos y a 6 materiales parentales. Las muestras correspondieron a las variedades Colombia, Típica, Caturra, Tabi, Maragogipe y Catimor.

Se analizó la calidad y el contenido de los elementos químicos de muestras procesadas, según el método de beneficio de la finca y muestras provenientes de los mismos lotes, las cuales fueron procesadas aplicando las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en el beneficio. Se ha comprobado que los elementos más abundantes en el grano de café son K, S, P, Mg y el Ca. Se ha demostrado que la aplicación de las BPA en el beneficio del café mejora su calidad en comparación con el obtenido por el método usado tradicionalmente en la finca. El fermento resultó el defecto más frecuente en la bebida preparada con el café producido en la finca, encontrado en el 16% de las tazas evaluadas, seguido del contaminado y fenol con un 4,3%.

En cuanto al estudio de los ecotopos cafeteros, en los ecotopos 401 y 402 de la Sierra Nevada de Santa Marta se adelantó la caracterización espacial y temporal de la lluvia, el cálculo de los balances hídricos mensuales y la relación entre la disponibilidad hídrica y el cultivo de café; además se efectuó el análisis estadístico mensual y anual de la información de lluvia de 14 estaciones meteorológicas. Los mapas de localización de las estaciones y los de isolíneas de lluvia de los ecotopos 401 y 402 también apoyarán el Proyecto de Cafés Especiales. Se está realizando la verificación y complementación de las series de temperatura media y temperatura mínima a nivel mensual para los ecotopos 211B a 214B y 317A a 319A situados en el departamento del Huila. Se terminaron los estudios de la oferta ambiental para los ecotopos 105B y 204A (memorias, textos, mapas) en medio convencional y magnético que serán entregados para consulta y uso en los Comités de Antioquia y Caldas.

El diagnóstico sanitario de cafetales certificados como cafés especiales, indicó una baja incidencia de patógenos en Santander, pero con problemas de insectos y patógenos de árboles de sombrío; mientras que en el Huila, se diagnosticó una alta incidencia de *Rhizoctonia* en germinador, mancha de hierro, muerte descendente y llaga macana en plantas adultas. En este

sentido, se verificó la capacidad antagónica del biocontrolador *Trichoderma* en germinadores, con la ventaja de reducir en un 50% el costo de producir una chapola comparada con un germinador comercial. Se encontró también que los nematodos son afectados con extractos de la planta *Tagetes sp.*, tanto en la reducción de la eclosión de los huevos como en el aumento de la mortalidad de las larvas, abriendo otras posibilidades en el levante de plántulas en caficulturas especiales.

La Estación Central Naranjal, después de 8 meses de implementación del SIG (Sistema Integrado de Gestión), puede considerarse como modelo en la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas y herramientas de gestión. Lo anterior, se valida con el concepto dado por el representante para Colombia de la certificadora UTZ Certified. Se definió la metodología para la elaboración del diagnóstico de la unidad productiva en los tres aspectos fundamentales: calidad, ambiente y responsabilidad social.

En conjunto con la Fundación Manuel Mejía, la Fundación Natura y el Comité Departamental de Cafeteros de Santander se desarrolló el curso *e-learning* «Certificación Rainforest Alliance». Además, se estructuró una lista de chequeo para caracterizar el sistema de producción de café en los tres componentes: calidad, ambiente y responsabilidad social, con la participación del Comité Departamental de Cafeteros del Magdalena, la Red Ecolsierra y la Fundación Prosierra

Sostenibilidad Ambiental

Por medio de la fermentación alcohólica de un litro de mucílago de café, proveniente de un desmucilagador mecánico operado con 0,55 litros/min de agua, y mediante hidrólisis enzimática, alcalina y ácida y levaduras comerciales prensadas y secas se produjeron 41,45 ml de alcohol. El producto obtenido presentó entre 96,32% y 98,81% de etanol. También a partir de fermentaciones alcohólicas de los jugos de la pulpa de café se obtuvieron 48,69 ml

de solución alcohólica con un contenido de etanol entre 98,20 y 98,55 %, medidos por cromatografía, que corresponde a un rendimiento de 29,12 ml de alcohol/kg de pulpa fresca. De estos resultados se infiere que se pueden obtener 2,1 litros de etanol a partir de la pulpa y el mucílago provenientes del beneficio de 100 kg de café cereza.

Se diseñó un sistema integral de tratamiento anaerobio de lixiviados para una finca con una producción anual de 20.000@ de café pergamino seco. Con el sistema que se encuentra en estabilización se han alcanzado remociones medias de 65,5% de DQO y 66,1% de sólidos totales, para un afluente con una concentración media de 73.611 ppm de DQO. En el postratamiento de las aguas residuales del café utilizando las macrófitas buchón, repollo y lenteja de agua se encontraron remociones medias de carga orgánica de 76,7% de DBO₅, 63,7% de nitrógeno, 59,6% de fósforo, 39,9% potasio y 99,2% de coliformes totales.

Se dictaron cursos especializados sobre el diseño de los Sistemas Modulares de Tratamiento Anaerobio SMTA, para los extensionistas de los Comités de Tolima, Cundinamarca y Cauca y se ajustaron los diseños para los productores de café, con recolecciones en el día pico de 70 a 1.080 kg de café en cereza. Con el comité del Magdalena se preparó una guía cafetera sobre operación y manejo de los SMTA. En la región de la Sierra Nevada de Santa Marta ya se encuentran instaladas 316 plantas de tratamiento anaerobio de aguas residuales, tecnología con la cual este Comité obtuvo el segundo puesto en la Categoría Empresarial del Premio Planeta Azul Banco de Occidente, versión 2007.

Se estudió la valoración asignada por los caficultores de la zona central de Colombia a la erosión del suelo para conocer el grado de adopción de las prácticas y tecnologías para la conservación del suelo. Los resultados indican que el 75,4% de los caficultores tiene disponibilidad para invertir en la prevención y control de este problema y que el nivel de adopción de



las prácticas de conservación de suelos superó el 60% en promedio, se encontraron casos de adopción cercanos al 90% en prácticas como la siembra a través de la pendiente y la no realización de quemas.

Se evaluaron agentes de control de broca en frutos del suelo los cuales incluyen nematodos entomopatógenos y enemigos naturales nativos. Mediante análisis moleculares y morfológicos se caracterizaron especies de los géneros *Steinernema* y *Heterorhabditis* nativos de Colombia y se describió una nueva especie, *Steinernema colombiense*. Aplicaciones de estos nemátodos y mezclas con *B. bassiana* dirigidas a frutos del suelo en campo, obtuvieron como resultado una mortalidad de 40% de broca y una disminución de la emergencia de 50% de adultos. Se encontraron dos especies depredadoras nativas promisorias con potencial de control, una hormiga del género *Crematogaster* y un insecto del género *Monanus*. De las parasitoides introducidos, se encontró que *Prorops nasuta*, a pesar de haber sido liberado en menores cantidades, está establecido en cafetales de cinco departamentos cafeteros, ocasionando niveles de parasitismo en el campo hasta del 50%. La variabilidad genética de este insecto demuestra su superioridad biológica. *P. nasuta* tiene la capacidad de vivir más de 74 días en campo y atacar broca en múltiples frutos.

Dos de cinco insecticidas biorracionales se muestran promisorios por causar mortalidades superiores al 90% de broca en campo. Igualmente, un producto de origen botánico mostró un importante efecto de protección, incluso 15 días después de ser aplicado en campo. Como estrategias de control cultural de la broca, se evaluaron diferentes dispositivos para la eliminación y captura de frutos de café durante el zoqueo de cafetales infestados. Se recomienda realizar una recolección total de frutos con la ayuda de guantes de cuero de cerdo, y la captura de estos utilizando preferiblemente mallas de Sarán, o en su defecto, recipientes recolectores de café con lengüeta o el Aroandes. Para el secado de flotes y pasillas, los cuales son

responsables de dispersar el 90% de la broca que se escapa durante la recolección y el beneficio, se encontró que el secador solar parabólico ocasiona una mortalidad total de broca después de 2 a 4 horas; mientras que marquesinas o canecas con agua cubiertas con plástico ocasionan mortalidad total después de un día. Se ha observado que las trampas cebadas con alcohol para la captura de brocas localizadas a 0.40 m del suelo capturan el doble de adultos de broca que aquellas ubicadas en la parte productiva del árbol (1.5m). Igualmente, se ha demostrado preliminarmente que estas trampas pueden ser utilizadas en cafetales vecinos a zocas de café con el fin de detener la dispersión del insecto.

En el tercer año del proyecto de censos participativos de aves con comunidades cafeteras, se han logrado avances en los campos de la educación ambiental, en la aplicación de enfoques participativos para la investigación y en el fomento de la conservación entre las comunidades cafeteras. Durante este período se apoyaron las iniciativas de dos de las comunidades cafeteras que han participado en los censos de aves, proceso que resultó en la elaboración participativa de un programa educativo sobre las aves para la comunidad estudiantil de Guaduas, Cundinamarca y en el desarrollo de un plan de manejo participativo de los bosques de roble en la zona cafetera de Acevedo, Huila.

Sistemas de Producción Complementarios

En las subestaciones se viene colaborando con la investigación de nuevas variedades e híbridos de maíz del convenio Fenalce – CIMMYT - FNC. Para el año entrante se espera contar con las siguientes cantidades de semilla: Híbrido amarillo Corpoica H114 con 10 toneladas, Híbrido HT118 con 2 toneladas, Híbrido FNC 3056 con 200 toneladas. Se demostró que se puede producir maíz durante dos ciclos seguidos y frijol durante tres ciclos seguidos, sin afectar la producción de café, independiente del arreglo es-

pacial (a 1.0 m x 1.0 m ó 2.0 m x 1.0 m) con 10.000 plantas por ha. El experimento se hizo en las subestaciones experimentales Santander, El Tambo, La Catalina y en la Estación Central Naranjal.

Se dispone de información sobre el manejo silvicultural de 16 especies forestales nativas que puedan ser asociadas a café. Estas especies pueden utilizarse como alternativas dentro de las exigencias de certificadoras como Rain Forest Alliance o UTZ- Certified. Se recolectó la primera cosecha de semilla del huerto clonal de *Cordia alliodora* establecido en Paraguaicito. Se produjeron 42,5 kg. los cuales se están distribuyendo los comités de Cauca, Tolima, Quindío, Antioquia y Risaralda.

Divulgación y Transferencia de Tecnología

Durante 2007 se continuó con la capacitación de casi un centenar de extensionistas sobre cómo reducir los costos de producción en la finca cafetera. Se publicaron y distribuyeron 3 números de la Revista Cenicafé, los Avances Técnicos 352 hasta el 364, el Boletín Técnico No.30, la Biocarta No.11, el Anuario Meteorológico del 2005 y el Resumen del Informe Anual de Actividades del 2006. Se editaron los libros: «Guía para la Caficultura Sostenible en Colombia y «Sistemas de Producción de Café en Colombia». Para el Comité de Caldas se diseñó el libro «Don Pedro Uribe Mejía: el liderazgo cafetero desde la provincia» y las «Cartillas Escuela y Café» de los grados sexto y séptimo. Se entregó el boletín «Caracterización de la fertilidad de los suelos de la zona cafetera del Valle del Cauca» y las «Guías silviculturales para el manejo del eucalipto».

Así mismo, se atendieron 151 visitas en la sede principal de Cenicafé y en la Estación Central Naranjal, con un total de 3.717 visitantes, entre los que se destaca la asistencia de 2.750 caficultores y extensionistas, 330 estudiantes, 318 extranjeros y 519 particulares. En las subestaciones experimentales se recibieron

10.419 visitantes y 215 giras de caficultores (6.021 caficultores). Se colaboró además en 24 días de campo (2.733 caficultores). En total se programaron 51 reuniones con investigadores de Cenicafé, extensionistas y caficultores de distintos departamentos, se dictaron 18 cursos y talleres, y se coordinó la realización de 7 días de campo con caficultores de los diferentes Comités de Cafeteros del país.

Con relación al 2006, en el presente año hubo un aumento del 35% en las visitas al portal www.cenicafe.org, índice que registra la utilidad de este sitio *web* para los caficultores, extensionistas y la comunidad científica y técnica. Se han recibido un total de 239 consultas por medio del buzón institucional. Además, el portal ha sido indizado por más de 14 mil referencias en Google.

Conocimiento Estratégico

El Convenio de cooperación técnica y científica celebrado entre la Federación Nacional de Cafeteros y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, permitió la continuación de las investigaciones enmarcadas en el proyecto «Iniciativa para el estudio del genoma del café, de la broca y de su agente controlador *Beauveria bassiana*». En la ejecución de este proyecto participan 10 investigadores de Cenicafé que cuentan con el apoyo de 43 profesionales y siete auxiliares de laboratorio. Además se trabaja con investigadores de Cornell University, la Universidad de Maryland, TIGR, el IRD y el acompañamiento científico del CIAT, así como con la Auditoría del Ministerio de Agricultura. En el mes de septiembre se presentó el informe de actividades que constó de tres volúmenes y un total de 779 páginas.

Investigación Participativa –IPA

Para la Federación Nacional de Cafeteros la IPA, es una estrategia donde interactúan caficultores, extensionistas e investigadores de Cenicafé, con el fin de validar, adaptar y trans-



ferir tecnologías de acuerdo con las condiciones socioeconómicas y culturales de los caficultores y agroecológicas de su entorno. Para ello es clave la aplicación de esta metodología en varias regiones de la zona cafetera colombiana, de tal manera que se puedan asimilar las características específicas de cada una de ellas. A través de la IPA se busca abrirle las puertas tanto a los caficultores y como a los recolectores para que hagan parte del proceso investigativo, y se obtengan desarrollos tecnológicos adaptados a su forma de trabajo y al entorno específico de cada región.

Parte de los objetivos de la IPA es generar conocimientos y estrategias educativas que permitan una mejor adopción de las tecnologías desarrolladas con la retroalimentación de los productores. En este proceso también resulta de gran importancia la interacción de líderes cafeteros, extensionistas e investigadores.

Con el propósito de buscar la adopción de la Variedad Castillo General y Variedad Castillo

Regional en los departamentos cafeteros, las actividades de Investigación de IPA en 2007 se centraron fundamentalmente en el establecimiento de parcelas con estos materiales. Estas serán comparadas con materiales como la Variedad Colombia y la Variedad Caturra principalmente. Se destaca como este ejercicio ha permitido realizar las actividades educativas correspondientes.

En total, se han establecido 68 parcelas experimentales en 62 municipios cafeteros de 9 departamentos que abarcan toda la zona cafetera colombiana a A través de la IPA, se están llevando a cabo los estudios de la Variedad Castillo Regional en los predios de caficultores de algunas regiones. Esta actividad, coordinada por Cenicafé, será un importante apoyo en la adopción de la Variedad Castillo Regional.

Así mismo, en la mayoría de los departamentos cafeteros, durante la época de cosecha, se está validando la utilización de la tecnología para asistir la cosecha manual de café Aroandes, con

la cual se logra reducir las pérdidas de café al suelo (>70%) e incrementar el rendimiento (hasta 50%). Se construyeron más de 200 dispositivos para ser evaluados. También, se probaron las mallas guiadas y de piso, como herramientas para mejorar la eficiencia en la recolección de café.

Igualmente, se validó la recolección de frutos de café caídos en la cosecha con la aspiradora Cifarelli v77s. Se observó que la recolección mecánica de los frutos dejados en el suelo es una actividad viable técnica y económicamente. En efecto, con empleo de este dispositivo se logró retirar brocas en todos los estados biológicos, con eficacias cercanas al 75% que permiten posteriormente reducir el nivel de infestación en campo y facilitar el MIB, con costo notoriamente inferior a realizarlo manualmente. Algunos caficultores empresariales implementaron y adoptaron la tecnología con éxito.

Información Cafetera

Actualización del Sistema de Información Cafetera –SICA

El SICA forma parte de la infraestructura de datos de la Federación de Cafeteros y es la fuente principal de información estratégica para el diseño, formulación, trazado y seguimiento de políticas de competitividad y sostenibilidad de la caficultura colombiana. Está conformado por dos grandes componentes: la base de datos alfanumérica (caficultores, fincas y lotes cafeteros) y la base de datos georreferenciada (ubicación espacial de los lotes cafeteros con sus coordenadas geográficas y altura sobre el nivel del mar).

La actualización de la información es responsabilidad de los Comités Departamentales a través del Servicio de Extensión. La base de datos del SICA suministra la información para los programas de competitividad, educación, infraestructura domiciliaria, protección social en salud, cedulación cafetera, trazabilidad en cafés es-

peciales, estudios socioeconómicos, seguridad alimentaria, medio ambiente y pronósticos de cosecha, entre otros.

Durante este año se apoyó a los Comités con el proceso de actualización de la información correspondiente a más de 90.000 fincas cafeteras. Los lotes de estas fincas habían sido modificados por el Servicio de Extensión en la base de datos alfanumérica SICA/AFIC y se encontraban sin coordenadas geográficas en la base de datos georreferenciada SIG/ILWIS, componente indispensable para su ubicación espacial. Adicionalmente, se inició el cambio tecnológico del SICA a la plataforma ArcGis Server, el cual permitirá a las autoridades cafeteras, a la institución y a los productores acceder a través de la tecnología *web* a una base de datos única georreferenciada de cobertura nacional (caficultores, fincas y lotes cafeteros), ya sea para consulta, análisis de la información en línea para toma de decisiones o para transferirla directamente para ser utilizada en los diferentes programas que adelanta la Federación y que contribuyen al mejoramiento de la competitividad y sostenibilidad de la caficultura colombiana.

Para la Federación el ArcGis Server será una plataforma preparada para una amplia variedad de aplicaciones integradas que permitirán la actualización, despliegue, publicación y aplicación de las actividades realizadas por el Servicio de Extensión. La nueva plataforma permitirá contar con una sola base de datos utilizando como herramienta el Sistema de Información Geográfica, apoyando en aerofotografías e imágenes de satélite georreferenciadas y ortorrectificadas de la zona cafetera que sirven de fondo para la ubicación y actualización espacial de los lotes cafeteros.

Pronóstico de Cosecha

Es un instrumento que utiliza la Federación de Cafeteros desde 1998 para medir directamente la producción del país de manera anticipada



a la cosecha. La cifra estimada del pronóstico de cosecha, es de gran valor para la toma de decisiones y diseño de políticas que garanticen la viabilidad del negocio del café. En esta tarea, el Servicio de Extensión ha apoyado la realización de los pronósticos semestrales. Estos se obtienen a partir del levantamiento de información en campo relativa al peso y a la cantidad de frutos de un lote, de una muestra de segmentos (UTM) en los que se ha dividido la zona cafetera del país.

El proceso se realiza mediante un sistema de muestreo aleatorio que se apoya en la infraestructura del SICA. Adicionalmente, este proceso permite actualizar más de 28.000 fincas al año en la base de datos del SICA. Desde 2005, el programa se apoya con la información del SICA y el error relativo de los resultados de la estimación se han mantenido por debajo de 1,5% y el área productiva estimada en las últimas mediciones ha sido estable.

Monitoreo de áreas en café mediante el Uso de Imágenes de Satélite

Durante 2007 se continuó con el desarrollo de la metodología para definir la respuesta espectral del cultivo del café utilizando imágenes *spot* - 5. Estas cuentan con un espectro electromagnético de cuatro bandas, (verde, roja, infrarroja cercana e infrarroja media) y un tamaño de píxel de 100 metros cuadrados. El valor asignado a cada píxel de la imagen es la media de los valores de reflectancia de los objetos sobre la superficie de la tierra. Estos valores digitales para cada banda están comprendidos en tonalida-

des desde 0, (oscuro) hasta un máximo de 255 (muy claro).

Las coberturas vegetales en la imagen digital sobre la zona cafetera diferentes a café fueron analizadas y clasificadas espectralmente para apoyar la identificación y clasificación de la respuesta espectral del café. Algunos Comités adquirieron imágenes de satélite de alta resolución *Quick Bird* con tamaño de píxel de 60 centímetros, por lo que se apoyó su procesamiento y preparación para ser utilizadas por el Servicio de Extensión en los procesos de actualización de la información del SICA.

Simultáneamente, el Instituto Geográfico Agustín Codazzi -IGAC, responsable técnico y administrativo del proyecto «Mejoras de los sistemas de cartografía del Territorio Colombiano», mediante convenio de financiación con la Unión Europea y la República de Colombia, está tomando imágenes de todo el país con el satélite *Spot* - 5, desde el segundo semestre de 2006. Estas imágenes quedarán a disposición, sin ningún costo, de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia con el fin de fortalecer la infraestructura de información espacial de la nueva plataforma SICA.

Adicionalmente, la Federación de Cafeteros recibió este año imágenes *Landsat* con cubrimiento de las cuencas de los ríos Magdalena y Cauca, con el compromiso de apoyar cada 5 años su actualización. Estas imágenes son provenientes del convenio existente entre IDEAM y el proyecto CORINE de Europa, el cual busca mejorar los datos del país en aspectos climáticos.

CAPÍTULO IV

Bienestar social para los caficultores





Contribuir al bienestar de los caficultores colombianos y sus familias es uno de los objetivos más relevantes de toda la institucionalidad cafetera. Con el fin de aumentar el impacto de la gestión realizada en los programas de bienestar social, el gremio ha logrado comprometer recursos de otras entidades de carácter público y privado, tanto del ámbito nacional como internacional, en beneficio del sector cafetero colombiano. Gracias al apoyo de los Gobiernos Nacional y locales, la cooperación nacional e internacional y la comunidad misma, la Federación Nacional de Cafeteros ha logrado desarrollar programas tendientes a mejorar los niveles de educación, nutrición y salud, incentivar el relevo generacional, incrementar los ingresos de manera sostenible, mejorar la infraestructura productiva y domiciliaria, desarrollar las vías de acceso a las fincas y permitir el acceso a nuevas tecnologías de información, entre otros.

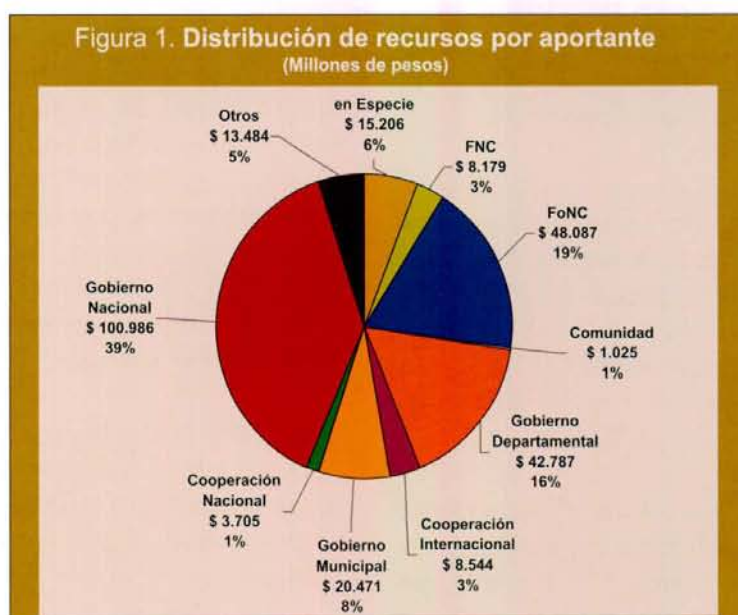
Hasta octubre de 2007, se han ejecutado recursos en los programas de inversión social por cerca de \$262 mil millones, logrando un apalancamiento de 4,5. Es decir por cada peso destinado por el Fondo Nacional del Café en la ejecución de estos programas, se consiguió el apoyo de 4,5 pesos adicionales de otros aportantes, como el Gobierno Nacional,

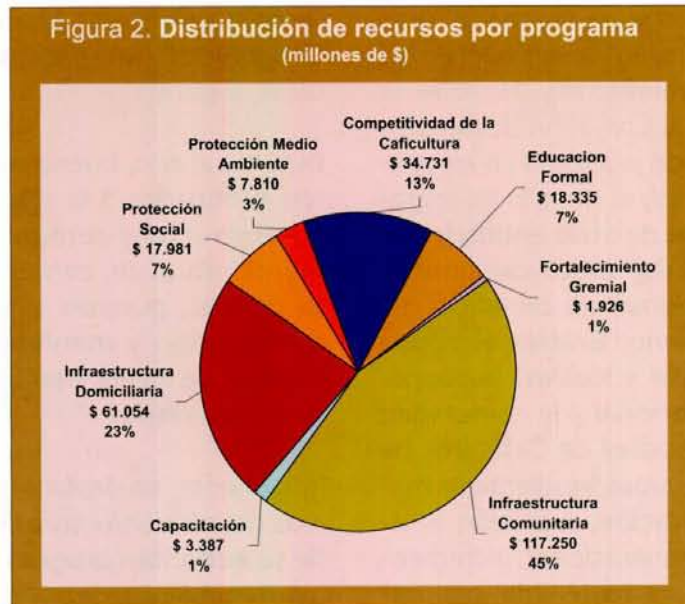
Departamental, Municipal, aportes de Cooperación Internacional, la Comunidad entre otros, Figura 1.

Durante el año, buena parte de los recursos fueron destinados a la ejecución de proyectos de infraestructura comunitaria (45%) que comprende obras de conservación y mantenimiento de vías, puentes vehiculares y peatonales, construcción y mantenimiento de hospitales, puestos de salud y escuelas, obras de desarrollo comunitario.

Igualmente, se destaca el desarrollo de programas de infraestructura domiciliaria (23%), donde se adelantan programas de mejoramiento y mantenimiento de vivienda, acueductos, electrificación y construcción y mejoramiento de beneficiaderos y secaderos. Por otro lado, también se han adelantado proyectos dirigidos a aumentar la competitividad de la caficultura (13%), enfocados básicamente en la calidad del café, renovación de cafetales, cafés especiales y el programa de Seguridad Alimentaria, Figura 2.

A continuación se presentan los resultados alcanzados en 2007 en los principales programas de bienestar social dirigidos a mejorar la calidad de vida de los cafeteros y sus familias.





Programa de Protección Social en Salud

Gracias al Programa de Afiliación de Cafeteros en junio de 2007, se encontraban afiliados al régimen subsidiado un total de 109.448 caficultores. En tal sentido, y para continuar la vinculación de los productores afiliados en años anteriores, para la presente vigencia se asignaron \$23.283 millones al programa. De estos recursos, cerca de \$11 mil millones se destinaron a atender los 47.355 cafeteros que se encuentran vinculados al programa desde 2004, con un aporte del 50% de los recursos por parte del FOSYGA, del 37,5% por parte de la Federación Nacional de Cafeteros y un 12,5% a cargo de las entidades territoriales, Cuadro 1.

Por otro lado, con el fin de cofinanciar la ampliación de cobertura otorgada en diciembre de 2005, junio de 2006 y diciembre de 2006, que en total ha beneficiado a 62.093, caficultores, se dispuso en 2007 de \$12.500 millones, de los cuales FOSYGA aportó el 67,5%, la Federación Nacional de Cafeteros el 20% y las entidades territoriales el 12,5%, Cuadro 2.

Al cerrar el año, una vez termine el convenio que cubre a 14.500 caficultores del Departamento de Caldas, se contará con un total de 94.948 beneficiarios (Figura 3). Es importante

señalar que los convenios firmados en octubre de 2004 tienen vigencia hasta diciembre 31 de 2007, mientras que los firmados en 2005 estarán vigentes hasta 2010 y los firmados en diciembre de 2006 hasta diciembre de 2011. Al vencimiento, la responsabilidad financiera por los caficultores incorporados será en su integridad de las entidades del Estado.

Programa de Seguridad Alimentaria

En 2007, los Comités de Cafeteros continuaron ejecutando el Programa de Seguridad Alimentaria y Nutricional, cofinanciado por la Acción Social de la Presidencia, el Programa ReSA, las alcaldías municipales, las gobernaciones, corporaciones regionales y las comunidades tanto mestizas como indígenas de la zona cafetera colombiana. Desde el inicio del programa en 2002 se han beneficiado más de 372.000 familias con inversiones que superan los \$ 116 mil millones, Cuadro 3.

La filosofía del programa busca un cambio de actitud en los productores que los lleve a rescatar la cultura del autoconsumo de alimentos. Se busca que, a partir de la utilización de pequeñas áreas y el uso de mano de obra familiar, no sólo se mejoren los indicadores


Cuadro 1. Convenio de Cooperación para la Ampliación de la Cobertura del Régimen Subsidiado para la población caficultora

Vigencia octubre 2004 - diciembre 2007

Departamento	Beneficiarios	Total 2007	Aporte FOSYGA 50%	Aporte FNC 37.5%	Aporte Depto. 12.5%
Antioquia	7.448	1.695	847	636	212
Boyacá	517	118	59	44	15
Caldas *	7.077	1.611	805	604	201
Caqueta	50	14	7	5	2
Cauca	3.447	784	392	294	98
Cesar	884	201	101	75	25
Cundinamarca	3.152	717	359	269	90
Huila	3.663	834	417	313	104
Magdalena	395	90	45	34	11
Nariño	915	208	104	78	26
Norte Santander	1.500	341	171	128	43
Quindío	1.942	442	221	166	55
Risaralda	3.868	880	440	330	110
Santander	2.085	474	237	178	59
Tolima	5.564	1.266	633	475	158
Valle	4.848	1.103	552	414	138
TOTAL	47.355	10.779	5.390	4.042	1.347

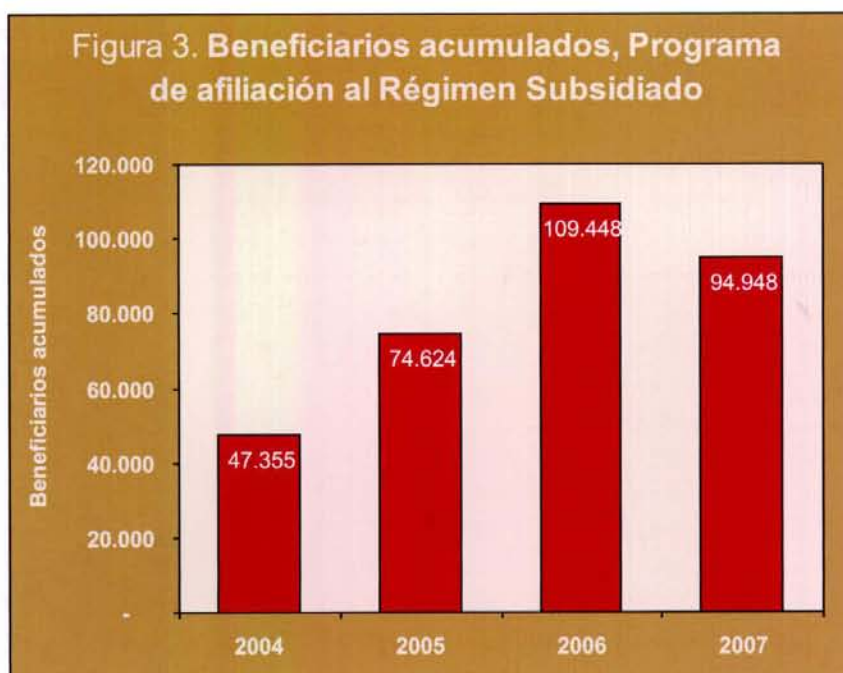
* En Caldas ingresaron al Programa 5.277 beneficiarios a partir de octubre 2004 y 1.800 a partir de diciembre 2004
 Información basada en convenios y contratos para la primera ampliación (2004-2007) y para la segunda (2005-2010, 2006-2011)

Cuadro 2. Convenio de Cooperación para la Ampliación de la Cobertura del Régimen Subsidiado para la población caficultora

Vigencia 2005/2006 - 2010 / 2011

Departamento	Beneficiarios	Total 2007 (Millones de \$)	Aporte FOSYGA 67.5% (Millones de \$)	Aporte FNC 20% (Millones de \$)	Aporte Depto 12.5% (Millones de \$)
Antioquia	7.675	1.747	1.179	349	218
Boyacá	550	125	84	25	16
Caldas	27.017	4.504	3.040	901	563
Caquetá	276	75	50	15	9
Cauca	3.625	825	557	165	103
Cesar	300	68	46	14	9
Cundinamarca	3.150	717	484	143	90
Guajira	200	54	37	11	7
Huila	3.608	821	554	164	103
Magdalena	530	121	81	24	15
Nariño	590	134	91	27	17
Norte de Santander	600	137	92	27	17
Risaralda	1.800	410	277	82	51
Santander	2.344	533	360	107	67
Tolima	5.570	1.268	856	254	158
Valle	4.258	969	654	194	121
TOTAL	62.093	12.507	8.442	2.501	1.563

Convenios y contratos para la primera ampliación (2004-2007) y para la segunda (2005-2010, 2006-2011)



nutricionales en la población infantil, las condiciones de alimentación de la población cafetera, sino también se ahorren recursos que se pueden destinar a otros usos alternativos. Este programa ha estado acompañado de una sólida estrategia educativa en la cual participa la comunidad seleccionada, apoyada en diversos métodos de extensión.

La selección de los beneficiarios se realiza en áreas geográficamente continuas para que el

impacto sea localizado. Por su parte, el acompañamiento del Servicio de Extensión y la motivación a las familias son factores permanentes.

Durante 2007, la Federación de Cafeteros ejecutó recursos por más de \$11 mil millones, que beneficiaron alrededor de 43 mil familias, Cuadro 3 y 4. Se destaca la ejecución de programas bajo el Convenio N° 006/200 de 2006 para atender la Seguridad Alimentaria y las Condiciones de Habitabilidad de comunidades indí-

Cuadro 3. Cobertura Programa de Seguridad Alimentaria 2002- 2007

AÑO	No. De Familias	Total Ejecutado (millones de \$)
2002	3.372	1.962,6
2003	42.263	12.446,7
2004	100.160	30.746,3
2005	100.052	37.598,2
2006	73.594	22.907,1
2007	42.803	11.088,0
TOTAL	362.244	116.749



genas cafeteras, y el Convenio 105/052 de 2007 con recursos destinados a atender la Seguridad Alimentaria de los caficultores y sus familias. Estos convenios fueron firmados entre la Federación y Acción Social de la Presidencia-Programa ReSA, manteniendo el objetivo de implementar políticas destinadas a la población en peligro de desplazamiento o a la población desplazada en las zonas rurales de los distintos municipios del país. También se firmó el Convenio 417/320 de 2006 ejecutado durante este año para atender a 1.040 familias cafeteras del Departamento del Caquetá.

La compra de los insumos agropecuarios, entregados a los beneficiarios en la etapa final de la ejecución de los programas, se realizó a través de la Bolsa Nacional Agropecuaria por un valor proyectado de \$3.991 millones y un ahorro estimado de \$295 millones que se destinan a atender familias adicionales.

Cafés Especiales - USAID

El 30 de septiembre de 2007 terminó la ejecución del Programa de Cafés Especiales USAID. Este programa, que inició en marzo de 2003

en asocio con USAID, ACIDI/VOCA, la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), su Instituto de la Calidad del Café (CQI) y la Federación Nacional de Cafeteros, tuvo como propósito fundamental contribuir a la solución de los problemas de pobreza y detrimento de los niveles de vida de la población cafetera a causa de los bajos precios internacionales de café y de la situación de conflicto que afrontan algunas zonas cafeteras de los departamentos de Caldas, Cauca, Huila, Nariño y Tolima.

Con este objetivo en mente, el programa se enfocó en la producción de cafés especiales. En total participaron 4.500 pequeños productores de 26 municipios de los cinco departamentos beneficiados, quienes ahora producen café como alternativa de prevención y sustitución de cultivos ilícitos.

