

# **Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2010**



**Federación Nacional de  
Cafeteros de Colombia**



# Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2010

En este informe se presentan los hechos más relevantes del mercado del café durante 2010, así como las principales acciones y programas desarrollados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC) y entidad representativa del gremio caficultor.

## **RESUMEN**

El 2010, fue un año de contrastes para la caficultura colombiana. De un lado el mercado mundial dio señales de estrechez de la oferta frente a un crecimiento sostenido de la demanda principalmente de cafés suaves, que se tradujo en el repunte de los precios externos. De otra parte, las difíciles condiciones climáticas acontecidas en los últimos meses del año, impidieron que la cosecha cafetera, en un entorno de clara recuperación, fuera mayor.

Esta situación plantea un reto ineludible para la institucionalidad cafetera en los próximos años: recuperar, estabilizar y aumentar la producción del café de Colombia, aprovechando las perspectivas del mercado internacional y las circunstancias políticas favorables a nivel interno robustecidas en el marco del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera, suscrito con el gobierno nacional en agosto de 2010.

Este informe de comportamiento de la industria, tiene por objeto presentar las principales características del mercado del café en 2010, así como los logros más destacados de la institucionalidad cafetera en los ámbitos de comercialización, competitividad e innovación, inversión social para el caficultor, posicionamiento del café de Colombia, agenda cafetera y situación financiera del FoNC.

En cuanto al mercado internacional, en el período 2009/10 se registró un balance deficitario en cerca de 8 millones de sacos, por cuenta de una menor oferta mundial del grano frente al incremento constante del consumo principalmente en países productores y emergentes, que condujeron los inventarios a niveles mínimos para abastecer la demanda mundial. Aunque las proyecciones para 2010/11 indican una recuperación de la producción alcanzando 136,4 millones de sacos, el crecimiento esperado en la demanda hará que el balance mundial continúe siendo estrecho.

Como resultado del comportamiento de la producción, los precios internacionales también estuvieron marcados por dos tendencias durante 2009/10. De un lado, se registró una relativa estabilidad, alrededor de 1,4 USD/lb, durante el primer semestre ocasionado por las expectativas de la cosecha brasilera y la apreciación del dólar. Mientras que durante el segundo semestre, mostraron un fuerte repunte por encima de los 2 USD/lb debido a la certeza de una menor oferta y la entrada de los fondos de inversión en el mercado de las materias primas.

Por su parte en el mercado interno, la recuperación de la producción fue más lenta de lo esperado, debido a la influencia de diferentes fenómenos climáticos

adversos. En efecto, la excesiva temporada seca del primer trimestre del año, provocó un aumento en el nivel de broca que menguó el volumen de la cosecha del primer semestre, mientras que el exceso de lluvias del segundo semestre consolidó la presencia de Fenómeno La Niña con consecuencias sobre la mayor infección por roya y disminución de la cosecha del segundo semestre. Aún así, la producción total del año alcanzó los 8,9 millones de sacos, 14% superior al registro de 2009.

De otra parte en materia de comercialización, la FNC continuó ejerciendo la función de la garantía de compra que permitió que el porcentaje de transferencia de precio al cafetero llegara a 94% y se mantuvo en su estrategia de valor agregado (café especiales, industrialización del café en Buencafé y productos innovadores) lo que ha permitido modificar la estructura de las exportaciones del país.

En cuanto a competitividad e innovación de la caficultura, se avanzó de manera significativa en la renovación del parque cafetero con un total de 82 mil hectáreas, resultantes de la iniciativa de los caficultores y del incentivo generado por los programas Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) y Competitividad. Es importante destacar que el gran esfuerzo realizado por el Servicio de Extensión y las modificaciones introducidas al programa PSF, hicieron que se alcanzara un resultado mayor en 2010 otorgando 41.200 créditos, lo que representa el 51% de los resultados acumulados por el programa desde 2008.

Asimismo con los programas de Fertifuturo y Ferti-yá se brindó una alternativa para la fertilización adecuada y oportuna de los cafetales. Entre 2009 y 2010, se beneficiaron más de 118 mil caficultores con apoyos por \$20 mil millones por Fertifuturo. Mientras que con Ferti-yá se beneficiaron 54 mil caficultores con recursos por \$10 mil millones.

Igualmente para mitigar los impactos de la roya sobre la cosecha de 2011 se ejecutó un plan de choque contra la enfermedad, con dos objetivos centrales: i) apoyar con \$2,5 mil millones la compra de fungicidas para la recuperación de 62.207 hectáreas de cultivos entre 2 y 8 años, con expectativa de producción en 2011 y ii) destinar \$6,7 mil millones para el establecimiento de semilleros con variedades resistentes con destino a la renovación por siembra de 27.406 hectáreas.

En materia de crédito, se destaca el crecimiento de colocaciones para beneficiaderos ecológicos con acceso a ICR por más de \$8,1 mil millones que beneficiaron cerca de 2.406 productores. Asimismo a través del programa de alivio crediticio (Ley 1380 de 2010) se beneficiaron un total de 18.393 productores, recuperando recursos de la cartera de FINAGRO por \$6,8 mil millones. Por su parte, a través de Fogacafé se complementó la garantía de 62.824 créditos por un valor superior a \$239 mil millones.

También se alcanzaron logros importantes en materia de inversión social. En 2010 se invirtió \$1 billón en programas de competitividad, infraestructura comunitaria y vial, y programas de educación y capacitación. Estos recursos se obtuvieron gracias a la excelente gestión adelantada por la institucionalidad cafetera y que le permitió apalancar por cada \$1 aportado por el FoNC \$10 provenientes de fuentes alternativas como el Gobierno Nacional, los gobiernos departamentales y municipales, la cooperación nacional e internacional y los aportes de la comunidad en especie.

Además de lo anterior, la FNC continuó brindando apoyo a los productores para garantizar la sostenibilidad de la actividad, y uno de los principales logros fue haber suscrito a tan solo 19 días de iniciado el gobierno Santos, el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015, el cual constituye una oportunidad única para consolidar la caficultura como motor de crecimiento de la actividad agropecuaria, a partir de seis prioridades consensuadas con el Gobierno Nacional: i) crear prosperidad democrática en el campo, ii) consolidar la caficultura como locomotora para crecimiento del sector agropecuario, iii) erradicar la pobreza y la miseria extrema en las zonas cafeteras, iv) formalizar el empleo, v) mejorar la competitividad de la caficultura colombiana y vi) fortalecer las finanzas del Fondo Nacional del Café.

El compromiso del Gobierno Nacional con el fortalecimiento de la caficultura, quedó consolidado durante el LXXV Congreso Cafetero, cuando el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural anunció la destinación de recursos por \$300 mil millones en 2011, para la puesta en marcha de los diferentes programas del Acuerdo.

La promoción y publicidad del café colombiano en el mundo, continuó siendo un objetivo fundamental, destacándose la ejecución del programa café 100% Colombiano, los patrocinios a deportistas como Camilo Villegas y el equipo de ciclismo “Café de Colombia-Colombia es Pasión”. Asimismo, se destaca en 2010, la celebración de los 50 años del personaje Juan Valdez como icono de la caficultura y representante de los cafeteros colombianos ante el mundo.

Finalmente, el panorama económico internacional y la situación de la economía colombiana, llevaron a la institucionalidad cafetera a tomar decisiones financieras para garantizar la solidez del FoNC y la sostenibilidad de la caficultura, entre ellas: solución definitiva a la carga pensional de la FMG, reducción de la deuda institucional, racionalización de gastos institucionales, modificación de la estrategia comercial y asegurar recursos para la continuidad de los programas de renovación.

## ***MERCADO DEL CAFÉ***

### ***1. Mercado internacional del café***

En 2010, el mercado del café estuvo dominado por dos tendencias que marcaron el comportamiento del precio. Durante el primer semestre, una relativa estabilidad en las cotizaciones, seguido de un aumento fuerte y sostenido en la segunda mitad del año. Así, entre enero y mediados de junio los precios del café oscilaron entre 1,35 y 1,50 USD/lb, mientras que en el segundo semestre se alcanzaron cotizaciones por encima de 2 USD/lb.

En el primer semestre el comportamiento de los precios estuvo influenciado por varios factores: i) Las expectativas de la cosecha brasilera 2010/11, que inicia en julio, con volúmenes esperados entre 50 y 60 millones de sacos; ii) La apreciación del dólar frente a las demás monedas, que generó un mayor flujo de capital hacia esta divisa y la migración desde el mercado de otros activos como las materias primas, que perdieron valor en el primer semestre.

A partir de la segunda mitad de junio, las cotizaciones del café se incrementaron de forma significativa debido principalmente a dos factores: i) La caída en la oferta de café arábica ocasionada por un menor flujo de grano colombiano, problemas climáticos que afectaron la cosecha en Centroamérica y una producción brasilera inferior a la esperada, con retrasos en los embarques debido a la expectativa por de los caficultores de mejores niveles de precios. Esta menor oferta y la demanda creciente en países consumidores generó una desacumulación de inventarios que se convirtió en soporte para el aumento de las cotizaciones; ii) El regreso de los inversionistas a las materias primas, circunstancia que trajo consigo un incremento en sus posiciones de compra en café y mayores presiones sobre el precio.

## 1.1. Balance Mundial Cafetero

### 1.1.1 Producción

La producción mundial de café en 2010 estuvo enmarcada por: i) El déficit entre oferta y demanda mundial; ii) la llegada a mediados del año, de una cosecha récord en Brasil a pesar de ser un año de bianualidad baja; iii) La estrechez en el mercado de cafés suaves que mantuvo sus primas en niveles altos.

En efecto, como se observa en el Cuadro 1, la producción mundial de café durante el año cosecha 2009/10 fue de 125,9 millones de sacos, 7% menos que el año anterior. Esta reducción en la oferta frente a un incremento del consumo de siete millones de sacos, produjo un déficit en el balance cafetero de casi ocho millones y por consiguiente la caída de las existencias de café en el mundo. De otro lado, a mediados de 2010, las expectativas de una cosecha muy alta en Brasil, generaron agitación durante el primer semestre. No obstante, entre junio y septiembre de 2010, el flujo de café proveniente de Brasil no fue el esperado.

El tercer factor, relacionado con una caída entre tres y cuatro millones de sacos en la oferta de cafés suaves durante los años cafeteros 2008/09 y 2009/10, produjo una disminución de los inventarios presionando al alza las primas reconocidas por el mercado para este tipo de café.

#### Cuadro 1. Balance cafetero mundial

Años cosecha 2005/06 – 2010/11

Millones de sacos de 60 Kg.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11 <sup>(1)</sup>
Producción	116,8	131,5	121,8	135,2	125,9	136,4
Brasil	36,1	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5
Vietnam	16,3	19,5	18,0	18,0	17,5	18,3
Otros	64,4	65,3	64,7	63,9	64,2	64,2
Consumo	125,6	129,0	127,2	127,7	133,7	133,2
Productores	32,6	33,1	34,3	35,9	37,0	38,2
Importadores	93,0	95,8	92,9	91,8	96,7	95,0
Balance	-8,7	2,6	-5,4	7,4	-7,8	3,2
Inventarios Finales	41,6	32,7	35,1	29,5	36,8	29,1
Productores	17,9	12,4	12,5	7,3	11,2	10,1
Importadores	23,7	20,3	22,7	22,3	25,6	19,0
% Inv./ Consumo	33%	25%	28%	23%	28%	22%

(1) Pronóstico

Fuente: J. Ganes Consulting, LLC., 26 enero 2010; USDA

## Comportamiento de la Industria Cafetera 2010

En los últimos tres años cosecha, Brasil ha alcanzado niveles de producción récord para los años bienal alto 2008/09 y 2010/11 (por encima de 53 millones de sacos), como en el año bienal bajo 2009/10, con un volumen histórico de 44,8 millones de sacos. A pesar de lo anterior, los inventarios en Brasil están lejos de alcanzar los niveles previos a 2005, debido a que el consumo interno crece anualmente 4% y las exportaciones aumentan al ritmo de la producción (Cuadro 2).

### Cuadro 2. Balance cafetero - Brasil

Años cosecha 2005/06 - 2010/11

Millones de sacos de 60 Kg.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 <sup>(1)</sup>	2010/11 <sup>(2)</sup>
Producción	36,1	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5
Importaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Oferta	36,1	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5
Exportaciones	24,5	29,3	27,3	31,5	29,8	32,0
Consumo	15,9	16,7	17,4	18,0	18,8	19,5
Total Usos	40,5	46,0	44,7	49,5	48,5	51,5
Balance	-4,4	0,7	-5,6	3,8	-3,7	3,0
Inventario Inicial	12,0	7,6	8,4	2,8	6,6	2,8

Años cosecha: julio - junio (1) Estimado (2) Pronóstico

Fuente: USDA y Judith Janes

Como se observa en el Cuadro 3, se espera que la producción de Vietnam en el año cafetero 2010/11 sea de 18,7 millones de sacos, 7% más que el año anterior, pero en el rango promedio de los últimos años que es de 18 millones de sacos. Por su parte, el consumo de café en este país crece a una tasa anual mayor a 10%, situación que hace más estrecha la disponibilidad del grano para exportación.

### Cuadro 3. Balance cafetero - Vietnam

Años cosecha 2005/06 - 2010/11

Millones de sacos de 60 Kg.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 <sup>(1)</sup>	2010/11 <sup>(2)</sup>
Producción	13,7	19,5	18,3	18,0	17,5	18,7
Importaciones	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Total Oferta	13,7	19,6	18,4	18,1	17,6	18,8
Exportaciones	13,0	18,6	16,3	16,4	16,8	16,8
Consumo	0,7	0,9	0,9	1,1	1,2	1,3
Total Usos	13,6	19,4	17,2	17,5	18,0	18,1
Balance	0,1	0,2	1,2	0,6	-0,4	0,8
Inventario Inicial	0,2	0,3	0,4	1,7	2,3	1,9

Año cosecha octubre - septiembre (1) Estimado (2) Pronóstico

Fuente: USDA

Durante 2010/11, se espera que la producción de Centroamérica se recupere luego de dos años seguidos de disminución. En efecto, reconocidos analistas del mercado esperan que la oferta de café proveniente de esta región llegue a 17,1 millones de sacos, como resultado de un mayor incremento en la producción de Honduras y México. Pese a este aumento en la producción, no se prevé un incremento en el volumen de inventarios debido a que existe consenso respecto de que la escasez de café suave se prolongará en 2011. (Cuadro 4)

## Comportamiento de la Industria Cafetera 2010

### Cuadro 4. Balance cafetero – Centroamérica <sup>(1)</sup>

2005/06– 2010/11

Millones de sacos de 60 Kg.

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 <sup>(2)</sup>	2010/11 <sup>(3)</sup>
Producción	15,1	16,1	17,4	16,7	16,3	17,1
Importaciones	0,3	0,2	0,4	0,5	0,4	0,5
Total Oferta	15,5	16,3	17,7	17,2	16,7	17,5
Exportaciones	12,4	13,6	14,5	13,8	13,5	14,1
Consumo	2,8	3,1	3,4	3,5	3,3	3,4
Total Usos	15,2	16,7	17,9	17,3	16,9	17,5
Balance	0,3	-0,4	-0,2	-0,2	-0,2	0,0
Inventario Inicial	1,2	1,5	1,1	0,9	0,8	0,6

(1) Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua (2) Estimado (3) Pronóstico

Fuente: USDA

### 1.1.2 Consumo

Según LMC, el consumo mundial en 2010 fue de 133 millones de sacos, de los cuales el 29% correspondió a la demanda de países productores y 71% a los países importadores. El incremento en el consumo en países productores fue de 4,4% comparado con un 1,1% en los países consumidores. Brasil y algunos países asiáticos como Vietnam, Indonesia, India y Tailandia, con consumos internos boyantes, explican la mayor proporción de este comportamiento. En el cuadro 5 se observa el comportamiento de la demanda en los principales países importadores. Así, en 2010 todas las regiones importadoras tuvieron incrementos en consumo: África y Medio Oriente (3,2%), Europa Central y Oriental (2,5%), Asia (1,8%), Europa Occidental (0,6%) y América del Norte (0,5%).

### Cuadro 5. Consumo de café

2000, 2008-2010

Millones de sacos de 60 Kg.

Región	2000	2008	2009	2010	Var 2009/2010	Var. anual 2000-2010
América del Norte	22	25	25	25	0,4%	1,5%
Europa Occidental	36	37	37	37	0,6%	0,3%
Europa Central y Oriental	8	12	12	12	2,5%	4,4%
África y Medio Oriente	5	7	8	8	3,2%	4,9%
Asia y Pacífico	10	13	13	13	1,8%	2,1%
Países productores	26	35	37	38	4,4%	3,9%
<b>Consumo Total</b>	<b>107</b>	<b>129</b>	<b>131</b>	<b>133</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,2%</b>

Fuente: LMC

### 1.1.3 Inventarios

El desequilibrio entre oferta y demanda mundial de café han generado una desacumulación de inventarios tanto en los países productores como en los importadores. En el año cafetero 2009/10 la desacumulación de inventarios alcanzo los 7,8 millones de sacos, al pasar de 36,8 millones de sacos en 2008/2009 a 29,1 millones en 2009/10. Para el año cosecha 2010/2011, año de producción

bienal alta en Brasil, se espera una recuperación de los inventarios en cerca de cuatro millones de sacos.

## 1.2. Exportaciones

De acuerdo con cifras de la OIC, las exportaciones mundiales de café en 2010 ascendieron a 97,5 millones de sacos, apenas 1% por encima del año anterior (96,1 millones de sacos). Pese a este pequeño repunte, los principales orígenes presentaron menores embarques. En efecto, las exportaciones provenientes de Vietnam cayeron 12%, mientras los embarques de Colombia disminuyeron 1%, las exportaciones de Centroamérica se mantuvieron prácticamente inalteradas y los embarques totales de café de Brasil aumentaron 5%. Por su parte, cuando se analizan los datos de exportaciones mundiales por tipo de café se encuentra que el 37% de los embarques correspondió a café robusta, 27% a los naturales del Brasil y 31% a los cafés suaves.

Finalmente, el valor de la cuenta cafetera en 2010, obtenido como el producto entre el volumen de embarques y el precio promedio indicativo de la OIC para cada tipo de café, presentó un aumento de 31%, al pasar de USD14.303 millones en 2009 a USD 18.746 millones en 2010, comportamiento explicado por el aumento generalizado en los precios del café.