Los componentes básicos del proyecto incluyen: 1) Mejoramiento de la producción, de la calidad del café y de los equipos e instalaciones de procesamiento del café; 2) renovación de cafetales mayor densidad de árboles por hectárea; 3) seguridad alimentaria; 4) fortalecimiento institucional, esto es, el desarrollo de la organización comunitaria a través del trabajo grupal con los pequeños productores atendidos y fomento de Asociaciones de productores y 4) búsqueda de diferenciación en el mercado de café

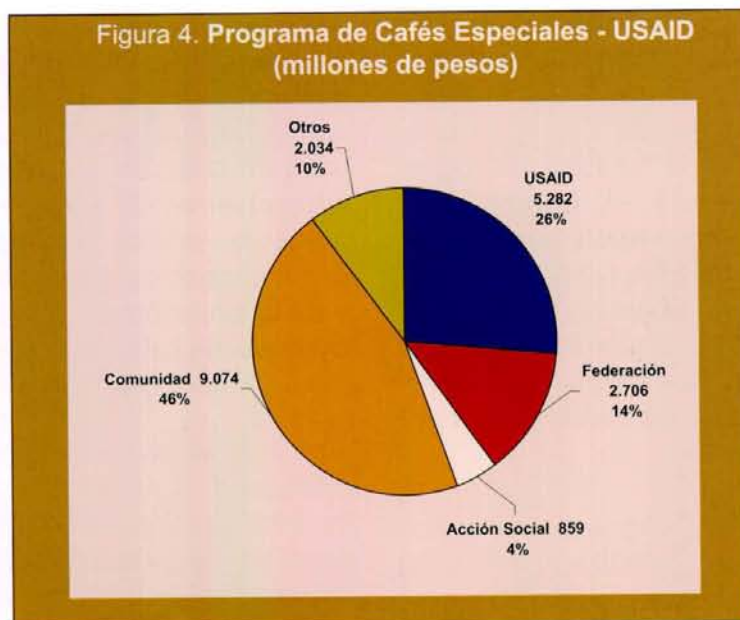
En total, el programa tuvo una inversión cercana a los \$20 mil millones, de los cuales la comunidad aportó alrededor del 46%, Figura 4. De estos recursos, el 96% se destinaron a programas de renovación de cafetales, mejoramiento de la infraestructura de beneficiaderos y secaderos y seguridad alimentaria. Los recursos restantes se emplearon en actividades de capacitación, forestales y de certificación, Cuadro 5.

A continuación se presenta un resumen de las principales realizaciones del proyecto:

- Se llevaron a cabo más de 95.600 contactos educativos en actividades de capacita-

Cuadro 4. Cobertura de los programas de Seguridad Alimentaria ejecutados por la FNC

Comité	2007	
	No. Familias	Total (millones de \$)
Antioquia	3.806	952
Boyacá	2.400	630
Caldas	5.203	1.194
Caquetá	1.040	365
Cauca	5.423	1.385
Cesar	4.410	1.258
Cundinamarca	4.087	990
Magdalena	3.600	900
Nariño	4.056	1.015
Norte	5.800	1.655
Tolima	2.978	745
TOTAL	42.803	11.088



ción individuales, grupales y masivas. Las capacitaciones incluyeron temas relativos a la calidad de café, renovación de cafetales, manejo de residuos producidos en la finca y temas ambientales; todo dirigido a buscar una producción limpia y un manejo adecuado de la producción del café. Adicionalmente, se llevaron a cabo talleres de catación con los beneficiarios.

- Se construyeron más de 13.000 obras de infraestructura para el beneficio y el secado del café. Además, se realizaron labores de reparación, mantenimiento y calibración de despulpadoras y se entregaron más de 1.000 unidades nuevas. Además se entregaron paletas para facilitar el lavado del café en el tanque tina y rastrillos para revolver el

café en el secado. Los cafeteros beneficiarios del proyecto renovaron 1.965 hectáreas y alcanzaron una densidad promedio de 4.300 árboles por hectárea.

- En el componente de Mejoramiento de la Calidad se adquirieron laboratorios para análisis físico y sensorial de muestras de café, los cuales se instalaron en los Centros de Atención al Caficultor y en las Cooperativas de Caficultores cercanos al área de influencia del proyecto en cada departamento.
- El componente de Seguridad Alimentaria apoyó a las familias en la producción de alimentos básicos de la canasta familiar para

Cuadro 5. Recursos Ejecutados Programa USAID, 2003 - 2007 (Millones de Pesos)

Departamento	Renovación	Infraestructura de beneficio	Seguridad alimentaria	Forestal	Certificación	Capacitación	Total
Caldas	532	1.829	1.110				3.470
Cauca	1.355	1.578	1.057				3.990
Huila	1.855	1.483	763	28	575	133	4.838
Nariño	1.268	1.482	710				3.460
Tolima	1.877	1.332	989				4.198
TOTAL	6.886	7.703	4.630	28	575	133	19.955



el autoconsumo, a través de la entrega de insumos, especies menores, material de siembra y la capacitación en aspectos productivos, administrativos, manipulación y consumo de alimentos.

- Se propició la creación y el fortalecimiento de los grupos de productores, buscando que puedan ser autogestionarios, dinamizadores de diferentes proyectos y acciones enfocadas al mejoramiento de la productividad, competitividad y sostenibilidad de las fincas cafeteras. Producto de estos grupos en el departamento de Huila se apoyo los procesos de certificación de los agricultores involucrados con el sello Rainforest.

Los caficultores buscan hoy una diferenciación del café producido, para lo cual se encuentran gestionando la certificación de alguno de los sellos de Café Sostenible acorde con el perfil del café, el sistema de producción y las particularidades de la zona y de los caficultores involucrados en el proyecto. Las certificaciones que se están analizando para esto son: Comercio Justo y Utz Certified.

En tal sentido, es necesario reforzar estas familias con actividades puntuales de capacitación y apoyo en temas ambientales de producción y beneficio del café, manejo de aguas y residuos sólidos, así como en el tema de Salud Ocupacional, temas claves para obtener la certificación.

Cooperación Española

Programa Sembradores de Paz II

En vista del éxito alcanzado en la Fase I del Programa Sembrados de Paz, el cual ejecutó recursos por valor de 5,9 millones de euros entre 2002 y 2005, se logró cofinanciar una segunda fase, y dar inicio al Programa Desarrollo Sostenible en el ámbito rural colombiano - Sembradores de Paz II. El programa inició labo-

res en 2004 y finalizará su ejecución en 2008. Los objetivos de esta fase son: mejorar el nivel educativo, las condiciones habitacionales y el abastecimiento básico de agua potable, así como aumentar el nivel de ingresos de la población rural.

El programa, que tiene asiento en las poblaciones rurales colombianas de seis departamentos: Antioquia, Cauca, Huila, Magdalena, Nariño, Valle del Cauca y el Resguardo Indígena de San Lorenzo en Caldas, se ejecuta a través de la ONG Fundación Humanismo y Democracia de España, adjudicataria de la subvención de la Agencia Española de Cooperación Internacional – AECI por valor de 3,3 millones de euros y el aporte de 200 mil euros de la Fundación Humanismo y Democracia.



Uno de los resultados más importantes de las dos fases es que a la fecha se han beneficiado más de 113.000 personas en los diferentes programas. Se resaltan particularmente las labores de capacitación y alfabetización, tanto en adultos como en niños y niñas, que beneficiaron a cerca de 77.000 personas en el período 2002-2007.

Proyecto de Educación para el Arraigo, Estabilidad y Bienestar de la Comunidad Rural del Tolima

Mediante un convenio entre la Federación y la Fundación Humanismo y Democracia de España, se ejecuta el proyecto de Educación para el Arraigo, Estabilidad y Bienestar de la Comunidad Rural del Tolima con una financiación de 254.454 euros provenientes del Ayuntamiento de Madrid.

El programa, que inició en abril de 2006 y cuenta con una duración de dos años, tiene por objetivo generar las condiciones para la convivencia pacífica en 15 municipios del departamento de Tolima.

Específicamente, el programa busca aumentar la oferta educativa y la capacidad de gestión de la población rural campesina en el departamento del Tolima. Los objetivos previstos se alcanzan con la ejecución de tres actividades:

1. Implementación de la metodología CAFAM para nivelación de la primaria para adultos.
2. Fortalecimiento del Centro de Gestión y Desarrollo Rural del Municipio del Líbano.
3. Formación de Multiplicadoras de Bienestar Rural.

Dentro de los principales logros alcanzados a septiembre de 2007 se destaca la alfabetización con metodología CAFAM de 1.475 adultos y de 60 mujeres vinculadas a los cursos de Multiplicadoras de Bienestar Rural. Además se dotó el centro de Gestión y Desarrollo Rural con máquinas de coser, equipos de cómputo, dota-

ción para albergues (literas, colchones, cobijas, sábanas, etc) y equipos audiovisuales para la sala virtual.

Fortalecimiento del Liderazgo, la Economía Campesina y la Biodiversidad en el Corredor Alto Andino - Sureste de Antioquia

Con recursos de la subvención de la Agencia Española de Cooperación Internacional- AEI, la Federación Nacional de Cafeteros y la Fundación Humanismo y Democracia, ejecutan el proyecto de Fortalecimiento del Liderazgo, la Economía Campesina y la Biodiversidad en el Corredor Alto Andino - Sureste de Antioquia, el cual tiene una vigencia de dos años y contará con una inversión de 300.239 euros en 4 municipios de la cordillera occidental del suroeste antioqueño. El proyecto, que inició su ejecución en abril de 2006, busca generar condiciones socioeconómicas y laborales para la estabilidad y el arraigo de la población del suroeste antioqueño. Se busca el fortalecimiento de la capacidad de generación de ingreso y de liderazgo de 400 familias campesinas, vulnerables al desplazamiento, al conflicto armado y a la siembra de cultivos ilícitos.

Los beneficiarios son caficultores con predios entre 1 y 5 hectáreas de los municipios de Betulia, Salgar, Concordia y Urrao. A la fecha, los agricultores se han beneficiado de 214 eventos de capacitación, la entrega de 28 módulos de secado, la siembra de 40.000 árboles maderables, la renovación de aproximadamente 552.000 árboles de café y han recibido, para el establecimiento de proyectos de seguridad alimentaria, 10.000 semillas, 400 kits de hortalizas y 2.000 aves.

Programa de Educación y Gestión para el Fortalecimiento de la población Rural en el Eje Cafetero Colombiano

A través de los Comités de Cafeteros de Caldas, Quindío y Risaralda, la Federación Nacional de



Cafeteros y la Fundación Humanismo y Democracia suscribieron un convenio para la ejecución del Programa educativo para el fortalecimiento de la población rural del eje cafetero. El programa será ejecutado en el período 2007 – 2010 y cuenta con recursos provenientes de la Comunidad de Madrid por 842.115 euros y de la Fundación Humanismo y Democracia por 92.526 euros.

El Programa tiene como objetivo contribuir a la reducción de la pobreza por medio de la educación para que facilite el desarrollo sostenible, la convivencia, el arraigo, la estabilidad y el bienestar social de las familias del eje cafetero colombiano. En los 3 años de ejecución se espera beneficiar a cerca de 2.800 niños y niñas en programas de posprimaria y escuela y café, y a más de 5.000 pequeños caficultores mediante capacitación en el manejo de herramientas de información que les permita fortalecer la toma de decisiones y el manejo de cuentas para el aumento de la productividad en sus fincas. Igualmente, se dotarán 50 escuelas y 24 Centros Rurales de Entrenamiento y Gestión - CREG con materiales educativos, mobiliario y equipo informático.

A septiembre de 2007, se han dotado y vinculado 10 instituciones educativas y 12 CREGs en el eje cafetero. Igualmente, se han inscrito 701 alumnos en el programa de posprimaria con Escuela Nueva y, se han capacitado 817 pequeños caficultores y 23 Técnicos del Servicio de Extensión en herramientas de gestión empresarial. También se inició la construcción de un Centro Rural de Entrenamiento y Gestión en la ciudad de Armenia.

Cooperación Holandesa

Fast Movers

Desde 2005 y hasta 2007, se encuentra en ejecución el proyecto Fast Movers, con un aporte de 50.000 euros, de Solidaridad Internacional,

y 50.000 euros de Coffee Support Network. Con este proyecto en los departamentos de Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda, se han implementado acciones orientadas a mejorar la productividad, calidad e ingreso de los caficultores. Estos incluyen programas de capacitación dedicados a mejorar la infraestructura para el procesamiento del café y que aseguren la producción y comercialización de café certificado UTZ-Certified.

Las acciones realizadas comprenden programas de entrenamiento con base en tecnologías *e-learning*, con el cual se han capacitado 60 personas y el mejoramiento de infraestructura en 263 fincas con igual número de productores. A la fecha, se han vendido 53.000 sacos de café a UTZ-Certified con un aumento de ingresos de \$1.481 millones.

Acceso a Mercado de Cafés Especiales UTZ-Certified

Este proyecto se ejecuta desde el año 2006 y hasta el 2007, con aportes de Solidaridad por 20.000 euros y ABN AMRO por 100.000 euros, para el beneficio de 153 pequeños caficultores en los Municipios de Vergara y Pacho en Cundinamarca.

Con este programa se busca establecer una agricultura sostenible que incentive el incremento de la productividad a través de la capacitación para la adopción del código de conducta UTZ-Certified, la asistencia técnica, el mejoramiento de la infraestructura, la diversificación del ingreso y la protección del medio ambiente con el manejo ecológico de los procesos productivos. Todo lo anterior, con el objeto de comercializar el café como especial en el mercado internacional, construyendo alternativas de mayores ingresos para pequeños y medianos caficultores. A la fecha se ha alcanzado la certificación UTZ-Certified 153 fincas y se han vendido 566 sacos con sobreprecio por dicha certificación.

Cooperación de Bélgica y Alemania

Proyecto Piloto para la adopción del Código de Conducta de la Comunidad Cafetera (4C) – Santander

Este proyecto que se ejecuta desde 2006 y finalizará en 2007, cuenta con aportes de la Fundación Efico (100.000 euros), el Gobierno Flamenco (100.000 euros) y la GTZ (100.000 euros) por un total de 300.000 euros. Se busca que, a través de la implementación de programas de transferencia de conocimientos (*e-learning*), se mejore la infraestructura en fincas y la aplicación de las prácticas sostenibles del Código Común para la Comunidad del Café (4C) y la certificación Rainforest Alliance (RFA). Con el proyecto, se mejorarán los ingresos de las 360 familias que han conseguido la certificación RFA a la fecha, así como de las 1.200 familias capacitadas para iniciar el proceso de certificación.

Cooperación con Inglaterra

Mejoramiento de la Infraestructura y la Nutrición Infantil en la Escuela Anatolí de la Mesa - Cundinamarca

Este proyecto se ejecuta desde el mes de diciembre de 2006 y cuenta con aportes de la Fundación COSTA por valor de 78.996 euros. Su objetivo es completar y mejorar la infraestructura escolar de la Escuela Anatolí en la vereda de La Mesa y garantizar la nutrición de 210 alumnos, permitiendo así fortalecer la calidad de los procesos de aprendizaje y promover el desarrollo de la juventud y la comunidad.

A la fecha, se han finalizado las labores de construcción y mejoramiento de la infraestructura de la escuela, se dotaron las aulas y espacios comunes (computadores, restaurante, cocina, jardín infantil, biblioteca e implementos de se-

guridad) y se implementó el programa de Seguridad Alimentaria.

Modelos Innovadores de Intervención para el Sector Cafetero

Con el fin de enfrentar la necesidad del cambio generacional del productor cafetero así como su bajo nivel educativo, la Federación Nacional de Cafeteros con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo – BID – puso en marcha desde 2006 el Proyecto *Modelos Innovadores – Jóvenes Caficultores*. Estos modelos de intervención, buscan promover el relevo generacional mediante el acceso a factores productivos y la mayor movilidad de recursos hacia el sector.

La primera fase del proyecto tiene como propósito convertir a cerca de 1.000 jóvenes caficultores, sin tierra y de bajos recursos, en socios de empresas cafeteras rentables e innovadoras. Además, busca generar el aprendizaje requerido para la expansión de esta experiencia piloto en la zona cafetera y su eventual adopción en otras regiones rurales del país. Se espera entonces, no sólo generar el bienestar socio económico para los jóvenes y sus familias, sino también contribuir al mejoramiento de la competitividad, la sostenibilidad del sector y la promoción del relevo generacional. El proyecto crea los mecanismos que permiten el acceso de los jóvenes a la tierra, el capital y la tecnología necesaria para que puedan conformar una empresa denominada Unidades Cafeteras Empresariales¹ -UCAE. Luego, mediante el acompañamiento que recibirán en aspectos técnicos, empresariales, sociales, legales y ambientales, se espera que diseñen un plan de trabajo que les permita, con el producto de la finca, constituir una sociedad y adquirir la tierra.

Durante 2007, las actividades se focalizaron en el desarrollo del componente de Fortalecimien-

1. Son las unidades empresariales beneficiarias del Proyecto conformadas por jóvenes asociados, en las cuales se observarán los resultados de las modalidades de intervención.



to de las Instituciones Complementarias al Sector Cafetero. Estas labores comprendieron: la identificación y evaluación de predios; gestión de recursos del mercado financiero; selección, negociación y adquisición de predios; diseño de la estrategia de comunicaciones y de selección de beneficiarios; elaboración de estatutos modelo para las constitución jurídica de las UCAE y diseño e implantación preliminar del sistema de seguimiento y evaluación. Así mismo, se creó la empresa incubadora ACCESO CAFÉ Ltda. Las funciones de esta empresa están centradas en canalizar recursos de la banca privada para la compra de las fincas y el capital de trabajo, realizar el seguimiento financiero a

los flujos de caja de cada UCAE, llevar la contabilidad, hacer la revisoría fiscal de cada UCAE, y negociar los predios que reúnen las características ambientales y financieras necesarias para la actividad cafetera.

Los 15 Comités Departamentales han manifestado su interés en ejecutar el proyecto. Este interés se refleja no sólo en la búsqueda de predios y núcleos de posibles beneficiarios, sino también en la asignación parcial de recurso humano e infraestructura dentro del Comité. Durante el año se evaluaron 182 predios en 15 departamentos, de los cuales cinco fueron aptos para negociación y adquisición, Cuadro 6.

Cuadro 6. Predios seleccionados para negociación y adquisición - Jóvenes agricultores 2007

Departamento	Municipio	Hectáreas	Estado	Jóvenes Beneficiarios
Antioquia	Salgar	243	Comprado	44
Magdalena	Santa Marta	160	Negociación	31
Santander	Pinchote	120	Negociación	21
Tolima	Fresno	52	Comprado	8
Tolima	Fresno	53	Comprado	9
TOTAL		629		113

La primera UCAE fue instalada en Salgar – Antioquia, el 21 de septiembre con 44 jóvenes cafeteros y se continuó con la instalación de la UCAE en Fresno, Tolima el 31 de octubre con otros 17 jóvenes. Se conformaron empresas cafeteras Sociedades Anónimas y Cooperativas de Trabajo Asociado. Se espera que al 31 de diciembre se hayan instalado las UCAEs de Magdalena y Santander. Además, se contará con 31 jóvenes más y estarán en proceso de selección otros 21. Se espera continuar, durante el 2008 con la captación de recursos para dar inicio al proyecto en los demás departamentos beneficiando 200 jóvenes más.

Para adquirir el predio de Salgar se gestionó un crédito de Davivienda – Bancafé por \$1.800 millones. Se negoció hasta el 80% de los recursos necesarios para la operación total del Proyecto, en condiciones favorables para los jóvenes en términos de plazo, tasa y garantías. Las fincas de Fresno se compraron con recursos de la incubadora ACCESO Café y el Banco de Bogotá aprobó un crédito por \$2.200 millones para las fincas en Santander y Magdalena. Además, con el fin de buscar recursos adicionales para garantizar la sostenibilidad y replicación de este proyecto se contrató un estudio de Banca de Inversión que presentará distintas alternativas de financiación con inversionistas institucionales (mercado de capitales).

En cuanto a las características de los primeros 61 beneficiarios de los proyectos de Salgar y Fresno, el 39% corresponde a mujeres y el 45% a jóvenes que entraron a participar con su familia. En cuanto a la distribución de edades, poco más del 71% corresponde a jóvenes entre los 22 y 30 años de edad, las otras edades se distribuyen entre 18 y 21 años el 16% y, entre 31 y 35 años el restante 13%. Se destaca cómo el proceso de evaluación de los candidatos se implementó partiendo de la definición de perfil del joven caficultor que se quiere beneficiar con base en los requisitos estipulados por la Federación: i) tener entre 18 y 35 años; ii) tener la situación militar definida (hombres); iii) no ser propietario de tierra; iv) tener disponibilidad inmediata; v) haber cursado como

mínimo hasta noveno grado de secundaria y vi) ser de la zona señalada por la convocatoria, y haber vivido en ella al menos los últimos tres años.

RED JUNTOS - Red para la Superación de Pobreza Extrema

El Gobierno Nacional – Acción Social y la FNC iniciaron el segundo semestre de 2007 un proyecto de cooperación que tiene como objetivo poner en marcha una estrategia integral para apoyar a los municipios cafeteros más pobres y vulnerables del país.

El Departamento Nacional de Plantación (DNP), en coordinación con Acción Social, trabaja actualmente en el diseño de la Red Juntos. En tal sentido, ha implementado una prueba piloto en nueve departamentos, y en la cual se pretende incorporar a 78 mil familias en 35 municipios. Dentro de esta prueba piloto, se está estructurando una alianza entre la Red Juntos y la FNC para poner en marcha el programa en el Municipio de Quinchía – Risaralda, en la cual se utilizará el recurso humano del Servicio de Extensión y la experiencia del Comité de Cafeteros de Risaralda para implementar el componente de apoyo familiar de la Red, con un presupuesto estimado para los ocho meses iniciales de \$195 millones.

Por medio de un acompañamiento familiar, un equipo de cogestores sociales coordinado por el Servicio de Extensión de Quinchía, tendrá la función de visitar, durante un periodo de 5 años, a las familias SISBEN 1 que estén incluidas en el programa Familias en Acción y a todas las familias desplazadas, orientándolas para que puedan acceder a todos los programas y servicios que necesiten. Toda la familia, a través de la Red JUNTOS, podrá acceder a programas para mejorar su salud, nutrición, educación, vivienda y trabajo. Además, podrá tramitar su cédula o tarjeta de identidad y tener acceso a programas de ahorro. El programa incluye apoyo para mejorar las relaciones familiares y resolver problemas legales, entre otros beneficios.



Esta prueba piloto permitirá evaluar la operatividad de la red y hacer los ajustes necesarios para su expansión programada para enero de 2008. La idea es aunar los saberes, recursos y esfuerzos entre el Gobierno Nacional, la Federación de Cafeteros, los Comités Departamentales de Cafeteros, los departamentos y los municipios para llevar este programa a los municipios cafeteros más pobres del país y así lograr impulsar el bienestar y el desarrollo de los habitantes de las zonas cafeteras.

Convenios de Cooperación y Asistencia Técnica

Gestión Comunitaria - Obras para la paz DAPR - FIP

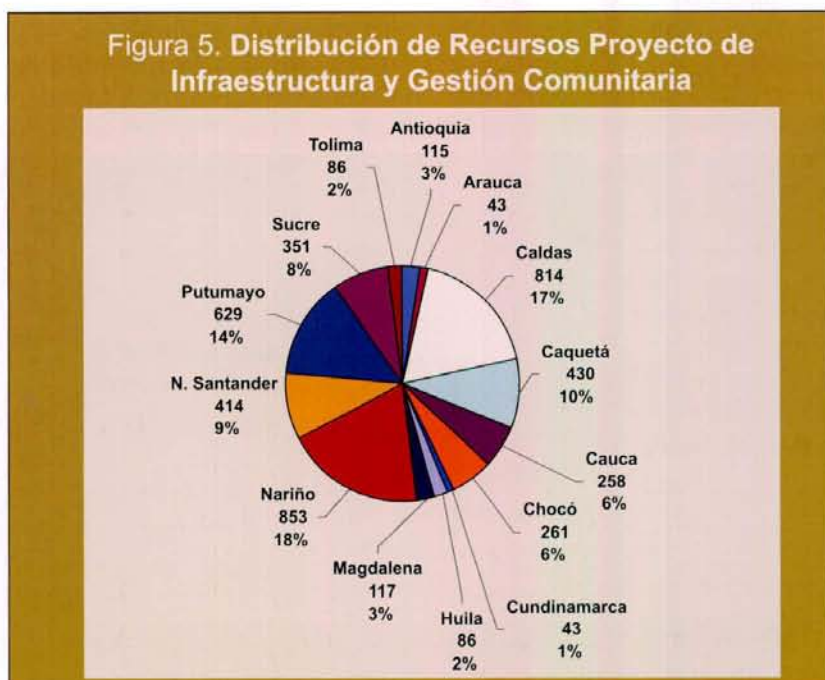
El Departamento Administrativo de la Presidencia de la República – Fondo de Inversión para la Paz DAPR – FIP y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, suscribieron este año el Convenio Interinstitucional de Cooperación y Asistencia Técnica 463/07, con el propósito de atender obras en el sector rural no cafetero, tales como: vías, redes eléctricas, acueductos, puestos de salud y escuelas. En el convenio, se

invertirán \$4.500 millones que beneficiarán más de 100 mil personas en 14 departamentos, tal como se observa en la Figura 5. Así mismo, se suscribió el Convenio Interinstitucional de Cooperación y Asistencia Técnica 754/06, con el fin de construir la primera etapa del mercado campesino en la ciudad de Fundación en el departamento del Magdalena. A través de este, se invertirán \$1.070 millones que beneficiarán a la comunidad campesina de la zona de influencia de este municipio en la Sierra Nevada de Santa Marta.

Mejoramiento de Condiciones de Habitabilidad

Este proyecto de cooperación entre Acción Social, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que incluye también a otros aportantes como las Gobernaciones y algunas corporaciones regionales autónomas, tiene como propósito fundamental brindar apoyo en el Mejoramiento de las Condiciones de Habitabilidad a agricultores exitosos del programa de Seguridad Alimentaria. La intervención por hogar fue en cada caso menor a los \$2 millones y se dirigió a la realización de obras de

Figura 5. Distribución de Recursos Proyecto de Infraestructura y Gestión Comunitaria



saneamiento básico (baño y sistema séptico), cocina (mesón, lavaplatos y enchapado) y pisos. El convenio, que inició el 15 de diciembre de 2004, y que inicialmente llegaría hasta junio de 2007, fue ampliado hasta el 31 de diciembre de 2007, con el fin de atender obras adicionales en el departamento de Caldas, en donde su ejecución fue muy exitosa.

Por medio de este proyecto se ejecutaron recursos por más de \$13.200 millones que lograron beneficiar a más de 7.100 familias cafeteras en 174 municipios. A través de la extensión realizada para el departamento de Caldas se lograron ejecutar recursos adicionales por \$541 millones para mejorar la vivienda de 271 productores en 6 municipios cafeteros.

Mejoramiento de Vías Terciarias

El Instituto Nacional de Vías - INVIAS y la Federación Nacional de Cafeteros, firmaron el Convenio de Cooperación 1075/06 que persigue el mejoramiento de la red terciaria a cargo del INVIAS. El convenio se adelantó con un presupuesto de \$43.339 millones, con aportes de INVIAS (66%) y Federación Nacional de Cafeteros (33%).

Se intervinieron más de 400 vías veredales en 14 departamentos. Como se aprecia en el Cuadro 7, a septiembre de 2007 se han mejorado

más de 4 mil kilómetros de vías y se han ejecutado la mayoría de los recursos presupuestados dentro del convenio. Este fue ampliado recientemente, hasta el 31 de diciembre de 2007, con una adición presupuestal de \$2.432 millones.

Programa Computadores para Educar

El programa, que busca la donación masiva de computadores que han cumplido con su vida útil en las entidades públicas y las empresas privadas, fue aprobado en diciembre de 1999 por el CONPES y su lanzamiento oficial fue realizado en marzo de 2000 por el Presidente de la República y la Oficina de la Primera Dama.

El programa, que reacondiciona y entrega los equipos a escuelas públicas de todo el país, funciona en asociación entre el Fondo de Comunicaciones, el Ministerio de Educación Nacional y el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Mediante el acompañamiento a las instituciones educativas, desde la capacitación de docentes, hasta la promoción para el uso de los recursos de informática, se aporta una herramienta fundamental de apoyo para el aprendizaje.

El objetivo del acompañamiento educativo es integrar las tecnologías de información y comunicación a las necesidades locales y convertirlas en recursos que favorezcan por una parte,





Cuadro 7. Mejoramiento de Vías Terciarias
Millones de pesos - estado a septiembre de 2007

Departamento	Longitud Km.	Valor Invertido
Antioquia	421	3.346
Boyacá	147	911
Caldas	202	1.675
Cauca	607	5.591
Cesar	143	2.017
Cundinamarca	496	4.845
Huila	460	5.971
Magdalena	182	1.624
Territorios	119	2.213
Nariño	194	2.088
Norte de Santander	195	701
Quindío	133	1.245
Risaralda	11	172
Santander	390	2.756
Tolima	202	1.420
Valle del Cauca	274	1.806
TOTAL	4.176	38.379

el desarrollo académico, emocional y social de los niños y jóvenes, y por otra, el empoderamiento social, económico y político de las personas y las comunidades educativas.

El convenio para la ejecución del programa a través de la Federación de Cafeteros inició en 2001. A la fecha, se han beneficiado cerca de 60 mil estudiantes, en 321 instituciones edu-

cativas de municipios cafeteros del país. El programa ha permitido entregar más de 3.000 computadores en los últimos seis años. La distribución del acompañamiento en 2007 se puede observar en el Cuadro 8.

Aula Virtual para Cafeteros - Convenio de Cooperación entre la Federación Nacional de Cafeteros y el Ministerio de Comunicaciones

La Gerencia Técnica de la Federación de Cafeteros, junto con la Fundación Manuel Mejía, implementaron en 2006 el Aula Virtual para Caficultores. El Programa promueve la utilización de herramientas informáticas dirigidas a los procesos de enseñanza-aprendizaje a través de ambientes virtuales, con el acompañamiento del Servicio de Extensión. Esta modalidad de formación para adultos (*Blended Learning* o *b-learning*), es una innovación educativa en los procesos de capacitación que permitirá ofrecerle a los caficultores alternativas educativas de alta calidad, sin la necesidad de efectuar grandes desplazamientos.

Para llevar a cabo este programa de capacitación, la Federación realizó un convenio de cooperación con el Ministerio de Comunicaciones, para que las capacitaciones a través de *b-learning* se realicen en los telecentros que tie-

Cuadro 8. Programa Computadores para Educar 2007
Beneficiarios

Departamentos	Municipios	Instituciones	Alumnos	Docentes	PC asignados	Impresoras asignadas
Antioquia	6	8	1.664	54	94	8
Cauca	7	8	1.072	60	111	8
Cundinamarca	6	7	1.137	50	75	7
Meta	1	1	118	5	9	1
Nariño	6	10	1.048	65	98	10
N. de Santander	2	3	284	12	38	3
Santander	7	14	1.084	41	108	14
Tolima	7	12	834	36	82	12
TOTAL	42	63	7.241	323	615	63

ne distribuidos en todo el territorio nacional a través del programa Compartel. Este convenio permite garantizar que los caficultores en general accedan a los cursos de aprendizaje virtual, en centros ubicados en sus propios municipios.

La propuesta del Aula Virtual de Caficultores contiene cinco módulos de formación. Los dos primeros: Informática básica e Institucionalidad Cafetera, componen el nivel básico y se distribuyen en formato CD Rom, y los 3 restantes: El clima, el suelo y la planta: la fórmula para su producción de café, Construyendo la empresa cafetera y Convivencia ciudadana, conforman los módulos del nivel de fundamentación que se desarrollan completamente sobre la plataforma Blackboard la cual permite emitir de manera simultánea a nivel nacional y a través de Internet dichos módulos de capacitación.

Como se presenta en el Cuadro 9 más de 800 caficultores han tomado parte en el proceso de capacitación gracias a la prueba piloto que se

lleva a cabo en los telecentros de Compartel de 57 municipios del país.

Programas Forestales «Río Magdalena» y «Silvicultura como Alternativa de Producción en la Zona Cafetera»

Las actividades del Programa Forestal iniciaron en el año 1993 con el contrato N° 9166059 por valor de 5,1 millones de euros para el Programa Forestal Río Magdalena – Fase I, ejecutado en el marco de la Cooperación Financiera bilateral entre los gobiernos de Alemania y Colombia. El propósito de este programa era contribuir a la estabilización del balance hídrico y a la reducción de la erosión en subcuencas prioritarias de la cuenca media y alta del Río Magdalena, a través del incremento del uso forestal sostenible y de la recuperación y conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas. Las actividades de esta fase fueron realizadas en los departamentos de Santander, Caldas y Tolima.

En 2001, se suscribió el contrato N° 0066571 por 3,1 millones de euros para dar continuidad al Programa en su Fase II, incluyendo a los departamentos de Huila y Cundinamarca.

Adicionalmente, a finales del 2006, se iniciaron acercamientos con los ejecutores del Programa MIDAS (Más Inversión para el Desarrollo Alternativo Sostenible) financiado con recursos de USAID, para lograr una alianza entre ambos Programas, con lo cual se podría ampliar la cobertura e impacto de las actividades forestales en los mismos núcleos de intervención actual. Como producto final de esos acercamientos, a mediados de 2007 se suscribió un contrato de donación por parte de MIDAS – USAID por un valor total de \$8.116 millones, para aumentar la meta prevista del programa en 6.500 hectáreas de plantaciones forestales y agroforestales, y para implementar actividades de capacitación, divulgación, monitoreo y evaluación durante los años 2007 a 2009.

Cuadro 9. Aula virtual para cafeteros, beneficiarios 2007

Comités	Extensionistas	Beneficiarios
Antioquia	2	20
Caldas	5	54
Cauca	6	69
Cesar – Guajira	5	52
Cundinamarca	5	51
Huila	5	62
Magdalena	3	37
Nariño	2	23
N. de Santander	4	46
Quindío	10	106
Risaralda	8	91
Santander	7	103
Tolima	3	32
Valle del Cauca	6	58
TOTALES	71	804



Con base en los anteriores recursos, el Programa Forestal de la FNC acumula a 30 de septiembre de 2007 un total de 35.711 hectáreas y se espera terminar el año con 43.929 hectáreas intervenidas, de las cuales en los últimos 6 años se han intervenido 33.951 hectáreas (77%). El promedio anual de nuevas intervenciones es de 3.138 hectáreas y se destaca el año 2007 con una intervención esperada de 10.431 nuevas hectáreas – el área intervenida más grande que ha tenido el programa en toda su historia.

En cuanto al número de familias beneficiadas, se calcula que en los últimos seis años cerca de 3.717 familias se han vinculado al programa, que sumadas a los 1.495 hogares que ya formaban parte del programa, representa un total de 5.212 familias favorecidas. Por su parte, el programa ha generado más de 3.079 empleos permanentes en los últimos 6 años, acumulando un total de 5.965 durante los 14 años de operación del programa.

Por el lado de los recursos entregados, durante toda la duración del programa los beneficiados han recibido \$18.340 millones, de los cuales \$13.123 millones, el 72% del total, han sido ejecutados en los últimos 6 años. De estos, la FNC ha destinado recursos de contrapartida en asistencia técnica y acompañamiento a los reforestadores por un valor aproximado de \$3.531 millones (cerca de \$6.222 millones durante todo el programa). Además, durante 2007 las actividades del Programa han permitido continuar con el acompañamiento técnico para el manejo silvicultural de las plantaciones establecidas, y de manera especial con las siguientes dos actividades:

- Al fortalecimiento y consolidación de la Sociedad Agropecuaria de Transformación, Madecharta SAT, ubicada en el municipio de Charta (Santander), como una empresa que al cierre de 2006 generó utilidades económicas del orden de 7 millones y se espera que en 2007 sean de unos 10 millones.
- El inicio de las actividades de diagnóstico del Componente de Seguridad Alimentaria

y Nutricional Sostenible a las 1.751 familias participantes hasta la fecha del Programa de Silvicultura. Se espera que al finalizar 2007 se haya realizado esta actividad con 1.097 de esas familias.

Se destaca igualmente durante este año como el Gobierno Alemán a través del KfW, oficializó la entrega de recursos adicionales por un valor total de 14,1 millones de euros (con una donación de 5,5 millones de euros y crédito blando por 8,6 millones de euros) para la ejecución de un nuevo programa denominado «Silvicultura como alternativa de producción en la zona marginal de la región cafetera» que beneficiará a 6.000 agricultores en los departamentos de Santander Caldas, Tolima, Huila, Cundinamarca, Antioquia, Risaralda y Cauca. Dichas negociaciones fueron culminadas el pasado mes de octubre, con la firma de un contrato entre la FNC, el Banco KfW, el Ministerio de Hacienda y el Ministerio de Agricultura.