**Cuadro 6. Exportaciones mundiales de café verde**  
2009 – 2010

Millones de sacos de 60 Kg.	2009	2010 <sup>(2)</sup>	Var. 2009 - 2010
<b>Arábicas</b>	<b>60,5</b>	<b>65,1</b>	<b>8%</b>
Suaves colombianos	9,3	8,8	-6%
Colombia	7,9	7,8	-1%
Otros suaves	20,9	23,2	11%
6 países <sup>(1)</sup>	13,3	13,4	0,4%
Brasil y otras arábicas	30,3	33,1	9%
Brasil naturales y arábicas	26,25	28,6	9%
<b>Robustas</b>	<b>35,7</b>	<b>32,4</b>	<b>-9%</b>
Vietnam	17,1	15,0	-12%
Brasil robustas	1,1	1,2	4%
<b>Total</b>	<b>96,2</b>	<b>97,5</b>	<b>1%</b>
Brasil total	27,4	29,7	9%
<b>Valor (millones de US\$)</b>	<b>14.303</b>	<b>18.746</b>	<b>31%</b>

Fuente: OIC

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

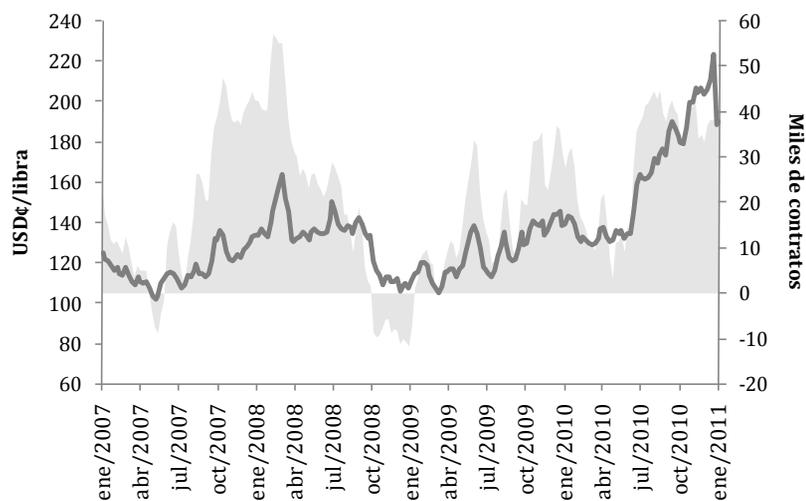
(2) Datos provisionales

## 1.3. Precio Internacional del Café

Durante el primer semestre de 2010, los precios del contrato "C" de la Bolsa de Nueva York presentaron una tendencia al alza y oscilante entre 1,30 y 1,45 USD/libra, ocasionada por las expectativas de una mayor cosecha proveniente de Brasil. No obstante, a partir de junio, ante problemas climáticos que afectaron la calidad y el volumen de la producción brasilera, se registro una tendencia alcista que se mantuvo hasta el final del año.

En efecto, la caída en las existencias de café, la lentitud en la comercialización de la cosecha de Brasil y la presión ejercida por los fondos de inversión llevaron los precios a niveles por encima de 2 USD/libra, que corresponde a la cotización más alta registrada en los últimos 13 años. Durante los meses de septiembre y octubre de 2010, el precio del café estuvo fuertemente ligado a las expectativas sobre el clima en los países productores. Las noticias de altas temperaturas y sequía en la zona central de Brasil, anticipaban que las floraciones para la cosecha del año cafetero 2010/11 se encontraban en riesgo. Esto unido a la llegada del fenómeno La Niña a Colombia y los daños causados por el huracán Karl en México, ocasionó que las expectativas de una caída en la producción produjeran un crecimiento de 58% en las cotizaciones del café durante el año.

**Figura 1. Precio de la bolsa y posición neta de fondos futuros**  
Enero 2007 – diciembre 2010



Fuente NYBOT

En efecto, la escalada de precios desde 2009 estuvo acompañada de un ingreso importante de fondos de inversión que mantuvieron posiciones de compra en café. En el primer semestre del año, la entrada de estos agentes respondió a la especulación por la situación de la economía mundial y la búsqueda de mejores rendimientos en materias primas. Para la segunda mitad del año, la situación de balance cafetero mundial, el crecimiento del consumo y las expectativas por posibles efectos climáticos sobre la cosecha de Brasil, impulsaron las cotizaciones de café y mantuvieron a los fondos activos en este mercado.

## 2. Mercado Interno

### 2.1. Balance Cafetero Colombiano

En 2010, la recuperación de la producción cafetera colombiana fue más lenta de lo esperado. La llegada de la temporada seca característica del Fenómeno El Niño y el mejor nivel de fertilización fomentado por la Federación a través de Fertifuturo, permitieron que durante el primer trimestre se observaran mayores floraciones responsables de la cosecha del segundo semestre. No obstante, la deficiencia de lluvia trajo consigo un aumento en el nivel de broca y afectó el llenado de las

cerezas de café provocando que las almendras fueran de menor tamaño, circunstancia que menguó el volumen de la cosecha del primer semestre.

Por su parte, durante el segundo semestre la cosecha se vio impactada por el aumento de las lluvias ocasionado por el fenómeno de convergencia intertropical y la consolidación del Fenómeno La Niña en septiembre, dificultando el proceso de secado del café y causando el incremento de la afectación por roya en los cultivos sembrados en variedades susceptibles. Pese a las circunstancias adversas la producción en 2010 creció 14% ubicándose en 8,9 millones de sacos, cifra en el rango de los nueve millones de sacos previsto.

**Cuadro 7. Balance Cafetero – Colombia**

2004 – 2010

Millones de sacos de 60 Kg.

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1. Producción e Importaciones	11,3	11,6	12,4	12,8	11,6	8,6	9,5
Producción	11,2	11,1	12,1	12,6	11,5	7,8	8,9
Importaciones <sup>(1)</sup>	0,1	0,4	0,3	0,1	0,2	0,8	0,6
2. Expo y Consumo Int.	11,5	12,1	12,2	12,5	12,4	9,2	9,2
Exportaciones	10,3	10,9	10,9	11,3	11,1	7,9	7,8
Consumo interno	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3
3. Balance	-0,2	-0,5	0,3	0,3	-0,7	-0,6	0,5
4. Inventario Total	2,0	1,4	1,5	1,9	1,1	0,6	1,0

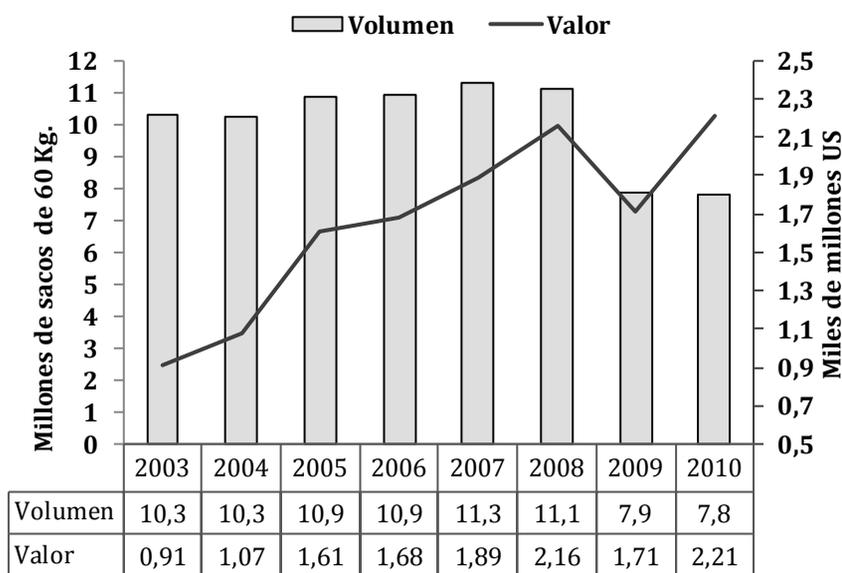
Fuentes: FNC (1) DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

**2.2. Exportaciones**

Las exportaciones de Colombia presentaron una leve caída en 2010 frente a 2009 debido a los problemas de calidad que se presentaron durante el año. (Figura 2).

**Figura 2. Volumen y valor de las exportaciones de Café de Colombia**

2003 – 2010

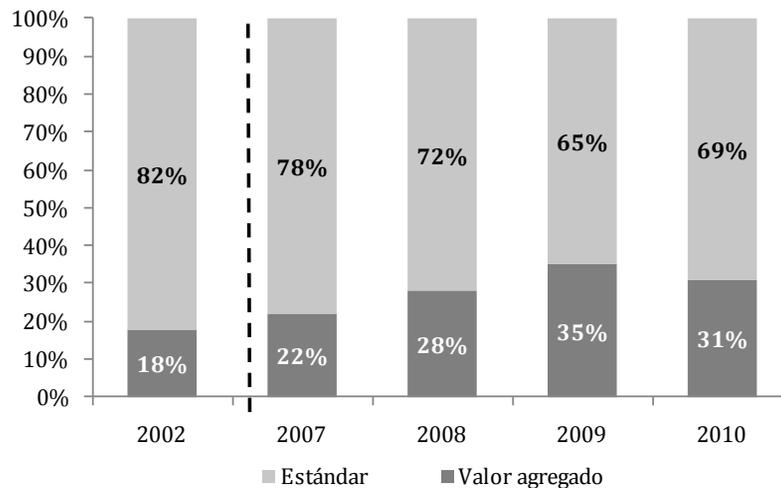


No obstante el menor volumen exportado en 2010, el valor de las exportaciones colombianas creció 30% con respecto al registrado en 2009. Este resultado fue posible gracias al avance logrado por la FNC a través de la estrategia de valor

agregado y la fidelización del consumidor mediante el Programa Café 100% Colombiano. Ejemplo de ello es la preferencia que los mercados norteamericanos y el japonés siguen mostrando por el café de Colombia, destinos cuya participación sigue siendo la más importante para los embarques colombianos.

Como se observa en la Figura 3, la estructura de las exportaciones colombiana, pese a la difícil coyuntura del mercado en 2010, muestra una tendencia a la consolidación y aumento de las exportaciones de cafés especiales y con valor agregado que en 2010 representaron 31% del total de café exportado por el país.

**Figura 3. Participación de las exportaciones por tipo de café 2002, 2007 - 2010**



En 2010, el menor volumen de exportaciones colombianas de café trajo consigo un menor volumen de embarques con destino a Europa. No obstante, los principales destinos del café de Colombia, Estados Unidos y Japón, conservan una importante participación de 40% y 18%, respectivamente.

**Cuadro 8. Exportaciones colombianas según destino**

2002 - 2010

Millones de sacos de 60 Kg.

País / Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Var 2009-2010
<b>Europa</b>	<b>4,0</b>	<b>4,3</b>	<b>4,5</b>	<b>5,0</b>	<b>4,3</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>-9%</b>
Alemania	1,4	1,4	1,5	1,5	1,1	0,5	0,3	-27%
Bélgica / Luxemburgo	0,5	0,7	0,6	0,8	0,7	0,5	0,6	10%
Italia	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,1	0,1	-23%
Reino Unido	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	-9%
Suecia	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	-31%
Países Bajos	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	-16%
España	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	7%
Francia	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	-15%
Otros Europa	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,2	0,3	8%
<b>Norteamérica</b>	<b>4,2</b>	<b>4,6</b>	<b>4,4</b>	<b>4,4</b>	<b>4,7</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>0%</b>
Estados Unidos	3,6	4,0	3,8	3,9	4,2	3,2	3,1	-3%
Canadá	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6	18%
<b>Asia</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0%</b>
Corea	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	22%
Japón	1,6	1,5	1,5	1,3	1,4	1,3	1,4	9%
<b>Otros</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>-2%</b>
<b>Total</b>	<b>10,3</b>	<b>10,9</b>	<b>10,9</b>	<b>11,3</b>	<b>11,1</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>	<b>-1%</b>

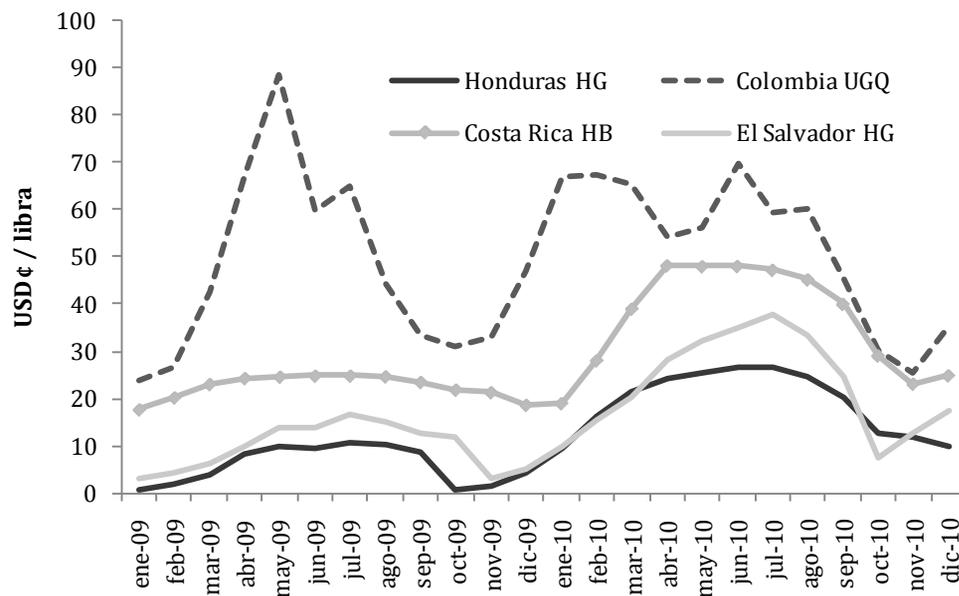
Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC

### 2.3. Precio Interno

Las variables internacionales que afectan en mayor medida el desempeño de la actividad cafetera colombiana son el precio internacional del café, la tasa de cambio y la prima de precio pagada por la calidad del café colombiano, debido al papel que estas variables desempeñan en la determinación del precio interno de compra del café.

Después de un año 2009 con diferenciales de venta del café colombiano excesivamente altos, las expectativas de una mayor cosecha en el primer trimestre de 2010 permitieron que el diferencial por el café colombiano disminuyera de niveles cercanos a 70 USD ¢/libra a 56 USD¢/libra en mayo. En el segundo semestre los diferenciales cayeron aún más alcanzando valores de 30 USD¢/libra en octubre. No obstante, en diciembre la mayor demanda por café suave incrementó nuevamente el diferencial por calidad a niveles de 35 USD ¢/libra (Figura 4).

**Figura 4. Diferenciales Colombia UGQ vs. Otros orígenes**  
Enero de 2009 – diciembre de 2010



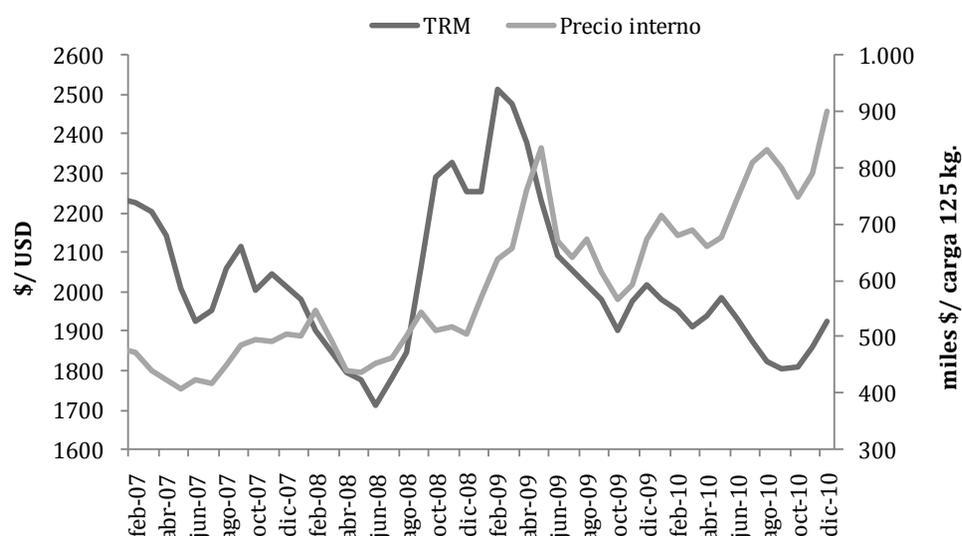
El comportamiento del precio del café en la Bolsa de Nueva York y el alto nivel de la prima del café colombiano permitió que el precio interno base de compra publicado por la Federación durante 2010 fuera de \$754 mil, con respecto a \$658 mil en 2009.

Por su parte, en 2010 la revaluación del peso colombiano fue de 6%, motivo por el cual la tasa de cambio permaneció la totalidad del año por debajo de \$2.000, alcanzado niveles mínimos de \$1.786 en octubre. (Figura 5)

Vale la pena mencionar, que si el peso colombiano no se hubiera apreciado en los niveles registrados durante el año, los ingresos percibidos por los cafeteros colombianos habrían sido mucho mayores.

**Figura 5. Precio Interno en Colombia Vs Tasa de Cambio**

Enero de 2007 – diciembre de 2010



## ***ACCIONES Y PROGRAMAS DE LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA***

### ***3. Comercialización sostenible y con valor agregado***

En 2010 el sector cafetero continuo siendo impulsado por la política de comercialización establecida por la Federación, que articula los objetivos de transferir el mayor precio posible al productor, agregar valor en cada eslabón de la cadena y garantizar la compra de café con la oferta de productos que involucran los últimos adelantos tecnológicos y mecanismos financieros innovadores tanto en el mercado nacional como internacional.

El panorama de 2010 fue ambiguo, por un lado la producción de café colombiano aumentó 14%, aunque este aumento pudo ser mayor sin las afectaciones climáticas que se presentaron a lo largo del año. Por otra parte, ante el persistente déficit entre oferta y demanda de café y la disminución de 7% en la producción mundial, los precios y los diferenciales aumentaron, lo que obligó a la Federación a tomar medidas con el fin de proteger el ingreso de los cafeteros colombianos y las relaciones comerciales estratégicas que mantiene con sus clientes en los mercados internacionales.

#### **3.1. Transferencia de precio al productor**

Gracias a los esfuerzos de la Federación, el porcentaje de transferencia del precio internacional al productor fue de 94%. Este porcentaje continuó en niveles superiores a los registrados por cafés de otros orígenes y es el resultado de los diferentes programas ofrecidos por la institucionalidad cafetera para garantizar el mejor precio al caficultor por su café.

Asimismo, en 2010 la política de comercialización permitió que el precio efectivamente pagado al caficultor por el café adquirido por el FoNC fuera 6% superior al precio promedio base de compra registrado el año anterior.

De otra parte, cuando se compara el nivel de precio pagado por el FoNC en 2010 con respecto al año anterior, se obtiene que los caficultores que vendieron su café a la institucionalidad cafetera, recibieron en promedio 10% más que en 2009.

Dentro de los instrumentos utilizados por la Institucionalidad Cafetera para lograr este propósito se encuentran la iniciativa de la compra relacional, la garantía de compra ejercida a través de las Cooperativas de Caficultores, el manejo logístico y de inventarios desarrollado por Almacafé y herramientas para la administración del riesgo como los contratos de compra con entrega futura de café y el Contrato de Protección de Precio (CPP).

### 3.1.1. La compra relacional

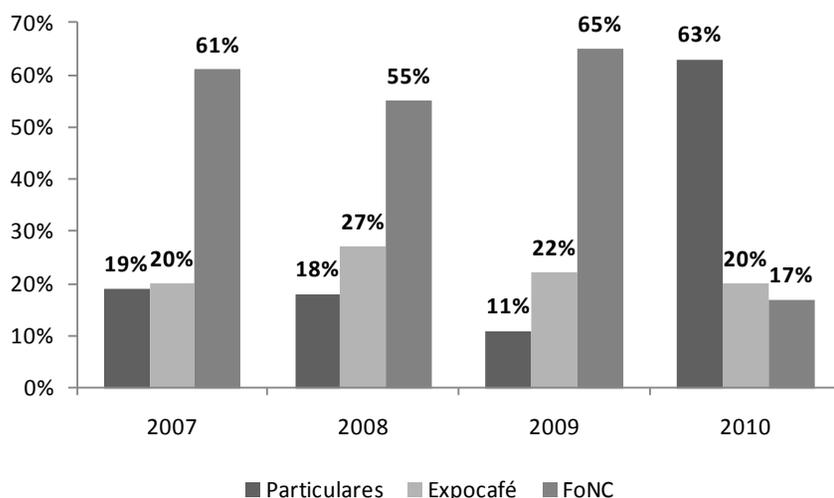
Durante 2010, se consolidó la metodología de almendra sana como el sistema para la valoración del café, debido a los beneficios percibidos a través de ella. Mientras bajo el sistema de factor de rendimiento, metodología de valoración aplicada anteriormente, el precio de un kilogramo de café pergamino seco habría sido \$6.475, con la aplicación del método de almendra sana, se pagaron \$110 más por cada kg. En 2010, esta diferencia de precio significó ingresos adicionales para la cadena de comercialización del café y los productores equivalentes a \$16 mil millones.