Cabe señalar que durante el proceso de negociación del nuevo programa, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, con el propósito que las acciones del programa no se paralizaran, apoyó a la FNC mediante dos contratos de Cooperación Técnica y Científica suscritos en los años 2005 (contrato 105/05 por \$1.500 millones) y 2006 (contrato 089/06 por \$8.000 millones). Con estos recursos se ha dado un considerable crecimiento de las áreas intervenidas y la cobertura del Programa, pues se incluyeron los departamentos de Antioquia, Cauca y Risaralda, completando así 8 departamentos.

Fundación Manuel Mejía

En 2007 la Fundación Manuel Mejía –FMM adelantó 19 Proyectos educativos que beneficiaron a más de 24 mil personas. En el desarrollo de estas acciones participaron las Gerencias Técnica, Administrativa y Comercial de la Fede-

ración Nacional de Cafeteros, así como su oficina de Cooperación Internacional y la Fábrica de Café Liofilizado, Almacafé, Procafecol S.A, Cenicafe, la Fundación Educativa Cafetera y los Comités Departamentales de Cafeteros. De igual manera, se contó con el apoyo de distintas entidades públicas y privadas como el SENA, el Ministerio de Educación Nacional, el Ministerio de Comunicaciones, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, FUPAD, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Secretaría de Educación de Caldas, Fundación Génesis, Capítulo Basc Café, la Corporación Andina de Fomento CAF y la Fundación Natura.

En el Cuadro 10 se muestra el número total de beneficiarios de los programas y proyectos desarrollados y apoyados por la institución durante 2007.

A continuación se presenta una descripción de las actividades más importantes de la FMM durante el último año:

Educación Virtual

Programa de capacitación virtual a Extensionistas, Investigadores de Cenicafe y Docentes de la Fundación Manuel Mejía: En 2007 se capacitaron 3.430 personas. Los cursos dictados incluyeron: el clima, la planta, el suelo; sistemas de producción de café; extensión y comunicación; participación y organización comunitaria; formulación de proyectos; el negocio cafetero; administración de fincas; sistema de información cafetera; UTZ-KAPEH; fundamentos de Informática e institucionalidad cafetera.

Aula Virtual para Caficultores: Como ya se mencionó, este programa tiene por objetivo desarrollar en los caficultores las competencias informáticas necesarias para operar un computador y acceder a Internet como medio de consulta y aprendizaje y apoyar la labor educativa del Servicio de Extensión. En el año se capacitaron 804 caficultores con la participación de

14 Comités Departamentales de Cafeteros, apoyados por el Servicio de Extensión.

Por otra parte, entre enero y septiembre de 2007, la FMM adelantó el diseño de 10 planes de entrenamiento para el programa de capacitación virtual de los empleados de la Fábrica de Café Liofilizado. El Proyecto es financiado en su totalidad por la Fábrica de Café Liofilizado y permitió la capacitación de 120 empleados de dicha organización.

Curso de Capacitación Virtual en Convivencia Laboral - FNC – ALMACAFÉ: Con este curso se busca dar a los colaboradores de la Institucionalidad Cafetera las herramientas necesarias para fomentar un ambiente laboral basado en valores y promover una convivencia sana y armónica en su sitio de trabajo. En el curso se capacitaron 2.864 empleados de las dependencias nacionales y contó con el apoyo de Gestión Humana de la FNC.

Curso de capacitación virtual de inducción en Procafecol S.A. - Tiendas de café Juan Valdez®: La FMM desarrolló un curso virtual de inducción para el personal que ingresa a las Tiendas Juan Valdez con el cual los empleados interiorizan los conocimientos teóricos necesarios para continuar con su proceso de entrenamiento en el Plan Padrino de Procafecol. Con esta herramienta, Procafecol aumentó su capacidad para capacitar los empleados de las tiendas en todo el país, de una manera flexible y descentralizada.

Curso de Formación Virtual de Mediadores Comunitarios: El curso de formación virtual se adelantó en el marco del proyecto «Gremio Cafetero Promotor de Convivencia» y contó con la participación de 133 profesionales distribuidos por todo el país. Este curso fue diseñado para capacitar al Servicio de Extensión como mediadores comunitarios que generan espacios de comunicación, interacción y consenso en la resolución de conflictos. El curso entró a formar parte del Programa de Capacitación del Servicio de Extensión, Investigadores de

**Cuadro 10. Número de beneficiarios por programas y proyectos 2007**

Programas y Proyectos	Beneficiarios
Convenio No. 031 entre el SENA, la FNC y la FMM para la ejecución de cuatro programas de educación a distancia.	6.000
Programa de fortalecimiento del liderazgo gremial: capacitación a miembros de Comités Municipales de Cafeteros	4.272
Programa de capacitación a extensionistas, investigadores de Cenicafé y docentes de la FMM.	3.430
Juventud rural, educación y desarrollo rural	2.576
Curso de Capacitación Virtual en Convivencia Laboral - FNC – ALMACAFÉ	2.000
Giras educativas en el Centro de Educación Agropecuaria en Chinchiná	1.550
Aula Virtual cafetera para caficultores	804
Asistencia técnica agropecuaria y seguimiento a los proyectos pedagógicos productivos de los programas Escuela y Café y Seguridad Alimentaria.	524
Atención integral a población desplazada y vulnerable en educación, capacitación laboral y generación de ingresos en los departamentos de Huila y Cauca	470
Programa "La Economía Solidaria: una Alternativa para el Desarrollo del Campo Colombiano	335
CERES Chinchiná -MEN-Secretaría de Educación Departamental (Caldas)	292
Curso de Formación Virtual de Mediadores Comunitarios	133
Programa de capacitación virtual Fábrica de Café Liofilizado	120
Curso de Capacitación Virtual en Seguridad Basic – Nivel I	97
Programa "Gestión Integral Hacia la Calidad del Café"	95
Estrategia de Formación de Tutores Multiplicadores de los Centros Provinciales de Gestión Empresarial de AGRONET	73
Curso de formación en "Gerencia humanizada de unidades productivas agropecuarias"	63
Curso de Formación Virtual en Rainforest Alliance	62
TOTAL beneficiarios en 2007	23.760

Cenicafé y docentes de la FMM, por lo que tendrá continuidad durante el año 2008.

Curso de Formación Virtual en Rainforest Alliance: Este curso de formación es una herramienta para la capacitación de los extensionistas en los conceptos y procedimientos requeridos para obtener la certificación Rainforest Alliance. En 2007, se adelantó una prueba piloto con 62 participantes, y en el 2008 hará parte del programa de capacitación del Servicio de Extensión. El proyecto fue financiado por el Comité Departamental de Cafeteros de Santander, con recursos de cooperación internacional

Curso de Capacitación Virtual en Seguridad Basc – Nivel I: Este curso se dirigió al personal de las empresas asociadas al Capítulo Basc Café en Colombia, que está en proceso o tienen implementado el Sistema de Gestión en Control y Seguridad Basc. El grupo de participantes por empresa estuvo conformado por Gerentes, líderes Basc, jefes de procesos y responsables de procesos. En el año se capacitaron 97 profesionales, quienes quedaron con los conocimientos teóricos básicos que le permitan aportar a la integración, implementación y seguimiento del Sistema de Gestión en Control y Seguridad Basc. El curso fue financiado en su totalidad por el Capítulo Basc Café en Colombia.

Estrategia de Formación de Tutores Multiplicadores de los Centros Provinciales de Gestión Empresarial de Agronet: La FMM, por encargo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, adelantó este proyecto con el cual se formaron 73 profesionales de 23 departamentos de Colombia para promover el uso de las herramientas que tiene el portal Agronet para los pequeños productores del país. Con el proyecto, los profesionales quedaron habilitados para capacitar a los demás funcionarios de las Secretarías de Agricultura de los departamentos a través de talleres de capacitación sobre el portal con pequeños y medianos productores.

Educación presencial y a distancia

Apoyo en programas de cooperación interinstitucional: En 2007 se estableció el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el SENA, la FNC y la FMM para desarrollar cuatro programas de educación a distancia: Seguridad Alimentaria: Volvamos a Mercar en la Finca; La Economía Solidaria, Una Alternativa para el Desarrollo del Campo Colombiano; Gestión Integral Hacia la Calidad del Café y Gestión Administrativa y Financiera de la Empresa Agropecuaria.

En la ejecución del convenio participaron los Comités Departamentales de Cafeteros de Santander, Risaralda, Antioquia, Cauca, Cundinamarca, Caldas, Norte de Santander y Huila. Los programas, estructurados en la formación por competencias y el sistema modular de enseñanza, están orientado a caficultores y otros agricultores con bajos niveles de escolaridad. Para su desarrollo se apoyan en materiales impresos para el autoaprendizaje, tutorías periódicas y actividades de aprendizaje colaborativo. La duración del convenio es de dos años con una meta de formación de 10.000 caficultores, de los cuales 6.000 se capacitaron en 2007.

Programa de fortalecimiento del liderazgo gremial: capacitación a miembros de Comités Municipales y Departamentales: En esta ocasión la capacitación se enfocó en un curso sobre Fundamentos Básicos para la Formulación y Gestión de Proyectos. El programa capacitó a los 4.200 miembros principales y suplentes de los 356 Comités Municipales de los 16 departamentos cafeteros del país.

Atención integral a población desplazada y vulnerable en capacitación laboral y generación de ingresos: Este proyecto se desarrolló en cooperación con USAID a través del programa de Atención a Desplazados y Grupos Vulnerables de FUPAD - OIM. La duración total del proyecto es de 14 meses (diciembre de 2006 a febrero de 2008). El proyecto busca desarrollar



una propuesta de atención a la población desplazada y vulnerable mediante una capacitación laboral dirigida al desarrollo de competencias para población desplazada adulta y la generación de ingresos a través de la conformación de unidades productivas. El proyecto se ejecuta en los departamentos Huila con 238 beneficiarios y Cauca con 232.

Programa «La Economía Solidaria: una Alternativa para el Desarrollo del Campo Colombiano»: Con este programa se busca desarrollar en los participantes competencias que les permitan comprender, valorar y aplicar los principios y fines de la economía solidaria, para buscar en la asociatividad una alternativa de mejoramiento de las condiciones de vida del sector rural colombiano. En la ejecución del proyecto se contó con el apoyo del Comité Departamental de Cafeteros de Huila y se capacitaron 335 caficultores de este departamento.

Programa «Gestión Integral Hacia la Calidad del Café»: Este programa busca desarrollar en los caficultores competencias que les permitan producir de manera permanente café de alta calidad con base en criterios técnicos, empresariales, ambientales y humanísticos, en procura de mejorar su competitividad en el mercado mundial del café. En el proyecto participó el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío y se certificaron 95 caficultores.

Programa de formación en «Gerencia humanizada de unidades productivas agropecuarias»: El objetivo del programa fue brindar a jóvenes rurales cafeteros entre los 17 y 30 años de edad de escasos recursos económicos, capacitación empresarial con visión humanística, técnica y administrativa de la producción de alimentos, que les permita desarrollarse como personas productivas, organizadas y solidarias, en un ambiente de participación y convivencia pacífica. El programa es realizado con la contribución de la Agencia Española de Cooperación Internacional, Fundación Humanismo y Democracia y la FNC. La FMM, fue la institución encargada de brindar durante dos

meses la formación requerida para que los participantes tengan los conocimientos para desarrollar en su predio un proyecto productivo sostenible acorde a la vocación agropecuaria de su localidad. La asistencia técnica, la supervisión y seguimiento la realizó el Servicio de Extensión de los Comités Departamentales de Cafeteros de Antioquia y Magdalena. En el año 2007 se capacitaron 63 jóvenes.

Educación Formal

Proyecto Juventud rural, educación y desarrollo rural: Con este proyecto la FMM pretende construir y validar un modelo educativo pertinente para jóvenes rurales y de esta manera contribuir no solo a mejorar la calidad de la educación rural sino también a disminuir la deserción escolar. En 2007, se beneficiaron 2.448 jóvenes y niños de cuatro instituciones educativas de los municipios de Rivera – Huila, el Tambo – Cauca, Colón y Puerto Asís en Putumayo. De igual manera, se capacitaron 128 docentes y directivos, y se financiaron 120 proyectos pedagógicos productivos.

En el proyecto participaron el Ministerio de Educación Nacional, la Central de Cooperativas de Caficultores del Huila – CENTRACAFÉ, la Fundación para la Educación Agropecuaria José María Obando, la Asociación de Agricultores y Cultivadores de frijol de Colón – ASOFRICOL, y la Asociación de Productores Agropecuarios y Piscicultores del corregimiento la Perla Amazónica del municipio de Puerto Asís – ASPROAPPA. De igual manera, contó con la cofinanciación de USAID a través de FUPAD-OIM y la Fundación Génesis.

Proyecto Nacional de Transformación de la Formación Técnica y Tecnológica en Regiones Cafeteras: Este proyecto tiene el objetivo de contribuir a mejorar la calidad, cobertura y pertinencia de la educación técnica y tecnológica en las regiones cafeteras. El proyecto, que integra los niveles de educación media (10^o y 11^o)

con la educación superior, pretende formar a los profesionales requeridos por el sector cafetero. Se ejecuta en 25 instituciones educativas de 22 municipios de los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Cauca, Magdalena, Risaralda, Santander, Huila y Nariño.

Entre los principales resultados de 2007 se resaltan el diseño de cuatro programas universitarios en Técnico Profesional en Producción de Café, Técnico Profesional en Gestión de la Finca Cafetera, Tecnología en Gestión Sostenible de Café y Técnico Profesional en Comercialización de Café, los cuales fueron presentados por la Corporación Universitaria Minuto de Dios al ICFES para su Registro Calificado. Además, el proyecto cuenta con la financiación y apoyo del Ministerio de Educación Nacional con recursos de la Corporación Andina de Fomento – CAF. Su ejecución se realiza a través de una alianza conformada por la oficina central de la FNC; los Comités Departamentales de Antioquia, Cundinamarca, Cauca, Magdalena, Risaralda, Santander, Huila y Nariño; las gobernaciones de Antioquia, Cundinamarca, Cauca, Risaralda, Santander, Huila y Nariño; las alcaldías de Ciénaga y Santa Marta; el SENA Regional Huila; la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y la Fundación Manuel Mejía.

Centro Regional de Educación Superior CERES Chinchiná –MEN- Secretaría de Educación Departamental (Caldas): En el marco del desarrollo de la autoevaluación del CERES convocada por el Ministerio de Educación Nacional, la FMM, la Corporación Universitaria Minuto de Dios y la Secretaría de Educación de Caldas, presentaron el plan de mejoramiento del CERES, y teniendo en cuenta que éste fue seleccionado entre los ocho mejores del país, el MEN tomó la decisión de financiar dicho plan como un incentivo y reconocimiento a la labor realizada por las instituciones en el proyecto. En el año 2007 se capacitaban 292 estudiantes en los programas de la Universidad del Tolima y de la Universidad Autónoma de Manizales.

Gremio Cafetero Promotor de Convivencia

Para apoyar la iniciativa presidencial de capacitar a un millón de colombianos como promotores de convivencia, la Federación de Cafeteros se unió en 2004 al programa de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, OACP.

En agosto de 2006 se dio inicio a la III Fase del Convenio. Para el desarrollo del proyecto, se contó con el apoyo de la Oficina del Alto Comisionado, la Fundación Manuel Mejía y la Secretaría de Gobierno Distrital en la construcción de los contenidos. El curso virtual del primer semestre fue tomado por los coordinadores del programa de los diferentes Comités y en la actualidad se están capacitando 64 extensionistas más. La fase III incluyó además, un taller presencial en Mediación Comunitaria para más de 800 extensionistas y los 4.400 miembros principales y suplentes de los Comités Municipales de Cafeteros.

De otro lado, y con el fin de definir la política de responsabilidad social de la Federación Nacional de Cafeteros a través de la aplicación de un enfoque en Derechos Humanos, se firmó un convenio de asesoría con la Comisión Andina de Juristas. El proyecto se ejecutó entre agosto 1 y octubre 31 del presente año y tuvo como acciones básicas la capacitación a los coordinadores de Convivencia y los coordinadores de Desarrollo Social de la Federación en el tema y la construcción de herramientas que finalmente se vieron reflejadas en el Manual Institucional de Derechos Humanos que será divulgado posteriormente en las zonas cafeteras.

Programa Familias Guardabosques

El Programa Familias Guardabosques es una de las estrategias del actual Gobierno contra los cultivos ilícitos y su principal propósito es evitar que se amplíe la frontera de estos cultivos, evitando así la presión sobre los bosques exis-



tentes. A la fecha 53.548 familias se encuentran inscritas como Familias Guardabosques y reciben o han recibido incentivos del Estado. De estas, 8.280 familias cafeteras son guardabosques, es decir, más del 15% de esta estrategia de Gobierno se invierte en el sector cafetero.

El valor del incentivo que recibió del Estado cada una de las familias de la fase I y II fue de \$600.000 cada dos meses durante tres años, mientras durante la fase III reciben bimestralmente \$408,000 durante año y medio. Este apoyo se convierte en el principal argumento para conseguir aliados en la lucha contra el flagelo de los cultivos ilícitos. Durante el proceso, estas familias adquieren además el compromiso de ahorrar hasta el 40% de este incentivo con el único fin de emprender proyectos productivos que reemplacen al cabo del programa la ayuda del Estado. En términos globales el Estado, mediante la estrategia «Familias Guardabosques» ha aportado al sector cafetero, desde el inicio del programa en 2003, con incentivos directos y apoyo a los proyectos productivos, con más de \$89.000 millones.

Desde la firma del Convenio Marco 120/05 entre Acción Social y la Federación Nacional de Cafeteros, se han formalizado a la fecha cuatro convenios específicos y un memorando de acuerdo. En primer lugar el convenio PCI 002/06 para los departamentos del Macizo Colombiano donde se complementaron los ahorros de las comunidades por un valor de \$1.130 millones. Del programa se beneficiaron 6.910 familias distribuidas en 14 municipios de los departamentos de Cauca, Nariño, Huila y Tolima. El convenio se encuentra en etapa de liquidación.

Los siguientes convenios se encuentran en vigencia y en plena ejecución:

- *Convenio 644/06.* Para proyectos productivos en Otanche - Boyacá, Tablón de Gómez - Nariño. También se impulsa mediante este convenio el tema de calidad de café en co-

munidades organizadas de familias guardabosques de Buesaco, San José de Albán y el resguardo indígena de Aponte en el municipio de Tablón de Gómez en Nariño, La Vega en Cauca, Nataga y Santa María en Huila y Rioblanco en Tolima. Actualmente 3.093 familias se benefician de este convenio en el que las comunidades aportan ahorros por valor de \$ 356 millones.

- *Convenio 594/06.* Denominado Programa Regional Integral Sostenible (PRIS), se desarrolla en seis municipios de Norte de Santander en la región del Catatumbo (San Calixto, Convención, Hacaré, El Carmen, Teorama y Sardinata) y en el municipio de Carmen de Atrato - Chocó. En total son 1.058 familias beneficiadas de este proyecto en el que las comunidades aportan ahorros por valor de \$ 363 millones
- El Memorando de Acuerdo firmado para los municipios de Chaparral y Rioblanco - Tolima, apoya los proyectos productivos de café, agrosilvopastoril y compra de tierras de 2.974 familias.
- *Convenio 713/07.* Firmado recientemente con el fin de atender proyectos productivos en café a 1.155 familias de los municipios de Amalfi en Antioquia, La Sierra y San Sebastián en Cauca, Santa Marta en Magdalena, La Cruz en Nariño y Bolívar, El Peñón, La Belleza y Sucre en Santander. Se espera, que en este nuevo convenio se comprometan recursos con las comunidades, por valor \$1.155 millones.

Se logró, para todos los convenios, que el dinero ahorrado por las familias fuera invertido en sus fincas en las necesidades de tipo productivo más apremiantes, como mejoramiento del cultivo (renovación y fertilización) y la infraestructura para beneficiar la cosecha cafetera. Todo este esfuerzo está orientado a la producción de café de alta calidad. En total se estima que el ahorro que invertirán en esta ocasión las familias será de \$ 1,874 millones.

Hasta el momento y desde la firma del convenio Marco 120/05 la Federación de Cafeteros ha aportado y gestionado (Gobernación, Serventa) recursos en efectivo por valor de \$1.070 millones. El Cuadro 11 muestra el resumen de los convenios en vigencia con Acción Social.

Política para la competitividad de las MiPyMes Cafeteras

Acuerdo nacional por la equidad entre mujeres y hombres

La Política para la Competitividad de las MiPyMes Cafeteras de la Federación Nacional de Cafeteros, responde de manera efectiva a las inquietudes planteadas por muchas mujeres cafeteras, que sienten la necesidad de contribuir a la economía familiar y realizarse como miembro productivo de la comunidad. Más aun,

teniendo en cuenta que estas representan el 45,9% de los cerca de dos millones de personas que dependen directamente de la producción de café, y que alrededor del 20% de las fincas cafeteras, están a cargo de ellas¹.

El Programa MiPyMes Cafeteras, establecido a finales del año 2005, está sustentado en cuatro pilares fundamentales: Equidad de Género, Asociatividad, Orientación a Mercado, Responsabilidad Social Empresarial-RSE y Medio Ambiente.

Así mismo, permite apoyar la conformación, consolidación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, compuestas por miembros de las comunidades cafeteras, principalmente de mujeres.

Vale la pena destacar, que mediante la implementación de esta Política, la Federación mantiene su compromiso frente a los Objetivos

Cuadro 11. Convenio Familias Guardabosques

Convenio	Departamento	Municipios	Familias	Valor (millones de \$)	Acción Social (millones de \$)	Federación (millones de \$)
644/06	Cauca, Huila, Nariño, Tolima	La Vega, Nataga, Santa María, Buesaco, Albán, Tablón de Gómez (cabildo indígena) y Rioblanco	2.873	410		110
		Nariño	144	87	50	37
		Boyacá	76	60	50	10
594/06	N. de Santander	Convención, El Carmen, Hacarí, San Calixto, Sardinata y Teorama	906	1153,5	600	553,5
		Chocó	152	280	250	30
MEMORANDO DE ACUERDO	Tolima	Chaparral	1.923	3461,4	3461,4	0
		Rioblanco	1.051	1891,8	1891,8	0
713/07	Antioquia	Amalfi	150	150	150	0
	Cauca	La Sierra y San Sebastian	538	366,5	366,5	0
	Nariño	La Cruz	150	123,5	123,5	0
	Magdalena	Santa Marta	118	123,5	123,5	0
	Santander	Bolívar, El Peñón, La Belleza y Sucre	199	0	226,5	0
TOTAL	10	26	8.280	8.107	7.293	741

1. Encuesta Nacional Cafetera, 1997. Encuesta de Calidad de Vida, 2006



de Desarrollo del Milenio (ODM), en especial el tercero, que consiste en promover la igualdad entre géneros y la autonomía de la mujer. Adicionalmente, en el marco del LXVIII Congreso Cafetero la Federación se vinculará formalmente al Acuerdo Nacional para la Equidad entre Mujeres y Hombres. Al adherir al Acuerdo, la Federación fortalece su compromiso de contar con programas de institucionalización de la perspectiva de género que respondan a metas específicas y cuantificables, articulando su Política con la Política de Estado y accediendo a los programas y experiencias desarrollados por la Consejería.

En el segundo semestre de 2007, se inició este trabajo en conjunto con jornadas de capacitación en temas de democracia familiar y microcrédito, en las ciudades de Cali, Bucaramanga, Pereira, Medellín, Cúcuta e Ibagué.

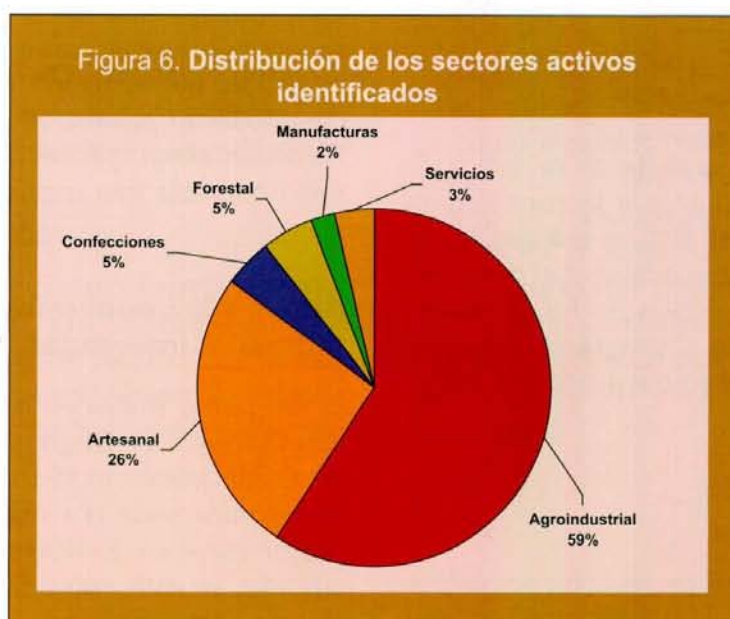
Las participantes del sector cafetero han sido convocadas a través de los Comités de Cafeteros. Para continuar con el trabajo iniciado, se estableció un Plan de Acción para el año 2008 que incluye:

- Conformar los primeros Consejos Participativos de la Mujer Cafetera, en un municio

pio por cada departamento, como un espacio de reflexión y fomento a la participación de las mujeres en la Institucionalidad Cafetera.

- Realizar en asociación con el Observatorio para la Equidad de Género, una serie de laboratorios investigativos coordinados por una consultoría experta en temas de Mujer Rural, así como talleres de capacitación. Los resultados obtenidos, serán presentados en un Boletín dedicado a la Mujer Cafetera en la revista *Asuntos de Género* que publica la Consejería.
- Desarrollar programas de capacitación orientados a la familia en temas de prevención de la violencia intrafamiliar, así como en emprendimiento empresarial y acceso a crédito entre otros. Este programa se apoyará en los medios de comunicación con que cuenta la Federación.

Se finalizó el trabajo de investigación que condujo a un *Inventario de Actividades Productivas de la Familia Cafetera Complementarias al Café 2006-2007*, el cual constituye una fuente de información a nivel de Comités de Cafeteros, en donde se identifican estas iniciativas y se documenta su evolución y estado actual (Figura 6).



Proyecto Agroindustrial

A partir de una necesidad de mercado claramente identificada, resultado del crecimiento de la demanda mundial de frutas y hortalizas, se trabaja en la estructuración de un Modelo Empresarial para la Implementación de la Cadena Hortícola, que permita aportar más valor agregado a la Finca Cafetera, a través de un esquema completo de producción, alistamiento y comercialización de productos seleccionados a partir de un análisis de mercado. Lo anterior se realiza para dar respuesta a requerimientos expresados formalmente por clientes y comercializadores internacionales.

Este proyecto se articula con los planteamientos y productos incluidos en el Plan Hortícola Nacional, desarrollado por la Corporación Colombia Internacional- CCI y el Fondo Nacional de Fomento Hortícola, así como con las políticas y objetivos que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural ha consignado en la Apuesta Exportadora Agropecuaria y la Agrovisión Colombia 2025.

Para desarrollar este proyecto, se estableció un Convenio de Cooperación Técnica entre la Federación y la Universidad Jorge Tadeo Lozano, que incluye las áreas de investigación, consultoría, docencia, identificación de mercado, selección de los productos, capacitación, acompañamiento en la cadena productiva, comercialización y demás servicios requeridos.

En este momento, se trabaja en la definición del portafolio de productos y la zona óptima para ejecutar la primera fase, se realizan las estimaciones de costos y se adelanta el diseño de la metodología de selección de los productores que participarán en el programa. Este proyecto cuenta con el apoyo del programa MIDAS de USAID.

Proyecto Artesanal

La producción artesanal en las regiones cafeteras es desarrollada fundamentalmente por mu-

jer, lo que impulsa al Programa MiPyMes a formular un proyecto de apoyo a este sector, ya que a pesar de que existe un gran potencial, los altos costos de producción constituyen una barrera para competir exitosamente en los mercados. Esta iniciativa se desarrollará teniendo en cuenta criterios de Comercio Justo, que garanticen a las artesanas recibir el mayor valor posible por su producto, permitiendo llegar a aquellos consumidores social y ambientalmente responsables.

Para el desarrollo del proyecto se realizó un estudio de viabilidad, que incluyó un proceso de selección de las asociaciones de artesanas, así como de recolección de muestras y fichas técnicas de sus principales productos: seda en el Cauca; calceta de plátano en Caldas y Valle del Cauca; palma de iraca en Nariño, guadua en Quindío y Caldas, y madera en Santander.

En este sentido, se definieron cinco fases para la formulación del Programa para promover un desarrollo artesanal competitivo en beneficio de la familia cafetera a través de la mujer: evaluación; análisis y estructura de costos; capacitación; desarrollo de productos y marcas, promoción y comercialización en canales especializados. Para lograr este objetivo, se estableció una alianza con la empresa ARTESANDINOS S.A., que cumple las funciones de enlace entre los productores y los clientes, enfocando sus lineamientos principalmente en: evaluación de muestras, negociación de precios, definición y desarrollo de productos y empaques, desarrollo de un programa de capacitación y mejoramiento productivo

Apoyo a la Cooperativa de Confecciones Industrias Integradas

El Programa MiPyMes ha venido participando en el proceso de diagnóstico de la Cooperativa de Confecciones Industrias Integradas, la cual esta conformada por más de 600 mujeres del sector rural en el Norte del Valle. Como resultado, se está apoyando el plan de mejoramiento competitivo, que incluye un trabajo de



empoderamiento de las asociadas y de mejora de la productividad. Actualmente, se adelantan gestiones para apalancar los recursos financieros y de cooperación necesarios para la ejecución de este Plan.

Proyecto Anillos de la Esperanza en Barichara-Santander

Durante el último año el programa se orientó al fortalecimiento organizacional y productivo de la fábrica de papel de fique, dedicada a producir entre otros, los anillos utilizados en las Tiendas Juan Valdez, como aislantes de calor para las bebidas. La producción está a cargo de un grupo compuesto principalmente por mujeres de la región, quienes trabajan de manera artesanal.

Este proyecto cuenta con la participación del Programa MiPyMes, así como de la Fundación Para el Desarrollo de la Pyme en Latinoamérica-FUNDES, con el apoyo financiero de la Fundación San Lorenzo de Barichara y Programa MIDAS de USAID. Actualmente, se trabaja en la implementación de las mejoras propuestas, y en el estudio de factibilidad para establecer una nueva fábrica en otra región productora de fique.

Investigación de Factores de Riesgo cardiovascular y de enfermedades crónicas en la población caficultora de los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío

Las enfermedades cardiovasculares y las enfermedades crónicas son actualmente la principal causa de mortalidad en el mundo. Las familias de las regiones cafeteras de Colombia no escapan a esta situación. De hecho el eje cafetero

es una de las regiones del país con mayores tasas de mortalidad por enfermedades cardiovasculares y enfermedades crónicas, con un enorme impacto y costo en el ámbito humano, social y económico, debido a la discapacidad, enfermedad y muerte que ocasiona.

En asociación con la Fundación Cardio-Infantil Instituto de Cardiología se realizó un estudio para diagnosticar los factores de riesgo cardiovascular y de otras enfermedades crónicas de la población en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío. La muestra compuesta por 2.527 miembros de familias caficultoras se tomó en 53 veredas de 13 municipios escogidos aleatoriamente. Con los resultados de esta investigación, se proporciona a la población cafetera sólidos elementos de juicio, con el fin de asumir la gestión para la solución de los problemas de salud de mayor impacto en el contexto de nuestro Sistema de Seguridad Social, de tal manera que se logre el mantenimiento y mejoramiento de la salud de la población caficultora.

Mediante un riguroso proceso de investigación con una adecuada metodología científica, se sensibilizaron las familias seleccionadas para el estudio y en actividades de concentración en escuelas y en visitas a fincas, se aplicaron las encuestas y se realizaron mediciones físicas y pruebas de laboratorio clínico. Entre los principales resultados se encontraron factores de riesgo como elevados niveles de grasas en sangre (colesterol y triglicéridos) en el 44,8%, sobrepeso y obesidad en el 44,1%, hipertensión arterial en el 25%, fumadores actuales en el 22,4%, consumo inadecuado de grasas en el 86,2%, bajo consumo de frutas y verduras en el 86,4%, diabetes mellitus en el 4,7% y abuso del alcohol en el 2,1% de la población encuestada.

CAPÍTULO V

Publicidad y promoción

En defensa del origen y el posicionamiento
del café de Colombia





Durante 2007, las actividades de publicidad y promoción del Café de Colombia como instrumentos de diferenciación y posicionamiento del origen siguieron siendo una de las prioridades de la organización. En primer lugar, se dieron pasos significativos en la estrategia de Denominación de Origen del café colombiano, mediante el registro del Café de Colombia como Indicación Geográfica Protegida en la Unión Europea.

Así mismo, la marca Juan Valdez fue declarada por la Superintendencia de Industria y Comercio como marca *notoria*, concluyendo que se trata de una marca con una altísima capacidad distintiva, por ser claramente relacionada con su origen empresarial, diferenciada y preferida con respecto a otras nuevas marcas de café. Durante 2007 se espera que esta marca le reporte ingresos al Fondo Nacional del Café por concepto de regalías cercanos a los 3,000 millones de pesos.

Por otra parte, se hicieron avances importantes en el manejo estratégico de las marcas, con el lanzamiento de la campaña *Feel Good Factor* en Norteamérica, orientada a las nuevas generaciones de consumidores en el mercado norteamericano, cuyo perfil corresponde a un consumidor más exigente y con mayor acceso e interés a la información detrás del producto.

Los avances en el mercado norteamericano, estuvieron soportados también por la introducción del nuevo esquema de licenciamiento del Logo Café de Colombia, según el cual el uso de este logo se otorga para determinadas marcas en territorios definidos manteniendo el esquema básico del Programa: aprobación de empaques, reporte de ventas y envío de muestras trimestrales.

El presente capítulo recoge las principales actividades realizadas durante el año, haciendo hincapié en los 4 ejes temáticos fundamentales asociados con la defensa del origen, su posicionamiento y su competitividad: Arquitectura Marcaria, Denominación de Origen, Desarrollo

y Protección de la Propiedad Intelectual y Actividades de Publicidad y Promoción

Arquitectura Marcaria

El reconocimiento de la notoriedad de la marca Juan Valdez por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio, en septiembre de 2007, fue sin duda un triunfo más en el manejo estratégico del portafolio marcario de la institucionalidad cafetera. Desde el punto de vista de protección, una marca notoria evitará el riesgo de confusión, de asociación y de dilución. Así mismo, podrá defenderse con mayor fuerza de futuras infracciones de terceros que pretendan aprovecharse de su reputación y se constituirá en un argumento adicional para obtener similares declaratorias en otras partes del mundo.

Entre las consideraciones que tuvo la Superintendencia para hacer este reconocimiento se destaca la existencia del registro de la marca Juan Valdez por varias décadas, la observancia a la marca Juan Valdez durante los últimos 20 años, el gran número de apariciones de la marca en artículos y diversas publicaciones de terceros, y los resultados de encuestas a consumidores en los cuales se evidencia que el reconocimiento de la marca no sólo está limitado a consumidores de café sino también al público en general. Asimismo, la Superintendencia destacó entre sus consideraciones la alta reputación de la marca Juan Valdez en Colombia y en el exterior, su preferencia y distintividad entre las diferentes marcas de café. Sobre este último punto la Superintendencia destacó que el público asocia a Juan Valdez con un claro origen empresarial, en referencia a la Federación, y que este es un importante activo que es además protegido, promovido y utilizado comercialmente por su dueño.

El uso comercial de la marca Juan Valdez también se evidencia por la satisfactoria evolución de los ingresos por regalías que deja la marca

bajo los esquemas de licenciamiento marca producto. En los primeros 9 meses del presente año se facturaron cerca de 1.500 millones de pesos a favor del Fondo Nacional del Café, los cuales provinieron en una gran proporción del uso de Juan Valdez por parte de Procafecol en las Tiendas de Café y de las ventas en los segmentos de grandes superficies e institucional. De esta manera, se espera que los ingresos por regalías al Fondo superen en 2007 los 3.000 millones de pesos, llevando el acumulado de ingresos por este concepto desde el año 2002 a \$5.837 millones.

Vale la pena también destacar que en el curso de 2007 se anunciaron nuevos negocios que expandirán progresivamente las ventas de la marca Juan Valdez en diversos segmentos y regiones. En primer lugar, se comunicó la alianza con *Coca Cola Foodservice* Norteamérica para proveer y distribuir extractos de café bajo la marca Juan Valdez a más de 11.000 establecimientos en Estados Unidos y Canadá, inicialmente. Adicionalmente, Procafecol anunció, luego de obtener las aprobaciones correspondientes, alianzas estratégicas para los mercados de Chile y España con socios que financiarán buena parte de la expansión del concepto de negocio asociado con la marca Juan Valdez en esos mercados.