### 3.1.2. Cooperativas de caficultores

En 2010, operaron 35 Cooperativas con una red de 541 puntos de compra distribuidos en todo el país cafetero. Estas organizaciones contaron con el apoyo del FoNC para cumplir su rol en la comercialización del café, garantizando la compra del café al caficultor a un precio justo, así 49% de las compras efectuadas en 2010 se realizaron con recursos de la línea de financiamiento del Fondo.

Durante 2010, las Cooperativas mantuvieron su participación en la compra de la cosecha mediante la adquisición del 42% de la producción registrada. Por su parte, el porcentaje de entregas al FoNC aumentó a 63% (Figura 6). En el logro de este resultado fueron determinantes, entre otros, la estrategia de compra relacional, el establecimiento de los coordinadores regionales de compra y el trabajo mancomunado.

**Figura 6. Participación del FoNC en las compras de las cooperativas 2007- 2010**



Asimismo, la FNC apoyó la labor de las Cooperativas a través de la entrega de apoyos económicos, determinados en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores. En 2010, estos incentivos representaron \$5.000 millones en ingresos adicionales para las Cooperativas.

En relación con su situación financiera, en 2010 las 35 Cooperativas de Caficultores arrojaron excedentes netos por valor de \$13.214 millones y lograron acumular capital de trabajo por \$132,7 mil millones.

### **3.1.3. Almacafé**

En 2010, a través de Almacafé se adquirió cerca del 26,4% del café comercializado internamente en el país. No obstante el aprovechamiento de la materia prima se vio afectado por problemas de calidad, originados por las condiciones climáticas desfavorables que afectaron los granos de café y provocaron el aumento en los niveles de roya y broca.

Como resultado, el factor de rendimiento en trilla, que mide la cantidad de café verde obtenido en el proceso industrial a partir de una cantidad de café pergamino, mostró una caída inesperada, pasando de 76,5% de 2009 a 73,2% en 2010.

Adicionalmente, Almacafé efectuó la revisión, control de calidad y expedición de guías de tránsito para 4,7 millones de sacos de café verde de propiedad de los exportadores particulares. Igualmente, gestionó la contratación y coordinó la movilización del café y empaques, desde los centros urbanos hasta el puerto, de 101 mil toneladas de café excelso.

Gracias a la exitosa implementación de la tecnología de Identificación por Radio Frecuencia - RFID en el desarrollo de la plataforma *Bean Track*, Almacafé se hizo merecedor del premio internacional "RFID *Journal 2010*" en la Categoría al Mejor Uso. Adicionalmente, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio concedieron a la Oficina de Calidad de Café, la acreditación para el control de calidad de café bajo la norma técnica ISO/IEC 17025:2005, convirtiéndola en el primer laboratorio de ensayos de café en el mundo que la obtiene. Este resultado consolida aún más el reconocimiento mundial del que goza Almacafé S.A. como autoridad idónea en el análisis de producto.

### **3.1.4. Estrategias para la administración del riesgo**

Durante 2010, se continuó aplicando la estrategia de administración activa del riesgo orientada a optimizar el portafolio de instrumentos asociado a la operación comercial del FoNC y a incrementar su competitividad y rentabilidad.

Dada la coyuntura de niveles altos de precio, el déficit entre oferta y demanda en el mercado mundial y los altos niveles del diferencial, se aplicaron las siguientes medidas:

- Disminución del riesgo asociado a la volatilidad del precio: i) Se modificó la estrategia de fijación de precios, logrando que importantes clientes como Nespresso e Illy caffè asumieran el riesgo asociado a las fluctuaciones del diferencial de calidad del café colombiano en los mercados internacionales;

ii) Se disminuyó la brecha de tiempo entre el momento de la compra y la venta de café por parte del FoNC.

- Implementación de un sistema de cuantificación de riesgos del FoNC: durante 2010 la Federación trabajó en una herramienta para la modelación estadística de los riesgos y la cuantificación del aporte de cada actividad del FoNC, al valor total de riesgo, y el cual entrará a operar durante el primer trimestre de 2011.
- Puesta en marcha de una estrategia para manejar activamente los cambios de posición: a través de ella es posible manejar de manera más controlada las órdenes de pedido y el inventario de los contratos de venta a futuro del FoNC.

**Contrato de Protección de Precio -CPP:** Este instrumento permite garantizarle al caficultor un precio mínimo de \$650 mil/carga para que proteja hasta el 50% de su cosecha. En su labor de fomentar la creación de una cultura de administración de riesgo entre los participantes de la cadena de comercialización del café, la FNC continuó divulgando y ofreciendo este instrumento a través del Servicio de Extensión. A diciembre de 2010, se cubrieron 2.164 cargas por valor de \$1.406 millones.

**Contrato de compra de café con entrega a futuro:** Ante la volatilidad de los precios internacionales observada en 2010, la Federación decidió limitar las compras para entrega a futuro, y su relanzamiento se postergó para 2011, cuando se espera que el mercado goce de una mayor estabilidad y la curva de precios presente un comportamiento estable.

### 3.2. Ventas de café con valor agregado

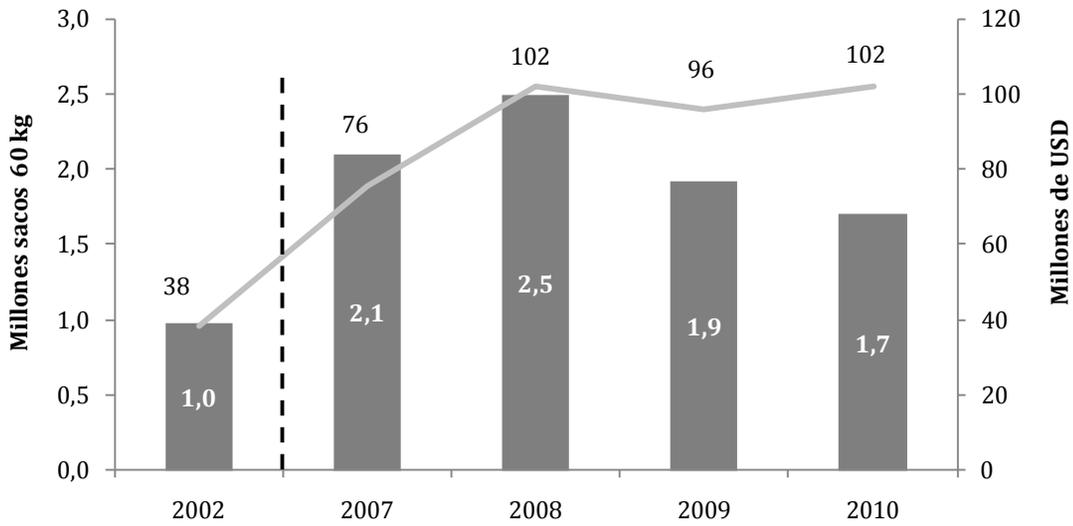
Durante 2010, en ejercicio de la función de comercialización, la FNC continuó fomentando la exportación de cafés con valor adicional al verde estándar a través de los proyectos que hacen parte de su estrategia de valor agregado (cafés especiales, productos innovadores, servicios complementarios y Buencafé).

Esta estrategia tiene como propósito fundamental lograr mayores retornos para el caficultor y fortalecer las finanzas del FoNC. Hacen parte de esta estrategia i) el desarrollo de nuevas oportunidades para la industrialización del café en la fábrica de café liofilizado, Buencafé, ii) el fomento a la producción de cafés especiales, iii) el desarrollo de productos innovadores que respondan a las necesidades de clientes y consumidores a través de los cuales se potencializa la comercialización de café con servicios complementarios tales como VMI/VMD o la trazabilidad del grano a través de Bean Track.

Una consecuencia directa de la puesta en marcha de esta estrategia es el cambio en la composición de las exportaciones de café del país. Mientras a comienzos de la década tan sólo el 9% de los embarques de café estaba representado por cafés con valor agregado, en 2010 el 31% del volumen exportado correspondió a cafés especiales, procesados e industrializados.

En el caso del FoNC este incremento fue aún más notorio. Mientras en 2000 el 12% de las exportaciones fueron de cafés con valor agregado en 2010, esta cifra ascendió a 53%.

**Figura 7 Volumen y valor de las ventas de café con valor adicional\* al verde estándar 2004 – 2010**



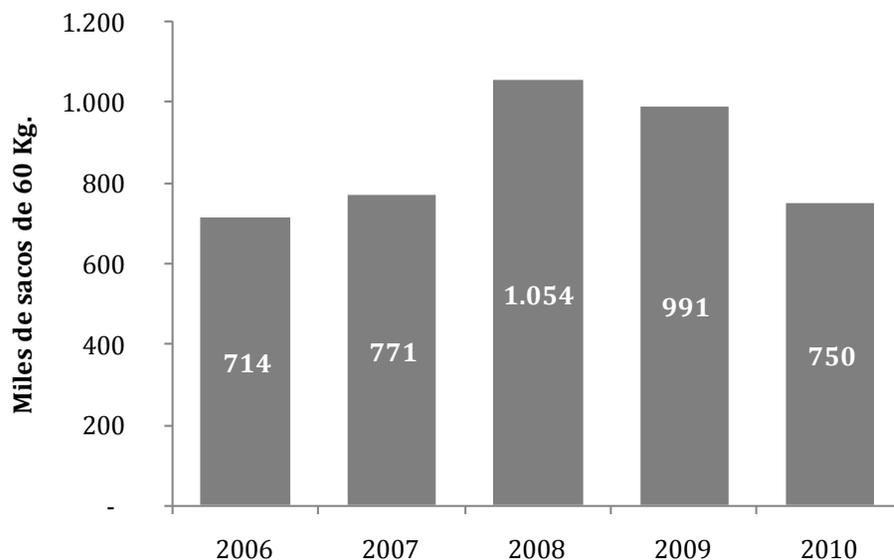
\*Incluye Cafés Especiales, café liofilizado Buendía, ventas de Procafecol en los segmentos de tiendas, institucional, grandes superficies y VMI/VMD

Asimismo, en 2010 se generó USD10,3 millones adicionales por concepto de venta de cafés especiales, equivalentes en promedio a 7,46USD¢/libra por encima del precio del café estándar. Este resultado es muy importante si se tiene en cuenta que durante 2010, los altos niveles de precio del café estándar colombiano han hecho más difícil reconocer mayores niveles de precio a los productores de cafés especiales.

### 3.2.1. Cafés especiales

En 2010, las exportaciones de cafés especiales llegaron a 750 mil sacos, lo que representa una disminución de 24% frente al mismo período del año anterior. Este comportamiento obedece principalmente a la caída de los sobrepagos por los cafés certificados y verificados a medida que aumenta el precio del café estándar colombiano (Figura 8).

**Figura 8. Exportaciones de cafés especiales de la Institucionalidad Cafetera 2006 – 2010**



No obstante, los anteriores resultados, los cafés especiales continúan siendo muy importantes en la agregación de valor al caficultor y cuentan con una excelente acogida por parte de los tostadores y consumidores. En efecto, a pesar de las complejidades exhibidas por el mercado, los programas de cafés sostenibles de la Federación presentaron un crecimiento importante gracias al cual en la actualidad se cuenta con 103.124 productores participantes, 91 mil más que en 2006.

Los sobrepagos pagados al caficultor se definen como una prima que se paga directamente al caficultor al momento de la compra de su café en reconocimiento de la producción de un café de calidad superior, de esta manera, en 2010 se les pagó a los caficultores cerca de \$19,5 mil millones adicionales al momento de la compra de cerca de 656 mil cargas de café pergamino seco.

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

**VIII Taza de la Excelencia:** En esta versión, realizada en el marco de ExpoEspeciales Nariño 2010, se inscribieron 875 lotes provenientes de 10 departamentos del país, de los cuales resultaron escogidos 20 que fueron subastados por internet a 76 compradores de café gourmet en el mercado internacional. En esta ocasión todos los lotes se vendieron a un precio promedio de USD12,4/libra, que corresponde a la cotización más alta obtenida en los nueve países productores donde se lleva a cabo esta competencia. Asimismo, se destaca el precio pagado al caficultor de Buesaco (Nariño) ganador de la competencia (USD40/libra) y cuyo café recibió una calificación de 94,9/100, que le mereció ser considerado por los jurados como un café casi perfecto.

**Expo especiales Nariño 2010:** Realizado en Pasto, este evento contó con la asistencia de más de cinco mil personas y 50 clientes y conferencistas internacionales. Durante la feria se dio inicio a la exposición fotográfica itinerante desarrollada con motivo de los 50 años de Juan Valdez. Igualmente, se realizó el II Campeonato Nacional de Catadores y el Foro del Código Común para la Comunidad Cafetera 4C.

**Campeonato Mundial de Baristas 2011:** En febrero de 2010, en el marco de la III Conferencia Mundial del Café realizada en Guatemala, Colombia fue escogida como sede de este importante campeonato que reunirá más de 60 países en competencia, para elegir el mejor barista del mundo. En junio de 2011, la Federación Nacional de Cafeteros y su feria de cafés especiales, ExpoEspeciales serán los anfitriones de este evento de relevancia internacional que por primera vez se realiza en un país productor.

### 3.2.2. Buencafé Liofilizado de Colombia

Fiel al principio de desarrollo permanente, Buencafé continuó mejorando integralmente sus procesos, productos y servicios. Como resultado de estos esfuerzos la Fábrica exportó a los mercados internacionales el 90% de su producción. Así, a la larga lista de países a los que Buencafé exporta sus productos se sumaron en 2010 Australia, Nueva Zelanda, China e Indonesia, lo que significa la exportación de un millón de frascos anualmente distribuidos en más de 1.210 puntos de venta.

En 2010 la producción empacada de Buencafé ascendió a 8.610 toneladas, 10% más que en 2009, distribuida por tipo de producto de la siguiente manera: café

lío filizado estándar (84%), café preparado para otras marcas (maquila) (6,2%), descafeinado (6,3%) y otros productos especiales (3,4%).

Como resultado las ventas de Buencafé ascendieron a 8.845 toneladas que equivalen a USD110,8 millones, 11% más que lo registrado en 2009. De estas ventas la gran mayoría llega a los mercados de Europa Occidental (29%), Europa Oriental (24%), Norteamérica (23%), Asia-Pacífico (11%), Colombia (9%) y otros (4%).

La profunda revaluación del peso colombiano y el incremento en el costo de ventas ocasionado por el incremento en el precio del café opacó el aumento en el nivel de la producción y las nuevas implementaciones tecnológicas en la fábrica. Esto llevó a que se diseñara una estrategia de cobertura de ingresos denominados en dólares y de su costo de ventas denominado en pesos.

En 2010, Buencafé se destacó como una empresa ambientalmente sostenible, al ser la primera del país en alcanzar la certificación de su inventario de gases efecto invernadero - GEI bajo la norma internacional ISO 14064.

### **3.2.3. Comercialización de cafés con servicios complementarios y productos innovadores**

La inestabilidad e incertidumbre mostrada por los diferenciales del café colombiano, obligaron a la Federación a mantener una actitud prudente para el cumplimiento de sus compromisos comerciales. Esta política le permitió mantener su base de clientes, dando prioridad a aquellos considerados estratégicos y que incluyen tostadores y comercializadores a quienes ofrece un portafolio innovador de productos adaptado a sus necesidades.

Para ello, la FNC fomenta la realización de visitas de los clientes en las regiones cafeteras colombianas para promover su fidelidad. Durante 2010, se recibieron más de 100 personas de diferentes países del mundo, provenientes de 61 compañías dedicadas a la comercialización y/o procesamiento de café.

**Inventarios administrados por el proveedor VMI/VMD:** Mediante este servicio, la Federación mantiene la responsabilidad de la entrega hasta las fábricas de sus clientes. Gracias a ello, durante el año se entregaron bajo esta modalidad 390 mil sacos, de los cuales 29% corresponden a cafés especiales y 71% a cafés estándar.

**Sistema de trazabilidad Bean Track:** A través de este sistema, los clientes obtienen información detallada sobre el origen del café que compran. Dentro de los aspectos contemplados, se incluye información social, ambiental y económica asociada a la producción de café, que resulta valiosa al momento de diseñar estrategias de promoción en cada uno de los mercados. En la actualidad Bean Track se utiliza fundamentalmente en los programas de cafés sostenibles Orgánicos, *Rainforest Alliance*, Comercio Justo, UTZ, AAA Nespresso y 4C.

**Cafés con conceptos innovadores:** La FNC ofrece a sus clientes cafés con conceptos innovadores que permiten acceder a otros nichos de mercado y generar mayor valor a los productores. Ejemplos de este tipo de café son:

- **Micro-lotes de café:** se trata de embarques de café con características de calidad muy destacadas, que son ofrecidos al mercado en pequeñas cantidades. Por tal circunstancia, están orientados a clientes que aprecian la alta calidad y están dispuestos a pagar por ella. Durante 2010, se exportaron 66 micro-lotes,

con precios que oscilan entre 2,42 y 6,73 USD/libra. Vale la pena destacar que los sobreprecios pagados por los compradores han sido trasladados completamente por la Federación a los productores.

- Nuevos productos: el café de Colombia participa en los segmentos más innovadores del consumo de café a través de nuevos productos, se destacaron en 2010 los siguientes: i) El café illy issimo en lata desarrollado en alianza con illy caffè y Coca-Cola para los exigentes mercados de Italia y Japón, ii) Las cápsulas de café illy, que permiten disfrutar de manera individual café de variados perfiles, orígenes y certificaciones, iii) Cafés de preparación especial para clientes como Dunkin Donuts y Dolce Gusto.

**CAFECERT:** Es la entidad independiente creada por la Federación encargada de certificar los cafés colombianos que opten por la utilización de la Indicación Geográfica Protegida Café de Colombia. Desde 2008, CAFECERT ha otorgado 31 certificaciones a 69 cafés pertenecientes a ocho operadores (tostadores y solubilizadores), de los cuales seis desarrollan su actividad industrial en Europa y dos lo hacen en Colombia.

En 2010, CAFECERT recibió su acreditación como Organismo de Certificación de Producto conforme a la Guía ISO/IEC 65:1996 por parte del Organismo Nacional de Acreditación Colombiano-ONAC, cumpliendo así con los requisitos establecidos por la normatividad de la Comunidad Europea y la colombiana en cuanto al otorgamiento de uso de la Indicación Geográfica Protegida y la Denominación del Origen.

Gracias a esta acreditación, CAFECERT estará en disponibilidad de prestar, adicionalmente a la certificación de Indicación Geográfica Protegida (IGP), el servicio de certificación de los cafés colombianos de consumo interno que opten por el uso de Denominación de Origen Café de Colombia. Para el cumplimiento de estas actividades cuenta con laboratorios certificados bajo la norma ISO/IEC 17025:2005 o trabajando conforme a ella.

### **3.3. Penetrar nuevos mercados para el café de Colombia**

Dentro del posicionamiento del café colombiano resulta vital su expansión y consolidación tanto en el mercado local como internacional. Con base en ello, se han desarrollado diferentes alianzas y programas de fomento al consumo, al igual que ampliar la variedad de productos ofrecidos con el fin de atraer y fidelizar más clientes.

En 2010, se destaca que Buencafé cerró negociaciones en Australia, Nueva Zelanda, China e Indonesia para la venta de productos empacados en frascos, bolsas y a granel. Esto significa la exportación de un millón de frascos anuales de la marca *Select* con destino a 850 supermercados de la cadena *Woolworths* en Australia, la presencia en 150 supermercados de Nueva Zelanda y la venta anual de 70 mil frascos de Buendía en cerca de 210 supermercados chinos. A su vez, en Corea la presencia del café de Colombia se fortaleció a través del programa 100% Café de Colombia, la venta de café liofilizado y los productos comercializados bajo la marca Juan Valdez®.

De otra parte, la Federación continuó fortaleciendo su participación en el mercado ruso, en donde la caída en ventas en Rusia se vio compensada con la expansión de las líneas comerciales en países de la región y con el lanzamiento de productos innovadores como el café "*Charna Karta*" elaborado por Buencafé y próximamente con el lanzamiento de un nuevo producto hecho con café 100% colombiano,

tostado y molido distribuido inicialmente en el mercado Ruso bajo la marca Roberto Totti.

Otro hecho relevante para aumentar la presencia del café de Colombia en Europa es la interlocución con Costa Coffee (líder en el segmento de cafeterías en el Reino Unido y otros destinos), *Taylor's of Harrogate* (empresa británica líder en temas de responsabilidad social corporativa), y otros tostadores especializados como *Kaffa* y *Solberg & Hansen* en Noruega, lo cual permite que el café colombiano esté en el portafolio de entidades que han sobresalido por su innovación, calidad y compromiso con la sostenibilidad.

El año pasado generó un complejo reto para la comercialización de café colombiano en el exterior, puesto que con ocasión de las altas primas registradas por el café colombiano, muchos tostadores vieron disminuida su rentabilidad en la distribución de sus marcas. No obstante, gracias a la labor de la Federación, los resultados de las actividades desarrolladas han sido satisfactorios, pues durante el año se vincularon o renovaron las licencias de marca ingrediente de 58 tostadores en todo el mundo.

Paralelamente, en el marco del Programa Café 100% Colombiano, la Federación continuó desarrollando iniciativas orientadas a maximizar la distribución del café de Colombia en los mercados tradicionales, emergentes y al interior del país. Gracias a ello, el volumen de café colombiano exportado hacia los mercados emergentes ha crecido a una tasa de 8% anual y en 2010, fue 10% superior al registrado en 2009.

**Programa de consumo interno:** De otra parte, el desarrollo y crecimiento del mercado interno se constituye en un mercado emergente, por cuanto se han establecido alianzas con la industria nacional y se ha promovido la cultura de café tanto en el reconocimiento de su calidad como de sus beneficios, de esta manera de desarrollaron las siguientes acciones:

El lanzamiento de la primera campaña publicitaria, bajo el lema La vida es mejor cuando tienes cuerda. ¿Necesitas más cuerda? Toma café, que ha despertado emociones positivas y sensaciones que asocian el café a un estilo de vida joven y vital.

La puesta en marcha de iniciativas de sensibilización y reposicionamiento, que incluyen talleres de formación a comunicadores, ruedas de prensa y visitas a los principales medios de comunicación del país. De esta manera se obtuvo ingresos por "free press" en más de 200 publicaciones, emisiones de radio y televisión de difusión regional y nacional.

Divulgación de información científica sobre el café y la salud, que gracias a las alianzas con las sociedades científicas ha llegado a ocho mil profesionales de la salud mediante conferencias dictadas por especialistas, en el marco de los principales congresos médicos. De otra parte se le ha ofrecido información científica al público mediante el lanzamiento de la página [www.cafeyciencia.org](http://www.cafeyciencia.org).

Se lanzó el Programa "El negocio con más cuerda" que busca elevar las competencias de empresarios y empleados en los canales de comercialización, acelerar la innovación en el punto de venta alrededor de la cultura del café, promover mejores prácticas de preparación y aprovechar la capacidad multiplicadora de quienes preparan y venden el café en los canales. Este programa tuvo el apoyo del SENA, Acodrés, Cotelco y Fenalco, con la asesoría de la

Fundación Manuel Mejía para desarrollar los contenidos pedagógicos y dictar las capacitaciones. Actualmente se desarrolla en 16 ciudades del país.

#### 4. Competitividad e innovación de la caficultura colombiana

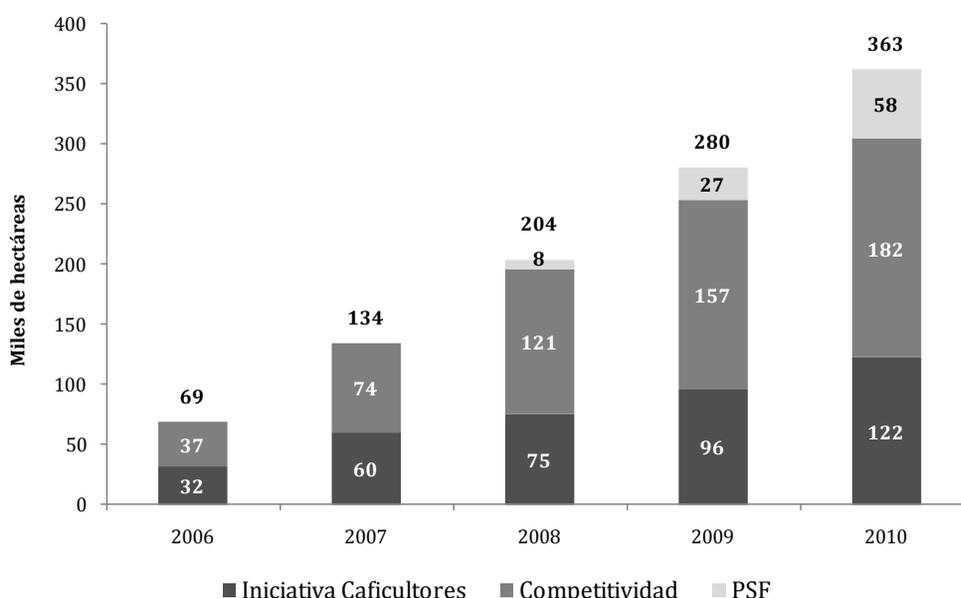
La institucionalidad cafetera, ha identificado como uno de sus objetivos estratégicos, apoyar la mejora permanente de la competitividad de la caficultura nacional. Para lograr este propósito desarrolla diversos programas relacionados con la renovación de cafetales, el mejoramiento de la sanidad vegetal, el acceso al crédito, la diversificación de la producción y la agregación de valor mediante la producción de cafés especiales. De igual manera, promueve la investigación para la innovación y la transferencia del conocimiento a través de Cenicafé con el apoyo del Servicio de Extensión.

##### 4.1. Programas para la renovación de la caficultura

Los programas para la renovación de la caficultura, han sido fundamentales en el propósito de recuperar, estabilizar y aumentar la producción cafetera en Colombia. Para esto, la Federación con el apoyo del Gobierno Nacional continuó afianzando los programas existentes mediante la entrega de apoyos e incentivos adaptados a las necesidades de los caficultores y el grado de tecnificación de sus cultivos. Así, con el programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) implementado desde 2008, se han renovado 58.480 hectáreas, mientras que a través del Programa de Competitividad, se renovaron desde 2006 cerca de 182 mil hectáreas adicionales. Sumado a los programas de renovación, la iniciativa propia de los caficultores, permitió renovar un total de 363 mil hectáreas en los últimos cinco años en toda el área cafetera. (Figura 9)

En particular en 2010, se renovaron en total 82 mil hectáreas, de las cuales el 63% fueron renovaciones por siembra tecnificada, el 30% renovación por zoca y el 7% nuevas siembras.

**Figura 9. Área renovada**  
Acumulado 2006 -2010



Como resultado de los programas de renovación la estructura de tecnificación de la caficultura se modificó. El área de café tecnificado llegó a 69% del total

plantada, 15 puntos porcentuales más que la registrada en 2006 (54%). A su vez, la densidad del cultivo se incrementó de 5.198 árboles por hectárea en 2006 a 5.904 en 2010.

En adelante, los programas de renovación estarán condicionados al uso de variedades resistentes, que permitan blindar la producción nacional del ataque del virus de la roya, expandido por cuenta de las difíciles condiciones climáticas a finales de 2010.

En este empeño resulta vital como parte del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito con el Gobierno Nacional, la renovación del porcentaje importante de área que aún persiste entre cafetales tradicionales, tecnificados envejecidos y tecnificados jóvenes en variedades susceptibles.

#### **4.1.1. Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro**

Este programa está orientado a promover la renovación por siembra de los cafetales tradicionales y tecnificados envejecidos, caracterizados por densidades de siembra y productividades muy bajas, otorgándole a los caficultores la oportunidad de acceder a un crédito en condiciones especiales con destino a cubrir los gastos de renovación, así como la manutención de la familia durante el período improductivo del cultivo.

En 2010, con el fin de agilizar la ejecución del programa, se incorporaron diferentes medidas que permitieron ampliar la cobertura y los beneficios al caficultor, así como incrementar las metas de renovación de acuerdo con lo establecido en el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera para el período 2010-2015. Las nuevas condiciones del programa, establecidas con el apoyo del Gobierno Nacional se resumen a continuación:

- Con la expedición de la Circular P-19 por parte de Finagro en septiembre de 2010, se amplió el área objeto de renovación para los pequeños caficultores de 1,5 hasta 5 hectáreas, lo cual permite que los productores reciban los beneficios del ICR en menos tiempo y aquellos afectados por la roya renueven la totalidad del área.
- El número de desembolsos del crédito se redujo de 20 pagos mensuales a 8 pagos abonados a través de la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, lo que reduce los costos financieros.
- Se amplió el alcance del programa permitiendo el acceso de productores medianos especiales (activos entre 110 y 500 SMMLV) y medianos (activos entre 501 y 10.000 SMMLV) según clasificación de FINAGRO, quienes recibirán como apoyo para la renovación por siembra con variedades resistentes un ICR del 30% y el 20% respectivamente. El límite para la renovación anual por parte de estos productores, es de 20% del área sembrada en café, hasta un máximo de 10 hectáreas por caficultor al año.

Las demás condiciones asociadas al programa como el acceso a ICR del 40% para pequeños caficultores, la garantía del FAG y Fogacafé hasta por el 100% del crédito y el pago de los intereses del crédito por parte del FoNC, permanecen inalteradas.

Así mismo, el pago de la obligación se mantiene en cinco cuotas a partir del tercer año, cuando el pequeño caficultor comienza a recibir los ingresos adicionales

producto de la renovación y el valor otorgado por crédito para cubrir los costos del cultivo se mantiene en \$6 millones por hectárea.

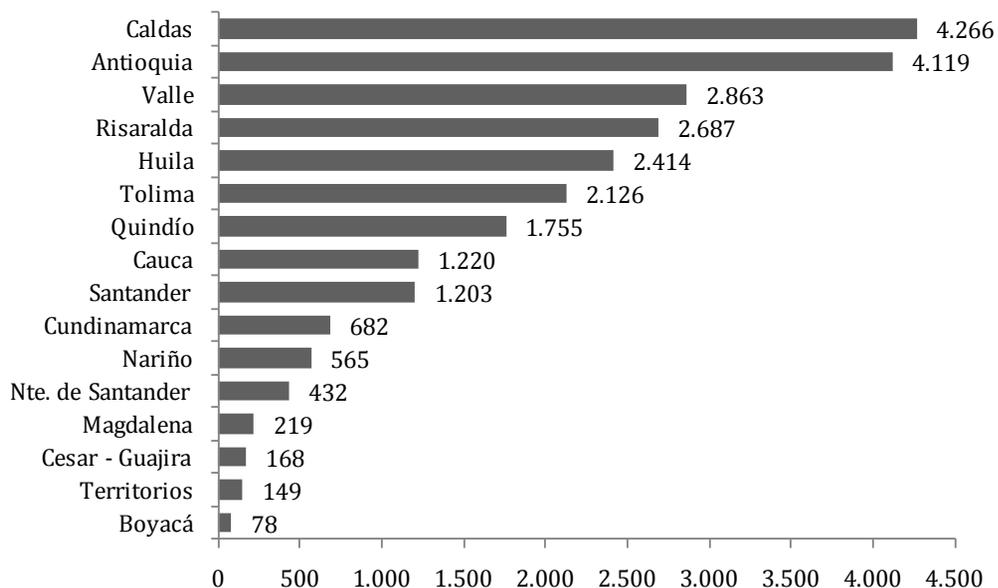
Gracias a las medidas implementadas, en 2010 se otorgaron 41.200 créditos por \$187 mil millones para la renovación de 31.225 hectáreas, lo que representa un crecimiento de 46% respecto del total de créditos registrados en 2009 (28.235). Los resultados acumulados del programa registran un total de 80.783 créditos, de los cuales el 51% se colocaron en 2010.

#### 4.1.2. Programa de competitividad

El Programa de Competitividad brinda apoyo al caficultor para la renovación de cultivos tecnificados jóvenes de manera que lo mantenga en condiciones óptimas de productividad (Edad promedio de 4,8 años y densidad de 6 mil árboles por hectárea).

A través de este programa, se entregaron en 2010 incentivos de \$140 por árbol renovado para la compra de fertilizante. Además, se otorgaron \$120 mil adicionales para aquellos productores que renovaron el café intercalado con otros cultivos de pan coger como maíz, fríjol o tomate en la misma área o en un lote independiente de la misma finca.

**Figura 10. Área renovada con incentivo 2010 (hectáreas)**



Los recursos fueron entregados a través de la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, con el fin de facilitar al productor la compra de fertilizante a través de diferentes medios incluyendo la plataforma de Banca Móvil desde su celular.

En los últimos cinco años a través de este programa se han renovado más de 182 mil hectáreas, de las cuales 25 mil se renovaron en 2010 con incentivos pagados por \$20.227 millones para el beneficio de 34.556 caficultores.

#### 4.2. Acciones para el mantenimiento de la sanidad vegetal

La competitividad y productividad de la caficultura, dependen en gran medida del manejo integrado que se le da al cultivo para la prevención y control de plagas y enfermedades.

Por esta razón la FNC, impulsa de manera permanente una campaña fitosanitaria basada en la práctica cultural del “Re-Re”, dirigida a evitar la dispersión de la broca, recoger frutos del suelo, controlar el insecto durante el beneficio y tomar precauciones cuando se renueva el cafetal. En 2010, esta práctica obtuvo excelentes resultados, disminuyendo el porcentaje de infestación a niveles por debajo del 2% con corte a diciembre.

Valga la pena mencionar que las prácticas de manejo integrado siguen siendo más recomendables que el uso de agroquímicos para el control de la broca, no sólo porque son más eficaces, sino porque varios de los productos insecticidas han sido retirados del mercado por sus efectos tóxicos y porque el insecto ha adquirido resistencia a varios de ellos.

Por otra parte, el café no ha sido ajeno a otras afectaciones fitosanitarias causadas principalmente por alteraciones climáticas caracterizadas tales como el aumento de la temperatura y la humedad, razón por la cual el Servicio de Extensión recomienda la siembra de materiales resistentes como la variedad Castillo® y Castillo® Regional para manejar la roya, la buena fertilización para manejar la mancha de hierro o el mal rosado y la protección de las heridas para evitar las llagas radicales.

**Sistema de alertas tempranas de roya y broca:** En 2010, la FNC puso en marcha el programa “Diagnóstico Continuo de Broca y Roya” cuyo objetivo es monitorear periódicamente el cultivo para establecer alertas tempranas, los niveles de infestación por broca e infección por roya y emitir recomendaciones oportunas sobre prácticas de manejo.

Este programa se desarrolla de manera conjunta entre Cenicafé y el Servicio de Extensión, para contrarrestar los problemas fitosanitarios más importantes que aquejan los cafetos y mitigar su impacto en la productividad del cultivo en cada región. Durante 2010 se llevaron a cabo las primeras tres mediciones y con base en los resultados alcanzados se contó con información actualizada que sirvió de base para el diseño y puesta en marcha del Plan de Choque contra la Roya descrito más adelante.

**Fertifuturo – Fertiyá:** La FNC y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural suscribieron en 2009, un convenio por \$20.000 millones orientado a reducir los costos de producción de la caficultura mediante la entrega de apoyos para la compra de fertilizantes, cuya ejecución se extendió hasta 2010.

Estos recursos permitieron cubrir los intereses causados por la financiación que las Cooperativas de Caficultores otorgan a los productores para la compra de fertilizantes a plazo. Asimismo, para conceder un descuento del 20% sobre el valor facturado en compras de contado. Con el ánimo de favorecer los productores afectados por la roya, se amplió el descuento hasta el 50% del valor facturado, previa evaluación del nivel de infección por parte del Servicio de Extensión.

Durante la vigencia de Fertifuturo se beneficiaron 118.569 caficultores con descuentos por \$18.858 millones y menores costos financieros por \$1.004 millones.

Para ampliar el alcance de esta iniciativa, en 2010 el Gobierno Nacional adicionó \$10 mil millones para el programa Fertiyá, que otorgó un descuento hasta del 20% para la compra de fertilizante, en las modalidades de compra a plazo y de contado.

Para compras a plazo, se estableció un contrato de venta a futuro de café, de forma que la cooperativa descuenta, en el momento de la entrega del café, el valor del fertilizante comprado con cero interés y abona a la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente la diferencia entre el 20% de descuento y los intereses causados por la compra. Para compras de contado, el caficultor accede a un descuento hasta del 20% sobre el valor total de la factura, que son abonados a la cédula o tarjeta cafetera inteligente. Con Fertiyá se beneficiaron en 2010, 54.073 caficultores con descuentos por \$9.945 millones.

**Plan de choque contra la roya:** Como resultado del “Diagnóstico Continuado de Broca y Roya” se identificó un alto riesgo de propagación de la infección por roya en varias zonas cafeteras sembradas en variedades susceptibles, debido a las alteraciones climáticas presentadas a finales de 2010 asociadas al Fenómeno La Niña.

Por esta razón la FNC con el apoyo del Gobierno Nacional diseñó un Plan de Choque para contrarrestar el impacto de la epidemia, que contó con recursos por \$10 mil millones para entregar apoyos en especie a los productores dueños de cultivos afectados por la roya y extensiones inferiores a 10 hectáreas. .

Para focalizar los recursos y obtener los mayores resultados, la distribución de los recursos y el tipo de apoyo entregado se determinó de la siguiente forma:

- Cultivos tecnificados jóvenes (entre 2 y 8 años): se destinaron \$2,5 mil millones distribuidos a través de los Comités Departamentales para la compra de fungicidas que fueron aplicados en 62.207 hectáreas de cultivos con variedades susceptibles con posibilidades de recuperación y producción en 2011.
- Cultivos tecnificados envejecidos (más de 8 años): se destinaron recursos por \$6,7 mil millones para el establecimiento de semilleros con variedades resistentes y su posterior renovación por siembra. Para ello, a través de los Comités Departamentales se adquirieron semillas certificadas, desinfectantes de suelo y demás insumos necesarios que permitirán la renovación por siembra en variedades resistentes de 27.406 hectáreas de cafetales envejecidos afectados por la enfermedad.