Dentro del marco del Programa 100% Café de Colombia, el licenciamiento alrededor del mundo del Logo Café de Colombia, como marca ingrediente, se mantuvo activo y para septiembre de 2007 se habían suscrito 26 nuevos contratos. El nuevo esquema de licenciamiento de uso del logo como marca ingrediente se introdujo oficialmente en Norteamérica a más de 80 licenciatarios, cuyos contratos bajo esquema previo de licenciamiento, expiraron en diciembre 31 de 2006. Conjuntamente con la oficina de Nueva York se vienen desarrollando los estudios necesarios para proveer más y mejores servicios a los licenciatarios de este programa, los cuales incluirían un mayor volumen de información sobre el café comprado.

Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas

Durante 2007, se continuó trabajando activamente en la estrategia de defensa del origen, alcanzando uno de los mayores logros de los últimos años, la protección del café de Colombia en la Unión Europea como Indicación Geográfica. El proceso de solicitud que inició en 2005, culminó satisfactoriamente con una ceremonia de ratificación oficial en la sede de la Comisión Europea en Bruselas, el pasado 27 de septiembre de 2007.

Cabe destacar que este estatus solo se alcanzó una vez la Comisión Europea evaluó con el mayor de los rigores la capacidad institucional de la Federación de Cafeteros y las acciones de seguimiento y control de calidad del café de Colombia, encontrando que todos estos factores, además de las características ambientales y humanas, permiten al café de Colombia acceder a este prestigioso reconocimiento. El hecho que esta sea el primer análisis y reconocimiento de este tipo a un producto producido fuera de Europa, implica que detrás de esta juiciosa evaluación hay un explícito voto de confianza y de admiración para los cafeteros colombianos y sus instituciones por parte de la Unión Europea.

Así las cosas, la estrategia de defensa del origen ha logrado que el café de Colombia sea reconocido en Colombia y el resto de países de la Comunidad Andina como Denominación de Origen (DO) y como Indicación Geográfica Protegida - I.G.P, en los 27 países que conforman la Unión Europea contribuyendo así a la protección y comercialización del café colombiano en el mundo. Se espera que estas iniciativas se constituyan adicionalmente en excelentes herramientas para el desarrollo económico de los caficultores y a la diferenciación del origen Colombia.

Desde el punto de vista de la implementación de la Denominación de Origen, el Comité Nacional de Cafeteros aprobó el Reglamento de



Uso de la Denominación en el curso del presente año, lo que permitirá que hacia finales del 2007 se presente dicho reglamento a las autoridades competentes. Evidentemente el compromiso, tanto de usuarios como de los beneficiarios de la DO, para garantizar que los beneficios asociados a la estrategia lleguen a toda la cadena de valor y a los consumidores, será la clave para el éxito de esta estrategia.

Adicionalmente, es importante señalar que se ha trabajado activamente en los estudios técnicos necesarios para consolidar denominaciones regionales. En ese sentido, con el concurso de Cenicafé, Almacafé, abogados y especialistas en la materia se ha avanzado sustancialmente para alcanzar protección a los orígenes de Nariño y Cauca. Para el primero de estos, se espera que a finales del 2007 o comienzos del 2008 se reciban las aprobaciones necesarias para alcanzar este tipo de reconocimientos. Otros orígenes cuyos estudios ya comenzaron incluyen las regiones de Santander y Norte de Santander, Tolima y Huila, y la Sierra Nevada de Santa Marta.

Finalmente, es importante destacar la labor realizada por la Federación en Orlgin, organización mundial de las indicaciones geográficas conformada por productores de más de 30 países de todos los continentes. Desde noviembre de 2006, cuando fue elegida para presidir esta organización, la Federación ha presentado el exitoso caso de Café de Colombia en diferentes seminarios y foros como el Simposio sobre Indicaciones Geográficas realizado en Beijing por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual a mediados del presente año y en otros escenarios en Norte, Centro y Sudamérica.

Desarrollo y Protección de la Propiedad Intelectual de los cafeteros colombianos

Durante 2007 se continuó con las actividades de capacitación en temas de propiedad industrial y derechos de autor y se desarrollaron nue-

vos manuales institucionales relacionados con la protección de nuevos desarrollos y transferencia de tecnología. Todo lo anterior, con el fin último de proteger y defender la competitividad de la caficultura colombiana a través de la identificación y defensa de sus activos de propiedad intelectual.

Algunos de los mayores logros en lo corrido del presente año, en el campo de la propiedad intelectual son los siguientes:

En primer lugar, es importante mencionar que la expansión del portafolio marcario - que supera los 1.500 registros alrededor del mundo y el éxito de los diferentes negocios asociados con el uso de las marcas del Fondo Nacional del Café, generó la necesidad de consolidar y centralizar los procesos de administración de este importante patrimonio. Es así, como después de evaluar las diferentes opciones, la Federación decidió licenciar los programas de software especializados para manejar directamente el portafolio de propiedad industrial, estableciendo relaciones directas con compañías de abogados especializadas alrededor del mundo.

Así mismo, en el campo de la detección y combate de infracciones de uso de marcas asociadas con el café colombiano, la Federación estuvo especialmente activa. Durante el presente año se enviaron decenas de cartas de reclamo a establecimientos de venta de artesanías que utilizaban el Logo de Café de Colombia sin la debida autorización y se llegó a los respectivos acuerdos de compromiso para evitar futuras infracciones. También se emprendieron las acciones necesarias para evitar el uso no autorizado del logo como distintivo comercial por parte establecimientos comerciales localizados tanto en las grandes ciudades como en ciudades intermedias, como por ejemplo Sogamoso en Boyacá.

Un éxito significativo para los caficultores colombianos en el exterior fue la firma del contrato de transacción con una sociedad italiana, en el cual se acordó agotar y retirar

todos los avisos comerciales y mercancías en las que las marcas Café de Colombia y Juan Valdez estaban presentes en ese país. El compromiso se suscribió para más de 40 tiendas existentes en Italia. De igual forma, en la revisión y verificación del mercado español, la Federación adelantó las diligencias judiciales pertinentes en ese país que culminaron en un acuerdo de transacción con la firma Cafés El Trópico en España.

Por otra parte, se obtuvieron también fallos a favor, ante intentos de registros marcarios por parte de terceros tales como los registros del Logo Café de Colombia en la República de China para promocionar servicios de cafetería, la marca «Timana Relationship Coffee», «Colombian Secret» en Benelux, «Colombian Connection» En Estados Unidos, «Hacienda Juan Valdez», «Juan Café», «Nariño Mountain» y «Café Toledo», entre otros.

En el tema de registro de dominios, se logró entre otros la cancelación y/o la transferencia de la propiedad de los dominios a favor del Fondo Nacional del Café de:

www.juanvaldezonline.org, www.juanvaldezonline.net,
www.juanvaldezonline.biz, www.juanvaldezonline.com,
www.juanvaldezonline.us, www.cajuanvaldez.com,
www.buen-dia.com, www.colombiancoffeebeans.com

En el campo de los derechos de autor, es conveniente destacar que por primera vez en la historia de la organización se registró tanto la marca como el software denominado CREFT. Este desarrollo de Cenicafé, con el concurso del Ministerio de Agricultura y otros proveedores de información, permite estimar la captura equivalente de carbono de diferentes especies que se cultivan en el trópico. Este último proceso se realizó bajo el procedimiento de registros de derecho de autor, y permite apalancar diversos proyectos en el área de mercadeo y servicios ambientales.

En lo que tiene que ver con patentes, se trabajó activamente con el apoyo permanente de Cenicafé en diferentes solicitudes. Así, a finali-

zar 2007 se espera radicar al menos 6 nuevas solicitudes de patente en Colombia y en el exterior. Este será el primer paso en la consolidación de la estrategia de protección para futuros desarrollos al interior de la organización. Cabe mencionar que el proyecto asociado con el genoma del café, de la broca y del hongo *Beauveria bassiana* ha comenzado a dar frutos concretos en el campo del patentamiento, registrándose en noviembre de 2007 la primera solicitud de patentamiento asociada con una enzima presente en el tracto digestivo de la broca del café.

Otros avances innovadores están asociados con instrumentos de medición de humedad y desarrollos que aumentan la productividad de la recolección.

Publicidad y Promoción

La promoción generada por el crecimiento de los negocios de valor agregado, la expansión de las Tiendas Juan Valdez y la incursión en nuevos canales de negocio de Procafecol en Colombia, Estados Unidos, la Península Ibérica y algunos países de Latinoamérica, continuaron generando una publicidad favorable al café de Colombia y en general, a todo el portafolio de marcas asociado con nuestro grano.

Más de 800 millones de consumidores han sido expuestos a las marcas y la calidad del café de Colombia gracias a la estrategia de valor agregado.

Para septiembre de 2007, la marca Juan Valdez había incursionado en el canal Institucional y en Grandes Superficies con presentaciones tan variadas como los RTD (bebidas listas para consumir), máquinas vending y café liofilizado. Al tiempo, se abrieron alrededor de 40 nuevas tiendas Juan Valdez en Colombia, así como otras en Estados Unidos y en España

Por otra parte, como uno de los grandes logros del 2007 en términos de promoción, es impor-



tante destacar la alianza estratégica entre la Federación Nacional de Cafeteros y la aerolínea Avianca para promocionar el café de Colombia y la imagen de Juan Valdez en los vuelos nacionales e internacionales de dicha aerolínea. Esta alianza, que se consolidó en junio de 2007 con un evento de lanzamiento en uno de los hangares de Avianca bajo el concepto: «Para llegar al cielo hay que ser muy bueno en la tierra», permitirá promocionar al país en el exterior y será importante en la tarea de posicionar el portafolio de productos Juan Valdez y de generar así mayores ingresos para las familias caficultoras. Se espera que en una primera etapa, dos Boeing 757, un 767 y un McDonnell Douglas MD-83, lleven la imagen de los cafeteros colombianos junto con la marca Juan Valdez en ambos lados del avión.

Ya se discuten las posibilidades de ampliarse a otras aeronaves en el futuro y la inclusión del

logo de café de Colombia y/o de otras marcas del portafolio marcario.

Continuando con la estrategia de comunicación integral y el esfuerzo realizado por la actual Administración para establecer un vínculo más cercano con el consumidor a través de sus marcas, en 2007 se lanzó en Norteamérica la campaña publicitaria *The Feel Good Factor* («El Factor de Sentirse Bien»). La nueva campaña, busca fortalecer el posicionamiento y percepción del café de Colombia y su portafolio de marcas, a través de una estrategia moderna, activa y en línea con las prioridades de consumo de aquellos que prefieren sólo lo mejor y que apoye a los licenciarios de las marcas asociadas con el café colombiano.

Enfocada principalmente a nuevas generaciones de consumidores, la campaña espera revitalizar el vínculo entre el «100% Café de



Colombia» y una experiencia 100% agradable, a través de medios tradicionales, medios electrónicos y medios impresos asociados con los intereses de los consumidores más jóvenes de los Estados Unidos.

A la fecha, el café de Colombia ha tenido exposición en 20 ediciones impresas de las revistas más importantes de celebridades, moda y comida gourmet de Estados Unidos con más de 100 millones de impresiones. Las publicaciones vinculadas a la campaña fueron:

- a. **People Magazine**, una de las revistas de farándula más leídas en Estados Unidos, con un amplio impacto en el grupo demográfico objetivo de la campaña. En este convenio se patrocinó «The Feel Good Factor» con ejemplos de estilo impreso con los cuales se alcanzaron cerca de 126 millones de impresiones de las ediciones de esta revista con la publicidad de la campaña. Adicionalmente, se logró patrocinio con la colocación de los videos de los comerciales de televisión en su página web.
- b. **US Weekly Magazine**, enfocada en la cultura pop. Su mercado objetivo son mujeres que quieren estar informadas de la vida de las celebridades y eventos importantes tales como the Hot Hollywood Party, famosa fiesta que realiza *US Weekly* cada semestre con el fin de reunir a las celebridades y hacer un despliegue en su revista. La publicidad de «100% Café de Colombia» apareció impresa en las revistas alcanzado más de 84 millones de impresiones. Adicionalmente, se colocaron *banners* de la campaña en la página de Internet www.usmagazine.com y hubo un gran despliegue publicitario gracias a la aparición de Juan Valdez en el Hot Hollywood Party con un acompañante, el cual fue elegido mediante una votación en Internet en la cual participaron más de 9 mil personas.
- c. **InStyle**: Revista enfocada a mujeres sofisticadas que quieren estar enteradas de

las últimas tendencias de la moda. La publicidad de «The Feel Good Factor» fue vista por 30 millones de lectoras de la revista.

- d. **Gourmet**: Enfocada a los amantes de la buena mesa y los cafés selectos. Más de 25 millones de lectores tuvieron contacto con la publicidad del «100% Café de Colombia».

Adicionalmente, el Café de Colombia contó con una amplia participación en los premios *Emmy*, uno de las más importantes eventos de la televisión en Estados Unidos. Los asistentes a la recepción de los nominados a los *Emmy's* y a la fiesta posterior a la premiación pudieron disfrutar de «100% Café de Colombia» y ver la publicidad en el stand.

Se realizaron también, promociones de radio en 6 mercados de EE.UU. y 2 comerciales de televisión, los cuales fueron transmitidos 300 veces por los canales *E!*, *Bravo* y sindicados en *Inside Edition* y vistos por más de 30 millones de personas. Así mismo, los asistentes a la recepción de los nominados a los *Emmy's* y a la fiesta posterior a la premiación, pudieron disfrutar del «100% Café de Colombia» y ver la publicidad en el stand.

De otra parte, durante el 2007 se continuó el patrocinio al golfista colombiano Camilo Villegas, quien ha conseguido impactar significativamente a los fanáticos del golf y a las nuevas generaciones. El golfista, ha aparecido en medios de comunicación tan importantes como *Sports Illustrated*, *Yahoo! Sports*, the *Boston Herald*, the *Boston Globe*, the *Providence Journal*, *USA Today*, *Chunichi Sports*, *Sports Nippon*, *Sports Hochi*, *World Golf News*, the *Washington Post*, *CBS Sports*, *ESPN*, entre otros, dándole una amplia exposición al logo Café de Colombia en el mundo y reportando un invaluable número de impresiones asociadas con un personaje reconocido entre los consumidores de mayores ingresos en el mundo.

Así mismo, es importante destacar la realización de un video sobre la caficultura colombiana por



parte del reconocido canal internacional Travel Channel, en asocio con CNN. Con una duración de cinco minutos, este video podrá ser visto dos veces por Travel Channel y 48 veces al inicio del programa Headline News que se transmite por CNN.

En el transcurso del año, también se llevaron a cabo actividades para fomentar el uso de café de Colombia en Asia. En este sentido, se desarrollaron promociones conjuntas con la industria con el objetivo final de impulsar marcas 100% café de Colombia y aprovechar los canales de distribución, mercadeo y desarrollo de productos con los que cuentan los clientes. Entre las compañías y tostadoras líderes en el mercado y participantes de los diferentes programas de promoción del café de Colombia se encuentran, Art Coffee, UCC, Mitsumoto Coffee, Unicafe, Brook's, Capital, Saza Coffee, Kohi Kan y MC Foods.

Adicionalmente se contó con la presencia del café colombiano en la feria Foodex 2007 en Tokio que permitió que el 32% de los 95.719 visitantes tomaran café de Colombia. Además de la tradicional degustación y exposición de marcas colombianas, se recordó el mensaje de la conmemoración de los 80 años de la Federación Nacional de Cafeteros. Otras promociones que han contribuido al posicionamiento y las ventas del café colombiano para destacar son las siguientes:

- **Tren bala EJR:** servicio de 100% café orgánico colombiano en 5 líneas del tren bala con 12 millones de pasajeros al año.
- **Tren bala TOKAIDO:** en el verano se extendió el servicio de café orgánico de Colombia en tres líneas del tren bala Tokaido, que conecta a Tokio con Yokohama, Shizuoka, Nagoya, Kyoto y Osaka, con aproximadamente 140 millones de pasajeros al año.
- **VA Cup 2007:** reforzamiento de la campaña de 100% café de Colombia mediante un concurso para el diseño de tazas con la par-

ticipación de reconocidos artistas japoneses.

- **Bolsa de granos de Tokio:** en septiembre se realizó degustación de café colombiano en el seminario de futuros, organizado por la Bolsa de Granos de Tokio.
- **Campaña de invierno:** con Sapporo Ueshima Coffee, se mantuvo promoción en las cadenas de tiendas de la compañía y almacenes de departamento. La FNC participó en el Festival de Invierno que reúne a más de dos millones de turistas. Se tuvo una escultura en hielo con el logo de café de Colombia y una cabaña con degustación permanente de café Emerald Mountain.
- **Aerolínea Sky Net:** se contó el servicio exclusivo dentro de la aerolínea con café Emerald Mountain. Esta compañía es ope-



radora de vuelos locales, con un volumen de pasajeros de aproximadamente un millón al año.

- **Cadena de cafeterías:** con Travel Café se adelantó la promoción con Emerald Mountain en 10 cafeterías de Tokio.
- **Bazar latinoamericano:** Programa organizado por las delegaciones diplomáticas de los países latinoamericanos. Se tuvo un stand para promoción y degustación de café Emerald Mountain para cinco mil visitantes.
- **Torneo de golf Emerald Mountain:** dirigido a los almacenes de departamento y supermercados que distribuyen Emerald Mountain. Contó con 26 participantes en el evento de otoño.

En lo que se refiere a actividades de promoción y publicidad de Europa, cabe destacar la primera visita de Juan Valdez a Rusia a comienzos del año. Aprovechando la visita simultánea del

Gerente General, se desarrolló un activo programa en los medios de comunicación rusos que permitió promover el café colombiano en este importante mercado, y de paso apoyar las marcas 100% colombiano ya existentes.

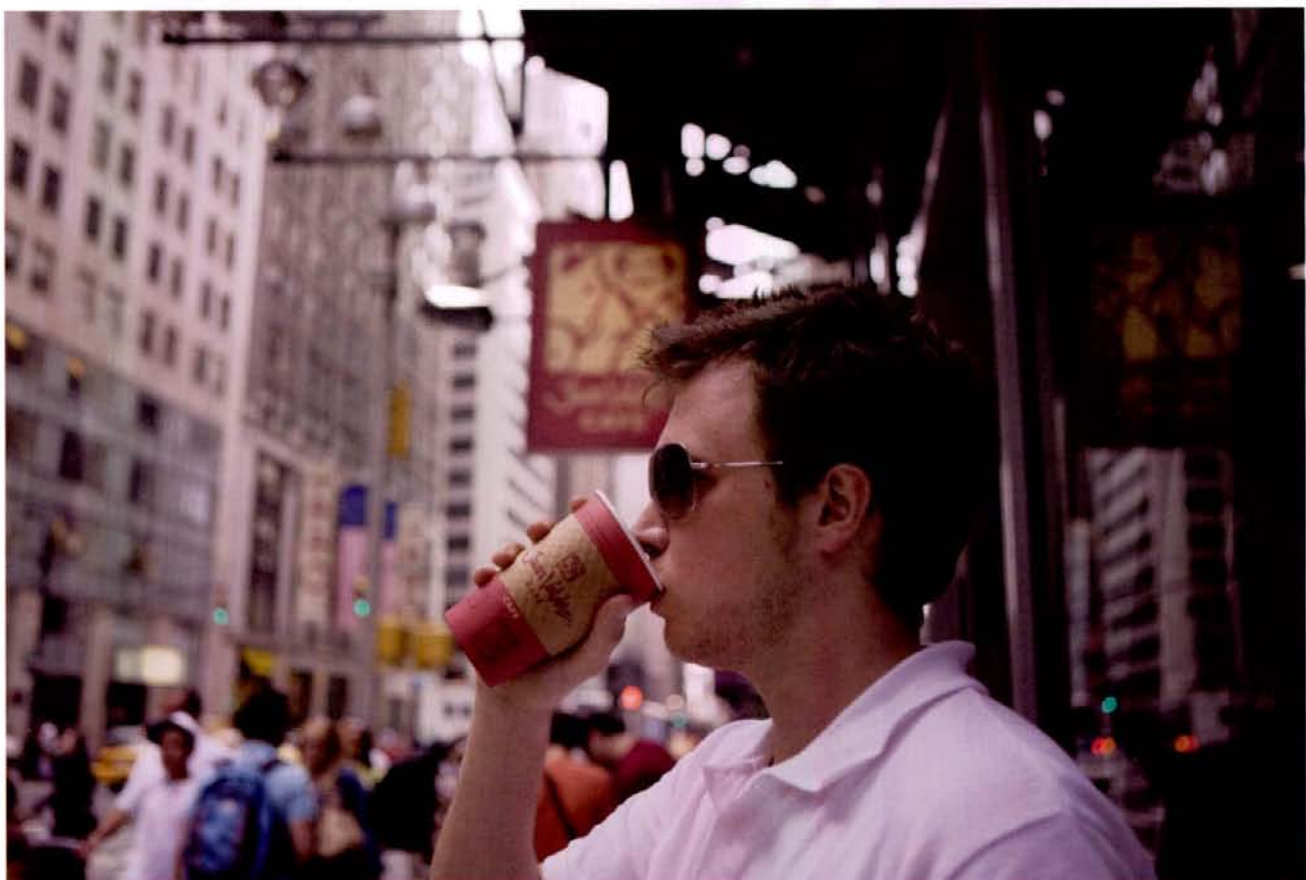
Así mismo, es importante destacar la visita, por primera vez, de 20 miembros de la Asociación de Cafés Especiales de Europa (SCAE) a Colombia. Hubo representaciones de 8 países, y se contó con la participación activa de los diferentes compradores de cafés especiales en Europa, incluyendo al Sr. Colin Smith, Presidente de la SCAE.

Se visitaron los departamentos de Santander, Caldas y Quindío. Igualmente, las instalaciones portuarias en Cartagena y la Fábrica de Liofilizado. De los testimonios y notas de agradecimiento se evidencia que fue un viaje que superó las expectativas y que transmitió una imagen muy positiva de la Colombia cafetera. Adicionalmente, los miembros de la SCAE llamaron la atención sobre el rol activo de la Federación en las regiones entre otros temas.

CAPÍTULO VI

Valor agregado

Del árbol a la taza





El mercado mundial cafetero ha enfrentado numerosos cambios durante las dos últimas décadas. Hoy, los consumidores buscan alternativas innovadoras por las que deben pagar un mayor valor, del cual los productores reciben cada vez una menor proporción. Por esta razón, el gremio ha desarrollado desde 2002 un nuevo modelo de negocios para el café de Colombia dirigido a la generación de un mayor valor para el caficultor. Específicamente las diversas iniciativas aplicadas buscan penetrar los nuevos nichos y segmentos del mercado con el fin de aumentar los ingresos para los caficultores y apoyar el posicionamiento del café colombiano.

Estas estrategias, como ha sido mencionado en anteriores informes, van desde los ya conocidos proyectos de cafés especiales, la producción de café liofilizado y las iniciativas de Procafecol en los segmentos de Tiendas, Institucional y Grandes Superficies, hasta prácticas más innovadoras como el programa de ventas conocido como VMI/VMD *Vendor Managed Inventory/Delivery*, el cual permite

avanzar en la cadena de suministro de café hasta su entrega directa en la fábrica del cliente.

Actualmente, los resultados y la dinámica de esta estrategia han sido más que satisfactorios. A 2007, más del 70% del café exportado por la institucionalidad recibe algún tipo de valor agregado. En tal sentido, la Figura 1 muestra cómo el volumen de ventas con valor adicional al café verde estándar creció un 96% desde 2002. Es así, que se pasó de exportar 975 mil sacos de 60 kilos en 2002 a 1,9 millones de sacos con valor adicional en 2007.

Este volumen de ventas de café representa en términos de valor ingresos adicionales por US\$ 81 millones, con un crecimiento del 111% con respecto a 2002, tal como se observa en la Figura 2.

En estos cálculos de valor agregado, es importante destacar durante 2007 el indicador fue modificado para incluir el café vendido bajo el programa de ventas *Vendor Managed Inventory / Delivery*. Este esquema, que inició en 2005 y





que desde entonces ha tenido un crecimiento considerable, consiste en el servicio de entregas programadas que satisface las necesidades del cliente generando un mayor valor agregado mediante entregas «Justo a Tiempo». El eficiente contacto con las fuentes de aprovisionamiento y la operación logística interna y externa, permite el adecuado manejo de inventarios en destino.

Sin duda, estos resultados son producto de un esfuerzo colectivo que involucra tanto a los caficultores como a la institucionalidad cafetera. Hacia el futuro, y si bien la labor logística y la operación de café verde estándar seguirán siendo claves para el consolidado de la caficultura, es claro que es necesario fortalecer la presencia de los caficultores de Colombia en los segmentos de mayor valorización y crecimiento del mercado mundial. Esta estrategia demandará el mayor grado de innovación de tal forma que el productor reciba cada vez mayores ingresos por su café.

Programa de Cafés Especiales

Los cafés especiales, desde el punto de vista del consumidor, pueden ser definidos en términos de calidad, variedad, empaque, preparación de la bebida, certificaciones, o simplemente como el resultado de una estrategia de mercadeo. Por esta razón, el tamaño del mercado de cafés especiales no está claramente determinado. Para la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los cafés especiales son aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles y por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden en un mayor bienestar de los productores.

Sobre el mercado de estos cafés, algunos analistas estiman que representa aproximadamente el 10% del consumo mundial, es decir alrededor de 12 millones de sacos de 60 kilos. Dicho consumo ha registrado un crecimiento muy importante en los últimos años, el cual se



explica fundamentalmente por las siguientes razones:

- Alta calidad, lo cual ha permitido vincular más personas al consumo del café, especialmente a los jóvenes.
- Nuevas preparaciones (espresso, capuchino, *latte*, fríos, nevados, con licor, saborizados, etc.).
- Desarrollo de equipos que facilitan la preparación de la bebida y garantizan su calidad (pods, cápsulas, etc).
- Desarrollo de sistemas de empaque que preservan la calidad del café por largos períodos (empaques al vacío, empaques con válvulas, empaques con gas inerte a presión, empaques que permiten el consumo inmediato «*Ready to Drink*», etc.).
- Desarrollo de cafés asociados a conceptos como la sensibilidad del medio ambiente, la salud, la responsabilidad social o la equidad económica.
- Nuevos canales de distribución como las tiendas de café, las tiendas de conveniencia y las máquinas dispensadoras.

Los cafés especiales colombianos se agrupan en las siguientes categorías: i) Cafés de Origen, los cuales se caracterizan por su alta calidad, y cuya estrategia de mercadeo está asociada al lugar en donde se producen; ii) Cafés Sostenibles, cafés de alta calidad que se producen y se mercadean con prácticas asociadas a los conceptos de sensibilidad por el medio ambiente, responsabilidad social o equidad económica y iii) Cafés de Preparación, aquellos de alta calidad cuya estrategia de mercadeo está asociada exclusivamente a la preparación o al perfil de taza del café.

Desde 2002, la Federación ha desarrollado su estrategia de valor agregado, con el propósito de lograr un mayor valor para el productor. Esta estrategia incluyó el Programa de Cafés Especiales, en el cual está comprometida toda la institucionalidad cafetera.

Las exportaciones de cafés especiales continúan registrando una tendencia bastante positiva, al pasar de un poco más de 200.000 sacos de 60 kilos en 2002 a 758.000 sacos proyectados para finales de 2007, tal como se observa en la Figura 3. Los principales destinos de los cafés especiales exportados son Japón y Estados Unidos



y en menor proporción Canadá, Suiza, Bélgica, Italia, Reino Unido, Suecia y Finlandia.

Este incremento en las exportaciones de cafés especiales se sustenta principalmente en la dinámica presentada durante los últimos tres años en el segmento de los cafés sostenibles con un crecimiento del 644% entre el 2005 y 2007, mientras que los cafés de preparación disminuyeron en ese mismo período un 16%, tal como se observa en el Cuadro 1.

Es importante resaltar el crecimiento de las exportaciones de cafés sostenibles, las cuales superarán durante el presente año los 270.000 sacos de 60 kilos de café verde, en sus diferentes tipos: Orgánicos, Rainforest Alliance, Utz Certified y Comercio Justo. Este crecimiento ha ubicado a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como líder mundial en la producción y comercialización de cafés sostenibles.

Por otra parte, los cafés especiales han generado un valor adicional sustancialmente mayor al café estándar, que ha venido creciendo durante los últimos años ¹. Tal como se presenta en la Figura 4, el valor agregado generado por el programa de cafés especiales de la Federación para el 2007 se estima en US\$ 15,3 millones de dólares, que comparado con los US\$ 9,1 millones de dólares de 2003, representan un incremento del 68%. Al cierre de septiembre de 2007, se han pagado en las distintas regiones del país, sobrepagos por \$30.753 millo-

nes y reliquidaciones o pagos finales por \$2.530 millones, trasladándose a los productores prácticamente la totalidad de los diferenciales obtenidos en la comercialización.

Dentro de la estrategia de cafés especiales, es importante destacar además la apertura de nuevos mercados. Si bien los principales destinos de los cafés especiales de la Federación Nacional de Cafeteros son Japón, Estados Unidos y Europa, durante 2007 se logró cerrar negocios con clientes nuevos y se afianzaron las relaciones comerciales con otros clientes de cafés sostenibles certificados, como fue el caso de Nespresso, Kraft, Ejrt-Japón, Decotrade, RGC y Complete Coffee.

Además y con el fin de posicionar una imagen positiva entre los clientes, se continuó trabajando en el mejoramiento de aspectos logísticos, tales como:

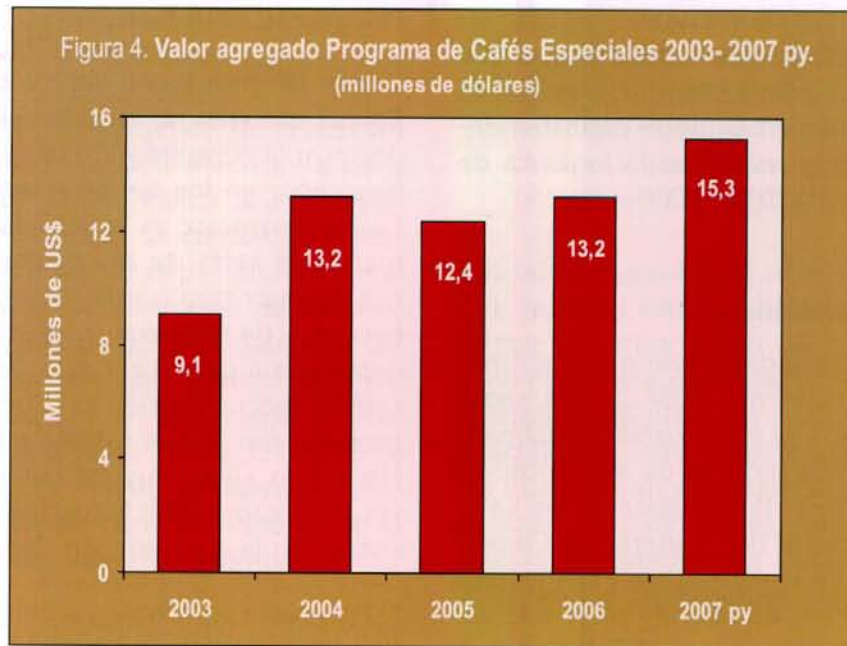
- *Mejora de indicadores de cumplimiento:* la entrega de embarques se lleva a cabo dentro de los meses inicialmente pactados con los clientes.
- *Mejora del proceso logístico y comunicación con los clientes:* se optimizó el proceso logístico principalmente, en cuanto a las solicitudes de marcación de empaques, instrucciones de embarque, nominaciones de líneas navieras, instrucciones bancarias, etc.

Cuadro 1. Exportaciones Cafés Especiales 2002 a 2007

Sacos de 60 Kg.

	Origen	Sostenible	Preparación	Acumulado
2002	58.205	4.649	146.531	209.385
2003	103.527	3.133	436.264	542.923
2004	124.659	8.220	543.679	676.558
2005	104.691	43.149	468.178	616.018
2006	108.224	155.254	450.190	713.668
2007	85.337	277.751	395.343	758.430

1. El valor adicional se define como la diferencia entre el diferencial de venta de un café estándar (UGQ) y un café especial.



- *Creación y aplicación del catálogo de marcación de empaques:* con esta práctica se redujeron completamente las reclamaciones de clientes por errores en la marcación de empaques de cafés sostenibles.
- *Calidad:* se tomaron medidas para mantener la calidad de los cafés a exportar, tales como trasladar los cafés de programas con ciclos de cosecha concentrados a bodegas que permitieran su conservación, lo que permitió abastecer clientes en épocas distintas a las de cosecha.

Acopio del café, organización de las comunidades y transferencia de sobreprecio

Durante 2007 se consolidaron 90 programas de Cafés Especiales distribuidos en la totalidad de departamentos cafeteros del país y se definió un cupo de compra total de aproximadamente 80 millones de kilos de café pergamino seco para abastecer los programas de exportación. Las bonificaciones iniciales para el acopio de cafés de alta calidad que ingresan por las líneas de compras de cafés especiales osci-

laron entre \$15.000 y \$125.000 por carga de 125 kilos de café pergamino seco.

Es de anotar, que mientras a septiembre de 2006 se pagaron sobreprecios en promedio de \$52.136 pesos por carga de 125 kilos de café pergamino seco, durante el mismo período del presente año se ha pagado en promedio la suma de \$65.484, trasladando a los productores la suma agregada de \$30.753 millones de pesos.

Así mismo, es importante señalar que en el transcurso de 2007 se ha logrado consolidar la certificación de más de 34.000 fincas en programas sostenibles como FLO, Nespresso AAA, Rainforest Alliance, Utz Certified y Orgánico. Actualmente, se puede afirmar que prácticamente todos los departamentos cafeteros del país cuentan con programas de caficultura sostenible.

Para resaltar el concepto de transparencia del Programa de Cafés Especiales, durante 2007 se llevaron a cabo diferentes reuniones para presentar a comunidades cafeteras los informes de resultados de cada programa. Se efectuaron reliquidaciones de café especial, con las cuales

se logró trasladar el diferencial de venta de las exportaciones a cada uno de los caficultores que participaron del programa. De igual manera, se realizaron reuniones en algunos departamentos para concertar y coordinar la logística de acopio de la cosecha 2007-2008.

Programa de trazabilidad

El sistema de trazabilidad tiene implicaciones muy importantes en términos de calidad, seguridad y prevención, y se basa fundamentalmente en la aplicación de técnicas de identificación que permitan rastrear la procedencia del café. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ha sido pionera en esta materia y desde hace varios años ha venido trabajando en el establecimiento de un sistema de trazabilidad, con el fin de cumplir las exigencias de los clientes más importantes en todo el mundo.

Se ha logrado avanzar en este tema y hoy se cuenta con tecnología RFID (siglas de *Radio Frequency Identification*, en español Identificación por Radiofrecuencia) cuyo proyecto piloto se llevó a cabo en el departamento del Cauca y actualmente es aplicado por el programa AAA de Nespresso.

El sistema de trazabilidad se soporta en el SysTrack, una especie de supermercado de donde se toma de manera automática la información que es relevante para un cliente en particular y, con la cual se prepara a su medida el BeanTrack, que es la información organizada que este cliente podrá consultar a través de Internet.

El SysTrack contiene información que proviene del Sistema de Información Cafetera SICA, en donde se puede encontrar información detallada de las fincas y de los caficultores; del sistema SAP que contiene toda la información institucional de la Federación y de Almacafé; de los sistemas de información de las Cooperativas de Caficultores y de cualquier otro sistema de información que se considere importante para preparar el BeanTrack para los clientes.

Programa AAA Nespresso

Como un gran logro dentro del Programa de Cafés Especiales de la Federación, vale la pena destacar la consolidación del programa AAA de Nespresso en los departamentos de Nariño y Cauca. Nespresso es la empresa líder en el segmento de cafés de alta calidad en preparaciones taza por taza (*single serve* en inglés), quien hace más de tres años emprendió un programa destinado a garantizar que los productores de café de todo el mundo se beneficien de su compromiso con la alta calidad y la sostenibilidad. Nespresso elige muy cuidadosamente los países productores que le suministran el café y que entran en la composición de sus mezclas.