#### 4.3. Crédito Cafetero

La FNC actúa como agente dinamizador para el acceso al crédito entre los caficultores, aprovechando las herramientas dispuestas por el Gobierno Nacional y complementando garantías a través de Fogacafé cuando se requiere. De igual forma, gestiona ante el Gobierno líneas de crédito en condiciones especiales, así como planes de alivio de acuerdo a las necesidades y la coyuntura cafetera.

A continuación se presentan las diferentes alternativas de crédito y los logros obtenidos en 2010:

**Línea de crédito para beneficiaderos ecológicos:** Esta línea de crédito está orientada a incentivar prácticas que mejoren la calidad del café y contribuyan a la sostenibilidad ambiental de la caficultura, con acceso a ICR del 40%. En 2010, a través de esta línea se reconocieron \$8,1 mil millones en ICR a 2.406 productores.

**Garantía Fogacafé:** Los caficultores pueden acceder a créditos a través del Banco Agrario o los intermediarios financieros para la renovación, sostenimiento de cafetales y beneficiaderos ecológicos con garantía de Fogacafé. En 2010, se

complementó con recursos de Fogacafé la garantía de 62.824 créditos cuyo valor asciende a \$239 mil millones, de acuerdo con los criterios del Cuadro 9.

**Cuadro 9. Crédito para pequeños caficultores con garantía Fogacafé**

2010

Millones de pesos

Concepto	Renovación envejecidos	Sostenimiento	Beneficiarios ecológicos	Total
Características Garantía	FAG de 80% Fogacafé 20% capital créditos redescontados por FINAGRO	FAG y Fogacafé 40% - usuarios tipo A FAG y Fogacafé 45% - usuarios tipo B	FAG de 80% Fogacafé 20% más intereses	
Número de certificados	41.275	20.036	1.513	62.824
Valor de certificados	\$ 36.569	\$ 19.178	\$ 1.690	\$ 57.437
Valor credito	\$ 182.847	\$ 47.947	\$ 8.449	\$ 239.242

**Programa de alivio crediticio:** En 2010 mediante la expedición de la Ley 1380 de 2010, se continúa ofreciendo a través de FINAGRO las condiciones favorables para el saneamiento de la cartera PRAN inicialmente establecidas a instancias de la Ley 1328/09<sup>1</sup>.

En 2010, se acogieron a los beneficios del programa de alivio un total de 18.393 productores, con lo que se logró recuperar recursos de la cartera de FINAGRO por \$6.880 millones.

Atendiendo la emergencia presentada por la ola invernal, en diciembre de 2010 se expidió la Ley 1430 ampliando el plazo de la Ley 1380/10 hasta diciembre de 2011 en las mismas condiciones.

Por otra parte, con el fin de normalizar la cartera, el FoNC saneó las deudas de 13.445 productores por concepto de seguros de vida asociados a préstamos anteriores, cuyo monto no superaba los \$39 millones. Como resultado, estos caficultores recuperaron su calidad de sujetos de crédito y 2.752 de ellos se vincularon en 2010 al Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

**4.4. Programas con impacto positivo en el medio ambiente**

Con el fin de contribuir a la protección y recuperación de los recursos naturales en la zona cafetera, la FNC desarrolla diferentes proyectos encaminados a incrementar el área forestal, estabilizar el balance hídrico y proteger los bosques naturales en las zonas cafeteras.

**Programa Río Magdalena:** Este programa se ejecuta desde 1993 con el fin de contribuir a la estabilización del balance hídrico y la reducción de la erosión en la cuenca media y alta del Río Magdalena, a través del incremento del uso forestal sostenible, la recuperación y la conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas.

<sup>1</sup> Ley 1328 de 2009 estableció que los deudores del PRAN Cafetero y del PRAN Alivio Deuda Cafetera, podían extinguir su obligación a cargo, pagando de contado el mayor valor entre el 30% del saldo inicial de la obligación a su cargo y el valor pagado por FINAGRO en el momento de adquisición de dicha obligación

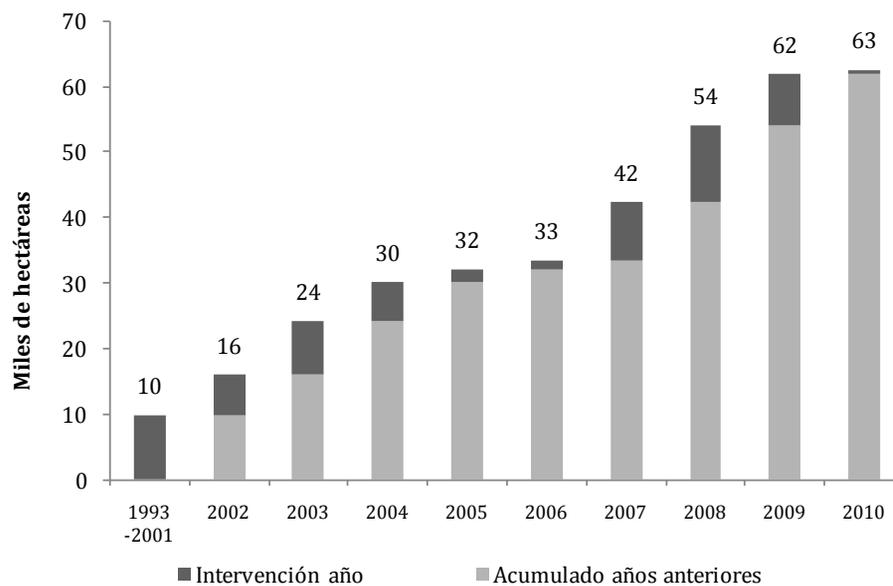
Con este programa se invirtieron \$15 mil millones para recuperar 30 mil hectáreas y beneficiar 3.360 familias, generando cambios en el uso del suelo, principalmente de pastos y cultivos transitorios, hacia actividades forestales de mayor impacto en la protección de los recursos naturales.

Además, se destinaron 1,3 mil millones en actividades de capacitación y la conformación de dos Centros Asociativos de Transformación de Madera, cuyas obras terminaron en 2010.

**Programa de Silvicultura como complemento a la actividad cafetera:** Inició en 2005 con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural por \$13,6 mil millones. En 2009 se vinculó el Gobierno Alemán con un crédito por €14,3 millones y en lo hizo el programa MIDAS con una inversión de \$8,1 mil millones. (Figura 11)

Con estos recursos se han intervenido más de 32 mil hectáreas con actividades de reforestación y protección de bosques. Además, en 2010 se consolidó el componente de seguridad alimentaria mediante un programa educativo integral que vincula a 2.138 familias en talleres grupales sobre tres temáticas: nutrición, técnica y social.

**Figura 11. Área intervenida en el Programa de Silvicultura<sup>2</sup>**  
1993-2010 (hectáreas acumuladas)



**Programa para la Incorporación de la Biodiversidad en el sector cafetero:** Con recursos del PNUD y el GEF por US\$417 mil, se puso en marcha este proyecto, con el propósito de adelantar acciones en 13 municipios de Nariño, Valle y Cauca para crear un entorno de conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café, que contribuya al mejoramiento del ingreso de los caficultores mediante pagos por servicios ecosistémicos, productos certificados y no certificados, fortalecimiento de las capacidades municipales para la planeación territorial y apoyo a la viabilidad económica y ecológica de las fincas que favorecen la biodiversidad.

<sup>2</sup> Incluye los resultados alcanzados durante la vigencia del Programa Río Magdalena.

En 2010, se registraron 10 mil hectáreas de café certificadas y verificadas en los 13 municipios y se capacitaron 5.314 caficultores en procesos de certificación y verificación y 247 en conservación de la biodiversidad y servicios ambientales.

#### **4.5. Programas para la producción de cafés especiales**

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad ambiental en su producción. Distintivos que son atractivos para los consumidores en el mundo y por las cuales están dispuestos a pagar un mayor precio.

En 2010, la cobertura del programa de cafés especiales fue de 103 mil productores, de los cuales 42 mil lograron la certificación de 136 mil hectáreas y 61 mil la verificación de 160 mil hectáreas adicionales. A continuación se presentan los resultados más importantes alcanzados por la Federación en desarrollo de los siguientes programas para el fomento de la producción de cafés especiales:

##### **4.5.1. Agronegocios y PyMes:**

A través de este programa, se prestó apoyo a pequeños caficultores para el mejoramiento de sus condiciones de vida mediante el incremento de la producción de cafés especiales, generando cerca de 22 mil empleos por año.

Para la ejecución del componente de Agronegocios, el Programa MIDAS aportó recursos por \$4.320 millones que se destinaron a apoyar la producción del material vegetal necesario para la renovación, la asistencia técnica de 18 extensionistas y la contratación de 4 técnicos encargados de los diseños agroforestales en las regiones donde se desarrollo el proyecto.

Entre 2008 y 2010 se renovaron en total 20 mil hectáreas beneficiando a 35 mil familias y se brindaron las herramientas necesarias para que el caficultor desarrolle su actividad con una visión empresarial sostenible.

##### **4.5.2. Mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la calidad del café:**

Este proyecto cuenta con recursos por \$3.648 millones provenientes de Mitsubishi Corporation, Acción Social y la FNC, para el fortalecimiento de la producción de café de calidad con 2.880 caficultores del Programa Familias Guardabosques de nueve departamentos durante 10 años. En 2010, se capacitaron 561 familias de Nariño y Huila en temas de buenas prácticas de manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales y organización comunitaria, además se construyeron cuatro beneficiaderos ecológicos y cuatro secadores solares.

##### **4.5.3. Consolidación de la producción sostenible de café AAA:**

Este programa desarrollado por Nestlé- Nespresso y la Federación Nacional de Cafeteros, ha beneficiado, en dos años, más de 3.839 familias cafeteras del programa AAA Nespresso Cauca y Nariño, que ahora cuentan con infraestructura productiva para beneficio ecológico, asistencia técnica permanente y capacitación para la competitividad.

##### **4.5.4. Proyectos de cafés especiales como alternativa para la generación de condiciones de paz:**

Con el fin de contribuir a la superación de la pobreza y la generación de condiciones de paz, la FNC desarrolla proyectos en zonas cafeteras afectadas por la violencia. Para ello, gestiona iniciativas en asocio con entidades cooperantes a nivel nacional e internacional para la promoción del cultivo de cafés especiales como

alternativa viable para la sostenibilidad económica de familias cafeteras en condiciones de vulnerabilidad.

En 2010, la ejecución de estas iniciativas permitió beneficiar cerca de 1.500 familias en diferentes regiones del país, con una inversión superior a \$12 mil millones. Con estos proyectos, se mejora la infraestructura productiva de las fincas cafeteras y se promueven procesos de caficultura sostenible con el medio ambiente. Así, la calidad del café que producen estas familias les representa un mayor ingreso por su actividad.

**Cuadro 10. Proyectos de cafés especiales como alternativa para la generación de condiciones de paz (2009-2010)**

Proyecto	Objetivo	Beneficiarios	Duración
Laboratorio de Paz - Modelos Innovadores	Mejoramiento de la infraestructura productiva, implementación de tecnologías para el fortalecimiento de la calidad del café, al igual que el fomento de la seguridad alimentaria y nutricional.	185 caficultores de Antioquia, Cauca, Santander y Tolima.	2009 - 2010
Comunidad Páez	Mejoramiento de infraestructura de beneficio, secado y manejo de aguas residuales. Apoyo en la producción y comercialización de café orgánico.	540 familias indígenas Páez.	2008 - 2010
Colombia Cafetera Sostenible	Promover el retorno de los campesinos a sus tierras, generar una convivencia pacífica alrededor de la caficultura y mejorar la infraestructura productiva mediante la renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	600 familias afectadas por la violencia en la Serranía del Perijá.	2008 - 2009
Mejoramiento de infraestructura productiva	Mejoramiento de la infraestructura de secado en los municipios productores de café especial de Toledo y Labateca en el Departamento de Norte de Santander.	130 familias cafeteras	Noviembre 2009 a Julio de 2010

#### 4.6. Programas para la complementación del ingreso del caficultor

Como soporte para la seguridad alimentaria de las familias cafeteras y para apoyar los ingresos del caficultor, la Federación y el Gobierno Nacional han incentivado, en los últimos años, la siembra de café intercalado con otros cultivos en época de renovación

##### 4.6.1. Programa Café y Fríjol:

En 2010 debido a la tradición del cultivo, las campañas educativas del Servicio de Extensión, y el estímulo en fertilizante otorgado por la renovación de cafetales, los productores sembraron cerca de 40 mil hectáreas de fríjol cuya producción ayudó a complementar el ingreso de sus familias.

Del total de área sembrada en asocio, 2.774 hectáreas de fríjol y tomate recibieron incentivos para la compra de fertilizante por \$579 millones a través del programa de Competitividad.

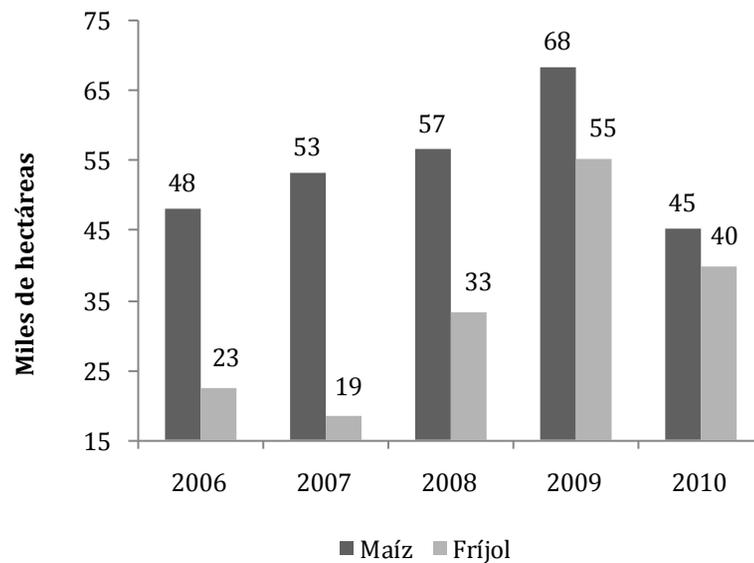
##### 4.6.2. Programa Café y Maíz:

La FNC en convenio con Fenalce continuó promoviendo la siembra de maíz tecnificado en la zona cafetera. Gracias a este esfuerzo, los cafeteros han tecnificado

las siembras de maíz, logrando altas productividades con el uso de semillas híbridas resistentes a enfermedades.

En 2010, la renovación de cafetales por zoca y siembra facilitó el cultivo de más de 45 mil hectáreas de maíz en zona cafetera, de las cuales 5.509 hectáreas recibieron incentivos en fertilizante por \$1.128 millones.

**Figura 12. Siembras de maíz y frijol en zona cafetera 2006-2010**



#### 4.7. Modelos Innovadores - Jóvenes Agricultores

La Federación con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo - BID, ha diseñado modelos de acción dirigidos a promover el relevo generacional y el emprendimiento, facilitando el acceso a los recursos productivos por parte de los jóvenes agricultores.

Entre 2007 y 2009, se pusieron en marcha nueve experiencias de acceso a la tierra y capital de trabajo, bajo esquemas asociativos en las que han participado 297 jóvenes de Antioquia, Caldas, Quindío, Magdalena, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Tolima y Valle.

En 2010, el programa Modelos Innovadores - Jóvenes Caficultores se reestructuró con la participación de los Comités Departamentales, a partir de las lecciones aprendidas hasta el momento con el fin de impulsar aún más el fortalecimiento técnico y la gestión empresarial en esquemas asociativos de producción tecnificada.

#### 4.8. Servicio de Extensión

Entre 2009 y 2010, el Servicio de Extensión de la Federación contó con el número de técnicos más alto de su historia. Esto permitió la ampliación de los servicios de atención directa al caficultor, con asesoría en todos los temas relacionados con el cultivo, los predios, la zona cafetera, el crédito y la institucionalidad cafetera en general.

La gestión realizada por el gremio cafetero, permitió contar con el apoyo de diferentes fuentes para el fortalecimiento del Servicio de Extensión. Así, al equipo de base de la FNC conformado por 1.113 personas entre técnicos y administrativos, se adicionan 333 técnicos apoyados por el Ministerio de

Agricultura y Desarrollo Rural mediante el Incentivo a la Asistencia Técnica, quienes prestan servicios de atención directa al caficultor y especialmente a los beneficiarios del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

Además de lo anterior, el servicio de extensión se complementa con otros técnicos aportados por proyectos específicos que ejecuta la FNC con el apoyo de Nespresso, KFW, gestiones propias de los Comités Departamentales y otras ONG que en total suman más de 111 personas.

**Labores de educación:** En 2010 el Servicio de Extensión continuó brindando asesoría y acompañamiento a los caficultores, mediante metodologías de extensión individuales, grupales y masivas para lograr la mayor cobertura posible. Gracias a ello, en 2010 se efectuaron 524 mil eventos individuales, de los cuales 227 mil fueron visitas a finca y 297 mil atenciones en oficina. Por medio de las metodologías grupales se atendieron 502 mil cafeteros en 36 mil eventos.

**Labores de aplicación:** Son aquellas actividades ejecutadas por los productores en los lotes de café que han cumplido su ciclo de producción y deben renovarse, ya sea por zoca o por siembra, así como las nuevas siembras de café. El registro de estas áreas es prioritario para el Servicio de Extensión, pues gracias a ellas el SICA contiene información precisa de la caficultura colombiana.

#### 4.9. Cenicafé

Como contribución a la estrategia de Competitividad e Innovación, Cenicafé aporta la generación de nuevos conocimientos, tecnologías e innovación para el desarrollo de la caficultura que se transfiere a todos los caficultores por intermedio del Servicio de Extensión.

##### 4.9.1. Productividad Agronómica

**Suelos y nutrición:** Se adelantan investigaciones sobre los niveles óptimos de fertilización después del zoqueo, así como la respuesta de la producción frente a la fertilización con lombricompostos y con biofertilizantes.

**Enfermedades del café:** Se avanzó en el control genético de la llaga macana, con la selección de progenies F3 de Coffea arabica con más del 70% de resistencia, y en el control biológico de nematodos de las raíces, usando un producto comercial con mezcla de los hongos controladores biológicos.

**Sanidad vegetal:** Cenicafé prestó la asistencia técnica durante la epidemia de roya, asesorando a los Comités Departamentales en el manejo de la enfermedad, el mal rosado y la muerte descendente y a los caficultores en temas sobre roya, germinadores y almácigos y enfermedades en plantaciones.

**Producción de semilla:** Durante 2010 se produjeron y entregaron 75 mil Kg de semilla, de las cuales 74% corresponde a la Variedad Castillo® General y el 25% a Variedades Castillo® Regional. Esta cantidad de semilla permite renovar cerca de 30 mil hectáreas a razón de 2,5Kg/ha.

##### 4.9.2. Viabilidad económica del café

**Productividad de la mano de obra:** Se desarrolló la tecnología Canguaro 2M, diseñada para que el recolector utilice simultáneamente ambas manos, logrando mayor rendimiento, con alta calidad, eficacia y bajas pérdidas por caída de frutos al suelo durante la recolección.

**Cafés especiales:** Para asegurar la calidad del grano y de la bebida de café que se produce en las fincas, se establecieron los fundamentos de los procesos que ocurren en la etapa de fermentación del beneficio húmedo del café y se identificaron los puntos críticos a controlar en el proceso.

**Divulgación y Transferencia:** En 2010 se publicaron los Avances Técnicos 387 al 399 y la Revista Cenicafé Vol. 60 Número 1, 2, 3 y 4. También se publicó el Boletín Técnico No. 35, relacionado con la biodiversidad en los paisajes cafeteros de Támesis (Antioquia). Se entregaron en versión digital las Brocartas No. 38, 39 y 40, relacionadas con los temas sobre la dispersión de la broca a partir de cafetales zoqueados infestados, el desarrollo de la broca de acuerdo con la temperatura y la altitud, y la dispersión de la broca durante la recolección y el beneficio del café.

#### 4.9.3. Conocimiento estratégico

**Genómica del café:** Se identificaron varios mecanismos en el metabolismo de la planta de café, la genética de la broca y la fisiología del hongo *Beauveria bassiana*, que abren posibilidades de nuevas medidas de control de la plaga.

**Genómica de resistencia a la broca:** Se identificaron completamente tres genes que codifican enzimas del tracto digestivo de la broca involucradas en el metabolismo de compuestos xenobióticos presentes en el grano de café. Además, por métodos computacionales se obtuvo un modelo con base a la secuencia de aminoácidos de la mananasa de la broca y se determinó el sitio activo para el “acoplamiento molecular” de potenciales compuestos inhibitorios que puedan ser utilizados en el control genético de la plaga.

**Sistema de trazabilidad:** Se culminó el desarrollo del Sistema de Trazabilidad para la producción y distribución de semilla variedad Castillo® y sus variantes regionales, el cual será implementado en las estaciones de Cenicafé y las parcelas IPA que producirán la semilla necesaria para los programas de renovación a partir de enero de 2011 (ver Programa de producción de semilla certificada por Cenicafé en IPA de la sección de Investigación Participativa).

**Cambio climático:** Teniendo como piloto la Cuenca alta del río Cauca, se iniciaron los análisis de escenarios de cambio climático a partir de un modelo multitemporal retrospectivo (1980-2010) y prospectivo (2010-2025-2050) para las zonas cafeteras. El objetivo es empezar a construir indicadores de cambio climático para la caficultura, que permitan identificar con anticipación los efectos que tendrá las nuevas condiciones climáticas sobre la actividad cafetera y prever las medidas de prevención, adaptabilidad y mitigación correspondientes.

**Huella de carbono:** En 2010, en conjunto con el ICONTEC, se logró elaborar un documento de norma para calcular y verificar la huella de carbono, en el marco del ciclo de vida del producto, para toda la cadena de valor del café de Colombia, iniciando en la finca hasta la preparación de la bebida.

#### 4.10. Investigación Participativa

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

**Secado del café:** En 2010 se validó la tecnología para medir la humedad del café durante el secado solar-Gravimet, en el marco de la IPA, con caficultores de los departamentos de Antioquia, Caldas y Quindío.

**Experimentación regional:** Cenicafé participa en 206 temas de investigación, de los cuales 183 son sobre café, 10 en forestales, 5 en maíz y 8 en temas de clima. Además, se desarrollan en fincas de caficultores 18 investigaciones en temas forestales, clima y maíz con un área de 20 hectáreas para experimentación.

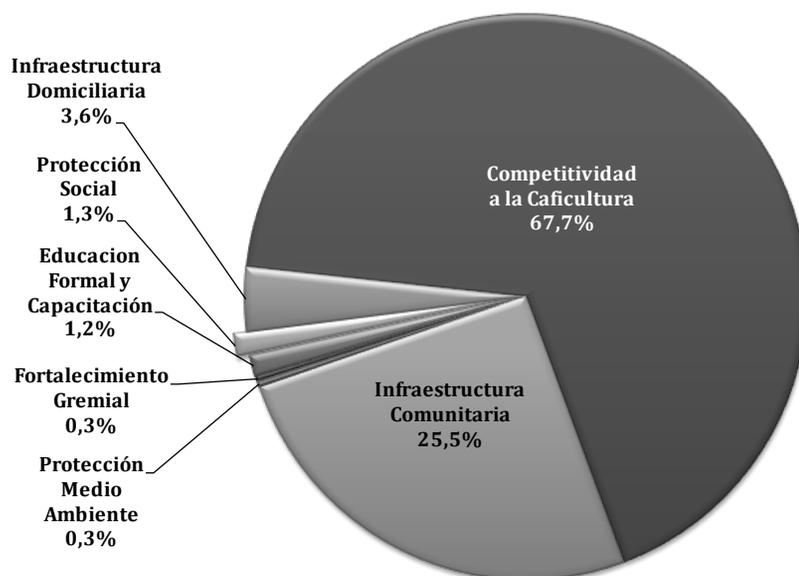
**Programa de producción de semilla certificada por Cenicafé en IPA:** Las parcelas IPA se han construido con semilla certificada proveniente de Cenicafé con fines educativos, y se constituyen en herramienta fundamental de apoyo para proveer semilla de variedad Castillo® y Castillo® Regional para apoyar los diferentes programas de renovación orientados a tener una caficultura joven, productiva y resistente a la roya. Actualmente, existen en el país 275 parcelas IPA, con una extensión promedio de media hectárea, establecidas en 159 municipios con germinadores de diferentes edades, lo que favorece los objetivos de la labor educativa y de la provisión de semilla.

### 5. Programas de inversión social para el caficultor

Una de las mayores fortalezas del gremio cafetero, ha sido su capacidad de gestión de recursos para el desarrollo de las regiones cafeteras. Gracias a los recursos aportados por el FoNC para la realización de obras de interés social y comunitario, se obtuvieron importantes inversiones de otras fuentes que permitieron alcanzar un índice de apalancamiento de 1:10 indicando que por cada \$1 aportado por el FoNC se gestionaron \$10 de otras fuentes como el Gobierno Nacional, entidades del orden departamental y municipal y organismos de cooperación internacional.

En este sentido, la FNC estableció alianzas con 36 socios internacionales de países de Europa, Asia y Norteamérica para la ejecución de programas que alcanzan los USD 17 millones en beneficio de los caficultores colombianos, además en 2010 se concretaron nuevos acuerdos para la ejecución de programas por US4 millones adicionales.

Figura 13. Distribución de los recursos de inversión social 2010



En 2010, estas alianzas le permitieron a la FNC contar con recursos de inversión social por \$1 billón, de los cuales el 68% se destinaron a programas de competitividad para la caficultura, esto es programas de apoyo para la renovación y fertilización de cultivos y un 25% adicional se destinaron a programas de infraestructura comunitaria en donde se destacan proyectos de infraestructura vial y mejoramiento de escuelas rurales.

Asimismo, el 6,8% restante de los recursos de inversión social se destinaron a desarrollar programas para el mejoramiento de la calidad de vida de la familia cafetera a través de infraestructura domiciliaria (3,6%), educación formal y capacitación (1,2%), protección social (1,3%), medio ambiente (0,3%) y fortalecimiento gremial (0,3%).

A continuación se destacan los resultados de algunos de estos programas:

## **5.1. Programas para la educación de la población cafetera y rural**

### **5.1.1. Gestión empresarial**

La FNC continuó desarrollando en 2010, el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial para Cafeteros que se realiza a través del Servicio de Extensión con el fin de fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera.

Este programa se desarrolla en dos niveles: El nivel básico consta de ocho acciones formativas en temas relativos al conocimiento de la empresa, recursos de producción, utilización de la planeación como herramienta administrativa, conocimiento de indicadores de rendimiento y costos de producción.

En el nivel avanzado el caficultor profundiza en adopción de herramientas administrativas y diseña un plan de alternativas para lograr ingresos adicionales y maximizar el margen de su empresa.

Desde 2002 el programa ha permitido capacitar más de 110 mil cafeteros con una inversión de \$12 mil millones, de los cuales la FNC aportó 86%, y el SENA, la SAC y el Ministerio de Agricultura el 14% restante. Durante 2010, se capacitaron 16.849 caficultores, se conformaron 942 grupos y se realizaron más de 7 mil reuniones durante el año.

### **5.1.2. Programas educativos de la FMM**

La Fundación Manuel Mejía (FMM) como parte de la institucionalidad cafetera, y dentro de su misión de promover e implementar procesos educativos en las zonas rurales, continuó desarrollando diferentes programas de capacitación y formación orientados al sector cafetero con metodologías adecuadas a sus condiciones socioculturales. En 2010, más de 29 mil caficultores se beneficiaron de las actividades de la FMM, a través de los siguientes programas:

- Gerencia de la Empresa Cafetera: en 2010, se ajustaron los contenidos de la cartilla “La Gerencia de la Empresa Cafetera” para su difusión en formato digital permitiendo una mayor cobertura del programa. Mientras en 2009 se capacitaron 23.231 caficultores por método presencial y por vía web, en 2010 se beneficiaron 24.456 productores.

- Educación a distancia: en convenio con el SENA, la FMM lideró el diseño y desarrollo del proceso educativo de los programas de formación a distancia para adecuarlos a las normas de competencia laboral establecidas en la Clasificación Nacional de Ocupaciones. En 2010, se vincularon a esta metodología cerca de 21.534 caficultores.

Además, con el esquema de educación a distancia, se establecieron cuatro programas de formación técnicos en temas de manejo empresarial de la finca, aseguramiento de la calidad del café, producción de cafés especiales, y formulación de proyectos agropecuarios. Asimismo, se desarrollaron dos programas con título de auxiliar en temas de promoción de la seguridad alimentaria y desarrollo de la asociatividad.

- Programa de formación para docentes de instituciones educativas rurales en Cundinamarca: en convenio con el Comité Departamental de Cundinamarca, la FMM capacitó 783 docentes vinculados al programa Escuela y Café quienes recibieron formación en temáticas de la institucionalidad cafetera, la metodología de Escuela y Café y Escuela Nueva y tres normas de competencia laboral sobre temas cafeteros.
- Programa Fomento al Consumo Interno “Toma Café”: la FMM se vinculó a este programa para la promoción del consumo interno de café mediante el diseño de medios y recursos educativos.

### **5.1.3. Fortalecimiento de la población en el eje cafetero**

Este proyecto, ejecutado por la FNC entre 2007 y 2010 con el apoyo de la Fundación Humanismo y Democracia de España contó con una inversión de \$3.900 millones destinados a desarrollar una estrategia de erradicación de la pobreza y mejorar la calidad de vida mediante el fortalecimiento del talento humano y la capacidad de gestión de la población rural en Risaralda, Caldas y Quindío.

En total se dotaron 55 instituciones educativas y se implementaron las metodologías para post-primaria rural de Escuela Nueva y Escuela y Café beneficiando 3.047 estudiantes y 94 profesores. Así mismo, 18.496 pequeños caficultores y 51 extensionistas se beneficiaron con la dotación de infraestructura tecnológica y material educativo en 24 Centros Rurales de Entrenamiento y Gestión (CREG's).

### **5.1.4. Computadores para educar**

La Federación, en convenio con la Asociación Computadores para Educar del Ministerio de Comunicaciones, brinda acompañamiento a las instituciones educativas beneficiarias del programa de donación masiva de computadores, con el fin de capacitar a los docentes y promover el aprovechamiento integral de los equipos de cómputo en desuso, generando beneficios educativos, económicos y ambientales a la sociedad principalmente a niños de bajos recursos.

Entre 2002 y 2010, el programa entregó 3.422 computadores que benefician a más de 67 mil estudiantes en 390 instituciones educativas ubicadas en municipios cafeteros de todo el país. De estos, sólo en 2010, se entregaron 73

computadores a 18 instituciones educativas con destino a la educación de 657 alumnos en tres departamentos.

### 5.1.5. Alianzas para la educación

Con el fin de mejorar la calidad y la infraestructura educativa en las zonas rurales, la FNC participó en alianzas con diversas organizaciones nacionales e internacionales para el desarrollo de proyectos educativos.

Se destaca el Programa de Mejoramiento de Infraestructura Educativa en las zonas Rurales, suscrito con el Ministerio de Educación Nacional a través del cual en 2010 se ejecutaron obras y mejoramiento en la dotación de mobiliario escolar para 21 proyectos en los departamentos de Boyacá, Caldas, Cesar, Choco, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima con una inversión de \$23.589 millones.

Las alianzas de cooperación internacional para el desarrollo de proyectos educativos, se resumen a continuación:

**Cuadro 11. Proyectos educativos de cooperación internacional en zona cafetera 2010**

Proyecto	Financiador	País	Valor del convenio	Línea de Acción	Período de Ejecución	Beneficiarios
Proyecto Sostenibilidad y TIC en Escuela Rural	Fundación EFICO	Bélgica	\$141 millones	Acceso a Tecnologías de la Información	2010-2011	60 niños de primaria, 151 jóvenes de secundaria y 9 docentes Colegio Las Delicias en Santander
Mejoramiento condiciones para la educación de niños en Quinchía (Risaralda) Escuela de la vereda San Juan Fase I y II	Tchibo /Eduscho	Austria	\$82 millones	Mejoramiento infraestructura a escolar	Diciembre 2008 a Abril 2010	70 Niños y Niñas
Dotación de tres centro de computo en la zona sur del departamento del Tolima. Promoción de TIC en familia cafetera	RGC Coffee	Canadá	\$41 millones	Acceso a Tecnologías de la Información	Diciembre 2009 a Junio de 2011	80 beneficiarios por cada sala de computo

### 5.2. Actualización de la base de datos del SISBEN

En el marco del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales - SISBEN III que adelanta el Gobierno Nacional, la Federación Nacional de Cafeteros suscribió en 2009 un convenio con el Departamento Nacional de Planeación, con el objetivo de apoyar el proceso de actualización del instrumento en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país.

El principal beneficio del convenio, es el cruce de información del SISBEN con los registros del Sistema de Información Cafetera - SICA, para identificar condiciones de vida en la zona rural cafetera, apoyándose en mapas temáticos con variables como salud, educación y vivienda, entre otros.

Hasta 2010, el DNP entregó información depurada y certificada de 649 municipios cafeteros y no cafeteros en los cuales se aplicó la encuesta. Con esto se tienen identificados más de 398 mil caficultores registrados en la base de datos del SICA, lo que representa cerca del 73% de los caficultores del país.

Esto constituye una herramienta de planeación de políticas tanto para la institucionalidad cafetera, como para el Gobierno Nacional porque facilita la

focalización e identificación de beneficiarios de programas y proyectos de inversión social.

### **5.3. Mejoramiento de infraestructura comunitaria**

#### **5.3.1. Mejoramiento vial**

**Vías Sur del Tolima:** En el marco del convenio suscrito con el DAPRE - Fondo de Programas Especiales para la Paz, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Acción Social, y la Federación de Cafeteros, se adelantaron acciones de desarrollo social con el fin de generar condiciones para el logro y mantenimiento de la paz.

En el primer convenio ejecutado entre 2008 y julio de 2010, se construyeron 46 km. por un valor de \$89 mil millones en tramos de la vía que comunica las poblaciones de Ataco y Planadas y los municipios de Chaparral y Río Blanco.

El convenio suscrito en 2010 por un valor de \$58,5 mil millones cubre un nuevo tramo de 16 km. de la vía Ataco-Planadas y otro de 13 km. De la vía Chaparral-Río Blanco, además, de la construcción de muros de contención y puentes.

**Programas Caminos de Prosperidad:** Con el fin de aportar en el mantenimiento de la red vial terciaria y la generación de empleo formal en las zonas cafeteras, la FNC suscribió en 2010 un convenio con el Ministerio de Transporte por \$12 mil millones orientado al mantenimiento de cerca de 2 mil kilómetros de vías terciarias en los departamentos de Cauca, Valle, Cundinamarca, Santander y Magdalena. Con esta iniciativa se promoverá la formalización del empleo a través de la vinculación de cafeteros como ejecutores de las obras de mantenimiento de la red vial terciaria.

#### **5.3.2. Mejora en el acceso a agua potable**

La FNC suscribió con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) el proyecto "Mejorando el Acceso al agua potable a viviendas de cuatro municipios del Cauca" con el fin de mejorar las condiciones de salubridad en los municipios de Timbío, Santander de Quilichao, Caldon y Jambaló en el Cauca.

El proyecto tiene una inversión cercana a \$612 millones y beneficia cerca de 63 mil personas con el mejoramiento de la infraestructura de agua potable representada en tres redes de distribución y una planta de tratamiento

### **5.4. Programas para la mujer cafetera**

Para promover el desarrollo sostenible de la familia cafetera, la FNC viene implementando una Política de Equidad, que promueve un mayor acercamiento de las mujeres cafeteras a la institución teniendo en cuenta su participación activa en la toma de decisiones, en los programas de renovación, fertilización y calidad, entre otros.

Para avanzar en éste propósito, uno de los temas fundamentales es la formación. Por esta razón, los colaboradores de la Federación y de los Comités Departamentales fueron capacitados en temas de Género, Familia y Derechos, y a través del SENA se desarrolló un programa piloto en Cundinamarca y Tolima para capacitar asociaciones de mujeres cafeteras en planes de negocio y fortalecimiento organizacional.

**Observatorio de mujer rural y familia en las zonas cafeteras:** con base en la investigación realizada sobre la situación de los derechos de la mujer rural y la familia en las zonas cafeteras, con el apoyo de la Comisión Andina de Juristas, se diseñó e implementó un sistema de indicadores para el seguimiento y evaluación del impacto de los programas que promueven la protección de los derechos de la mujer y la familia. Esto permitirá fortalecer las estrategias y alianzas interinstitucionales en torno a este tema.

Asimismo a través de recursos de cooperación internacional, se presentaron propuestas dirigidas a fortalecer la perspectiva de género, en los siguientes temas:

- Incorporación de un modulo de formación sobre equidad de género, convivencia, violencia intrafamiliar, resolución de conflictos, salud sexual y reproductiva en el programa de Jóvenes Caficultores.
- Equidad de género y desarrollo sostenible en Huila: este proyecto busca incrementar la competitividad de cinco asociaciones de mujeres productoras de café en Huila, a partir del mejoramiento de la productividad, mediante un programa de café de origen con enfoque de género y el fomento de la convivencia en las familias cafeteras.

## ***6. Posicionamiento del Café de Colombia y su Portafolio Marcario***

Un elemento central para asegurar la competitividad del café de Colombia en el largo plazo, consiste en mantener una imagen y diferenciación del producto de cara a clientes y consumidores. Es por esta razón que la Federación se ha comprometido con diferentes estrategias diseñadas para cautivar nuevos consumidores que aprecien y estén dispuestos a pagar precios superiores por el grano producido en Colombia.

### **6.1. Juan Valdez 50 años por delante**

El 26 de agosto, con motivo de la celebración de los 50 años del personaje Juan Valdez, se realizó en la oficina central de la Federación un emotivo homenaje al que asistió el Señor Presidente de la República y algunos representantes de su equipo de gobierno. El evento fue registrado por más de un centenar de periodistas y fue transmitido en vivo a través de las páginas institucionales: [www.federaciondecafeteros.org](http://www.federaciondecafeteros.org) y [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com) y las páginas oficiales del diario El Espectador y la revista Dinero. En total 35 mil personas presenciaron la celebración a través de internet.