El Programa AAA trata de consolidar su capacidad de evaluación de la alta calidad sostenible en el cultivo y en el beneficio, así como de mejorar el seguimiento del origen del café. Para esto ha desarrollado una herramienta de evaluación de la calidad sostenible, denominada TASQ (*Tool Assessment Sustainable Of Highest Quality*), el primer programa de evaluación de plantaciones que integra la calidad y la sostenibilidad. El Programa AAA busca mejorar el seguimiento al origen del café (trazabilidad), aspecto que resulta ser de suma importancia para Nespresso. De esta manera, se tienen plenamente identificados los productores del programa, cuya información proviene de la base de datos SICA.

En la actualidad, se cuenta con un total de 3.839 fincas certificadas con el sello AAA de Nespresso y una oferta de 35.000 sacos de 70 kilos de café verde. A través de este programa se ha logrado trasladar a los productores de estos dos departamentos un sobreprecio en promedio de \$111.754 por carga de café de 125 kilos.

Programas de promoción

Durante este período se llevaron a cabo diferentes actividades de promoción de los cafés especiales, dentro de las cuales se destacan la



participación en las ferias de cafés especiales de Japón, Europa y Norteamérica.

Durante 2007 y con el objetivo de incentivar mejores precios en la subasta electrónica de la Taza de la Excelencia, se realizó una sola versión de esta competencia. Se contó con la participación de 401 lotes de departamentos con cosecha principal entre los meses de noviembre de 2007 y enero de 2008. El ganador del concurso fue el señor Isaías Cantillo Ossa del Municipio de Suaza en el departamento del Huila. El Sr. Cantillo obtuvo un precio récord de venta de US\$19.20 por libra, considerado como el precio más alto en toda la historia de la comercialización del café de Colombia.

Durante 2007, se realizó la sexta versión del «Premio a la Calidad del Café para Espresso en Colombia», el cual fue propuesto por la sociedad italiana Illycaffè, para estimular a los cultivadores de café de Colombia a producir una mejor calidad del café para la preparación de espresso. Para esta versión del concurso, se utilizó una estrategia encaminada a consolidar unos volúmenes de ventas permanentes cada año, manteniendo el concurso como estímulo a los caficultores que producen con calidad.

Para lograr este objetivo, durante el presente año se llevaron a cabo una serie de actividades, entre las cuales vale la pena anotar:

- Realización de un diagnóstico para determinar las causas que deterioran la calidad del café requerido por Illycaffè.
- Realización de talleres dirigidos a los analistas de calidades y al servicio de extensión.
- Definición de las cantidades de café que cada grupo entregaría al programa.
- Acopio del café bajo un protocolo establecido por Illycaffè.
- Seguimiento permanente a las actividades con la presencia de un representante de esta

firma, quien recorrió los departamentos seleccionados capacitando y acompañando al servicio de extensión, las cooperativas de caficultores, Almacafé y los grupos de productores que tienen el potencial para ser proveedores de Illycaffè.

Los buenos resultados obtenidos en el Programa de Cafés Especiales de la Federación, obedecen al compromiso de los caficultores de Colombia para producir un café de excelente calidad y con prácticas sostenibles; al compromiso de los clientes nacionales e internacionales que valoran esta calidad y el esfuerzo que realizan los caficultores colombianos y al trabajo comprometido de todas las personas que integran las instituciones cafeteras.

Fábrica de Café Liofilizado

A finalizar septiembre, la producción de café liofilizado ascendió a 4.982 toneladas. De esta producción el 89% corresponde a procesamiento de pasillas y consumos, el 7,5% a café descafeinado y el 3,5% a cafés orgánicos y/o fair trade. Adicionalmente, se han prestado servicios de maquila de liofilización y bajo esta modalidad se han procesado 104 toneladas.

Al finalizar el año, se estima una producción de 6.783 toneladas y 204 toneladas adicionales de maquila de liofilización; se consumirán 19.332 toneladas de café verde, equivalentes a 322.200 sacos de 60 Kg. Es importante destacar, la utilización de cerca de 800 toneladas de cisco durante el año, las cuales fueron recibidas por parte de Almacafé y que han representado ahorros por \$115 millones por concepto de consumo de gas natural.

La producción entregada a bodega será levemente inferior a la de 2006, la cual ascendió a 7.055 toneladas, lo cual se explica por el inventario de producto terminado disponible al cierre de año (1.200 toneladas). Al cierre del ejercicio se estima que el inventario final será de 400 toneladas.

Con respecto a las ventas, al concluir el año se estima un cierre de ventas de 7.243 toneladas, lo que representa un incremento del 13% con relación a 2006. De este total, el mercado nacional ocupa el 3% de las ventas estimadas, con 208 toneladas, mientras que el restante 97% están dirigidas al mercado externo. A septiembre, las ventas representaron ingresos por valor de US\$ 59 millones y se espera que al cierre del año los ingresos alcancen los US\$ 79 millones por exportaciones y \$7.431 millones por ventas nacionales.

En cuanto a los principales clientes, el mercado europeo demanda el 64%, en el cual se destaca la reactivación del mercado de Europa Oriental, uno de los focos estratégicos para el crecimiento de las ventas, no sólo por el potencial de los clientes actuales sino también por el crecimiento del mercado de café soluble en dicha región. El segundo mercado de importancia para la Fábrica corresponde al norteamericano seguido por Asia y el Pacífico, tal como se observa en el Cuadro 2.

Es importante destacar la estrategia de fortalecimiento de proyectos con cafés especiales, la cual ofrece a los clientes café liofilizado Fair Trade, Orgánico, Fair Trade + Orgánico, de Origen y Rainforest. Así, en lo corrido del año se han comercializado 159 toneladas de estos cafés.

Adicionalmente, el área de Investigación y Desarrollo se ha focalizado en diseñar productos orientados a las preferencias puntuales de los consumidores en cada mercado y de esta manera apoyar el crecimiento de los clientes con una mayor oferta de productos y materiales de empaque.

Desarrollo de Proyectos de Marca

Se han desarrollado estrategias comerciales para mantener los proyectos de marca Buendía® en los mercados de Ecuador, Colombia y el Reino Unido, con un buen desempeño en nivel de ventas y fidelidad a la marca. Adicionalmente, se inició la comercialización de café liofilizado marca Buendía by Juan Valdez® en los mercados de los Estados Unidos y El Salvador. En ambos proyectos Procafecol participa como comercializador.

El diseño y desarrollo de la marca Buendía by Juan Valdez® tiene como objetivo orientar todos los esfuerzos y recursos hacia una misma visión estratégica y de esta manera dar un norte a los proyectos de valor agregado. Adicionalmente, se pretende consolidar la marca Buendía® haciendo uso del camino ya recorrido por la marca Juan Valdez®. A finales de 2007 se estima un cierre de ventas en ambas marcas de 405 toneladas.

Cuadro 2. Distribución de ventas de la Fábrica 2007py

Mercado	Toneladas	%
Europa	4.657	64
Norteamérica	1.737	24
Asia y Pacífico	411	6
Colombia	208	3
Centro y Sur América	171	2
Africa y Oriente Medio	59	1
TOTAL	7.243	100



Proyectos Estratégicos

Teniendo en cuenta el incremento de la capacidad instalada, lo cual permitirá fortalecer aún más la oferta de productos y flexibilizar el volumen de producción, se diseñaron las siguientes estrategias comerciales:

- Para aquellos mercados donde las barreras arancelarias limitan las oportunidades de ingresar con productos empacados, se consolidarán acuerdos comerciales con clientes para permitirles el uso del logo café de Colombia. Con la certificación de origen del café colombiano para la Unión Europea, toma mayor relevancia el origen café 100% colombiano y esto se evidencia cuando los clientes encuentran en la promesa de venta el logo de café de Colombia y lo califican como un diferenciador de la competencia.
- Alianzas estratégicas con empacadores. Estos proyectos buscan ofrecer al cliente final, café 100% colombiano como producto premium, resaltando el origen de la materia prima. Entre ellos se encuentran los productos empacados directamente en fábrica, que han permitido la consolidación de relaciones comerciales con grandes cadenas como Walmart, Sams, Carrefour.
- Se desarrolla una nueva línea de negocio orientada a ofrecer servicio de maquila del

proceso de liofilización, permitiendo de esta manera incrementar los ingresos y utilizar nuestra capacidad instalada.

- De otro lado se desarrolló alianza estratégica con Ogawa, empresa japonesa comercializadora de extracto concentrado congelado, como insumo a los grandes productores de bebidas *ready to drink*. Con el fin de satisfacer dicho mercado se han realizado ajustes a la calidad del producto y al empaque.

Calidad del Producto

En junio del presente año la Fábrica de Café Liofilizado obtuvo la certificación de Cadena de Custodia «Rainforest Alliance» (Certificación de la Red de Agricultura Sostenible). Las ventas de café en el mundo muestran tendencias de aumento de consumo de aquellos productos que tienen como valor agregado la responsabilidad social y la sostenibilidad del medio ambiente, de ahí la importancia de esta certificación.

Así mismo, se realizó un estudio de aromas en café tostado y café soluble para determinar la optimización de la parte aromática en las diferentes etapas del proceso. Paralelamente se están evaluando metodologías para la obtención de aromas de café tostado que se puedan aplicar posteriormente al café soluble.

Con el fin de fortalecer las Buenas Prácticas de Manufactura, se llevó a cabo un estudio enfocado a la optimización de la limpieza y sanitización de equipos y áreas, el cual ha permitido la reducción de costos por la disminución de las concentraciones de productos, disminución en las frecuencias de sanitización y un mejor control microbiológico del extracto. Se está adelantando un manual de catación para centrar las variables involucradas en el proceso de evaluación sensorial para los diferentes productos de Fábrica. Adicionalmente, se contemplan aspectos como el entrenamiento del panel y caracterización de los defectos del grano en la prueba de taza.

Proyecto de Ampliación

Desde enero de 2006 se está adelantando el proyecto para ampliar la capacidad instalada de la Fábrica de Café Liofilizado en 4.000 toneladas adicionales por año, con un costo presu-

puestado de \$76 mil millones. De esta inversión, \$10 mil millones están destinados a obras civiles, \$62 mil millones a equipos, sistemas y componentes y los restantes \$3,5 mil millones al montaje electromecánico.

A finalizar septiembre se habían construido los edificios de liofilización y refrigeración; la bodega de almacenamiento de producto y la subestación de 115 KV. Igualmente, se había concluido la ampliación del edificio de tanques de extracto, vías perimetrales, obras exteriores del proyecto y la construcción de la sede deportiva. En la actualidad, el 97% de las obras civiles se han ejecutado y se espera finalizarlas completamente al terminar el mes de noviembre. Así las cosas, la primera planta se pondrá en operación en diciembre de 2007 y se espera iniciar la operación de la segunda a finales de febrero de 2008.

Se destaca como la mayor parte de los equipos y componentes involucrados en el proyecto son





de fabricación nacional, con diseño e ingeniería propios de la Fábrica de Café Liofilizado. Esto disminuyó la inversión inicial en cerca del 50%. Por otra parte, equipos tales como la tostadora, el criocentrador, los compresores de refrigeración, el equipo de vacío, así como las unidades evaporadoras de los cuartos fríos, proceden de Alemania, Holanda, Japón y USA, respectivamente. Vale destacar que como resultado de la gestión adelantada ante la DIAN y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se logró la exoneración tributaria y arancelaria para los bienes de capital objeto de importación con destino a la ampliación de la planta, lo cual representó ahorros para el proyecto del orden de US\$ 4,6 millones.

Actualmente, se están instalando las fachadas del edificio de liofilización, se están fabricando las estructuras metálicas de los pórticos de la subestación eléctrica y se están instalando la cubierta y las fachadas de la ampliación del área de concentración. En la ejecución de las obras civiles se han requerido más de 235 toneladas de acero de construcción, 4.300 m² de cubiertas, 1.100 toneladas de acero estructural, 4.400 m² de *steel-deck* y 4.000 m³ de concreto.

Gestión Organizacional

Nuevo Modelo de Gestión

La Fábrica de Café Liofilizado se enfrenta a nuevos y diversos retos en el frente comercial, operativo, financiero, etc., lo cual obligó a definir un nuevo modelo de gestión que asuma estos retos y satisfaga las nuevas necesidades de planeación, ejecución y control corporativas.

El nuevo modelo se está desarrollando bajo varias premisas: *Flexibilidad Operacional*, que implica romper paradigmas en el proceso de compra, en la forma de vender, la estructura de costos, el esquema de indicadores, etc.; *Gestión por Procesos*, que garantiza la transición de un equipo humano con visión vertical a uno con visión transversal con base en una Cadena de Valor ajustada; *Orientación a Mercado*, que

evoluciona del culto a productos hacia una cultura de clientes y, *Alineación del Modelo Informático con el Modelo de Negocio* que soporta la nueva plataforma de métrica corporativa.

La metodología adoptada está basada en la vinculación activa de un grupo interdisciplinario tanto de la Fábrica de Café Liofilizado como de la Oficina Central y algunos consultores, que a través de reuniones de trabajo participativas, cumple con los requerimientos de diseño e implementación de los nuevos modelos e identifica a nivel conceptual y práctico, tanto las necesidades de capacitación como las de inducción.

De las características más relevantes de este nuevo modelo de productividad, se destacan:

- El diseño e implementación de una Estrategia Comercial Flexible de tres niveles basada en el conocimiento y el monitoreo del mercado y los clientes: cubrimiento (mercados), penetración (clientes) y profundización (productos y servicios).
- La Integralidad, estructurada como una única plataforma conceptual para la planeación, la ejecución y control de toda la organización.
- El esquema de Contribución Marginal como herramienta de planeación corporativa y como evolución del modelo de costeo por absorción.
- Una mejor y más profunda Trazabilidad basada en la doble dimensión, monetaria (pesos, dólares, euros, etc.) y operacional (unidades, kilogramos, horas/máquina, etc.).
- La Medición de la Gestión como evolución de la simple medición de los resultados, con un nuevo conjunto de indicadores (impacto, logro y actuación).

- La Gestión de Efectivo y Flujo de Fondos, profundizando la calidad de las ganancias como generadoras de liquidez.

Proceso de selección del personal de operación

Con ocasión de la expansión de la Fábrica de Café Liofilizado, se adelantó en Chinchiná un proceso de selección de operadores, consistente en una convocatoria pública, una preselección y un proceso de formación diseñado mediante convenio con el Sena Caldas.

El ciclo de formación teórica estuvo conformado por once módulos certificables y tuvo una duración de cinco meses. Ente los mejores estudiantes se seleccionaron los nuevos operadores requeridos por la planta.

Sede Deportiva

Teniendo en cuenta que para la construcción de las nuevas plantas de liofilización se utilizó la que hasta entonces era la sede deportiva de la FCL, se construyeron unas nuevas instalaciones, para beneficio de los trabajadores y sus familias. La nueva sede cuenta con excelentes escenarios deportivos: piscina, cancha múltiple, cancha sintética de fútbol, cancha de tenis, canchas de squash, gimnasio, juegos infantiles y sendero peatonal.

Formación Virtual

En asocio con la Fundación Manuel Mejía se vienen desarrollando, bajo la modalidad de ambientes virtuales de aprendizaje, los módulos que integran la Titulación en Operación de Plantas Industriales. Se pretende contar con entornos de aprendizaje apoyados en las tecnologías de información que potencien el desempeño del personal y optimicen los procesos de formación.

Procafecol S.A.

Durante 2007 Procafecol, la holding que agrega los proyectos de valor agregado de la Federa-

ción Nacional de Cafeteros, ha continuado con la ejecución de su estrategia comercial de ofrecer la experiencia de los productos Juan Valdez a los consumidores de café del mundo en todas las ocasiones de consumo, a través del fortalecimiento de su estructura multicanal, multiproducto y multinacional. A continuación se presentan los avances alcanzados durante 2007, en cada uno de estos frentes.

Portafolio de productos de café Juan Valdez®

El portafolio de cafés ha evolucionado para incluir nuevas presentaciones y líneas. En el caso de la línea de cafés sostenibles, tres productos conforman actualmente la oferta:

- **Café del Bosque:** certificado por el sello Internacional Rainforest Alliance y su representante en Colombia, la Fundación Natura. Es cultivado por familias cafeteras que dedican especial atención a la preservación de varias especies vegetales y animales y a la conservación de aguas naturales. La Fundación Natura realiza anualmente auditorías en las fincas, para constatar que se cumplan los procesos exigidos por Rainforest Alliance.
- **Café Orgánico:** cultivado y producido sin insumos químicos y certificados por organismos internacionales. Uno de ellos es la BCS, instituto independiente que otorga las acreditaciones más importantes a nivel mundial y ayuda a fomentar la agricultura ecológica. Así mismo, se cuenta con la certificación del USDA, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.
- **Café de la Finca:** un excelente café cultivado por caficultores que conocen y aplican los principios sociales, económicos y ambientales avalados por el sello internacional UTZ Certified. Su nombre es un reconocimiento a las fincas cafeteras que cumplen con las exigencias de este sello internacional.



Teniendo en cuenta que dentro de la categoría de café soluble no existía una fuerte diferenciación de los cafés premium, Procafecol, con una propuesta de valor importante para el consumidor lanzó al mercado el café liofilizado marca Buendía by Juan Valdez®, elaborado con 100% café excelso, lo que permite presentar al consumidor un producto de calidad superior.

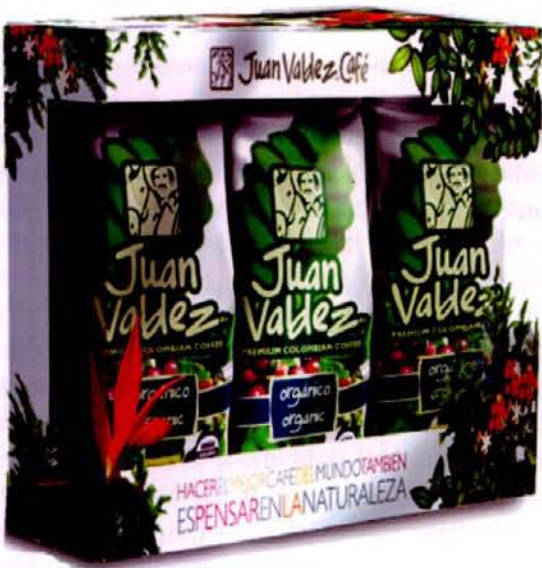
Emisión de acciones: democratización accionaria rural

Los caficultores colombianos no solamente son dueños de Procafecol a través de su gremio, sino directamente a través de una emisión de acciones democrática. La emisión de acciones preferenciales es un ejemplo de democratización de la propiedad privada y un gran paso adelante en el esfuerzo de crear un país de propietarios. La emisión de acciones contempló un paquete de dos millones de acciones preferenciales, cada una por un valor de 10.000 pesos, ofrecidas directamente a los caficultores por intermedio de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros y los 350 Comités Municipales de Cafeteros.

A su cierre, en enero de 2007, la venta del primer paquete de acciones de Procafecol S.A. alcanzó 22.568 accionistas caficultores quienes invirtieron cerca de \$19.523 millones. Los accionistas preferenciales hoy son dueños del 15,43% del grupo empresarial de valor agregado, posicionando a Procafecol como una de las empresas con mayor cantidad de accionistas en Colombia.

Procafecol planea en el corto plazo continuar con su proceso de democratización accionaria realizando una segunda emisión de acciones que estaría dirigida en primera instancia a los caficultores colombianos.

Así mismo, es importante destacar la vinculación de la Corporación Financiera Internacional, IFC por su sigla en inglés, con la holding de valor agregado. Dicha institución crediticia perteneciente al Banco Mundial, planea invertir US\$ 20 millones en acciones. Dicho aporte, distribuido entre capital y préstamo, busca apoyar el plan de expansión nacional e internacional de las tiendas Juan Valdez, de las cuales ya están operando 99 en Colombia, Estados Unidos y España.



Para Procafecol el ingreso de la IFC como accionista representa no sólo una importante inversión sino un soporte que confirma la seriedad y el alcance de los proyectos de valor agregado.

Canal de Grandes Superficies

Durante 2007 se conquistaron espacios importantes en el mercado nacional después de incursionar con los productos de café marca Juan Valdez en las grandes superficies. A nivel internacional, se penetraron nuevos mercados como México, Costa Rica, El Salvador, Panamá y próximamente Chile, Ecuador, Perú, y Argentina, tal como se observa en la Figura 5.

Desde abril de 2007, Procafecol puso a disposición de todos los costarricenses el café tostado y molido Juan Valdez. El lanzamiento se realizó en más de 40 puntos de venta de los almacenes Automercados, Megasuper (de la cadena colombiana Olímpica), Wal-Mart y Perimercados. Aunque el potencial de grandes supermercados es cercano a 200, los cafés Juan Valdez estarán inicialmente en los puntos de venta que manejan nichos de cafés de alta calidad.

Como resultado del programa de internacionalización se concretó la negociación con la cadena Wal-Mart de México, compañía que cuenta con el 65% del mercado detallista (*retail*) de ese país. El café Juan Valdez se venderá inicialmente en 60 puntos que cumplen con el perfil de consumidor que hace parte del segmento objetivo. El objetivo de Procafecol es llevar el café Juan Valdez a otras cadenas de supermercados y penetrar ese mercado con café liofilizado y dulces de café.

En septiembre, se inició la comercialización del portafolio de café liofilizado Buendía by Juan Valdez® en el Salvador. En dicho país se ofrecen las presentaciones saborizadas (caramelo, vainilla y amaretto), regular, descafeinado y orgánico. El portafolio de café liofilizado está pre-

sente en las principales cadenas del país entre las cuales se destacan Wal-Mart, Super Selectos, e Hipermercados Europa.

Adicionalmente, a partir del mes de octubre, la cadena Wal-Mart venderá el café liofilizado Buendía by Juan Valdez® regular y descafeinado en más de 780 puntos de venta en los Estados Unidos. Estos nuevos productos ampliarán el portafolio de Procafecol en la cadena de supermercados más grande del mundo.

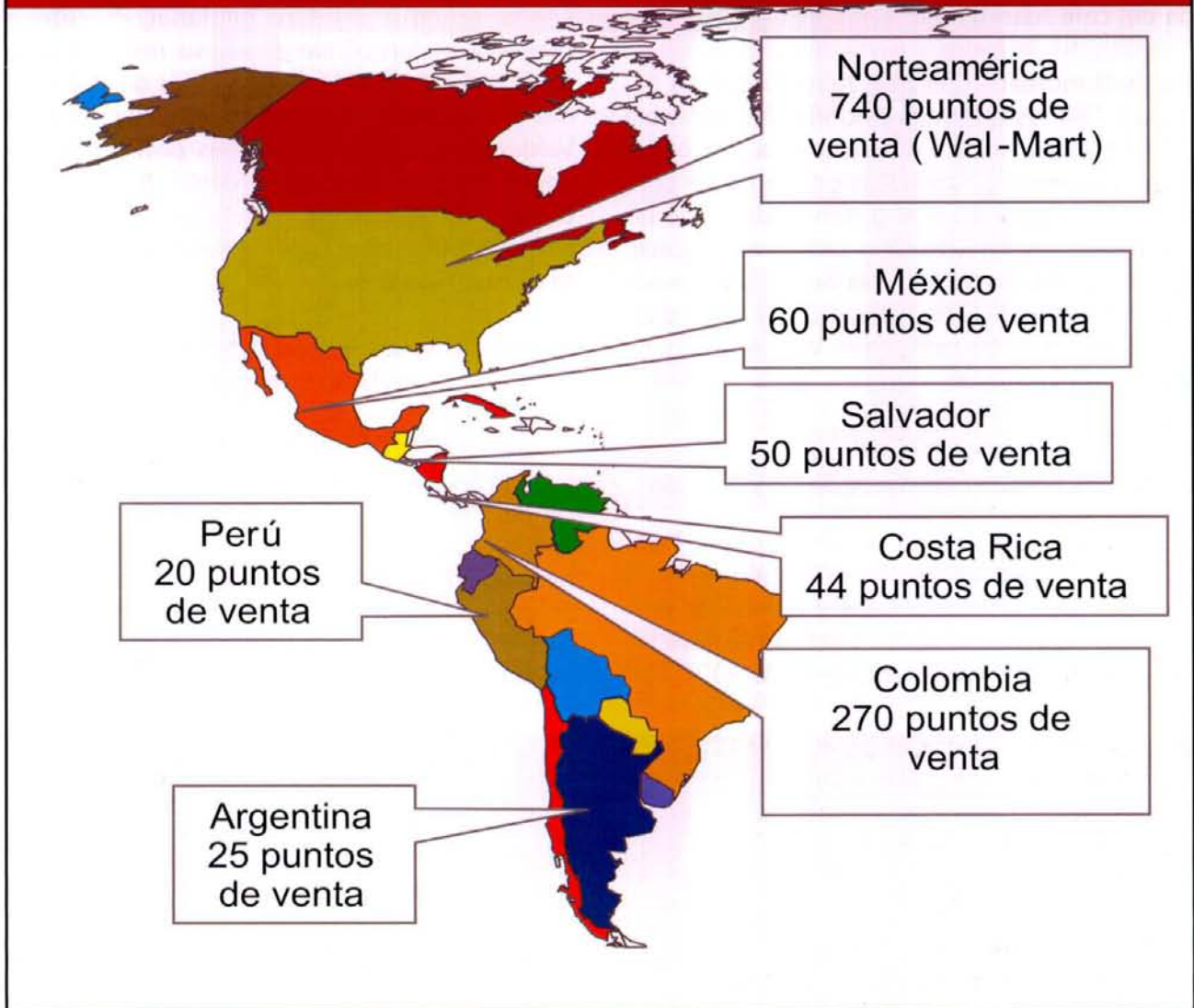
Actualmente, se ha avanzado en negociaciones con cadenas de supermercados en Perú y Argentina para comercializar a partir del tercer semestre de 2007 los productos de café Juan Valdez en sus puntos de venta.

Por su parte, la introducción de las 6 referencias de café Juan Valdez en las grandes superficies en Colombia le ha dado a los consumidores la oportunidad de encontrar en los supermercados una amplia variedad de cafés de calidad con diferentes perfiles de taza. El gran reconocimiento de la marca Juan Valdez le ha permitido a Procafecol capturar el 5,3% del mercado de café empacado en valor y el 52% de la categoría de café premium en las grandes superficies de Colombia.

Canal Institucional

Siguiendo con el plan de expansión y fortalecimiento del canal institucional a nivel nacional, durante el presente año se concretaron varias alianzas estratégicas con cadenas de hoteles, restaurantes, oficinas y aerolíneas para llevar café Juan Valdez hasta la taza de los consumidores.

En la búsqueda de este objetivo, Avianca y Juan Valdez, dos de los más importantes símbolos de la colombianidad, se unieron para brindar el mejor café del mundo a los viajeros de la aerolínea bandera del país. La aerolínea ofrece tazas de café Juan Valdez en sus salas VIP del país y en todos sus vuelos nacionales e internacionales.

**Figura 6. Presencia en Grandes Superficies**

Para garantizar que el café preparado en las salas VIP y a bordo, tenga las mismas características del que se ofrece en las tiendas Juan Valdez, la oficina de Calidad de Café de la Federación adelantó un detallado estudio y diseñó un PAD –almohadilla para almacenar el café molido - para ser utilizado en las cafeteras instaladas en las aeronaves. Adicionalmente, el personal de tierra y aire de la aerolínea fue capacitado para el correcto procesamiento de la bebida.

Simultáneamente, durante 2007 la unidad de negocios institucionales fortaleció su presencia

nacional con la firma de varias alianzas estratégicas con importantes clientes de este canal de distribución. En este sentido, se firmó una alianza con GHL, una de las cadenas hoteleras más importantes de Colombia para la distribución de café preparado Juan Valdez. El programa comenzó con los hoteles Four Points Sheraton Bogota, Four Points Sheraton Medellín y Hotel Capital en Bogotá.

Así mismo, desde junio del presente año se inició la venta de los PODS Juan Valdez en la cadena de hamburguesas más grande de Colombia, Hamburguesas El Corral. Durante el

primer mes se reportaron ventas de 35.000 unidades, cifra que evidencia la positiva acogida del café Juan Valdez.

Hasta el momento, el café Juan Valdez ha llegado a 184 restaurantes y hoteles en Colombia y 125 oficinas, dentro del programa que busca hacer presencia en todas las ocasiones de consumo. Para garantizar la óptima calidad de las preparaciones del café en el canal institucional, Procafécol ha entrenado a la fecha 668 personas en cultura de café, valoración de la calidad, preparaciones con cafés Juan Valdez y conocimiento de la marca.

Canal de Tiendas de Café Juan Valdez®

Durante 2007 la unidad de negocios de Tiendas de Café Juan Valdez consolidó su presencia en Colombia, Estados Unidos y España. El programa de expansión de las tiendas muestra resultados positivos a septiembre de 2007 con

85 tiendas en operación a nivel nacional y 14 a nivel internacional. Con un ritmo promedio de aperturas de una tienda semanal, Procafécol proyecta el cumplimiento de su meta anual y se espera culminar el año con más de 100 tiendas en Colombia. Actualmente las tiendas Juan Valdez tienen presencia en las principales ciudades del país: Bogotá, Armenia, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Manizales Medellín, Neiva, Pasto, Pereira, y Santa Marta, Figura 6.

Por su parte, los ingresos de las Tiendas Juan Valdez® acumulados desde su apertura superan los US\$ 36 millones, y se espera que al finalizar 2007 alcancen los US\$ 44 millones, tal y como se observa en la Figura 7. En cuanto al número de facturas, se estima que desde su apertura hasta septiembre de 2007 las tiendas han registrado más de 11 millones de facturas. Se espera que al terminar el año esa cifra haya alcanzado los 13,5 millones, tal como se observa en la Figura 8.





Implementación del nuevo modelo de negocio

En el primer trimestre del año se completó la implementación del nuevo modelo de negocio que busca conectar al consumidor con los orígenes y transmitirlo a través de la experiencia en las Tiendas Juan Valdez. El nuevo modelo abarca un ambiente cálido y acogedor con nuevos materiales autóctonos, un amplio y renovado portafolio de productos, sumado a la

oferta de un mejor servicio cada día. Paralelamente, y para hacer seguimiento al concepto integral de la experiencia Juan Valdez, se desarrolló una unidad de medida denominada PAS (Producto-Ambiente-Servicio), que evalúa conceptos como calidad, presentación, limpieza, infraestructura, exactitud, rapidez y amabilidad a través de visitas periódicas de clientes incógnitos, evaluaciones de calidad, y reportes de clientes.





Campaña de PODS

Con la campaña, prueba, conoce y disfruta las diferentes variedades de café, se llevó a cabo el lanzamiento de los nuevos PODS Juan Valdez®, llevando a los clientes la oportunidad de probar diferentes formas de tomar el café. Los PODS son almohadillas de café molido de presentación individual, que contienen la cantidad exacta para preparar una taza de café. Permiten degustar las diferentes variedades de café con la frescura del café recién hecho. Todos los cafés de línea se encuentran disponibles en esta presentación: Macizo, Pico, Cumbre (normal y descafeinado), Volcán (normal y descafeinado), Colina y Ladera.

Nuevos Formatos de Tiendas

En la celebración de los 80 años de la Federación Nacional de Cafeteros en Medellín, se inauguró la nueva Tienda Móvil que permite brindar a los clientes toda la variedad de productos. De esta manera, el área de mercadeo tiene la posibilidad de llevar a grandes eventos un portafolio de alimentos, bebidas y artículos de mercadeo Juan Valdez.

Posteriormente, se inauguró el nuevo formato Boutique en Cali, en donde los clientes pueden encontrar toda la variedad de prendas Juan

Valdez; próximamente se abrirá la segunda Boutique en la ciudad de Medellín, junto al Café Juan Valdez del Parque Lleras. Igualmente, se inauguró en el Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara de Bogotá el nuevo formato Intemperie Express, el cual permite ubicar tiendas en espacios abiertos, sin necesidad de un local.

Desarrollo del territorio español: Acuerdo entre Procafecol y CBG

En el marco del proceso de internacionalización de Procafecol, el cual contempla desplegar esquemas de asociación con terceros para apoyar el crecimiento en otros países, se firmó recientemente un acuerdo de asociación entre el grupo español Casual Brands Group (CBG), que actualmente maneja la cadena DELINA'S®, y la holding de proyectos de valor agregado de la Federación Nacional de Cafeteros. Esta alianza tiene por objetivo el desarrollo integral del negocio en España a través de los tres canales comerciales: tiendas, grandes superficies, e institucional. El plan de negocios del proyecto presupuesta la apertura de 39 tiendas en Madrid, Barcelona y Valencia, que junto con las dos tiendas abiertas por Procafecol en Madrid el año pasado, completarán 41 tiendas en operación para el 2010.



Tiendas Juan Valdez en Estados Unidos

Bajo un esquema de alianza de riesgo compartido o «Joint-Venture» con la compañía Newslink, se ha planeado la apertura de cuatro tiendas en aeropuertos del territorio norteamericano. Una de estas tiendas ya se encuentra en funcionamiento en el aeropuerto JFK de la ciudad de Nueva York. Con esta, se completan 11 tiendas en operación en Estados Unidos. Es importante señalar que las tiendas en los Estados Unidos empezarán un proceso de remodelación de la infraestructura y el ambiente, de forma que se conecten aún más con las raíces típicas que convierten una Tienda Juan Valdez® en un lugar único para degustar el mejor café de Colombia. De esta forma, se bus-

ca garantizar la homogeneidad de la experiencia a nivel nacional e internacional. El nuevo ambiente de las tiendas involucra la combinación de materiales naturales, además de fotografías cafeteras que logran un ambiente cálido y acogedor.

La operación de Tiendas Juan Valdez® en Estados Unidos busca conformar, un frente compacto en la costa Noreste, donde actualmente hay cafés en funcionamiento.

Se ha planeado para apoyar la expansión, desarrollar pilotos de nuevos formatos y ubicaciones en espacios como centros comerciales, estaciones de metro y *lobbies* de edificios.

CAPÍTULO VII

Política internacional del café

El café en la agenda mundial





Durante 2007, se trabajó intensamente en la diplomacia cafetera como una herramienta fundamental para la sostenibilidad del sector cafetero mundial y de manera particular, para el fortalecimiento de la competitividad y el posicionamiento de la caficultura colombiana en los mercados mundiales.

El liderazgo de la diplomacia cafetera colombiana permitió el establecimiento de un diálogo permanente con los principales actores de la escena cafetera mundial y de la comunidad internacional en general, alcanzando importantes resultados en los diversos frentes de trabajo, dentro de los que se destacan la renegociación de un nuevo Acuerdo Internacional del Café.

A continuación se presentan las principales realizaciones de esta gestión internacional durante 2007.

Organización Internacional del Café – OIC

Desde la suscripción del nuevo Acuerdo Internacional del Café en el 2001, la OIC entró en una nueva etapa enmarcada por la crisis mundial cafetera y una agenda de trabajo orientada al mercado en tres áreas: (i) promoción de la calidad; (ii) promoción del consumo y (iii) sostenibilidad de la caficultura en el largo plazo.

Promoción de la Calidad

Teniendo en cuenta el importante papel que juega la calidad para la promoción y el incremento de los niveles de consumo, la OIC estableció el Programa para el Mejoramiento de la Calidad de Café (CQP, por sus siglas en inglés). Dicho programa contempla como una de sus principales herramientas, el monitoreo de la

calidad del café exportado, específicamente en términos de defectos y contenido de humedad, a través de la Resolución 420 (modificatoria de la Resolución 407).

En la actualidad 28 países reportan información a la OIC sobre la calidad del café verde exportado en sus certificados de origen. Según el último informe de la organización¹, en el período octubre/06 – junio/07, los países exportadores que implementaron la Resolución exportaron 46,6 millones de sacos de los cuales 41,7 millones (89%) fueron reportados en la categoría «S», esto es, que cumplieron con los estándares establecidos de humedad y defectos. De este café clasificado como «S», el 92% correspondió a café arábica y 8% a café de la variedad robusta.

Adicionalmente, la OIC monitorea la calidad de los cafés certificados en las bolsas de Nueva York y Londres (NYBOT y LIFFE, respectivamente). En el mismo período, los niveles de no cumplimiento de la Resolución para el café robusta clasificado por el LIFFE alcanzaron los 958.667 sacos, lo cual representa un incremento del 24% comparado con el mismo período del año anterior. Cabe señalar, que el 74% de este café fue proveniente de Vietnam. En el caso de la bolsa de Nueva York, teniendo como base las clasificaciones efectuadas por el NYBOT para el Contrato «C», se observaron niveles de cumplimiento de los parámetros de la Resolución del 80%.

Promoción del Consumo

En el marco de las actividades de la OIC, se estableció un Plan de Acción para la Promoción del Consumo Mundial de Café el cual contempla los siguientes elementos:

- La difusión de información positiva relacionada con los beneficios del café en la salud.

1. Fuente: OIC. Documento EB 3936/07

- El mejoramiento de la calidad.
- La promoción del consumo en los países productores.
- La promoción del consumo en los mercados nuevos y emergentes.

Con este fin, durante 2007 se desarrollaron diversos programas y actividades para promover el consumo de café, dentro de los que se destacan el Programa Café Positivo y el Programa de Educación en Café para los Profesionales de la Salud. En el primero de estos programas se avanzó en el desarrollo de contenidos para la página web: www.positivelycoffee.org en los aspectos de Café e Hidratación, Café y sus Componentes y Café y Presión Arterial. Adicionalmente se incluyeron más accesos directos a materiales de consulta, presentaciones y material audiovisual y se realizó una importante participación en seminarios y exhibiciones a nivel mundial.

Por su parte, en el Programa de Educación en Café para los Profesionales de la Salud, cuya finalidad es informar a la comunidad médica de los países consumidores acerca de los desarrollos científicos sobre los efectos del café en salud, se completaron tres años de trabajo continuo en seis países de Europa (Finlandia, Francia, Italia, Rusia, Holanda y Reino Unido). Adicionalmente, durante 2007, se trabajó en la inclusión de dos nuevos mercados (España y Portugal) y se publicó un completo informe en versión electrónica titulado «Comunicando los consensos actuales» en el cual se incluyen estudios de caso detallados de cada país participante en la primera etapa, los resultados alcanzados y algunas de las principales lecciones del proceso.

Sostenibilidad de la Caficultura

Con el fin de apoyar la sostenibilidad de la caficultura mundial la OIC ha trabajado en la canalización de recursos de organismos multilaterales como el Fondo Común de Productos Básicos (CFC, por sus siglas en inglés)

para la financiación de proyectos de desarrollo en los países productores. En este contexto, a septiembre de 2007 se habían aprobado proyectos por US\$ 76,6 millones de los cuales US\$ 40 millones fueron financiados por dicho Fondo. El resto de los recursos fue proveído por instituciones donantes de carácter bilateral y multilateral y por los países beneficiarios. En la actualidad están en proceso de estudio por parte del CFC seis proyectos por un total de US\$ 19 millones, los cuales ya fueron aprobados previamente por las diversas instancias al interior de la OIC.

Negociación de un nuevo Acuerdo Internacional del Café

El desarrollo más importante en el área de la diplomacia cafetera internacional durante 2007 fue la negociación de un nuevo Acuerdo Internacional del Café, en la cual Colombia jugó un papel fundamental para acercar las diversas posturas al interior de la organización. En el marco de dicha labor, se convocaron diálogos en Nueva York, Washington y Londres y se intercambiaron ideas con los principales países productores y consumidores.

Al interior de la organización, el trabajo fue liderado por el Grupo de Trabajo sobre el Futuro del Acuerdo, del cual Colombia hizo parte. Dicho grupo, recibió como mandato preparar un borrador de lo que sería el nuevo instrumento de cooperación internacional. Para ello se reunió en múltiples oportunidades entre enero y septiembre de 2007 y tuvo oportunidad de revisar todos los artículos del Acuerdo de 2001 y formular diversas propuestas para aumentar la eficiencia y la relevancia de la organización. El resultado de la labor del grupo de trabajo fue la aprobación del nuevo texto del acuerdo por parte del Consejo Internacional del Café en su sesión de septiembre de 2007.

Los principales elementos novedosos del Acuerdo Internacional del Café de 2007 frente al Acuerdo de 2001 se resumen a continuación:



- I. **Preámbulo:** se hace referencia a la sostenibilidad y a las metas del milenio con énfasis en la reducción de la pobreza. Se destaca el papel de la información y de los instrumentos de manejo del riesgo en la reducción de los desequilibrios entre la producción y el consumo.
- II. **Objetivos:** se introduce una declaración de Misión. Se hace mayor énfasis en temas como la financiación de los proyectos, la calidad, la seguridad de los alimentos (food safety), la divulgación de información, el acceso al crédito y la capacitación de los productores.
- III. **Definiciones:** se incorpora una nueva definición de mayoría distribuida (ahora se requiere el 70% de los votos en las dos cámaras frente al 66% anterior). Se introduce la definición de depositario de los documentos y se deja abierta la elección dicho depositario para su definición en 2008. Al respecto, se ha sugerido que la OIC sea la entidad depositaria de su propio Acuerdo, idea que parece tener viabilidad jurídica y que sería respaldada por la gran mayoría de los miembros.
- IV. **Membresía:** se aclara que la Comunidad Europea es una parte contratante y actuará como un miembro individual de la Organización.
- V. **Estructura:** se elimina la Junta Ejecutiva y se crean tres Comités: el de finanzas, el de promoción y el de proyectos. El Consejo queda con la capacidad de crear y disolver otros Comités que considere necesarios.
- VI. **Votación y decisiones:** ningún miembro podrá tener más del 66% de los votos de su cámara. Las decisiones se tratarán de tomar por consenso. Si esto no es posible, se requerirá la mayoría distribuida del 70%. Los miembros se comprometen a aceptar las decisiones del Consejo como vinculantes.
- VII. **Obstáculos al comercio y al consumo:** se reconoce la importancia de remover estos obstáculos pero al mismo tiempo se acepta que los países puedan introducir normas por razones fitosanitarias y de salud pública en forma consistente con los compromisos internacionales (especialmente las normas de la OMC).
- VIII. **Promoción y desarrollo de mercado:** el nuevo artículo incorpora el concepto de calidad y le da un marco más claro a estas actividades.
- IX. **Foro Consultivo sobre Aspectos Financieros:** se crea este cuerpo consultivo el cual constituye una de las principales innovaciones del nuevo texto. La idea es convocar una cumbre anual o bi-anual con todos los actores involucrados en los temas financieros, los seguros y los instrumentos de manejo del riesgo. Se invitará naturalmente a los organismos multilaterales de crédito y a los bancos comerciales privados. También se convocarán fundaciones y entidades interesadas en financiar los proyectos de sostenibilidad de los pequeños productores.
- X. **Estadísticas y Estudios:** este capítulo se reforzó, dándole pautas más claras a la organización sobre el tipo de información y de estudios que debe preparar y diseminar. Esta es sin duda una de las principales tareas de la OIC ya que en ausencia de buena información, los mercados serían más volátiles, menos transparentes y más asimétricos. En un escenario de esta naturaleza los pequeños productores estarían en gran desventaja frente a los grandes tostadores y comercializadores.
- XI. **Sostenibilidad y condiciones de vida:** se hace referencia a las tres dimensiones de la sostenibilidad que han sido aprobadas por la Comunidad Internacional (Conferencia de Río en 1992 y Cumbre de Johannesburgo en 2002). En el artículo 37 se establece que los países miembros buscarán mejorar las condiciones de vida de los productores y de los trabajadores teniendo en cuenta las normas internacionales.

XII. Extensión: la duración del Acuerdo será de diez años (antes era de seis), con posibilidad de extenderlo hasta por ocho años adicionales. El Consejo queda con la facultad de evaluar el funcionamiento del Acuerdo cinco años después de que entre en vigencia y podrá introducir los ajustes que considere apropiados.

XIII. Disposiciones finales: se hacen algunos ajustes de tipo jurídico en los artículos relacionados con la firma, adhesión, entrada en vigor y enmiendas.

En síntesis, el nuevo Acuerdo permitirá tener una Organización más eficiente y más relevante, con una importante participación en actividades relacionadas con proyectos, aspectos financieros, estudios, información, calidad y promoción, con el fin de apoyar la sostenibilidad del sector cafetero mundial en el largo plazo.

Comité Empresarial Japón-Colombia del Keidanren

El 19 de abril de 2007 se llevó a cabo en Bogotá el 6° Encuentro del Comité Bilateral Japón - Colombia del Keidanren, para explorar oportunidades de negocios y de inversión entre los dos países. La reunión congregó a más de 50 altos dirigentes empresariales del Japón y a 150 asistentes colombianos, liderados por la Federación Nacional de Cafeteros y la Asociación Nacional de Empresarios (Andi), con la colaboración de las embajadas de Japón en Colombia y de Colombia en Japón.

El histórico encuentro fue instalado por el vicepresidente Francisco Santos y clausurado por el presidente Alvaro Uribe Vélez. Así mismo, se contó con la intervención del Sr. Yorihiro Kojima presidente mundial de Mitsubishi Corp. y Presidente del capítulo japonés del Comité y del Dr. Gabriel Silva, Gerente General de la Federación de Cafeteros y presidente del capítulo colombiano del Comité.

El evento contó con la intervención de los ministros de Defensa, Juan Manuel Santos; Relaciones Exteriores; Fernando Araujo; Comercio Exterior, Luis Guillermo Plata, la Directora del Departamento Nacional de Planeación, Carolina Rentería; el Embajador de Japón en Colombia Watau Hayasi, y la Embajadora de Colombia en Japón, Patricia Cárdenas, y el Director del Banco Internacional del Japón para la Cooperación, Hiroshi Saito.

Por el sector privado presentaron ponencias el presidente de la Andi, Luis Carlos Villegas; el ex director de Analdex y socio de Ibarra y Asociados, Jorge Ramírez Ocampo; el presidente Ejecutivo de la Federación Nacional de Biocombustibles, Jorge Bendeck, y el director de Mitsubishi Colombia, Yasuo Yokota.

La sexta reunión del Comité Económico Keidanren Japón - Colombia es un hecho concreto que demuestra el interés de la reactivación de las relaciones bilaterales entre Japón y Colombia. Durante las actividades realizadas en el marco del Encuentro, los empresarios de ambas naciones reconocieron la importante mejoría en el clima económico, político y de seguridad de Colombia, lo cual es fundamental para la profundización de la integración bilateral y estimula la inversión y el comercio.

Cooperación con Países Productores y Consumidores

Acciones Conjuntas Grupo de Países Arábicas Lavados

El Grupo de Arábicas Lavados ha venido explorando alternativas para el mejoramiento de la situación cafetera mundial y ha trabajado por la defensa de los intereses conjuntos como productores de cafés de alta calidad. Para continuar con esta labor, Colombia como presidente del Grupo, coordinó una reunión de trabajo en el marco de las reuniones de la OIC para discutir ciertos aspectos de la



renegociación del Acuerdo claves para los países miembros del grupo. Este trabajo permitió establecer una estrategia conjunta que fue desarrollada con éxito para el beneficio de los caficultores productores de los denominados «Cafés Suaves».

Código Común para la Comunidad Cafetera

La Asociación del Código Común para la Comunidad Cafetera (4C) inició la fase de implementación en el año 2007. El número de miembros se ha incrementado en forma significativa al pasar de 37 en el 2006 a 65 en septiembre de 2007. Estos miembros son responsables de suministrar el 50% de la oferta mundial del café y representan el 65% de la demanda mundial. La Asociación abrió sus oficinas en Bonn al inicio del año y está operando como una entidad abierta que representa a productores de café, a representantes del sector del comercio y la industria, a miembros de la sociedad civil y a organizaciones de investigación y extensión.

La primera Asamblea General de la Asociación tuvo lugar en Londres en abril de 2007, en la cual fueron aprobados el plan de actividades y el presupuesto. Se eligió el nuevo Consejo y la Comisión Técnica. Como representación de la Federación de Cafeteros en el Consejo se designó al Dr. Roberto Vélez, Gerente Comercial; en la Comisión Técnica fue elegido el Dr. Gabriel Cadena, Director de Cenicafé. Como Presidente del Consejo se eligió al señor Joaquim Leite, miembro del Consejo Nacional del Café de Brasil y Director de la Cooperativa Regional de Caficultores de Guaxupé.

Esta iniciativa busca reforzar la sostenibilidad de los productores en sus tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social. Se busca mejorar la productividad y la calidad mediante la adopción de las mejores prácticas agrícolas y de tecnologías limpias. La Asociación es financiada por las cuotas de sus miembros y por

contribuciones públicas, con un presupuesto actual de aproximadamente \$ 1.4 millones de euros. Los pequeños productores pagan una cuota de ingreso por una sola vez de tres euros, mientras que los grandes tostadores pagan hasta 160 mil euros por año. Una proporción significativa de los aportes del sector de la industria y el comercio están dirigidos a financiar la plataforma de apoyo para los pequeños productores de café.

En los últimos meses, productores de países como Brasil, Vietnam, Colombia, Guatemala, Uganda, Kenya, Costa Rica y México han participado en procesos de verificación de los parámetros de la Asociación 4C, con una producción del orden de 4,4 millones de sacos de 60 kilos de café, lo cual representa el 3.5% de la producción mundial.

En cuanto a los planes para el futuro inmediato, la Asociación ha establecido una serie de metas anuales de crecimiento y promoción. Para el año cafetero 2007/2008, la Asociación buscará incrementar su membresía en un 50% en todas las categorías; ofrecerá al menos 50 cursos de entrenamiento para productores y socios en doce países; ofrecerá servicios de verificación 4C en al menos 15 países e incrementará la red de apoyo con nuevos socios tanto del sector público como del sector privado. Para el año 2015 se buscará que al menos el 50% de la producción global se ajuste a los criterios definidos por la Asociación.

En el caso de Colombia se ha desarrollado un proyecto piloto en Santander con el apoyo financiero de la Fundación EFICO de Bélgica, la Cooperación Técnica Alemana (GTZ) y las autoridades flamencas (FICA). Los resultados a la fecha han sido satisfactorios y se está trabajando para la iniciación de un nuevo proyecto piloto en Antioquia. En síntesis, Colombia está participando en forma activa en esta importante iniciativa de sostenibilidad, buscando aumentar el ingreso neto por hectárea que recibe el productor. Para esto es

fundamental que todos los actores que componen la cadena del valor asuman responsabilidades y compromisos.

CAN

El diálogo continuo con los demás países productores ha sido uno de los principios fundamentales de la diplomacia cafetera colombiana. En este contexto, el trabajo realizado con la Comunidad Andina - CAN en el marco del Grupo Ad Hoc para la Cadena del Café, ha sido clave para impulsar temas de interés para la caficultura colombiana y de la región.

Así las cosas, los días 3 y 4 de septiembre de 2007 se realizó en la ciudad de Lima, la VIII Reunión del Grupo Ad Hoc de la Cadena del Café de la CAN. A dicha reunión asistieron representantes del Gobierno y Sector Privado de Bolivia, Ecuador y Perú. En el caso de Colombia, se contó con la participación de la Federación Nacional de Cafeteros.

Durante la reunión se analizó el estado de avance de los trabajos a realizar por el Grupo Ad-Hoc, para lo cual la Secretaría General realizó un recuento de las actividades del Grupo hasta su último periodo de vigencia que se cumplió el 31 de diciembre de 2006.

El informe se enfocó en los tres componentes principales que forman parte del programa de trabajo del Grupo: sanidad, calidad e institucionalidad.

Adicionalmente se discutió el Plan de trabajo 2007 – 2008, para lo cual la Secretaría General realizó la presentación de una versión revisada, actualizada y ajustada en términos de presupuesto del Programa Andino para una Cadena Cafetalera Sostenible, Competitiva e Integrada que fue enfocada en los componentes de Calidad y Sanidad. Finalmente se acordó gestionar con organismos internacionales la financiación de los proyectos para la ejecución del Programa.





Estados Unidos

Desde el retorno de los Estados Unidos a la OIC, proceso en el cual Colombia jugó un papel fundamental, se ha trabajado de la mano con dicho país para la búsqueda de intereses comunes para el beneficio del sector cafetero global. Así las cosas, se trabajó conjuntamente en el marco de la renegociación del Acuerdo Internacional del Café para acercar las posiciones al interior de la organización y buscar soluciones de consenso.

En el marco de la inversión social de Plan Colombia, la importancia del sector cafetero ha sido reconocida y es uno de los sectores receptores de apoyo internacional dentro de dicho plan de cooperación bilateral Colombia -EEUU. Es así como en el presente ciclo legislativo para el presupuesto del año fiscal 2008, tanto la Cámara como el Senado reconocieron dentro de los textos de los proyectos aprobados la importancia de apoyar al sector caficultor. Aún más, la Subcomisión de Operaciones Extranjeras de la Comisión de Presupuesto, encargada de tramitar el proyecto recomienda a la USAID trabajar con la Federación Nacional de Cafeteros la ejecución de los proyectos de inversión social. Este reconocimiento adquiere aún más importancia en momentos en que las mayorías demócratas en las dos cámaras desean ampliar la porción de inversión social en los recursos del Plan Colombia.

En este marco, el 31 de agosto pasado la Federación recibió la visita de una delegación de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos, liderada por el congresista David Price y los Representantes David Dreier, Rush Holt, Adam Schiff, John Boozman, Sam Farr and Jeff Miller, así como el Subsecretario Adjunto para el Hemisferio Occidental, Chris McMullen. Durante la visita, que se llevó a cabo en las instalaciones de Almacafé en Medellín, los congresistas recibieron una presentación sobre la situación de la caficultura colombiana y tuvieron oportunidad de dialogar directamente con caficultores beneficiarios de los programas

de cooperación con Estados Unidos. Al final de la misma manifestaron su satisfacción con los programas y se comprometieron a seguir apoyando a los caficultores colombianos. El éxito de la visita y los contactos que sigue manteniendo en forma constante la Federación en Estados Unidos con el Congreso y el gobierno de ese país, permiten anticipar un desarrollo aún mayor de la cooperación bilateral.

Negociaciones Comerciales

Tratado de Libre Comercio con el Triángulo Norte de Centroamérica

Aprovechando las oportunidades que se derivan de la complementariedad de las economías y buscando beneficios a través de la liberalización comercial, la Federación de Cafeteros acompañó al Gobierno Nacional en el Acuerdo firmado entre Guatemala, Honduras, El Salvador y Colombia. Lo anterior exponiendo el interés de los cafeteros en minimizar las restricciones comerciales y así, encontrar un acceso a dichos mercados más favorable para nuestros cafés.

Los países centroamericanos firmantes del Acuerdo, considerando la preocupación del sector privado, solicitaron a sus equipos negociadores una exclusión de las partidas correspondientes al café, entre otras del sector agropecuario. Por ésta razón el Gobierno colombiano pactó una cláusula evolutiva que permitirá evaluar el comportamiento del Tratado en cada una de las economías y por intermedio de la misma lograr una inclusión al programa de desgravación arancelaria para todos los productos excluidos.

En la eventualidad que la aplicación de la cláusula evolutiva sea favorable para los intereses de los caficultores de Colombia, fueron consignados dentro del texto del Tratado las reservas correspondientes a la Contribución Cafetera y Controles de Calidad para el café con destino a

la exportación, así mismo, se consideró la norma de origen «totalmente obtenido», que beneficiara únicamente a los cafés producidos en la región.

Otras Negociaciones en Curso

En la actual fase de internacionalización de la economía colombiana, que adelanta el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y que incluye durante este año las negociaciones de TLCs con Canadá y los países miembros de EFTA² y un Acuerdo de Asociación con Unión Europea, la Federación en labor de acompañamiento permanente a las mismas, ha expuesto los intereses que para la caficultura colombiana resultan más convenientes. En tal sentido, los temas que se vienen trabajando frente a las anteriores negociaciones, con el Gobierno y su Equipo Negociador son:

Acceso a Mercados: En cada una de las negociaciones adelantadas se ha planteado un tratamiento arancelario para el café y los productos del café, el cual obedece a la no exclusión en el proceso de desgravación y su trasladado a la canasta de desgravación inmediata.

Desde el punto de vista del acceso al mercado colombiano, la Federación ha planteado que como un elemento para defender el mercado interno y promover el consumo doméstico de café de Colombia, el café deberá incluirse en una canasta de desgravación a largo plazo.

Normas de Origen: La Federación le da especial importancia a las reglas de origen que se negocien en el marco de cualquier acuerdo comercial, pues de ellas depende el acceso real a las preferencias negociadas. Adicionalmente, dichas reglas son fundamentales para la defensa de la calidad y la reputación del café de Colombia en los mercados internacionales.

En ese contexto, la Federación mantiene su posición, en el sentido de que la norma de ori-

gen para el café debe ser la del totalmente obtenido. Ello implica que el café y cualquiera de sus subproductos son originarios del país donde creció y se cultivó el grano. Por lo tanto, la tostión, decafeinización, solubilización o liofilización, no confieren origen. Esta norma aplica tanto para el café de la partida 09.01 (verde, tostado y descafeinado), así como para la partida 21.01 (extractos y preparaciones).

Propiedad Intelectual: la institucionalidad cafetera ha trabajado fuertemente en la promoción y protección del origen «Colombia» para café, como una estrategia fundamental para proteger el posicionamiento del café de Colombia en el exterior y defender el ingreso de los caficultores. En éste sentido se ha desarrollado una estrategia de denominación de origen, tanto en Colombia como internacionalmente. Teniendo en cuenta que se dio el reconocimiento como Indicación Geográfica Protegida ante la Unión Europea, y así mismo se está iniciando un proceso similar en Suiza, se ha incluido el tema de las denominaciones de origen para café, en la agenda de Propiedad Intelectual.

Reservas: dentro del cuerpo de los Acuerdos y en lo referente a las restricciones a la exportación, es de especial interés buscar una reserva que permita a Colombia seguir aplicando los controles de calidad al café con destino a la exportación, de manera que cuando un café no cumpla con los estándares establecidos por el Comité Nacional de Cafeteros, éste no pueda ser exportado. Esta reserva es fundamental para consolidar las primas que por calidad paga actualmente el mercado internacional por el grano colombiano.

Por último, en lo referente a los impuestos a las exportaciones, es importante también lograr una reserva de manera que se pueda seguir aplicando la contribución cafetera que si bien la paga el caficultor, se causa al momento de la exportación de café. Como se recordará, esta contribución va con destino al Fondo Nacional del Café y es utilizada para la provisión de ser-

2. Islancia, Noruega, Suiza y Liechtenstein



vicios de investigación, inversión social, extensión rural, promoción, publicidad y comercialización del café de Colombia, entre otros.

Café y Salud

En 2007 la Federación continuó el seguimiento a la literatura científica internacional en el área de café y sus efectos sobre la salud. En este ejercicio se contó con la colaboración del programa Café Positivo de la OIC y con el apoyo del programa de Café y Salud de la National Coffee Association de los Estados Unidos.

Si bien en este informe sería muy difícil resumir todos los hallazgos en el tema, a continuación se destacan los principales resultados de algunas de las investigaciones más recientes:

- *Cafeína e Hidratación:* tradicionalmente era considerado que la cafeína producía deshidratación en el organismo humano. Resultados recientes han encontrado que esto no es cierto. La cafeína no es más diurética que el agua, afirma el profesor L.E. Armstrong en un número reciente de la revista del American College of Sports Medicine. Esta es sin duda una muy buena noticia para los atletas y deportistas.
- *Café y Cáncer:* varios estudios han descubierto que el consumo moderado de café está relacionado con un riesgo menor de contraer cáncer de intestino. También se ha encontrado que el consumo de café reduce el riesgo de contraer cirrosis que muchas veces es el punto de partida del cáncer de hígado.

- *Café y actividad cerebral:* la profesora Astrid Nehlig del Instituto Francés de Investigaciones Médicas de Estrasburgo reportó que investigaciones recientes confirman que aquellas personas que toman al menos dos tazas de café al día tienen una reducción del 60% al 70% en términos de la incidencia de la enfermedad de Alzheimer. Esta es una gran noticia para millones de personas sobretodo en esta época en que se ha prolongado la expectativa de vida y una proporción significativa de las personas mayores de 75 años tienen un riesgo importante de sufrir de esta grave enfermedad.

En el frente de la divulgación, la Federación patrocinó en 2007 dos eventos relacionados con el café y la salud. El primero en el marco del evento Quindío Café y Sabor, organizado por el Comité de Cafeteros del Quindío. En este evento se programó una sesión especial sobre el tema en la cual participaron como expositores el Profesor Darcy Lima de la Universidad Federal de Río de Janeiro y el Dr. Darío Echeverri de la Fundación Cardioinfantil. Asistieron más de 250 personas entre ellos el Dr. Diego Palacios, Ministro de Trabajo y de Protección Social y numerosos médicos que trabajan en el eje cafetero.

El segundo evento se realizó en el marco del Congreso Latinoamericano de Genética que tuvo lugar en Cartagena en agosto de 2007 en el cual participaron más de 300 científicos de todo el hemisferio. El Dr. Darío Echeverri dio a conocer los resultados de sus investigaciones sobre el café y el sistema cardiovascular. La ponencia fue muy bien recibida y ampliamente comentada.

Fortalecimiento del Fondo Nacional del café

**Consolidación financiera para la garantía de
compra y los servicios al caficultor**





En 2007 se presentaron tres hechos significativos para las finanzas del Fondo Nacional del Café. El primero corresponde a la venta de las Compañías Agrícolas de Seguros, lo cual tuvo un efecto positivo en las finanzas del FoNC. El segundo, fue la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo - Ley 1151 de 2007- el cual en su Artículo 25 establece la Contribución Cafetera, hecho que reduce los niveles de incertidumbre sobre los ingresos del FoNC y que dota al gremio cafetero de mejores herramientas para la planeación financiera de mediano plazo.

El tercer hecho relevante del 2007, y con un efecto contrario a los dos puntos anteriores, se refiere al fortalecimiento del peso frente al dólar, tendencia observada desde 2003 y que ha afectado adversamente los ingresos del FoNC y los márgenes de la Fábrica de Café Liofilizado. Así, mientras el volumen de exportaciones de la industria cafetera ha presentado una mejora, los ingresos tanto aquellos provenientes de la Contribución Cafetera, como el precio interno recibido por el productor han disminuido por cuenta de la revaluación del peso. Así las cosas, si se tiene en cuenta los ingresos proyectados por la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera en 2002, tan sólo por concepto de contribución cafetera, el FoNC ha dejado de percibir cerca de \$170 mil millones frente al escenario más pesimista y más de \$230 mil millones frente al escenario base de tasa de cambio. Esta situación, demanda el desarrollo estrategias que permitan reducir la vulnerabilidad del sector cafetero ante el comportamiento y las fluctuaciones de la tasa de cambio.

En el marco de esta coyuntura es importante destacar, que si bien los ingresos por contribución cafetera disminuyeron en términos nominales cerca de un 10% al pasar de \$194 mil millones en 2003 a \$175 mil millones proyectados para 2007, gracias a la gestión financiera y la reestructuración de las finanzas del FoNC se logró aumentar las inversiones en programas institucionales en cerca de 31%; se aumentaron las transferencias de recursos a los Comités

Departamentales en un 91% y se fortaleció el patrimonio del FoNC pasando de US\$ 248 millones en 2003 acerca de US\$ 561 millones en 2007. Todo lo anterior, maximizando la transferencia de precio al caficultor la cual pasó de cerca de 84% en 2002 a 92% proyectada para 2007

En cuanto a los retos financieros, para los próximos años uno de los más significativos de la Federación, como administradora del FoNC, será garantizar la adecuada financiación del nuevo Programa de Renovación de Cafetales Envejecidos. Dicho programa implicará en el corto plazo unas mayores necesidades de recursos para el FoNC. En el mediano y largo plazo, los incrementos en productividad saciados con la renovación, incrementarán los ingresos del sector cafetero en su conjunto, producto de la mayor producción y exportaciones de café colombiano.

A continuación, se destacan los aspectos más importantes del trabajo que lleva a cabo la Federación de Cafeteros para la consolidación financiera del FoNC y que permiten seguir manteniendo la garantía de compra y los servicios al caficultor.

Fortalecimiento del Fondo Nacional del Café: consolidación financiera para la garantía de compra y los servicios al caficultor

En lo corrido de 2007, las finanzas del Fondo Nacional del Café se han fortalecido de forma importante principalmente por la gestión financiera realizada y adicionalmente, por el impacto positivo que generó la cesión de los activos, pasivos y contratos de las Compañías Agrícola de Seguros Generales y Agrícola de Seguros de Vida a la Compañía Suramericana S.A.

Concretamente, las Compañías Agrícolas de Seguros fueron vendidas en una de las más eficientes transacciones que se hayan realizado en los últimos años, generando un fortalecimien-

to financiero en los resultados del Fondo Nacional del Café, dado que la utilidad de la venta se transfirió como dividendos a sus accionistas. Esta operación presentó dos efectos en las finanzas de la actividad institucional, los cuales se reflejan en la caja y en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

La transacción de las Compañías representó ingresos en caja para 2007 por \$216.358 millones, siendo un 84% la recepción de dividendos de la Compañía Agrícola de Seguros S.A.; un 6% los dividendos de la Compañía Agrícola de Seguros de Vida y un 10% a razón de Operaciones de Cobertura, tal como se observa en la Figura 1.

En el Estado de Resultados, la transacción implicó ingresos por \$204.753 millones de los cuales un 84% correspondieron al Ingreso por Utilidad por el método de participación de la Compañía Agrícola de Seguros S.A.; un 5% a razón del Ingreso por Utilidad por el método de participación por parte de la Compañía Agrícola de Seguros de Vida y un 11% de Ingresos

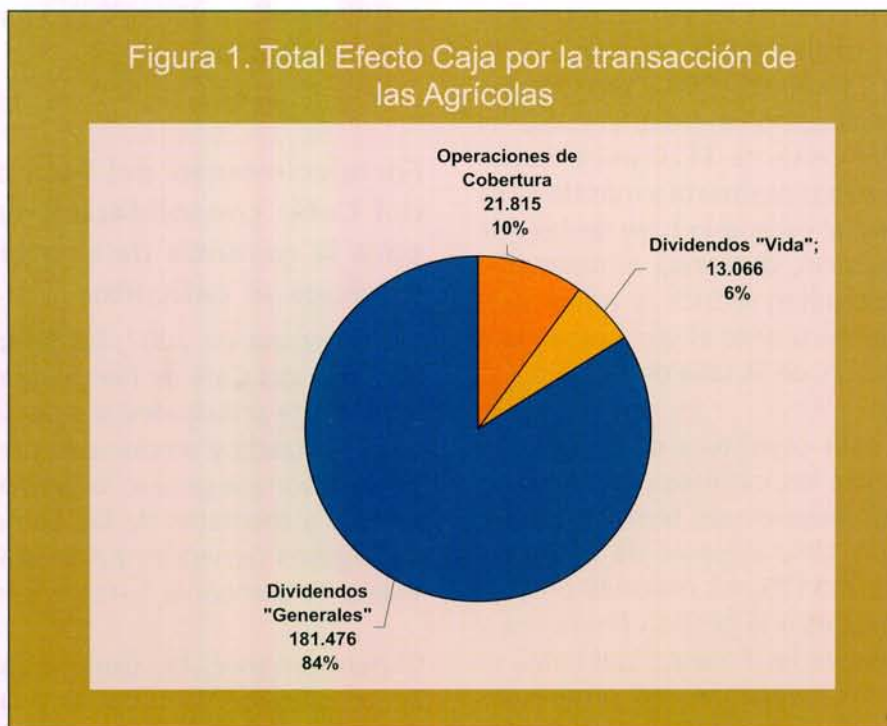
por Operaciones de Cobertura, tal como se puede observar en la Figura 2.

Es importante recordar que estos recursos hacen parte del patrimonio institucional y serán destinados a la constitución de inversiones financieras de largo plazo siguiendo con las políticas establecidas por el Comité Nacional. Los ingresos percibidos por la cesión de derechos de las Agrícolas, también se ven reflejados en la composición de los estados financieros.

Resultados Operacionales

Como se muestra en la Figura 3, el FoNC presenta un fortalecimiento patrimonial equivalente a cinco puntos que se refleja en un nivel patrimonial ¹ que pasó del 69% frente a los activos en el 2006, al 74% en lo corrido del 2007, ubicándose como el resultado más alto de los últimos años.

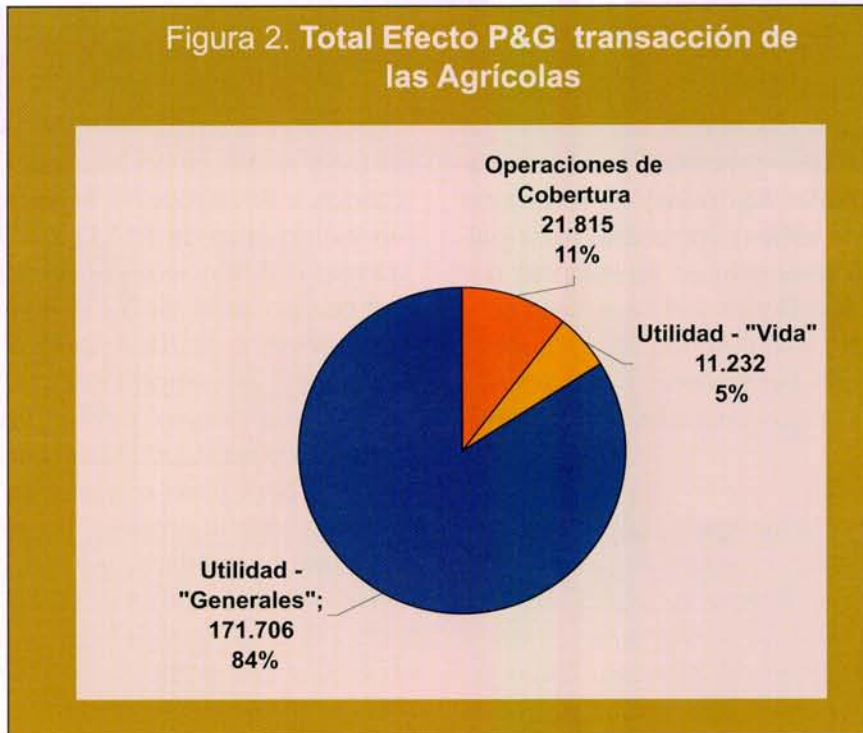
Este fortalecimiento patrimonial tiene sus pilares en la constante gestión financiera para con-



1. Indicador de Fortaleza Patrimonial = Patrimonio / Activos



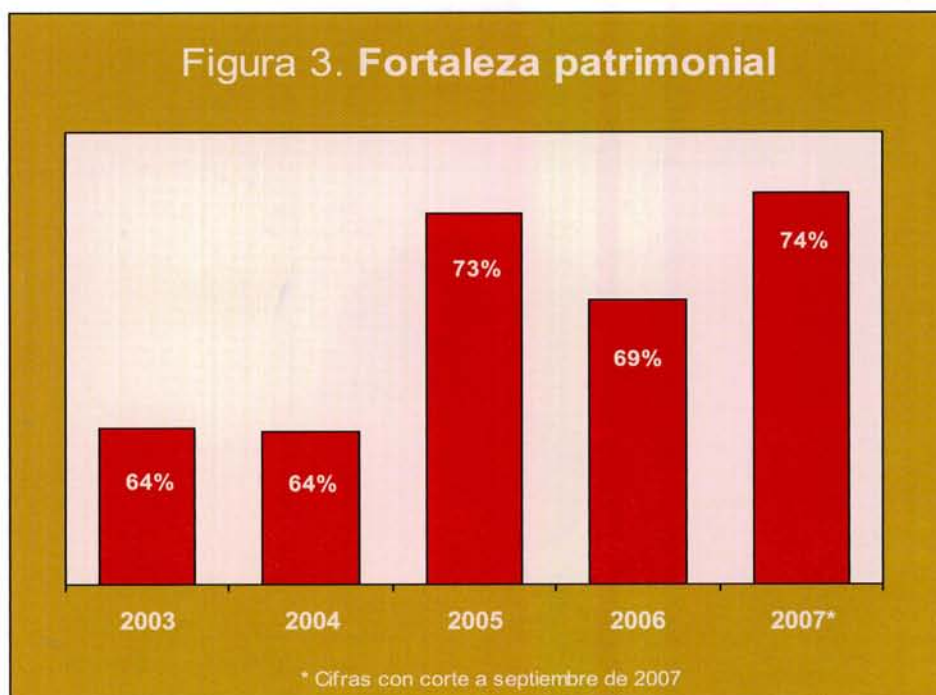
Figura 2. Total Efecto P&G transacción de las Agrícolas



trolar los niveles de capital de trabajo y el endeudamiento financiero requerido para fondar estas necesidades, así como en los

resultados de la operación de las Compañías Agrícola de Seguros Generales y Agrícola de Seguros de Vida.