Con el objetivo de fortalecer la imagen de los caficultores colombianos, la página [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com) ofreció contenidos interactivos y llamativos que les permitieron a más de 66 mil visitantes conocer más sobre el personaje, los valores que representa y lo que hay más allá del ícono publicitario.

Además del lanzamiento, para conmemorar este aniversario se diseñó el evento “Juan Valdez 50 años. Todo un camino por delante” una exhibición temática itinerante en la que se presentan, entre otros elementos, fotos inéditas de la vida de Juan Valdez, una colección de afiches y videos publicitarios representativos de diferentes décadas, una muestra de Juan Valdez viajando por el mundo, rodeado

de los personajes y lugares emblemáticos de diferentes países y un módulo dedicado al futuro de la marca.

Como parte de las actividades programadas para la celebración, durante el primer semestre de 2010 el personaje Juan Valdez realizó una gira promocional en los Estados Unidos, donde el programa café 100% colombiano ha alcanzado una mayor dimensión. Durante el recorrido visitó las cinco principales ciudades de Estados Unidos, a saber: Nueva York, Chicago, Los Ángeles, Miami y Seattle. En el recorrido se sirvieron más de 4.800 tazas de café 100% colombiano y se obtuvieron más de 28 millones de registros sobre el evento en los diferentes medios de comunicación.

Adicionalmente y gracias al reconocimiento de la Federación por las redes sociales como canal directo de comunicación entre el Café de Colombia y sus públicos, en especial las audiencias jóvenes, las cifras de seguidores en las redes sociales vienen creciendo significativamente. En efecto, los seguidores de las páginas de Juan Valdez Café son sorprendentes, a saber, seis mil en *Twitter* y 756 mil seguidores en *Facebook*.

## 6.2. Programa Café 100% Colombiano

En el marco del apoyo a los tostadores miembros del Programa Café 100% Colombiano, el Comité Directivo aprobó la realización de esta campaña que inició en 2009 y se extendió por los primeros meses de 2010, dirigida a los consumidores norteamericanos de grano colombiano bajo el lema “¿Qué hay detrás del mejor café del mundo?”. Para ello, se desarrollaron diferentes piezas publicitarias cuyos principales resultados se resumen a continuación:

- Para televisión se desarrolló un comercial que fue transmitido 770 veces con una audiencia aproximada de 11 millones de personas.
- En medios impresos se publicaron anuncios de la campaña en cuatro ediciones de la Revista *People*, la cual cuenta con el mayor número de impresiones en Norteamérica. Esto, significa que más de 73 millones de personas estuvieron expuestas a la publicación de los anuncios de café de Colombia.

El año 2010 generó un complejo reto para mantener la lealtad de las marcas de café 100% colombiano. Con ocasión de las altas primas registradas desde 2009 por el café colombiano, a muchos tostadores les fue difícil mantener la rentabilidad en la distribución de sus productos. Por tal motivo, la Federación desarrolló una serie de actividades dirigidas a mantener la lealtad de los licenciarios de este programa las cuales permitieron que en el transcurso del año se vinculara o renovaran las licencias de marca ingrediente de 58 tostadores en todo el mundo, dentro de los cuales 31 están en Norteamérica.

Adicionalmente, con el objeto de fortalecer el programa, la Federación continuamente efectúa actividades de verificación mediante análisis físicos y sensoriales para asegurar que el café que se vende como 100% Café de Colombia (o descripciones similares) corresponda a las características propias del café colombiano. En cumplimiento de lo anterior, durante 2010 se tomaron 604 muestras en Norteamérica, 290 en Europa y 423 en Colombia, para un total de 1.317 muestras analizadas.

## 6.3. Patrocinios y alianzas

El apoyo publicitario a la carrera del golfista Camilo Villegas nuevamente fue todo un éxito en términos de exposición de la marca. Los torneos en los que participó Camilo Villegas fueron vistos por más de 236 mil millones personas. El equivalente al valor en medios gracias a esta exposición de la marca fue superior a los USD44 millones.

Por su parte, el patrocinio brindado al equipo de ciclismo Café de Colombia - Colombia es Pasión rindió los frutos esperados en el año 2010. En el Tour de L'Avenir el equipo logró posicionarse como campeón por equipos, campeón de la montaña y de la general individual.

#### **6.4. Otras iniciativas en los mercados del mundo**

En el marco de su estrategia de posicionamiento del Café de Colombia, la Federación se vinculó a diversas actividades en diferentes países del mundo. Las más destacadas se describen a continuación:

##### **6.4.1. Estados Unidos**

**Evento Summer Streets en Nueva York:** En 2010, el café de Colombia participó, nuevamente, en este evento, al que asisten diariamente cerca de dos millones de personas durante tres sábados en el mes de agosto. Esta actividad que replica el modelo de las ciclovías de Bogotá y París, contó con la asistencia de Juan Valdez símbolo de los cafeteros colombianos.

**Evento “New York City and Latin-America: A growing partnership”:** El 10 de marzo de 2010, el café de Colombia fue uno de los patrocinadores de este evento, que cuenta con la presencia de distinguidas personalidades de la política, las artes y la sociedad latinoamericana radicada en Nueva York. Asistieron más de 300 personas, quienes tuvieron la oportunidad de degustar café colombiano y recibir como obsequio muestras de Café de Colombia.

**Festival Gourmet Latino:** Del 4 al 10 de junio, Café de Colombia fue el patrocinador oficial del “Primer Festival de Cocina y Bebidas Gourmet Latinas” en la ciudad de Nueva York. El festival contó con una amplia cobertura en medios como el New York Times, Epicurious y UNIVISION, entre otros. A esta actividad asistieron los más destacados chefs y conocedores del arte culinario de la ciudad y fue la oportunidad para deleitar a los asistentes con más de tres mil tazas de café colombiano.

**Programa televisivo “The Balancing Act”:** Durante octubre de 2009 y hasta marzo de 2010, se desarrolló una campaña televisiva a través de uno de los programas con mayor sintonía en los Estados Unidos, “The Balancing Act”, el cual cuenta con una audiencia superior a 95 millones de personas. El show se presenta semanalmente y cuenta con más de cinco repeticiones por edición. Los presentadores e invitados degustaron café 100% colombiano durante todos los segmentos del programa, logrando así una gran exposición de la marca.

##### **6.4.2. Japón**

La Federación continúa promoviendo activamente el consumo de café colombiano en Japón, con acciones como el patrocinio al Campeonato de Baristas de Japón y el Concurso de Catación. Igualmente, la Federación participó en la Feria de Cafés Especiales de Japón evento en el que se realizó una importante actividad promocional. Otras actividades destacadas fueron las siguientes:

**Campaña Publicitaria para Emerald Mountain:** Con el fin de incentivar el consumo de café de calidad en los restaurantes de Japón, se continuó con la campaña promocional iniciada en 2009, a través del Gourmet Navigator Grunavi, compañía dedicada a la actualidad gastronómica en Japón. En esta campaña, que duró un año, el café marca Emerald Mountain fue el protagonista principal de la Revista Gourmet Navigator, cuya circulación es de 150 mil ejemplares mensuales con destino a los dueños de restaurantes. Esta publicación, cuenta igualmente con una página web consultada diariamente por más de siete millones de japoneses.

**Curso de especialistas en café:** En 2010 se graduó una nueva promoción de japoneses en el curso de especialistas de Café de Colombia. Con esta ya son seis las promociones y más de 70 especialistas certificados.

#### 6.4.3. China

**Expo Shanghái 2010:** La Federación de Cafeteros participó como aliado del pabellón Colombia para Expo Shanghái 2010, feria universal celebrada entre mayo y octubre, período durante el cual el Pabellón fue visitado por cerca de tres millones de personas.

En el marco de la participación del Café de Colombia en la feria, la Federación instaló una tienda en la esquina nororiental del pabellón colombiano, en la cual se servían dos mil cafés diariamente. Igualmente, en la semana del 14 al 18 de junio, se celebró la semana del Café de Colombia, escenario propicio para la promoción de la bebida en el mercado chino.

La presencia del personaje Juan Valdez marcó un hito, pues es la primera vez que la imagen del Café de Colombia y sus caficultores viaja a ese país. Así los visitantes y medios chinos tuvieron la oportunidad de conocer de cerca el personaje y la importancia de la caficultura para Colombia. Adicionalmente Juan Valdez fue invitado de honor en los pabellones de China, Estados Unidos, Japón, Canadá, entre otros. Desde el punto de vista comercial, la semana del café de Colombia impuso una agenda comercial apretada con distintos representantes de los supermercados en China que expresaron su interés por el café instantáneo de Buencafé.

#### 6.4.4. Participación en ferias

**Feria de cafés especiales SCAA:** Promovida por la Asociación Americana de Cafés Especiales -SCAA, la versión 2010 de esta feria se llevó a cabo en Anaheim (California) con la participación de 8.500 personas. Colombia estuvo representada por un grupo importante de productores pertenecientes a programas de cafés sostenibles, razón por la cual un café especial proveniente del Huila fue catalogado como el mejor de la feria, dejando en alto el prestigio de los cafés especiales producidos en el país.

**Feria de Alimentos Importados China- SIAL:** La Federación por primera vez participó en esta feria, en la cual durante sus tres días se ofreció el portafolio de productos de Buencafé y se realizaron degustaciones de café para más de cuatro mil personas. Los contactos comerciales realizados fueron muy importantes y se espera que se conviertan en nuevos negocios para la Fábrica.

**Feria de Alimentos París “le Salon International l’Agroalimentare”:** Es una de las ferias de alimentos más importantes en el mundo y congrega a todos los participantes de la industria agroalimentaria. Esta feria es considerada como el lugar donde los negocios y la innovación se unen. Con más de 30 años desde su

creación, en 2010 contó con 185 países visitantes y 101 países expositores. El Café de Colombia participó en este espacio con el fin de fortalecer las relaciones con clientes actuales y aproximar clientes potenciales.

## **6.5. Nuevas estrategias para la diferenciación del origen**

### **6.5.1. Regalías por el uso de la marca Juan Valdez®**

Desde su creación la licencia de la marca Juan Valdez ha representado ingresos al FoNC por \$19,8 millones por concepto de regalías, que se reinvierten en proyectos de impacto social y económico para el beneficio de 527 mil familias caficultoras del país.

### **6.5.2. Denominaciones de origen regional**

Las Denominaciones de Origen garantizan a los consumidores que los productos que adquieren tienen determinadas características uniformes y especiales que son sinónimo de calidad. En este sentido benefician de una manera directa a los productores de la zona a la que se refiere la denominación, quienes diferencian su producto y evitan falsificaciones.

En 2010, la Federación logró un significativo avance desde el punto de vista regulatorio, en el desarrollo de la estrategia de Denominación de Origen -DO "Café de Colombia", al ser reconocido mediante Resolución No. 41083 de la Superintendencia de Industria y Comercio como la entidad idónea para autorizar su uso.

En cuanto a las Denominaciones de Origen Regionales, vale la pena destacar que desde 2006 se han visitado 2.107 fincas y analizado un total de 5.897 muestras de café de nueve departamentos cafeteros, a saber, Cauca, Cesar, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Santander y Tolima. A dichas muestras se les ha determinado el contenido para 15 compuestos químicos asociados a la calidad de la bebida, la huella espectral NIRS (de infrarrojo cercano) y el análisis sensorial y físico. Esta información ha sido utilizada para la estructuración de los pliegos de Denominación de Origen por parte de la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo de la Federación.

Para los nueve departamentos se han desarrollado modelos matemáticos de diferenciación de origen, los cuales podrán ser utilizados para comprobar la calidad del producto y su procedencia. Paralelamente, se desarrollaron los micrositijs y los Viajes Virtuales para promocionar el café con Denominación Regional de Origen de Nariño y Cauca, cuyos pliegos en el momento de escribir este informe están siendo evaluados por la Superintendencia de Industria y Comercio.

## **6.6. Defensa del patrimonio marcario de los caficultores colombianos**

En 2010, se mantuvo la estrategia agresiva de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos en todo el mundo, la cual incluye la detección de infracciones mediante el análisis de muestras recolectadas en todos los continentes, la revisión y seguimiento de los casos de infracción, la búsqueda de soluciones extrajudiciales para los casos detectados y las acciones legales.

Durante el año se detectaron 16 infracciones de marca, las cuales fueron atacadas mediante: el envío de cartas de reclamación a los presuntos infractores, demandas

para la nulidad y cancelación de registros marcarios que utilizan indebidamente el origen colombiano, e investigaciones penales por la usurpación de marcas.

Dentro de las acciones legales más notorias se encuentran las adelantadas en contra de Colombian Coffee Shop cuya caducidad por falta de uso fue resuelta a favor de los intereses de los cafeteros colombianos; Colombiano Coffee House en Rumania la cual fue recientemente negada y la marca Bondía en la Comunidad Europea. Igualmente, se detectaron 16 casos de infracción tanto en el uso por parte de terceros no autorizados de marcas propiedad del fondo, como de derecho de autor, a los cuales como primera medida se les envió carta de reclamación, las que en su mayoría fueron contestadas en forma positiva, cesando los infractores en su conducta. Este fue el caso de la aerolínea Lufthansa que una vez realizada la solicitud, inmediatamente confirmó haber dejado de usar la imagen de un personaje emulando a Juan Valdez como parte de sus acciones de promoción de la nueva ruta Bogotá- Frankfurt.

En cuanto a los registros marcarios, se presentaron 25 nuevas solicitudes de marca y más de 40 oposiciones a registros efectuados por terceros en Colombia y el exterior, con resultados satisfactorios en Francia, Estados Unidos, Perú, Comunidad Europea y Colombia entre otros.

## **7. Agenda cafetera para el país y el mundo**

### **7.1. Acuerdo por la prosperidad cafetera 2010-2015**

El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito por la Federación con el Gobierno Nacional es un marco de política de mediano plazo orientado a la sostenibilidad de los caficultores y sus familias.

Para alcanzar este propósito, se propone consolidar la caficultura como motor de crecimiento de la actividad agropecuaria, sector identificado en el plan de gobierno como una de las cinco locomotoras para el progreso del país. A continuación se describen las prioridades del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015:

**Crear prosperidad democrática en el campo:** La caficultura es la actividad agrícola más idónea para reducir la pobreza, generar empleo formal en el campo y mejorar el nivel de ingresos y la calidad de vida de las familias cafeteras. Dado que la caficultura se desarrolla mayoritariamente en pequeñas extensiones, facilita que los apoyos sean irrigados a vastos sectores de la población rural.

**Consolidar la caficultura como una locomotora que jalone el crecimiento de todo el agro colombiano:** La estrechez actual del mercado internacional del café, ofrece oportunidades para el crecimiento de la producción que permitirá a Colombia mantenerse como el primer productor de café suave del mundo mejorando el ingreso de las familias productoras.

Por esta razón el principal reto para el sector, luego de las graves consecuencias ocasionadas por las alteraciones climáticas de 2010 es la recuperación, estabilización y posterior incremento de la producción y la competitividad cafetera. Para ello, se pusieron en marcha las siguientes acciones:

- Plan de choque contra la roya que contó con una inversión de \$10 mil millones destinados a la entrega de fungicidas para el control químico de la enfermedad

en cafetales con expectativas de producción y la entrega de incentivos para la producción de colinos de café con semillas de variedad resistente para la renovación por siembra de cafetales afectados por la enfermedad.

- Ampliar el Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, para la renovación de cerca de 300 mil hectáreas de cultivos envejecidos y de baja productividad sembrados con variedades susceptibles a la roya.
- Ampliar el alcance del Programa de Competitividad para la renovación de cafetales tecnificados jóvenes renovados por siembra o por zoca hasta dos veces, lo que permitirá asegurar la calidad del grano y la productividad del cultivo, manteniendo la edad promedio del parque cafetero y la densidad en niveles óptimos.
- Prestar asistencia técnica de calidad, manteniendo los técnicos del Servicio de Extensión adicionales contratados con recursos del Incentivo a la Asistencia Técnica del Ministerio de Agricultura.
- Fortalecer la política de valor agregado y de diferenciación del café colombiano, por la vía de incrementar la proporción de café exportado con valor agregado y generar mayores ingresos al productor cafetero y el sector agrícola en general.

**Erradicar la pobreza en las zonas cafeteras:** La principal estrategia para superar la pobreza, es incrementar el nivel de ingreso de los cafeteros a través del mejoramiento de la productividad del cultivo. Es decir, con la renovación en variedades resistentes y el incremento en la densidad del cultivo, se garantizan los ingresos necesarios para que las familias cafeteras tengan una vida digna.

**Contribuir a la formalización del empleo rural:** Gracias al incremento del nivel de ingresos de las familias cafeteras, se promoverá que el pequeño empresario cafetero formalice su situación laboral como trabajador de su propia finca y él y su familia gocen de los beneficios que produce pertenecer al sistema contributivo de la seguridad social.

**Mejorar la competitividad de la caficultura Colombiana:** A través de la construcción de infraestructura, educación y formación especializada para el trabajo, e investigación tecnológica.

**Fortalecer las Finanzas del Fondo Nacional del Café:** Las enormes responsabilidades que atienden las instituciones cafeteras, hacen necesario revisar el mecanismo de cálculo de la contribución cafetera, con el fin de hacerla consistente con el comportamiento del precio internacional, disminuyendo el riesgo y generando capacidad de ahorro en épocas de precios altos.

Para la puesta en marcha del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural destinó recursos por \$300 mil millones para 2011, que garantizan el impulso de los programas de renovación, investigación, reforestación y asistencia técnica. Así como recursos por \$25 mil millones destinados a la ejecución de programas de vivienda de interés social rural en la zona cafetera.

## 7.2. Relaciones con el Congreso de la República

En cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos ante el Congreso de la República, durante 2010 la FNC

estuvo atenta del curso de los proyectos de ley que afectan directa e indirectamente a la caficultura nacional y que hacen parte de la agenda legislativa del nuevo gobierno:

**Proyecto de Ley de Atención y Reparación Integral a las Víctimas de las Violaciones de los Derechos Humanos:** La FNC ha seguido con gran interés a este proyecto, en tanto plantea medidas específicas para el desarrollo de acciones que conduzcan al restablecimiento de la situación anterior a las violaciones de los derechos humanos. Esto incluye restitución de tierras, vivienda, créditos, formación y generación de empleo.

**Proyecto de Ley para la Restitución de Tierras:** Busca que se logre de manera rápida la restitución de tierras a los campesinos que fueron despojados de sus predios por causa de la violencia armada. El Ministerio de Agricultura coordina las 10 acciones estratégicas y en algunas de ellas la Federación puede ser un aliado importante del Gobierno, bien sea a través del acompañamiento a proyectos productivos, o de la focalización de programas de desarrollo rural en las áreas objeto de la restitución de predios despojados.

**Proyecto de Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial:** La iniciativa apunta a superar la pobreza dotando a las regiones de instrumentos y recursos que les permitan aprovechar sus cualidades, promoviendo la prosperidad general. El interés de la FNC en este proyecto reside en las posibles modificaciones sobre la forma en la que se desarrollan los programas y proyectos sociales en las regiones.