Figura 3. Fortaleza patrimonial



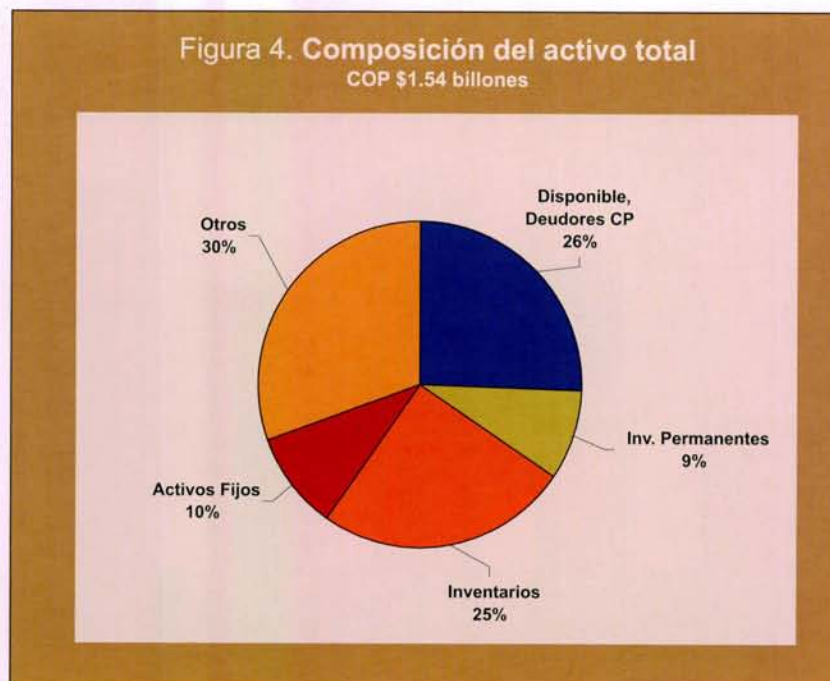
Esta gestión financiera permitió que el nivel de activos corrientes cayera en \$34.506 millones al comparar septiembre de 2007 contra septiembre de 2006 (excluyendo el incremento en inversiones temporales generado por la operación de las Compañías Agrícolas). La reducción del activo corriente estuvo impulsada principalmente por una disminución en las cuentas por cobrar de \$12.555 millones y el constante control de la caja para evitar tener recursos ociosos. Los inventarios permanecieron alrededor de los mismos niveles nominales de septiembre de 2006.

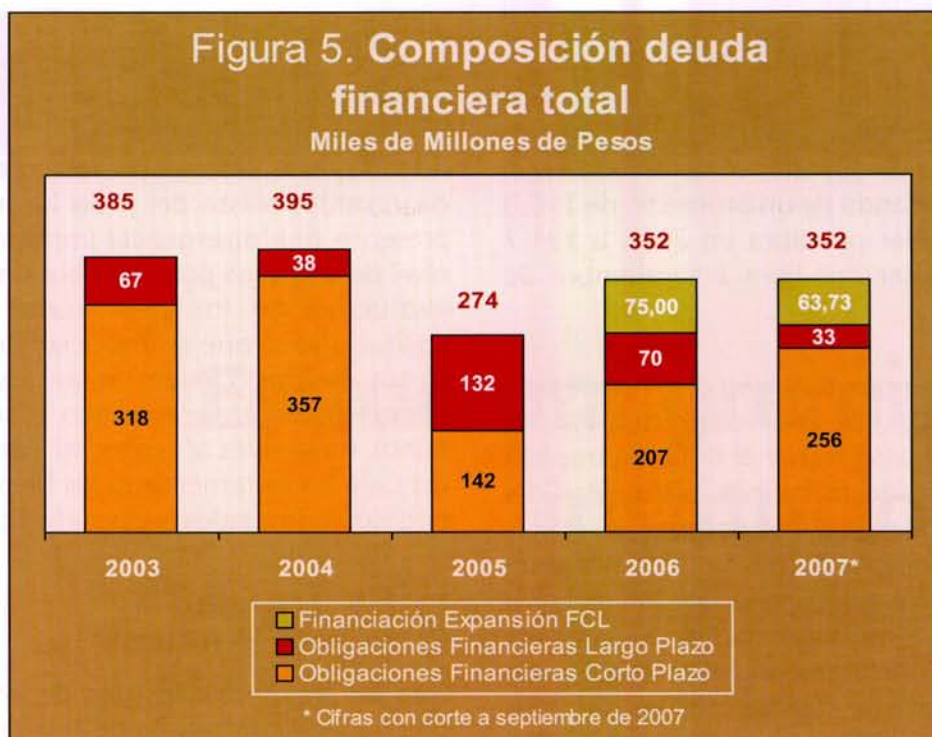
La Figura 4, ilustra la composición de los activos totales del FoNC, que ascienden a \$1,54 billones al 30 de septiembre de 2007. Aunque en términos generales no se presentan diferencias significativas frente a la composición de los activos en 2006, la operación de las Agrícolas genera un incremento en las inversiones temporales y una reducción en las inversiones permanentes. No obstante, es importante destacar que dicho incremento es transitorio ya que siguiendo lo establecido por el Comité Nacional, el destino de los recursos que ingresaron producto de la transacción de las Agrícolas serán

inversiones financieras permanentes, lo cual se reflejará en la cifras de cierre del año.

Gracias al control del capital de trabajo, los pasivos totales se mantuvieron en niveles adecuados a la estructura financiera, presentando un incremento de \$14.802 millones. El endeudamiento financiero continuó siendo el principal componente de los pasivos, con un 86,5% a septiembre de 2007. Dentro de dicho endeudamiento, el componente de corto plazo presenta una mayor participación, debido al proceso de reestructuración financiera del FoNC que ha permitido adaptar los pasivos al flujo de caja. En este proceso, las amortizaciones de la deuda de mediano y largo plazo contratada a finales de 2005, han sido financiadas con endeudamiento de corto plazo. La Figura 5, ilustra la composición del endeudamiento financiero a septiembre de 2007.

Por su parte, la continua gestión ante el sector financiero ha permitido que las líneas de crédito aprobadas hayan continuado creciendo, ofreciendo suficientes fuentes de financiación para las necesidades operacionales, tal como se ilustra en la Figura 6.





Variables cafeteras

Teniendo en cuenta el marco regulatorio vigente para la Contribución Cafetera, el resultado financiero del FoNC está afectado principalmente por el comportamiento de las siguientes variables: el volumen de las exportaciones de café,

la tasa de cambio y, en menor medida, el precio internacional del grano. El volumen de exportaciones de la industria ha presentado un incremento en los últimos años, pasando de 10,9 millones en 2006 a cerca de 11,1 millones de sacos de 60 Kg. estimados para 2007.



En cuanto al comportamiento del precio representativo del café verde, que sirve de base para el cálculo de la contribución cafetera y es un indicativo del precio de venta del café colombiano, este ha sido superior al observado en el año anterior, pasando de un promedio de 116,8 centavos de dólar por libra en 2006 a 121,7 centavos de dólar por libra a septiembre de 2007.

No obstante, aunque el precio internacional se ha recuperado en promedio un 4%, la revaluación del peso frente al dólar ha impedido que los caficultores reciban la totalidad del incremento en el precio internacional vía el precio interno de compra. Así mismo, la fuerte apreciación del peso ha implicado que los recursos percibidos por contribución cafetera sean cada vez menores. Concretamente, el promedio acumulado de la tasa de cambio para los primeros nueve meses de 2007 se encontraba en \$2.096 / dólar, es decir \$263 menos que el promedio acumulado de 2006. Lo anterior, ha implicado que los ingresos que se estimaba recibir por contribución cafetera en este año se hayan reducido en cerca de \$23.000 millones pasando de un presupuesto inicial de \$198.000 millones a una cifra estimada de cierre de \$175.000 millones.

Así, el fortalecimiento del peso frente al dólar continúa afectando adversamente los ingresos percibidos por el FoNC, ya que mientras el volumen de exportaciones del sector ha presentado una tendencia al alza, los ingresos por contribución cafetera han disminuido. De esta forma, si se comparan los ingresos que habría recibido el FoNC bajo los escenarios de tasa de cambio proyectados por el Informe Final de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, a 2007 se habrán dejado de recibir más de \$170 mil millones durante los últimos cuatro años, incluso en el escenario más pesimista de dicho análisis. Si se tiene en cuenta el es-

cenario base de la Comisión, los menores ingresos superarán los \$230 millones acumulados a 2007.

Además, este efecto acumulado de la tendencia revaluacionista del peso ha hecho que se presente una divergencia importante entre el nivel de ingresos por contribución cafetera y la evolución de los principales programas institucionales que se financian con dichos recursos. En efecto, mientras que los ingresos por contribución cafetera se han reducido en términos nominales y reales, el Fondo Nacional del Café ha incrementado los bienes y servicios públicos entregados a los caficultores.

Retos para el futuro

Para los próximos años uno de los retos financieros más significativos de la Federación como administradora del FoNC será garantizar la adecuada financiación del nuevo Programa de Renovación de Cafetales Envejecidos. Si bien dicho programa implicará en el corto plazo unas mayores necesidades de recursos para el FoNC, en el mediano y largo plazo incrementará los ingresos del sector cafetero en su conjunto, producto de la mayor producción y exportación de café colombiano.

Otro reto financiero significativo para 2008 teniendo en cuenta el actual escenario de fortalecimiento del peso colombiano frente al dólar, es desarrollar estrategias que permitan reducir la vulnerabilidad de los ingresos del FoNC ante el comportamiento y las fluctuaciones de la tasa de cambio.

En el mediano plazo, el objetivo principal sigue siendo lograr ajustar la relación entre los ingresos y los egresos con el fin de sentar las bases necesarias para afrontar las ineludibles variaciones en el precio internacional del café en el largo plazo.

CAPÍTULO IX

Estructura gremial e institucional

Mayor eficiencia, más participación





Desde la concepción del Plan Estratégico 2003-2008 la institucionalidad cafetera se ha ido consolidando como una estructura integrada, cuyas políticas, valores, hábitos, programas, estructura y sistemas apoyan permanentemente el aprendizaje organizacional, Figura 1.

El alineamiento estratégico ha logrado incorporar en los caficultores, empleados y socios una identidad común en concordancia con los propósitos establecidos en el plan estratégico, claramente evidenciada en sus acciones y valores. Una vez sintonizados los esfuerzos, se ha logrado trascender de un aprendizaje individual a un aprendizaje colectivo mediante la retroalimentación constante individuo – institucionalidad.

Actualmente, luego de evaluar el desarrollo del Plan Estratégico 2003-2008, es claro que se han obtenido resultados satisfactorios en las 9 áreas clave, y a su vez se han alcanzado los 12 objetivos estratégicos. Sobre esta base, se ha iniciado la construcción del nuevo Plan Estratégico con el compromiso y aporte de la institución y el gremio. Sin dejar atrás los compromisos planteados en el Plan 2003-2008, el nuevo Plan

contemplará un nuevo enfoque que fomentará la sostenibilidad de la caficultura. Por medio del nuevo Plan se implementará una propuesta de valor hacia el caficultor, que permita generar una caficultura renovada en múltiples facetas. Además debe acercar el mundo tecnológico al campo, generar una comercialización dinámica, innovadora y eficiente, fortalecer el posicionamiento del Café de Colombia, y ofrecer gestión, representatividad, democracia y sostenibilidad financiera. Todo lo anterior con el fin de promover el desarrollo productivo y social del caficultor, garantizando la sostenibilidad y el futuro de la caficultura y sus instituciones.

A continuación se describen las actividades más importantes llevadas a cabo durante el 2007 en el área de Estructura Gremial e Institucional.

Estructura Gremial

Cédula Cafetera Inteligente

Durante 2007 se trabajó en la implementación de la red tecnológica asociada a la cédula cafetera inteligente. Para ello se instalaron



datáfonos en los puntos de compra de café, establecimientos comerciales y estaciones de servicio Terpel. Hoy prácticamente está instalado todo el sistema, a días antes de estar operando.

La red privada de la Cédula Cafetera está conformada por: i) 475 puntos de compra de café; ii) 475 establecimientos comerciales, para la venta de mercados o insumos a los caficultores, y como segunda función la entrega de dinero en efectivo; iii) 312 estaciones de servicio Terpel, para la entrega de dinero en efectivo a los caficultores. En los municipios que no tienen cobertura por parte de las estaciones Terpel, se definió en conjunto con los Comités Departamentales otras alternativas para la entrega de dinero en efectivo, como los almacenes del café, otras estaciones de servicio y iv) 315 cajeros electrónicos de Megabanco que están ubicados en 71 municipios de los 358 municipios cafeteros. En el Cuadro 1 se presenta el esta-

do de la implementación de la red tecnológica a nivel del país. Como se puede observar, ésta ya ha sido finalizada en varios departamentos.

A la fecha, se han emitido 277.101 cédulas inteligentes, de las cuales se han entregado 162.785 a los caficultores, cifra que corresponde al 59% en eficiencia de entrega, como se aprecia en el Cuadro 2.

Estratégicamente se ha decidido realizar el lanzamiento de la cédula cafetera inteligente a nivel departamental. Su lanzamiento se ha programado para el momento en que la red privada de la cédula cafetera inteligente esté implementada en un 100%. Así, a comienzos de octubre 2007, se efectuó su lanzamiento en Caldas, Risaralda, Quindío, y el 1 de noviembre de 2007 en Santander. Para noviembre de 2007, se espera realizar el lanzamiento en los departamentos de Antioquia, Boyacá, Huila, Santander, Tolima y Valle.

Cuadro 1. Implementación red privada Cédula Cafetera			
	Puntos de Compra	Establecimientos Comerciales	Dispensadores efectivo
Antioquia	100%	100%	95%
Boyacá	100%	100%	100%
Caldas	100%	100%	100%
Cauca	100%	41%	62%
Cesar - Guajira	100%	70%	30%
Cundinamarca	100%	59%	58%
Huila	100%	100%	100%
Magdalena	100%	100%	100%
Nariño	100%	100%	50%
N. de Santander	100%	42%	5%
Quindío	100%	100%	100%
Risaralda	100%	100%	100%
Santander	100%	100%	86%
Tolima	100%	100%	100%
Valle	100%	98%	90%
Meta	100%	100%	0%

**Cuadro 2. Emisión y entrega de la Cédula Cafetera 2007**

	Cédulas Emitidas	Cédulas Entregadas	Eficiencia Entrega
Antioquia	50.011	30.020	60%
Boyacá	5.254	3.477	66%
Caldas	23.391	13.971	60%
Cauca	32.614	16.557	51%
Cesar - Guajira	3.341	2.329	70%
Cundinamarca	25.350	13.088	52%
Huila	36.925	19.302	52%
Magdalena	1.638	1.221	75%
Nariño	17.929	13.819	77%
N. de Santander	7.825	4.189	54%
Quindío	4.710	3.855	81%
Risaralda	12.805	9.319	73%
Santander	17.564	11.278	64%
Tolima	20.650	11.812	57%
Valle	14.723	8.548	58%
Caqueta	504		
Casanare	651		
Meta	547		
Chocó	639		
	277.101	162.785	58,7%

Como parte de la campaña de lanzamiento, junto con el equipo de Megabanco Banco de Bogotá, se diseñó un concurso para incentivar su uso por parte de los caficultores. Este concurso tiene una vigencia de 3 meses a partir de su lanzamiento en cada departamento y premiará a aquellos caficultores que más la utilicen.

Además, para el lanzamiento en Risaralda y para el beneficio de todo el eje cafetero, se estableció una alianza estratégica con los almacenes Alkosto, bajo la cual se le dará el 15% de descuento a los caficultores que realicen sus compras con su cédula cafetera inteligente. Se espera realizar otras alianzas estratégicas para finales de año con reconocidos establecimientos de cadena.

También, se firmó un nuevo acuerdo con el Banco de Bogotá, con el cual se desarrollan los siguientes servicios por medio de la cédula cafetera inteligente:

- Acceso a créditos para capital de trabajo
- Pago de servicios públicos.
- Compra de minutos de telefonía celular.
- Transferencias de fondos a cualquier banco en Colombia.
- Acceso a las redes Visa y MasterCard completamente gratis
- Acceso a la red de cajeros electrónicos de todos los bancos en Colombia.
- 400 nuevos datafonos para la red privada
- 16 nuevos cajeros electrónicos.
- Lanzamiento de la Tarjeta Cafetera Inteligente, la cual está dirigida a todos los caficultores que no son federados.

Vale la pena anotar que ya se ha demostrado la bondad del instrumento, con el cual se han

desembolsado cerca de 30 mil auxilios de verano, aportados por el Gobierno Nacional y el Fondo Nacional del Café. La eficacia y agilidad de la cédula cafetera inteligente ha quedado demostrada con esta aplicación, porque los recursos llegaron a los caficultores sin la necesidad de firmar copias, entrega de recibos, girar cheques u obligar al caficultor a hacer largas filas en los bancos.

Se ha definido que cualquier tipo de incentivos, abonos, apoyos o créditos que haga la FNC a los caficultores, se harán por medio de la cédula cafetera inteligente. Es por esta razón que durante el segundo semestre de 2007 se consignaron por concepto del Fenómeno de Niño, 26.231 abonos a cedulas cafeteras inteligentes, por un valor de \$1.500.000 millones.

Para finales de año, se espera que, los créditos que se realicen a través del Programa de Reconversión Social y Productiva de la Caficultura sean desembolsados a los caficultores por medio de la cédula cafetera inteligente.

Estructura Institucional

Consolidación del Enfoque de Gestión por Procesos

Lo único constante dentro de una empresa, es el cambio, y es por ello que día a día los procesos deben mejorar, buscando eficiencia y eficacia en respuesta a las necesidades de los clientes. A continuación se presentan los procesos más relevantes que se trabajaron durante 2007:

Gestión de Proyectos

Este proceso se encuentra dentro del Modelo de Competitividad y Desarrollo social, que apoya los procesos de Fortalecimiento Gremial, Extensión y Desarrollo Social. La propuesta de este proceso fue desarrollado de la mano con varios Comités Departamentales, la Gerencia Técnica y la Oficina de Cooperación Internacional.

Tiene como fin, ser la base para consolidar un banco de proyectos de desarrollo social dentro de la Institución y fortalecer la formulación de proyectos en el ámbito de la cooperación nacional e internacional. El objetivo del proceso es: Definir, desarrollar y evaluar programas y proyectos de fortalecimiento gremial, extensión y desarrollo social alineados con la estrategia, con el fin de mejorar las condiciones de vida del caficultor y la comunidad en las zonas cafeteras.

Propiedad Intelectual

Se diseñó el proceso de Propiedad Intelectual el cual tiene por objetivo, asegurar los bienes intangibles del Fondo Nacional del Café y la Federación Nacional de Cafeteros a través de la implementación de políticas que rijan su manejo y permitan su aprovechamiento estratégico y comercial.

Gerencia Financiera

Durante 2007 se diseñaron a nivel de actividad los procesos financieros de la organización: Planeación Financiera y Presupuesto, Gestión Contable, Gestión Tributaria y Tesorería; propuesta que inicia su fase de implementación.

Estudio de cargas de trabajo

El estudio de cargas de trabajo tiene por objetivo encontrar oportunidades de mejora en las actividades definidas dentro de los procedimientos. Esto se efectúa con el fin de que no se realicen procesos de manera duplicada o se ejecuten tareas que no agregan valor al mismo. Adicionalmente se establece la carga laboral que implica la realización de las tareas asignadas, dentro de las características de calidad, oportunidad y efectividad. Para tal efecto, se estandarizó la metodología, como se muestra en la Figura posterior.

Durante 2007 se diseñó el estudio de cargas de trabajo para: Propiedad Intelectual, Bienes y Servicios, Planeación Financiera y Presupuesto, Gestión Contable y Gestión Tributaria de la Oficina Central.



Gestión Documental

Durante 2007 se puso en marcha el sistema de información documental SIDOC, el cual permite administrar la correspondencia de manera electrónica.

El sistema de gestión documental ha permitido que la empresa cumpla con las normas y procedimientos de administración de archivo exigidas por el Archivo General de la Nación, tema sobre el cual se pronunciaron favorablemente la Comisión de la Contraloría General de la Nación y la Procuraduría General de la Nación.

Implementación de una Política de Desarrollo Humano

Partiendo de la matriz de competencias establecida por la Federación, se viene articulando de manera integral los Procesos de Gestión Humana y Organizacional. Estos contemplan la definición de perfiles de cargo, la selección e inducción del personal, la evaluación del desempeño, el desarrollo y capacitación y la compensación.

Es así como a partir de septiembre se estandarizó a nivel nacional el proceso de Se-

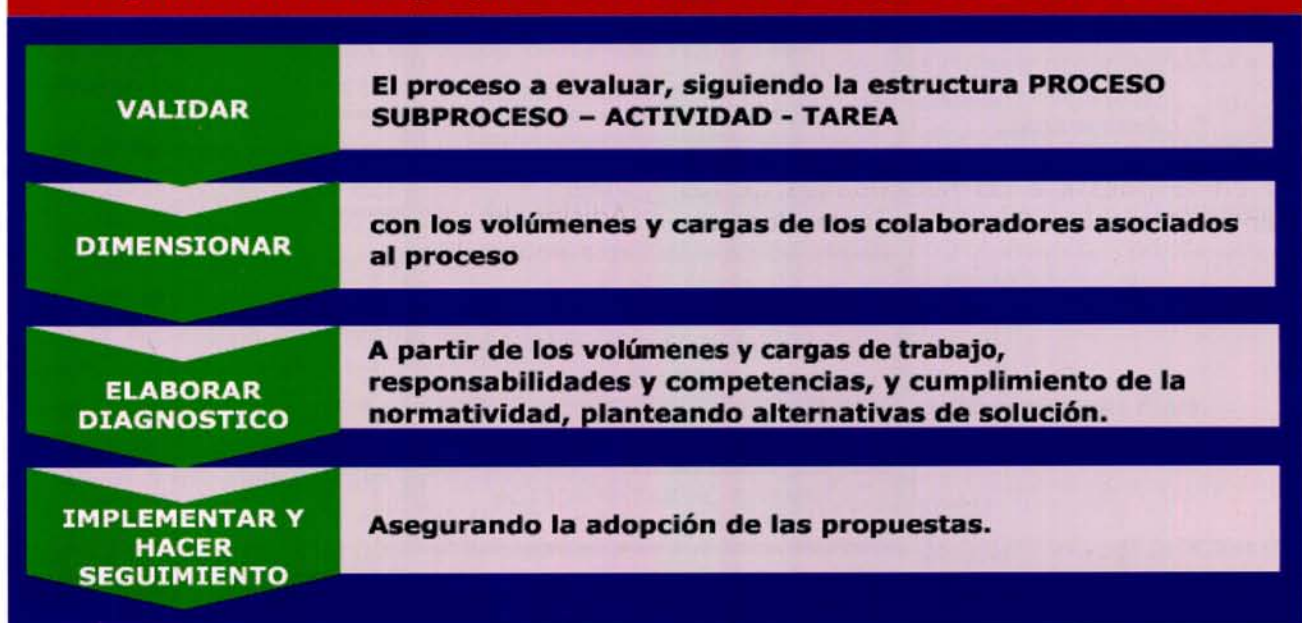
lección de personal cuyo objetivo es elegir la persona idónea que cumpla con el perfil y las competencias requeridas para el cargo, enmarcando el proceso de selección dentro de las políticas de la FNC y el Modelo de Competencias. Igualmente, en el transcurso del segundo semestre, se participó de manera activa en la definición de la estrategia de selección para el programa Modelos Innovadores - Jóvenes Caficultores, así como en el desarrollo de los talleres de selección de los jóvenes aspirantes en los departamentos de Antioquia, Tolima, Magdalena y Santander.

Complementariamente, se homologó a nivel nacional el proceso de Inducción al personal y contratistas de la Federación, cuyo objetivo es garantizar la adaptación de los nuevos colaboradores, basándose principalmente en la generación de sentido de pertenencia frente a la empresa y la familiarización con la cultura de la misma.

Modelo de Medición de Desarrollo y Desempeño

Con el objetivo de identificar brechas y definir planes de desarrollo que permitieran a los co-

Figura 2. Metodología para el estudio de la carga laboral de trabajo



laboradores del Servicio de Extensión, Desarrollo Social e Investigación, adquirir las destrezas necesarias para optimizar y llevar a la excelencia su desempeño laboral, se implementó el Modelo de Medición de Desarrollo y Desempeño.

Se realizó la primera medición que contempló cinco dimensiones: competencias, logro de resultados de indicadores estratégicos, evaluación de desempeño por parte del jefe inmediato, evaluación de conocimientos y satisfacción del cliente. La Figura 3 presenta el modelo de medición de desarrollo y desempeño.

El proceso de retroalimentación y socialización de los resultados de esta medición se hizo mediante talleres en los diferentes Comités Departamentales, Cenicafé y la Oficina Central. En estos, se mostró, por un lado la calificación obtenida por cada uno de ellos en las diferentes dimensiones y por otro, los pasos a seguir para la definición de los planes de desarrollo y el seguimiento a los mismos de acuerdo a los resultados obtenidos por cada colaborador. Con

este Plan de Acción se busca promover el cambio y /o fortalecimiento de los comportamientos y actitudes que la organización ha definido como exitosos para lograr los estándares de excelencia en cada uno de sus colaboradores.

Curso virtual de convivencia laboral

La Federación Nacional de Cafeteros desarrolló y puso a disposición de 2.864 colaboradores de la Institucionalidad Cafetera la emisión del curso «Convivencia Laboral». Este tiene como fin, facilitar las herramientas necesarias para fomentar un ambiente laboral basado en valores y promover una convivencia sana y armónica y así mismo dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 1010 de 2006 y el artículo 70 del capítulo XX del Reglamento Interno de Trabajo.

Créditos

Durante el 2007 y dentro del convenio interinstitucional suscrito con Davivienda se han otorgado un total de 239 créditos por un valor





de \$2.930 millones. Durante los años 2005 al 2007 se han desembolsado créditos por valor de \$7.928 millones beneficiando a 868 empleados para atender créditos hipotecarios, de vehículo, compra de cartera y libre inversión. El convenio se extendió igualmente a los pensionados menores de 65 años con descuento por nómina.

Plan integral de salud

Se estructuró e implementó el Plan Integral de Salud, con el ánimo de enfocar la gestión en la intervención de los aspectos críticos de la condición de salud individual y colectiva de origen común o relacionada con el trabajo. Este plan permite el uso racional de los recursos disponibles e integra las diferentes herramientas dispuestas en el modelo de seguridad social (EPS, ARP y Medicina Prepagada) y los esfuerzos propios para mejorar el nivel de salud de los colaboradores.

Entre otros, se destacan los siguientes programas: Programa de valoraciones periódicas ocupacionales, Programa de capacitación al COPASO, Programa de pausas activas y el Programa de asesoría para el uso adecuado de puestos de trabajo, entre otros.

Fortalecer la Cultura de Control y Probidad de la Administración

Cuadro de Mando Integral

Desde 2003, como parte del ciclo de aprendizaje estratégico se logró motivar el cambio con el impulso de los Gerentes y Directores en la ejecución del Plan Estratégico. Fue posible traducir la estrategia con ayuda del Cuadro de Mando Integral, a través del árbol estratégico, con metas identificadas en todos los indicadores y responsables asignados para cada una de las iniciativas o estrategias. Esto le permite a toda la organización alinearse en una única dirección estratégica y permite guiar y ser consistentes con las prioridades corporativas. Igualmente, en cada uno de los Comités Departamentales

se desarrolló un Cuadro de Mando Integral. Con este trabajo, se creó conciencia sobre la estrategia de un trabajo conjunto, en el cual se desarrollan las competencias y alinean los objetivos e incentivos personales.

Adicionalmente, el BSC Hall of Fame for Executing Strategy, reconoció el mejoramiento del Cuadro de Mando Integral de la FNC frente al año anterior, situándolo por encima de la mayoría de las empresas que hacen parte del Hall de la Fama y que tienen una ejecución ejemplar de su estrategia, Figura 4.

Fortalecimiento del Sistema de Control

La evaluación y calificación de los componentes del Sistema de Control Interno de la Federación Nacional de Cafeteros como administradora del Fondo Nacional del Café, por parte de la Contraloría General de la República, señala un nivel de riesgo medio con un puntaje de 0,56. Esta calificación indica que el sistema de control interno ha mejorado su efectividad otorgando confiabilidad a la organización para el manejo de los recursos y el cumplimiento de sus objetivos y metas. Un puntaje por encima de 0,9 se considera como un nivel de riesgo alto.

La Administración ha hecho énfasis en el mantenimiento de una cultura organizacional y un ambiente de control, basados en la autoevaluación, autocontrol y autorregulación, con el compromiso de sus empleados. Estos son factores indispensables para el fortalecimiento del Sistema de Control Interno, cultura que se evidencia en el resultado obtenido.

Otras Estrategias de Apoyo al Plan Estratégico

Tecnología Industrial

Con el propósito de garantizar un proceso eficiente y confiable que permita obtener café excelso con mejores índices de calidad durante

el año 2007, se concluyó el proyecto de renovación de equipos de escogeduría electrónica. Durante el presente año se importaron e instalaron cinco máquinas seleccionadoras en Armenia, Garzón y Manizales. De esta manera, se logró finalizar con un total de 15 que contemplaba el proyecto de actualización, esto conlleva aumentos importantes en la productividad industrial.

Venta de Inmuebles

Continuando con el proyecto de vender activos que no son estratégicos para la Federación Nacional de Cafeteros y el Fondo Nacional del Café, en 2007 se efectuaron negociaciones de inmuebles por un valor total de \$63.935 millones, superando en un 118% a las ventas registradas en 2006, Figura 5.

Del total de ventas, \$9.009 millones corresponden a ventas de inmuebles de la Federación Nacional de Cafeteros y \$54.926 millones a inmuebles del Fondo Nacional del Café.

Otros Ingresos

En 2007 se percibió la suma de \$6.026 millones por concepto de arriendo de inmuebles. Se destaca que el 100% del total de área en inmuebles disponibles para arriendo se encuentra ocupada.

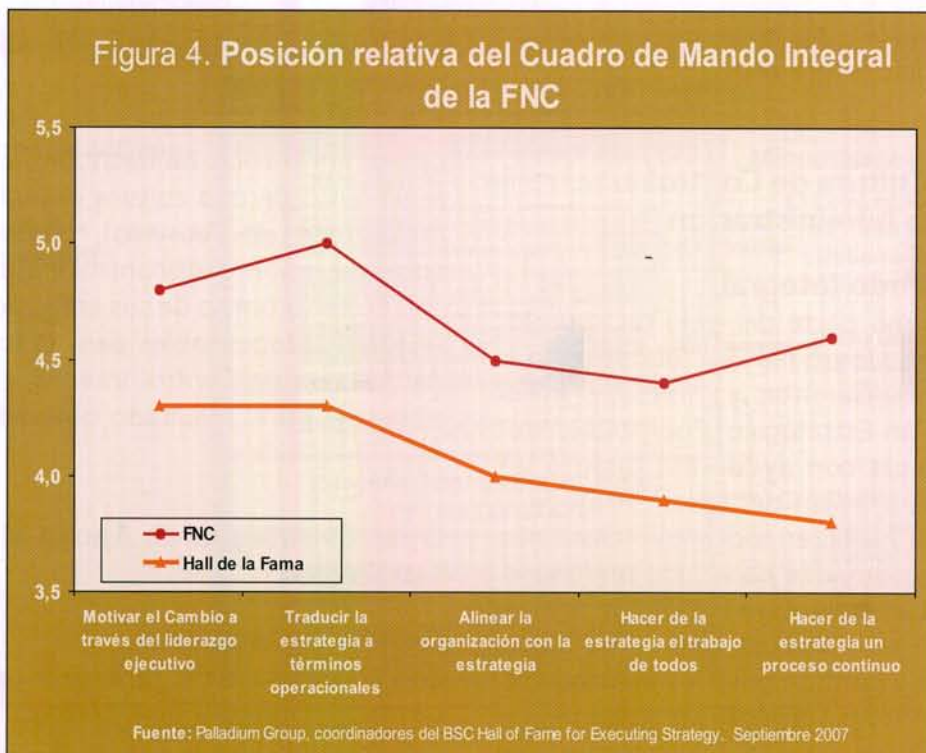
Por gestión de venta de empaque, ingresó al Fondo Nacional del Café en el año 2007 la suma de \$1.850 millones. El ingreso por otros conceptos ascendió a la suma de \$887,5 millones, representados en ingresos por administración del edificio Federación Nacional de Cafeteros y por la venta de bienes muebles y vehículos que ya no eran necesarios para la empresa.

Seguridad Corporativa

En el frente de la seguridad institucional se avanzó en las siguientes actividades:

Programa Nacional de Prevención del Secuestro y la Extorsión. Se obtuvo una alta participación de las diferentes dependencias de la

Figura 4. Posición relativa del Cuadro de Mando Integral de la FNC





organización con un total de 28 talleres realizados y la capacitación de 850 personas entre personal administrativo, de extensión, caficultores y empleados de las cooperativas.

Programa Nacional de Capacitación y Conformación de Brigadas de Emergencia - Etapa Preliminar. Durante el presente año los integrantes de la Brigada de Emergencias de Federación y Almacafé Oficina Central recibieron una capacitación especializada en Administración de Emergencias, Prevención y Control de Incendios, Evacuación, Rescate, Primeros Auxilios y Manejo de Emergencias con Materiales Peligrosos. Se diseñó y publicó el material de estudio y evaluación denominado «Manual del Brigadista».

Basc Café. Se destaca además cómo las dependencias de Federación y Almacafé, que hacen parte de proceso de exportación, fueron recertificadas en el Sistema de Gestión en Control y Seguridad BASC:

Esta certificación garantiza un 100% de seguridad en la cadena logística de comercio inter-

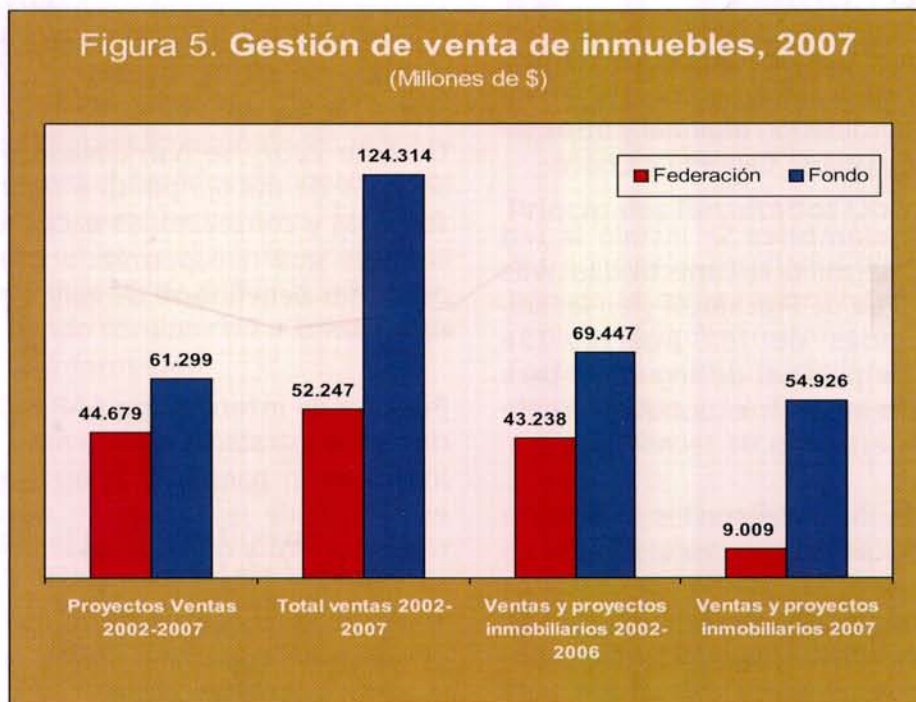
nacional. Adicionalmente los resultados obtenidos en materia de seguridad interna son:

- Cero casos de contaminación en las exportaciones
- Cero siniestros en la movilización de café con destino a la exportación
- Desarrollo de una cultura de la seguridad.

Tecnología de Información y Comunicaciones

Durante 2007, Tecnología de Información abordó la renovación y consolidación de los servicios de cómputo en respuesta a las necesidades de optimización de la infraestructura tecnológica. Lo anterior se hizo con miras a soportar los diferentes sistemas de información de la Institucionalidad. Esta plataforma contribuye a la mejora en el desempeño de los sistemas de información y a la disminución en costos de administración, soporte y mantenimiento.

Igualmente se actualizó la infraestructura de redes de las empresas, logrando eficiencia en



los tiempos de respuesta, minimizando la probabilidad de fallas, mayor beneficio en el cableado estructurado instalado y fortalecimiento en la protección tecnológica de la información. Como resultado se ha obtenido una disminución aproximada del 25% en el tiempo de respuesta de las transacciones en el sistema SAP.

Sistema de Información Cafetera – SICA. Se inició el Proyecto de actualización del sistema de información cafetera basado en arquitectura web que busca integrar, unificar y centralizar en una sola base de datos la información Alfanumérica y Georreferenciada, con el fin de optimizar el ingreso y consulta de datos de las fincas, lotes y caficultores del país.

Es importante resaltar que con esta herramienta el caficultor podrá consultar su información en cualquier momento y apoyar al Servicio de Extensión en la actualización de sus datos.

Entre otros beneficios que se obtendrán con esta actualización, se destaca la disminución en los tiempos de actualización de la base de datos, el incremento de número de usuarios autorizados con acceso permanente desde cualquier lugar del mundo y el enfoque a la gestión, ya que se contará con usuarios del sistema más analíticos que operativos. Así mismo, en el sistema actual se amplió la cobertura para las oficinas de Coordinación regional y otros territorios: Meta, Casanaré, Caquetá y Chocó.

Conectividad Inalámbrica. Se instaló la red inalámbrica que permitió la conectividad WIFI segura en la bodega de Procafecol y en las oficinas de calidades de los puertos. Se implementaron las políticas de seguridad para la instalación de la infraestructura que permite conectividad con este tipo de tecnología.

Plan Florescencia. Se realizaron los ajustes a la solución tecnológica integral para el soporte de la venta anticipada de la cosecha por contratos forward, apoyándose en la página web y el SAP R/3, la cual busca obtener la información conciliada de las entregas de los caficultores para

los compromisos adquiridos con la Bolsa Nacional Agropecuaria.

Marcas y patentes. Se realizó el análisis e implementación del sistema de información para la administración de marcas y patentes, constituyéndose en una herramienta web en la que los corresponsales a nivel mundial puedan acceder al sistema y actualizándolo con las nuevas leyes en materia marcaria de cada país. Adicionalmente, permite la gestión y control del registro de marcas.

Capacitación virtual. Se instaló e implementó la plataforma tecnológica de la solución E-learning para el soporte del plan de capacitación de los procesos de la Fábrica de Café Liofilizado. Se cuenta con seis cursos virtuales.

Videoconferencia. Se apoyó el proceso de videoconferencia que conecta 17 ciudades a nivel nacional. Esta tecnología permite la conectividad entre distintos puntos simultáneamente, utilizando los canales de comunicaciones. La videoconferencia se sigue consolidando como el canal de comunicación institucional eficiente debido a las fortalezas presentadas por cobertura en todas las dependencias, la flexibilidad y oportunidad en el contacto y los contenidos y el ahorro en costos por desplazamiento y tiempo.

Durante 2007 se han llevado a cabo, desde sesiones de trabajo punto a punto, hasta conferencias y convocatorias nacionales e internacionales que han permitido a más de 4.000 asistentes beneficiarse de mayor contacto y conocimiento.

Sistema de información SAP R /3. Continuando con la estrategia de optimizar el sistema de información para que soporte los diferentes escenarios de las empresas, durante 2007 se realizaron entre otras las siguientes actividades:

- Se mejoró el tiempo de liberación de los lotes de inspección en los puertos marítimos a través de dispositivos móviles.



- Se configuró el escenario de ventas de maquila para la Fábrica de Café Liofilizado.
- Se optimizó el proceso de liquidación y facturación del escenario de ventas VMD de comercial.
- Se implementó el sistema de coberturas cambiarias que permite manejar las tasas de cambio con un nuevo instrumento de la bolsa de NY.
- Se implementó una solución con tecnología de radiofrecuencia para el manejo automatizado del Centro de Distribución de Almacafé que apoya la operación de abastecimiento de Procafecol, hacia los diferentes canales de distribución e identifica las interfases necesarias con otros sistemas.

Seguridad Informática. La seguridad de la información es de alta importancia para garantizar la continuidad de las operaciones del negocio, por tal razón se viene realizando un estudio con miras a establecer un plan de continuidad de manera tal que permita seguir operando las aplicaciones críticas, en el menor tiempo posible. Por otra parte, al interior del proceso de tecnología se están aplicando estándares y procedimientos encaminados a buscar las certificaciones en las normas ISO 27001 y 17799 que protejan los activos informáticos de la Organización. De otro lado, contribuye con el cumplimiento de los requerimientos de seguridad basados en lineamientos de organizaciones gubernamentales. En materia de seguridad en los equipos de escritorio se actualizó la herramienta de antivirus, antispam, antispyware, dando continuidad a la estrategia de fortalecer la información.

Cooperación Internacional

Situación actual de la gestión de cooperación internacional de la FNC en Europa

La gestión de cooperación internacional ha aumentado en complejidad y alcance durante

los años, pasando de la simple formulación y presentación de proyectos, a una verdadera función de posicionamiento estratégico de la organización que requiere creatividad para encontrar líneas de financiación. Esta nueva característica ha traído consigo resultados para el fortalecimiento institucional en lo local, con apoyo para mejorar los sistemas de formulación y seguimiento a proyectos, y en lo internacional, a través de las relaciones institucionales y mantenimiento las relaciones de cooperación con socios estratégicos. Esto permitió no sólo una cofinanciación mayor y más estable de los proyectos de desarrollo en Colombia, sino también el posicionamiento de la Federación como organización socialmente responsable en diversos gremios relevantes comercial y lo políticamente.

Estas transformaciones obedecen a las nuevas oportunidades y exigencias del medio y han sido soportados con cambios en las funciones, en los responsables y en los procesos internos de la Federación. Para responder a los compromisos y oportunidades que se presentan hacia el futuro, la gestión se orientara en 2008 hacia su fortalecimiento en lo interno para asegurar la calidad de los proyectos, incluyendo el fortalecimiento de la capacidad de las personas involucradas en la gestión con la formación, los recursos y las estructuras necesarias.

Principales Resultados Obtenidos

Los principales resultados obtenidos en la gestión de la cooperación internacional con Europa se pueden resumir en tres frentes: *i)* Fortalecimiento internacional; *ii)* Financiación de proyectos y *iii)* Posicionamiento de la FNC como ONG.

En cuanto al fortalecimiento institucional en la gestión de proyectos es importante destacar:

- Fortalecimiento de los procesos de formulación, presentación y gestión de proyectos con el desarrollo de formatos, guías,



indicadores de medición unificados y herramientas específicas.

- Aumento de la capacidad de gestión con el entrenamiento y asesoría a responsables en el área de cooperación internacional a nivel nacional y regional.
- Fortalecimiento de las relaciones con los socios-internacionales por medio del apoyo permanente al seguimiento de los proyectos en ejecución.
- Impulso a la generación de proyectos innovadores con el estudio y desarrollo de nuevos campos de acción como, la: Estrategia de Kioto cafetero, el estudio de mercados para proyectos MDL, y el Programa de escuelas cafeteras en línea (TIC's para escuelas).
- Lanzamiento de convocatoria interna de proyectos, con guías y procedimientos claros para agilizar y facilitar la gestión de cooperación internacional.

En cuanto a la financiación de nuevos proyectos es fundamental destacar:

- 230.000 euros para nuevos proyectos gestionados en el 2007: «Aplicación del 4C en Antioquia» y «Parque y Juegos de la escuela Anatolí en Cundinamarca».
- 10 proyectos en ejecución en 7 departamentos que recibieron cofinanciación internacional en 2007.
- 5 proyectos presentados por 2.771.364 euros, para aprobación a finales del 2007 y primer semestre del 2008.
- 4 proyectos en gestión para presentación a convocatorias en primer semestre de 2008 por más de 2 millones de euros.

El Cuadro 3 presenta una relación de los convenios de cooperación realizados con distintas entidades de cinco países europeos, con vigencias relativas al periodo 2001-2010. Resalta el


Cuadro 3. Proyectos de Cooperación Internacional con cinco países europeos, 2001-2010

Pais	Organización	Proyectos financiados	Ejecución	Monto Euros	Totales
España	AECI - Agencia Española para la Cooperación Internacional	Programa - Sembradores de Paz I	2001 a 2006	€ 5.800.369	€ 9.439.161
		Programa - Sembradores de Paz II	2004 a 2008	€ 3.338.499	
		Fortalecimiento de liderazgo, economía campesina y biodiversidad en el Suroeste Antioqueño	2006 a 2008	€ 300.293	
	Ayuntamiento de Madrid	Sembradores de Paz - TOLIMA	2006 a 2008	€ 254.454	€ 254.454
	Comunidad de Madrid	Programa de Educación y gestión para el fortalecimiento de la población rural del Eje Cafetero Colombiano	2007 a 2010	€ 842.115	€ 842.115
	Generalitat Valenciana	Acueducto Norte de Santander	2002 a 2003	€ 99.470	€ 99.470
Holanda	Junta de Castilla y León	Acueducto Cundinamarca	2002 a 2003	€ 157.848	€ 157.848
	Fundación Humanismo y Democracia	Esta organización es socio estratégico de Federación e intermediario y cofinanciador de todos los proyectos con organizaciones españolas		€ 292.526	€ 292.526
	Solidaridad	Fast Movers - UTZ KAPEH	2005 a 2007	€ 50.000	€ 70.000
		Acceso a Mercados de Cafés Especiales UTZ KAPEH - Cundinamarca	2006 a 2007	€ 20.000	
	Coffee Support Network	Fast Movers - UTZ KAPEH	2005 a 2006	€ 50.000	€ 50.000
	Fundación ABN AMRO	Acceso a Mercados de Cafés Especiales UTZ KAPEH - Cundinamarca	2006 a 2007	€ 100.000	€ 100.000
RSM EMBA 06 to add value to de world	Escuela Tambores	2007 a 2008	€ 50.000	€ 50.000	
Bélgica	Fundación EFICO	Proyecto Piloto para la adopción de Código de Conducta de la Comunidad Cafetera (4C) y la certificación Rain Forest Alliance (RFA) en Colombia	2006 a 2007	€ 100.000	€ 103.000
	Gobierno Flamenco	Café Kachalú: Educación para el desarrollo sostenible (Escuela & Café)	2006 a 2007	€ 3.000	
		Proyecto Piloto para la adopción de Código de Conducta de la Comunidad Cafetera (4C) y la certificación Rain Forest Alliance (RFA) en Colombia	2006 a 2007	€ 100.000	
Colruyt	Café Kachalú: Educación para el desarrollo sostenible (Escuela & Café)	2006 a 2007	€ 20.000	€ 20.000	
Alemania	GTZ	Proyecto Piloto para la adopción de Código de Conducta de la Comunidad Cafetera (4C) y la certificación Rain Forest Alliance (RFA) en Colombia	2006 a 2007	€ 100.000	€ 100.000
	Invest 4 Charity	Fondo de Crédito ASOJAV - Valle del Cauca	2005 a 2006	€ 4.000	€ 4.000
Inglaterra	Costa	Mejoramiento de la Infraestructura y la Nutrición Infantil en la Escuela "Anatoli" de La Mesa, Cundinamarca	2006 a 2007	€ 78.996	€ 78.996
5 países Europeos	16 socios permanentes	3 programas y 11 proyectos de desarrollo en ejecución	Del 2001 al 2010	Total	€ 11.761.570

valor total de las financiaciones obtenidas para los programas y proyectos que se encuentran en ejecución, el cual asciende a 11,7 millones de euros.

Finalmente, la gestión realizada ha permitido posicionar a la FNC como ONG en círculos es-

tratégicos lo cual se evidencia con la renovación del 87% del apoyo para cooperación internacional y las alianzas estratégicas con diversos órganos de la Unión Europea e instituciones relacionadas con el café, como en eventos especiales del 4C, UTZ Kapeh, Nespresso etc.

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA





PRODUCCIÓN

- Cuadro No. 1: **Producción mundial total de café verde**
Años Cosecha 2001/02 – 2006/07
- Cuadro No. 2: **Colombia – volumen y valor de la producción registrada de café verde**
Años Cafeteros 2000/01 – 2006/07

EXPORTACIÓN

- Cuadro No. 3: **Exportación mundial de café verde a todo destino**
Años Cafeteros 2001/02–2006/07
- Cuadro No. 4: **Exportaciones de café colombiano según países de destino**
Años Cafeteros 2001/02 – 2006/07
- Cuadro No. 5: **Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**
Años Cafeteros 1999/00 – 2006/07
- Cuadro No. 6: **Exportaciones colombianas por tipos de café**
Años cafeteros 1999/00 – 2006/07
- Cuadro No. 7: **Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café.**
Años Cafeteros 1999/00 – 2006/07

CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro No. 8: **Consumo interno de café verde en países productores**
Años Cosecha 2000/01 – 2006/07.

PRECIOS

- Cuadro No. 9: **Precios indicativos según grupos de la Organización Internacional del Café**
Años Cafeteros 1997/98 – 2006/07
- Cuadro No.10: **Colombia – precio externo, precio interno y tasa de cambio**
Promedios 1999/00 – 2006/07


Cuadro 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL TOTAL DE CAFE VERDE
Años Cosecha 2001/02 - 2006/07

Millones de sacos de 60 kilos

Países	Calidad de Café	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%
Total Mundial		108,2	99,9	123,4	98,8	105,5	98	117,5	100,0	111,6	100,0	122,76	100,0
Cosechas Abr - Mar		43,4	40,0	61,5	49,8	41,5	39,2	53,9	45,9	47,7	42,8	56,9	46,4
Brasil	(ANL/R)	30,8	28,5	48,5	39,3	28,8	27,3	39,3	33,4	32,9	29,5	42,5	34,6
Ecuador	(AS/R)	0,9	0,8	0,7	0,6	0,8	0,7	0,9	0,8	1,1	1,0	1,2	1,0
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,1	1,0	1,1	0,9	1,2	1,1	1,0	0,8	1,3	1,1	0,8	0,6
Perú	(AS)	2,7	2,5	2,9	2,3	2,6	2,5	3,4	2,9	2,4	2,2	4,3	3,5
Indonesia	(R/AS)	6,8	6,3	6,8	5,5	6,6	6,2	7,5	6,4	8,7	7,8	6,8	5,5
Madagascar	(R/AS)	0,1	0,1	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5
Otros		0,9	0,8	1,0	0,8	1,1	1,0	1,3	1,1	0,7	0,6	0,9	0,7
Cosechas Jul - Jun		2,6	2,4	2,7	2,3	2,1	2,0	2,5	2,1	2,0	1,8	2,4	1,9
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3
Tanzania	(AS/R)	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6
Otros		1,5	1,4	1,5	1,2	1,1	1,1	1,2	1,1	0,8	0,7	1,2	1,0
Cosechas Oct - Sep		62,2	57,5	57,7	46,7	60,2	57,1	59,5	50,6	60,2	54,0	61,9	50,4
Colombia	(AS)	12,0	11,1	11,9	9,6	11,2	10,6	12,0	10,2	12,3	11,0	12,2	9,9
Costa Rica	(AS)	2,1	2,0	1,9	1,5	1,8	1,7	1,9	1,6	1,8	1,6	1,8	1,4
El Salvador	(AS)	1,7	1,6	1,4	1,2	1,5	1,4	1,4	1,2	1,5	1,3	1,2	1,0
Etiopia	(ANL)	3,8	3,5	3,7	3,0	3,9	3,7	5,0	4,3	4,5	4,1	5,0	4,1
Guatemala	(AS/R)	3,7	3,4	4,1	3,3	3,6	3,4	3,7	3,2	3,7	3,3	3,8	3,1
Honduras	(AS)	3,0	2,8	2,5	2,0	3,0	2,8	2,6	2,2	3,2	2,9	2,7	2,2
India	(AS/R)	5,0	4,6	4,6	3,7	4,5	4,3	4,7	4,0	4,6	4,1	4,8	3,9
Kenia	(AS)	1,0	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,7
México	(AS/R)	4,2	3,9	4,4	3,5	4,2	4,0	3,9	3,3	4,0	3,6	4,2	3,4
Nicaragua	(AS)	1,1	1,0	1,2	1,0	1,5	1,5	1,1	1,0	1,7	1,5	1,3	1,0
Camerún	(R/AS)	0,7	0,6	0,8	0,6	0,9	0,9	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,6
Costa de Marfil	(R)	3,6	3,3	3,1	2,5	2,7	2,5	2,3	2,0	2,4	2,1	2,5	2,0
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
Tailandia	(R)	0,7	0,7	0,7	0,6	0,8	0,8	0,9	0,8	1,0	0,9	1,0	0,8
Uganda	(R/AS)	3,2	2,9	2,9	2,3	2,6	2,5	2,6	2,2	2,2	1,9	2,4	1,9
Vietnam	(R/AS)	13,1	12,1	11,6	9,4	15,2	14,4	14,2	12,1	13,6	12,2	15,5	12,6
Otros		3,0	2,7	1,7	1,4	1,7	1,6	1,4	1,2	1,9	1,7	1,6	1,3
Otros países productores	**	N.A		1,5	1,2	1,768	1,7	1,6	1,3	1,6	1,4	1,6	1,3

* 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.

FUENTES: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service, junio/99, diciembre/99 y junio/00; Horticultural and Tropical Products Division, FAS/USDA, junio/02; Neumann Kaffee Gruppe, Statistical Unit-Quarterly Report I/99, III/99, II y III/00, y III y IV/01; Ministerio de Industria y Comercio del Brasil; Empresa Brasileña de Investigaciones Agropecuarias (EMBRAPA); Informe visita a Brasil, Segundo Semestre 2000, FNC- Gerencia Técnica; F.O. Licht's, International, Coffee Report, nov 8/00; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2 y 11/02; FNC; OIC - Coffee Statistics; LMC Coffee Quarterly May/2003

Cuadro 2. COLOMBIA - VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN REGISTRADA DE CAFE VERDE

Años Cafeteros 2000/01 - 2006/07

Años Cafeteros	Miles s/s 60 kilos	Millones \$ corrientes	Millones \$ constantes de sep/05
00/01	10.519	2.015.309	2.726.837
01/02	11.950	2.061.404	2.632.179
02/03	11.712	2.345.812	2.796.367
03/04	11.053	2.438.551	2.743.150
04/05	11.430	3.521.919	3.772.513
05/06	11.952	3.531.348	3.531.348
06/07	12.153	3.700.114	3.533.609

Fuente : FNC - Gerencia Financiera.


Cuadro 3. Exportación mundial de café verde a todo destino
Años Cafeteros 2001/02 - 2006/07

Millones de sacos de 60 kilos

PAISES	Calidad de Café	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
TOTAL MUNDIAL		85,9	100	87,7	100	88,4	100	89,6 87,6	100 100	87,2 88,2	100	96,7	100,0
Cosechas Abr - Mar		35,3	41,0	37,9	43,1	35,5	40,2	38,2	43,7	37,1	42,1	39,1	40,4
Brasil	(ANL/R)	26,0	30,2	27,6	31,4	25,2	28,5	26,4	30,2	25,5	28,9	28,7	29,7
Ecuador	(AS/R)	0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,0	1,1
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	1,2	1,1	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3	1,0	1,1	0,8	0,8
Perú	(AS)	2,7	3,1	2,7	3	2,6	3,0	2,9	3,3	3,1	3,5	3,5	3,7
Indonesia	(R/AS)	4,1	4,8	4,7	5,3	4,9	5,5	6,0	6,8	5,7	6,5	4,1	4,3
Madagascar	(R/AS)	0,107	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Otros		0,8	0,9	1,0	1,1	0,8	1,0	1,0	1,1	0,6	0,7	0,7	0,8
Cosechas Jul - Jun		0,9	1,1	1,2	1,5	0,8	0,9	1,0	1,1	1,0	1,1	0,9	1,0
Rep. Dominicana	(AS)	0,114	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,6	0,7	0,8	1,0	0,6	0,6	0,7	0,9	0,7	0,8	0,7	0,7
Otros		0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Cosechas Oct - Sep		49,7	57,8	48,6	55,4	52,2	58,9	48,4	55,2	50,1	56,9	56,7	58,6
Colombia	(AS)	10,6	12,4	10,5	12	10,2	11,5	10,8	12,4	10,7	12,2	11,2	11,6
Costa Rica	(AS)	1,9	2,2	1,7	1,9	1,5	1,7	1,5	1,7	1,3	1,5	1,3	1,4
El Salvador	(AS)	1,5	1,7	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,4	1,2	1,2
Etiopía	(ANL)	1,9	2,3	2,3	2,6	2,4	2,7	2,6	3,0	2,7	3,1	2,9	3,0
Guatemala	(AS/R)	3,3	3,9	4,0	4,5	3,3	3,7	3,5	3,9	3,3	3,8	3,7	3,9
Honduras	(AS)	2,6	3,0	2,4	2,8	2,8	3,2	2,4	2,7	2,9	3,3	3,2	3,3
India	(AS/R)	3,4	4,0	3,5	4	3,9	4,4	2,7	3,0	3,6	4,1	3,1	3,2
Kenia	(AS)	0,8	0,9	0,9	1	0,8	0,9	0,7	0,8	0,6	0,7	0,7	0,7
México	(AS/R)	2,9	3,4	2,6	2,9	2,4	2,7	1,8	2,1	2,5	2,8	2,9	3,0
Nicaragua	(AS)	0,9	1,1	1,0	1,1	1,3	1,4	1,0	1,1	1,4	1,6	1,2	1,3
Camerún	(R/AS)	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8
Costa de Marfil	(R)	3,3	3,8	2,4	2,7	2,5	2,9	2,0	2,3	2,1	2,4	2,5	2,6
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	0,6	0,3	0,3
Uganda	(R/AS)	3,2	3,7	2,8	3,2	2,7	3,0	2,5	2,8	2,0	2,3	2,7	2,8
Vietnam	(R/AS)	12,0	13,9	11,6	13,2	14,9	16,8	14,0	16,0	13,2	15,0	18,2	18,8
Otros		0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,6	0,6	0,9	1,1	0,6	0,7

(*) Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino
Años Cafeteros 2001/02 - 2006/07
 Miles de sacos de 60 kilos

PAISES	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
TOTAL	10.625	99,9	10.499	100,0	10.220	100,0	11.032	100,0	10.752	100	11.177	100
AMERICA	4.153	39,1	4.260	40,6	4.368	42,7	4.533	41,1	4.532	42,2	4.659	41,7
Estados Unidos	3.419	32,2	3.633	34,6	3.638	35,6	3.817	34,6	3.793	35,3	3.968	35,5
Canadá	594	5,6	499	4,8	591	5,8	627	5,7	602	5,6	563	5,0
Argentina	13	0,1	9	0,1	12	0,1	7	0,1	8	0,1	8	0,1
Otros (1)	128	1,2	120	1,1	127	1,2	83	0,7	131	1,2	119	1,1
EUROPA	4.721	44,4	4.630	44,1	3.981	39	4.445	40,3	4.363	40,6	4.768	42,7
Unión Europea	4.540	42,8	4.415	42,1	3.738	36,6	4.136	37,4	4.181	39,0	4.555	40,8
Alemania	1.784	16,8	1.872	17,8	1.342	13,1	1.451	13,1	1.472	13,7	1.436	12,9
Bélgica	575	5,4	627	6,0	510	5,0	701	6,4	546	5,1	779	7,0
Italia	252	2,4	250	2,4	280	2,7	391	3,5	386	3,6	407	3,6
Reino Unido	306	2,9	311	3,0	266	2,6	367	3,3	441	4,1	448	4,0
Suecia	281	2,6	238	2,3	262	2,6	267	2,4	267	2,5	315	2,8
Países Bajos	262	2,5	252	2,4	240	2,4	173	1,6	209	1,9	225	2,0
España	244	2,3	250	2,4	220	2,1	234	2,1	275	2,6	290	2,6
Finlandia	212	2,0	141	1,3	171	1,7	175	1,6	203	1,9	228	2,0
Francia	340	3,2	202	1,9	163	1,6	153	1,4	158	1,5	17	0,1
Dinamarca	111	1,0	104	1,0	117	1,1	91	0,8	64	0,6	63	0,6
República Checa	53	0,5	62	0,6	46	0,5	57	0,5	6	0,1		
Polonia	44	0,4	45	0,4	42	0,4	16	0,1	72	0,7	64	0,6
Portugal	16	0,2	23	0,2	22	0,2	20	0,2	16	0,1	33	0,3
Austria	21	0,2	11	0,1	19	0,2	8	0,1	1	0,0		
Grecia	18	0,2	13	0,1	17	0,2	16	0,1	15	0,1	18	0,2
Otros Unión Europea	24	0,2	14	0,2	20	0,2	17	0,2	50	0,5	231	2,1
Otros Europa	181	1,7	215	2,0	243	2,4	309	2,8	182	1,7	213	1,9
Noruega	111	1,0	145	1,4	147	1,4	155	1,4	117	1,1	148	1,3
Rusia	19	0,2	18	0,2	56	0,5	72	0,6	55	0,5	61	0,5
Suiza	14	0,1	31	0,3	9	0,1	37	0,3	5	0,0	1	0,0
Otros (2)	37	0,4	21	0,2	31	0,3	45	0,4	4	0,0	4	0,0
OTROS PAISES	1.752	16,4	1.609	15,3	1.871	18,3	2.054	18,6	1.856	17,3	1.750	15,7
Japón	1.482	13,9	1.316	12,5	1.569	15,4	1.679	15,2	1.495	13,9	1.313	11,7
Corea del Sur	88	0,8	125	1,2	130	1,3	205	1,9	150	1,4	190	1,7
Australia	32	0,3	33	0,3	36	0,4	43	0,4	45	0,4	51	0,5
Otros (3)	149	1,4	135	1,3	136	1,3	126	1,1	167	1,6	195	1,7

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Rumania, Eslovenia, Hungría y

Bulgaria. (3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC



Cuadro 5. EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFE SEGUN PUERTOS DE EMBARQUE

Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Miles de sacos de 60 Kilos

Años Cafeteros	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros *		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
1999/00	6.360	70,2	1.815	20,0	818	9,0	73	0,8	9.065	100,0
2000/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100,0
2001/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100,0
2002/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100,0
2003/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100,0
2004/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	52	0,5	11.032	100,0
2005/06	5.655	52,6	4.728	44,0	285	2,6	84	0,8	10.752	100,0
2006/07	5.138	46,0	5.696	51,0	274	2,4	69,253	0,6	11.177	100,0

* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

Cuadro 6. EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFE

Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Equivalente en miles de sacos de 60 kilos de café verde

Años Cafeteros	VERDE		SOLUBLE		EXTRACTO		OTROS *		TOTAL	
	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice
1999/00	8.423	86,5	596	121,3	32	79,4	15	29,5	9.065	87,8
2000/01	8.841	90,7	594	120,9	34	83,7	4	7,9	9.473	91,8
2001/02	10.003	102,7	593	120,6	27	67,2	6	11,4	10.629	103,0
2002/03	9.914	101,8	557	113,4	19	46,5	9	17,7	10.499	101,7
2003/04	9.566	98,2	614	125,0	24	59,7	16	32,2	10.220	99,0
2004/05	10.352	106,3	640	130,2	23	58,4	17	33,4	11.032	106,9
2005/06	10.110	103,8	604	122,9	19	48,5	18	36,5	10.752	104,1
2006/07	10.587	108,7	560	113,9	16	39,7	14	28,8	11.177	108,3

* Tostado y Molido.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

Cuadro 7. VOLUMEN Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ

Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Miles sacos de 60 kilos

Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
99/00	3.268	36,0	5.798	64,0	9.065 (*)	100,0
00/01	3.415	36,1	6.057	63,9	9.473 (*)	100,0
01/02	3.400	32,0	7.229	68,0	10.629 (*)	100,0
02/03	2.532	24,2	7.947	75,8	10.478 (*)	100,0
03/04	2.913	28,7	7.241	71,3	10.154 (*)	100,0
04/05	2.827	25,6	8.204	74,4	11.032 (*)	100,0
05/06	3.179	29,6	7.573	70,4	10.752 (*)	100,0
06/07	2.447	21,9	8.730	78,1	11.177	100,0

US\$ Millones						
Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%
99/00	432	34,5	821	65,5	1.253	100
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

(**) Preliminar. (1) Facturación.
Fuentes: FNC- Gerencias Comercial y Financiera.


Cuadro 8. CONSUMO INTERNO DE CAFÉ VERDE EN PAISES PRODUCTORES

Años Cosecha 2000/01 - 2006/07

Millones de sacos 60 kilos

Países	Calidad de Café	00/01		01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%
Total Mundial		26,5	100	27,4	100	27,5	100	28,6	100	29,7	100	30,5	100	30,9	100
Cosechas Abr - Mar		15,5	58,4	16,0	58,6	16,2	58,7	16,9	59,3	17,8	60,1	18,5	60,7	18,9	61,1
Brasil	(ANL/R)	13,3	50,1	13,5	49,3	13,8	49,9	14,2	49,7	15,0	50,4	15,6	51,2	16,0	51,7
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	0,0	0,0	0,0	-	0,0	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú	(AS)	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Indonesia	(R/AS)	1,7	6,3	2,0	7,3	1,8	6,7	2,0	7,0	2,0	6,7	2,0	6,6	2,0	6,5
Madagascar	(R/AS)	0,1	0,3	0,1	0,5	0,2	0,8	0,3	1,2	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,5
Otros		0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,4
Cosechas Jul - Jun		1,717	6,5	1,7	6,4	1,8	6,3	1,9	6,5	1,9	6,4	1,9	6,3	1,9	6,2
Rep.Dominicana	(AS)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,4	1,3	0,4	1,2	0,4	1,2
Tanzania	(AS/R)	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	-	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,2
Otros		1,4	5,2	1,4	5,1	1,4	5,1	1,5	5,2	1,5	5,0	1,5	4,9	1,5	4,8
Cosechas Oct - Sep		9,3	35,4	9,6	35,1	9,6	35,0	9,8	34,4	9,9	33,5	10,1	33,1	10,1	32,7
Colombia	(AS)	1,4	5,3	1,4	5,1	1,4	5,1	1,4	4,9	1,4	4,7	1,4	4,6	1,4	4,5
Costa Rica	(AS)	0,2	0,9	0,3	0,9	0,2	0,8	0,3	1,0	0,4	1,2	0,4	1,2	0,4	1,2
El Salvador	(AS)	0,1	0,4	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,6	0,2	0,7	0,2	0,7
Etiopia	(ANL)	1,7	6,3	1,8	6,7	1,8	6,7	1,8	6,4	1,8	6,2	1,8	6,0	1,8	5,9
Guatemala	(AS/R)	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	1,0
Honduras	(AS)	0,2	0,9	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7
India	(AS/R)	0,9	3,5	1,1	3,9	1,1	4,1	1,2	4,1	1,3	4,2	1,3	4,4	1,3	4,3
Kenia	(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	0,1	0,2
México	(AS/R)	1,3	4,9	1,5	5,5	1,5	5,4	1,5	5,3	1,5	5,1	1,5	4,9	1,5	4,9
Nicaragua	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6
Camerún	(R/AS)	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Costa de Marfil	(R)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6
Tailandia	(R)	0,5	1,9	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,6
Uganda	(R/AS)	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,5
Vietnam	(R/AS)	0,5	1,9	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,6
Otros		1,2	4,6	0,9	3,4	0,9	3,3	1,0	3,4	0,9	3,2	0,9	3,1	1,0	3,2

* 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.

FUENTES: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service, junio/99, diciembre/99 y junio/00; Horticultural and Tropical Products Division, FAS/USDA, junio/02; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2, 11/02 FNC; OIC-Coffee Statistics y OIC - Coffee Market Report oct/05.

Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café

Años Cafeteros 1997/98 - 2006/07

(Centavos de dólar por libra)

COLOMBIANOS	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Cafetero
1997/98	169,40	161,35	183,32	184,21	190,59	166,07	158,17	146,33	135,83	125,03	129,45	117,56	155,61
1998/99	115,01	121,74	123,96	123,07	116,92	117,05	114,02	123,95	121,45	107,05	105,28	97,77	115,61
1999/00	103,69	126,76	140,35	130,13	124,73	119,51	112,67	110,31	100,30	101,67	91,87	89,98	112,66
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
OTROS SUAVES 1/													
1997/98	167,66	160,27	177,44	177,80	178,18	157,69	150,35	137,72	124,93	117,60	123,18	111,85	148,72
1998/99	109,72	116,37	117,39	112,96	105,48	105,39	102,11	111,07	107,21	94,85	91,37	84,31	104,85
1999/00	94,20	113,38	124,46	111,11	103,44	100,73	94,61	94,17	86,44	87,35	76,92	75,78	96,88
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
BRASILEROS Y O. ARABICAS													
1997/98	152,16	149,07	171,12	179,83	177,78	154,84	141,11	124,89	104,09	96,22	101,92	92,76	137,15
1998/99	91,32	96,67	100,28	99,43	91,67	88,90	86,14	96,29	91,69	78,13	76,67	70,43	88,97
1999/00	78,71	98,41	109,47	97,68	91,51	89,93	86,46	87,23	78,32	79,89	70,57	71,14	86,61
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
ROBUSTAS 2/													
1997/98	75,39	76,04	82,60	83,41	83,36	82,19	88,97	90,74	82,73	77,04	79,24	79,80	81,79
1998/99	80,30	80,16	84,06	82,29	79,23	73,42	69,32	67,94	65,59	61,56	63,07	59,57	72,21
1999/00	58,52	63,05	66,79	53,18	48,85	46,25	44,45	44,32	42,68	40,82	38,25	38,83	48,83
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
PRECIO INDICATIVO COMPUESTO 3/													
1998/99	95,01	98,26	100,73	97,63	92,36	89,41	85,72	89,51	86,41	78,21	77,22	71,93	88,53
1999/00	76,36	88,22	95,57	82,15	76,15	73,49	69,53	69,22	64,56	64,09	57,59	57,31	72,85
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

1/ Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%

2/ Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%

3/ Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas

Fuente: OIC



**Cuadro 10. COLOMBIA - PRECIO EXTERNO
PRECIO INTERNO
Y TASA DE CAMBIO
Promedios 1999/00 - 2006/07**

	PRECIO EXTERNO	PRECIO COMPRA BASE	TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO
	US Cts/libra Ex-dock	\$ por carga de 125 kilos Pergamino	\$ por dólar
Años Cafeteros *			
99/00	111,81	380.289	2.030,61
00/01	76,23	323.191	2.266,35
01/02	63,27	278.962	2.384,14
02/03	65,96	309.093	2.864,55
03/04	74,37	329.603	2.712,71
04/05	112,34	442.404	2.377,74
05/06	113,06	458.919	2.353,88
06/07	122,02	451.052	2.148,41
2006/07			
Octubre	112,29	429.121	2.362,61
Noviembre	122,24	475.658	2.290,52
Diciembre	131,63	509.867	2.261,56
Enero	127,17	477.403	2.236,11
Febrero	123,83	471.286	2.227,66
Marzo	119,49	440.387	2.202,49
Abril	116,96	424.708	2.145,35
Mayo	114,96	407.157	2.009,40
Junio	120,62	425.563	1.925,51
Julio	120,82	417.871	1.951,84
Agosto	125,03	449.964	2.054,48
Septiembre	129,18	483.642	2.113,37

* Octubre-Septiembre

** Además del Tipo Federación incluye el café con Prima de Calidad, adquirido mediante Factor de Rendimiento y Brocado dentro de normas.

Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y OIC



Cenicafé
Centro Nacional de Investigaciones de Café

Cenicafé

Documentación e Información
(Ficha de Préstamo)

Ej. 1

Inv. _____

INFORME DEL GERENTE GENERAL

LXVIII CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS. ^{Autor:} _____

Título: _____

NOMBRE	VENCE
Cipriano O. Escobar G. CANCELADO	24 Enero/08
Julio Cesar P. CANCELADO	25 Jul/08