**Proyecto de la Ley de Regla Fiscal:** La Ley establece una Regla Fiscal como instrumento de política para afianzar la disciplina fiscal y la estabilidad macroeconómica. Con su aplicación se espera aliviar los efectos de la volatilidad de la tasa de cambio, pues le permite al Gobierno (a través del Fondo de Ahorro y Estabilización Macroeconómica y Fiscal) administrar eficientemente los recursos excedentarios que se generen por un posible auge minero-energético. El ahorro de las bonanzas evita la monetización de divisas y la revaluación del peso, lo que beneficiaría en gran medida al sector cafetero.

### 7.3. Organización Internacional del Café

**III Conferencia mundial del café en Guatemala:** La III Conferencia Mundial del Café tuvo lugar en Ciudad de Guatemala (Guatemala) del 26 al 28 de febrero de 2010 bajo el título “Café para el futuro: Hacia un sector cafetero sostenible”. Durante el evento se trataron diversos temas concernientes a los tres pilares de la sostenibilidad, el económico, el social y el ambiental, destacando los principales retos del sector cafetero mundial, entre los que se encuentran los siguientes:

En el ámbito de la oferta:

- Realizar investigaciones científicas en temas como la genómica del café, la conservación de la diversidad y de la biodiversidad genética, el manejo de plagas y enfermedades y la identificación de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático.
- Fortalecer las instituciones cafeteras y promover la puesta en marcha de programas de ayuda a la actividad cafetera.
- Adoptar y masificar la aplicación de buenas prácticas agrícolas.

- Evitar la dependencia de los productores de un sólo producto básico y obtener fuentes complementarias de ingresos con otros cultivos, ganadería y actividades como el turismo.
- Mejorar el acceso al crédito y promover el establecimiento de instrumentos para la gestión adecuada del riesgo.
- Promover la agregación de valor por parte de los productores.
- Ampliar el espectro de información estadística disponible del mercado internacional del café.
- Otorgar mayor poder a las mujeres que trabajan en el sector cafetero.
- Establecer alternativas tendientes a mitigar el impacto del aumento de los costos de producción sobre la rentabilidad de la actividad.

En el ámbito de la demanda:

- Lograr un clima económico favorable, puesto que la demanda de café depende de los cambios en la población, la renta disponible, y los gustos del consumidor.
- Apoyar el fortalecimiento del consumo en los mercados emergentes y productores, con especial énfasis en los consumidores jóvenes.
- Liderar iniciativas tendientes al desarrollo de nuevos productos a través de actividades de investigación y desarrollo. En palabras del Director Ejecutivo de la OIC, la conclusión de la Conferencia fue: “ningún país puede por sí solo resolver muchos de los desafíos con que se enfrenta el sector cafetero mundial. Se precisan iniciativas de las organizaciones internacionales, los gobiernos nacionales, el sector privado y las ONG's. Como hizo notar uno de los conferencistas los tratados de productos básicos son la clave para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio.”

**105° período de sesiones de la OIC:** Durante las reuniones de la OIC realizadas en septiembre de 2010, el Dr. Néstor Osorio presentó al Consejo Internacional del Café su renuncia como Director Ejecutivo de la Organización, cargo que desempeñó de manera impecable durante más de ocho años.

En reemplazo del Dr. Osorio, los países miembros de la OIC decidieron encargar hasta septiembre de 2011, al Sr. José Dauster Setté de nacionalidad brasilera y quien se desempeñaba en el cargo de Jefe de Operaciones de la Organización. El Sr. Setté tendrá a su cargo la responsabilidad de velar por el desarrollo transparente del procedimiento establecido por el Consejo Internacional del Café para la designación del nuevo Director Ejecutivo de la OIC, así como de brindar apoyo técnico y respaldar al gobierno brasilero en su empeño por lograr la ratificación por parte del Congreso Nacional, del Acuerdo Internacional del Café - AIC 2007.

Por otra parte, la FNC emprendió acciones proactivas destinadas a visualizar en el contexto nacional e internacional la caracterización de la mano de obra empleada en la caficultura, con el fin de responder al anuncio realizado por la OIC en su 103º período de sesiones, acerca de la publicación por parte de la Oficina de Asuntos Laborales Internacionales (ILAB) del Ministerio de Trabajo de los Estados Unidos, de la lista de productos elaborados con trabajo infantil o trabajo forzado en 2009,

en la cual aparece el café de Colombia como uno de los 122 productos en 58 países que se producen bajo estas condiciones.

Gracias a las gestiones adelantadas en éste frente, y al papel misional que ha tenido para la FNC asegurar el bienestar y la calidad de vida de la familia cafetera, se logró el reconocimiento por parte de ILAB del trabajo del gremio cafetero destacándolo en su informe de 2010, como un esfuerzo ejemplar para el mundo.

#### **“6.3.6. Lucha contra el Trabajo Infantil en América Latina en los sectores del azúcar y café**

*Varios gobiernos de América Latina y los productores agrícolas han hecho un esfuerzo coordinado para reducir el trabajo infantil en la producción de caña de azúcar y café. Desde la publicación de la lista TVPRA ... La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia apoya a las escuelas y el desarrollo de nuevos modelos educativos en las zonas de cultivo de café, ayuda a las familias para acceder a los servicios de salud, y proporciona las microfinanzas a productores pequeños de café..”.*

#### **7.4. Negociaciones comerciales**

La Federación, como representante de los cafeteros colombianos ha acompañado al Gobierno Nacional en las diferentes negociaciones comerciales, prestando especial atención a garantizar el acceso del café colombiano a nuevos mercados y en las mejores condiciones, salvaguardando las normas de origen y la propiedad intelectual que es fruto de los productores nacionales.

A continuación se presentan los resultados alcanzados en 2010:

- **Unión Europea:** El café colombiano logró consolidar las preferencias que en materia de acceso la Unión Europea le otorgaba con anterioridad. De igual manera, y como parte integral del Acuerdo, los negociadores colombianos salvaguardaron el ahorro colectivo que se expresa a través de la contribución cafetera, al igual que los controles de calidad del grano en puerto, actividad que garantiza que los cafeteros colombianos exporten el mejor café del mundo.
- **Corea del Sur:** La negociación de un posible Acuerdo Comercial con este país asiático inició en diciembre de 2009 y se extendió a lo largo de 2010. Durante este periodo la Federación acompañó al Gobierno en busca de acceso real e inmediato al mercado coreano y una norma de origen para los productos elaborados con café colombiano. Igualmente, se trabajó activamente en la protección de la parafiscalidad cafetera y los controles de calidad al café de exportación, sustento de las primas pagadas por el mercado internacional.
- **Panamá:** Si bien la negociación para lograr un Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y Panamá se encuentra temporalmente suspendida, la Federación ha estado atenta a defender los temas de interés de los cafeteros, a saber: el acceso preferente, las normas de origen, la protección de la parafiscalidad cafetera y los controles de calidad en puerto. Una vez se reanuden las negociaciones se continuará participando activamente en las mesas de negociación del acuerdo

#### **7.5. Programas para la atención de población en condiciones de vulnerabilidad**

**Café sostenible para la Comunidad Indígena Páez:** Convenio suscrito entre la Federación y la Fundación Desarrollo Sostenido-FUNDESO, orientado a mejorar la sostenibilidad económica, ecológica y social de los productores de café orgánico asentados en los resguardos Paeces del norte del Cauca mediante el fortalecimiento de la capacidad organizacional de la Asociación Fondo Páez.

Entre 2008 y 2010, el proyecto contó con una inversión de \$1.058 millones y benefició 540 familias caficultoras Paeces, que participaron en 295 talleres de capacitación sobre producción orgánica, comercio justo y control de calidad. Además, se adecuaron 259 beneficiaderos y se certificaron en producción orgánica 404 familias.

**Otras Obras de Infraestructura entre Acción Social y la Federación:** Orientado a la construcción de 65 obras de infraestructura, en Huila, Norte de Santander, Santander y Tolima. La inversión total del proyecto supera los \$12 mil millones, de los cuales el aporte de la Acción Social corresponde al 91% y el de la Federación al 9% restante.

**Mejoramiento de infraestructura productiva:** Con el fin de mejorar la infraestructura de secado en los municipios productores de café especial, se desarrolló entre 2009 y 2010 un convenio con Community Coffee Co. por valor de \$51 millones que benefició a 130 familias de Toledo y Labateca en Norte de Santander.

**Laboratorio de Paz III:** La Federación fue seleccionada por Acción Social y la Comisión Europea para ejecutar dos proyectos dirigidos a fomentar el relevo generacional y la permanencia en el campo de las mujeres y los jóvenes caficultores colombianos a través de acciones integrales que les permitan aumentar sus ingresos, brindándoles una proyección de vida ajena a la violencia.

**Colombia Cafetera Sostenible:** El objetivo de este programa es desarrollar condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la convivencia pacífica, el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza y el ejercicio pleno de sus derechos, en la Serranía del Perijá.

En 2010, se ejecutaron inversiones por \$1.263 millones, se constituyeron 30 comités veredales que lideran los procesos de formación y se realizaron 71 jornadas de capacitación sobre Manejo Integrado de Cultivos, Buenas Prácticas Agropecuarias, Conservación y Manejo del Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria. Asimismo, se renovaron 425 hectáreas de café y se recuperó la infraestructura productiva de 300 fincas, que se vincularan al proceso de certificación UTZ.

## **8. Situación Financiera del Fondo Nacional del Café**

A inicios de 2010, la coyuntura económica internacional se caracterizó por las consecuencias que sobre la salud financiera tuvieron elevados niveles de déficit fiscal experimentados por algunos países de Europa Occidental, y los cuales llevaron a que los gobiernos en todo el mundo extremaran sus medidas económicas, y se generara desconfianza en los mercados mundiales. Adicionalmente, durante 2010 el principal motor económico de la región, Estados Unidos, a pesar de tomar medidas económicas orientadas a aliviar los efectos de la crisis de 2009, continuó mostrando una lenta recuperación y un alto nivel de desempleo.

Por su parte, el sector agropecuario colombiano se vio afectado por las condiciones climáticas extremas generadas por los Fenómenos El Niño (primer trimestre del año) y La Niña (a partir de septiembre), los cuales en 2010 afectaron la recuperación de la caficultura colombiana, alterando los procesos productivos y aumentando la incidencia de plagas como la roya. Un panorama similar vivieron los países productores de cafés suaves, lo que se tradujo en una alta volatilidad del precio del café, en particular del Contrato "C" y un aumento en la prima de calidad reconocida por el mercado al café suave colombiano.

A pesar que el país gozó de un ambiente económico que propició la confianza de los inversionistas, los fenómenos climáticos, la revaluación del peso y la escasez de café, llevaron a la Federación a ejecutar una serie de medidas financieras para afrontar esta situación, las cuales se describen a continuación.

### 8.1. Sostenibilidad ante la Crisis

La coyuntura económica que enfrentó la caficultura en 2010, y diferentes factores por fuera del control de los cafeteros y la Federación, se convirtieron en el detonante para la puesta en marcha de una serie de medidas tendientes a salvaguardar la salud financiera del Fondo Nacional del Café.

Dentro de los factores causantes de esa situación se encuentran los siguientes:

- El desbalance en la estructura financiera institucional debido principalmente a una reducción en los ingresos de Fondo por concepto de contribución cafetera, producto de la caída en la producción y la alta revaluación del peso observada en los últimos seis años. Lo anterior, contrasta con un aumento en los recursos destinados a los programas de apoyo a los productores.
- La destinación de recursos del Fondo para el pago de las mesadas pensionales de la Flota Mercante Grancolombiana, situación generada por una Sentencia de la Corte Constitucional en 2001. Esto ha generado un impacto negativo en las finanzas de FoNC, que sea visto abocado a proveer la liquidez necesaria para el pago de este pasivo.
- Una disminución en los márgenes de utilidad de Buencafé debido a la revaluación del peso y al mayor precio del café, principal materia prima de la Fábrica, ocasionaron que a pesar del mayor nivel de precios de sus productos en los mercados internacionales, no se lograra compensar el aumento en los costos de producción.

Son cinco las medidas adoptadas para afrontar la actual coyuntura, garantizar la estabilidad financiera del FoNC y asegurar la continuidad de los programas institucionales. Para su implementación, la Federación cuenta con el amplio respaldo del Gobierno Nacional. A continuación se describen brevemente.

- **Solución definitiva a la carga pensional de la FMG:** para la sostenibilidad financiera de largo plazo, es importante crear una figura que haga sostenible el cumplimiento de los pagos.
- **Reducción de la deuda institucional:** la deuda institucional al cierre de 2009 ascendió a USD 100 millones. En la medida que en el mediano plazo no se estima generar excedentes de caja para cubrir el servicio de la deuda y el rendimiento de los activos no misionales es marginal, se pagará esta deuda con la venta de activos.

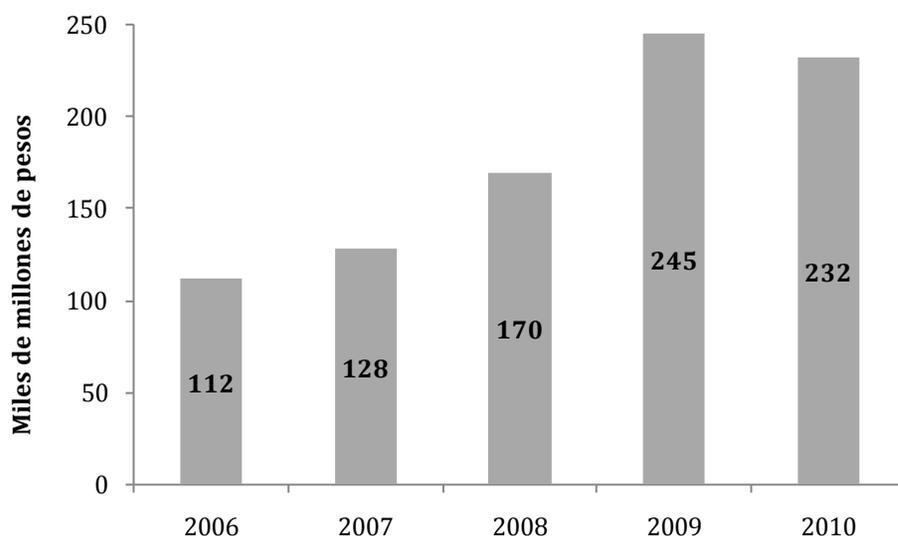
- **Racionalización de los gastos institucionales acorde con el comportamiento de la tasa de cambio:** para ello se establecerá el dólar como moneda base para determinar el valor de gastos institucionales. De esta manera, se podrá acomodar el crecimiento de los programas institucionales al comportamiento de la tasa de cambio.
- **Modificación de la estrategia comercial:** es fundamental diseñar e implementar un nuevo modelo de operación comercial que permita gestionar eficientemente los riesgos, tales como el asociado al diferencial de venta. Para ello, se está mejorando la gestión actual y buscando reducir al máximo la exposición al riesgo del diferencial y tratando que sea trasladado al cliente final.
- **Asegurar recursos para los Programas de Competitividad y PSF:** con la suscripción del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015, el FoNC tiene aseguradas las partidas presupuestales provenientes del Presupuesto General de la Nación para llevar a cabo estos dos programas de renovación.

## 8.2. Recursos disponibles para inversión

La FNC en su papel de administradora del FoNC, ha priorizado las inversiones teniendo como objetivo principal el bienestar de los productores y sus familias. Lo anterior, debido a que los incrementos en calidad de vida y productividad del cultivo, se traducen en un mayor volumen de exportaciones e ingreso de las familias cafeteras, y por ende en mejores ingresos por contribución cafetera para el FoNC.

A través de las transferencias a los Comités Departamentales y los recursos del Fondo destinados a la ejecución de los programas de apoyo y desarrollo de la caficultura y la infraestructura comunitaria, al igual que los que mejoran la calidad de vida de los caficultores y sus familias. Sólo en 2010, estas partidas ascienden a \$119 mil millones.

**Figura 14. Aportes de terceros a programas de inversión social 2006 - 2010**



Gracias a la buena labor de los Comités Departamentales para la ejecución de programas de inversión social, ha sido posible gestionar recursos provenientes de diversos actores públicos y privados, interesados en ejecutar proyectos para

mejorar el bienestar y la calidad de vida presente en las zonas cafeteras del país. Así en 2010, esta gestión trajo como resultado, aportes provenientes de terceros para la ejecución de programas de inversión social por \$232 mil millones, dos veces más que lo registrado en 2006 (Figura 14).

### **8.3. Estructura de endeudamiento del FoNC**

Con el propósito de garantizar el cumplimiento de las obligaciones financieras y mantener un balance de activos y pasivo adecuado, se modificó la estrategia de endeudamiento y se adelanta un proceso de “debida diligencia” permanente de contrapartes, como resultado de esta estrategia se logró la ampliación de los cupos de las líneas de crédito de corto plazo. Así, mientras en 2005 estos cupos ascendían a USD 274 millones, al cierre de 2010 alcanzaron USD 546 millones. Gracias al aumento de los cupos, el FoNC ha estado en capacidad de ejercer eficazmente la Garantía de Compra, pese a los altos niveles de precio interno registrados durante la vigencia.

De otra parte, en 2010 se negociaron créditos bajo condiciones muy favorables para el FoNC, circunstancia que confirma la solidez y fortalecimiento financiero del FoNC, así como la buena imagen que tiene dentro del sector financiero nacional e internacional.

### **8.4. Estrategia de Coberturas**

En 2010, se continuó aplicando el esquema de cobertura de los ingresos por contribución cafetera iniciado en 2007 y se adoptó una nueva estrategia de cobertura para Buencafé para los costos fijos denominados en pesos.

Gracias a lo anterior y a pesar de la caída de las exportaciones y la revaluación del peso colombiano durante 2010 el FoNC recibió \$8.062 millones en compensación por las coberturas de la contribución. Por su parte, Buencafé recibió de \$2.921 millones por la utilización de instrumentos derivados.

En cuanto a la cobertura de la tasa de cambio en la comercialización del café, se puso en marcha el modelo de cobertura natural, en el cual se utiliza deuda en dólares para prefinanciación de exportaciones como mecanismo para mitigar las variaciones en la tasa de cambio.

Este esquema ha permitido generar eficiencias en el proceso comercial, ya que a diferencia de los instrumentos financieros, es más flexible en tiempos, se adapta al ciclo del negocio y genera ahorros en costos transaccionales por más del 50%.

### **8.5. Políticas para el manejo financiero en 2011**

El manejo financiero del FoNC durante 2011 estará marcado por el cumplimiento de las siguientes directrices:

- Para contar con recursos líquidos necesarios para afrontar escenarios económicos y de mercado desfavorables, las inversiones del FoNC se seguirán realizando con un horizonte de corto plazo.
- En el caso de las inversiones a largo plazo se ha decidido que las mismas deben garantizar al vencimiento, por lo menos el capital en términos reales.
- Gracias al buen clima para los negocios que genera la coyuntura económica colombiana, se buscará incluir el mercado de valores colombiano como

alternativa adecuada para invertir, diversificar el riesgo, mitigar la exposición a la volatilidad de la tasa de cambio y obtener buenas rentabilidades.

- Consolidar y continuar con el incremento de las líneas de crédito de corto plazo, para así continuar cumpliendo con la Garantía de Compra, función principal del FoNC.
- Continuar el trabajo conjunto con organizaciones públicas y privadas que permitan desarrollar programas de beneficio al caficultor, de igual manera motivar la renovación del parque cafetero y hacerlo más dinámico.
- Continuar con el esquema de coberturas siempre buscando obtener el mayor beneficio a un menor costo, mediante la utilización de diferentes alternativas en instrumentos de cobertura.



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

