

# **El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2004**



**FEDERACIÓN NACIONAL DE  
CAFETEROS DE COLOMBIA**



# **El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2004**

*El presente informe registra los principales aspectos de la industria cafetera colombiana durante el año 2004, y el desempeño de las instituciones del sector frente a las diferentes circunstancias que se presentaron en dicho período.*

## **RESUMEN**

Por segundo año consecutivo la producción mundial ha sido inferior al consumo. La falta de inversión y cuidado en los cafetales en muchos de los países productores, resultado de la persistencia en el bajo nivel de precios de los años anteriores y la incertidumbre climática que afectó la producción en algunas zonas, fueron algunos de los factores que originaron un déficit en la oferta mundial cafetera.

Por tal motivo, los factores fundamentales del mercado favorecieron que el fenómeno de alza en los precios, que se había reportado en 2003, se mantuviera durante 2004. Y, aunque este incremento aún está lejos de ser una recuperación de la severa pérdida de ingreso experimentada por los caficultores en la última década, si permite esperar que la tendencia alcista se mantenga durante algún tiempo.

Aun así, lo verdaderamente importante seguirá siendo el comportamiento de la cosecha del Brasil del 2004/2005 y, en especial, la de 2005/2006 en la que se espera una reducción

considerable. Estas cifras marcarán la tendencia mundial de precios de la caficultura de los próximos tres años.

En el caso particular de Colombia, la caficultura tuvo una evolución con resultados muy positivos. Por una parte, los ingresos de los productores, medidos por el precio interno, crecieron durante el año, mientras que la cosecha cafetera se mantuvo en volumen pero creció en valor. Adicionalmente, el cultivo cafetero mostró un aumento consistente en productividad y eficiencia.

Con referencia al mercado interno, vale la pena destacar que se le dio solidez y permanencia a la garantía de compra mediante el traslado de una mayor porción del precio externo al caficultor así como por la continuidad del Apoyo Gubernamental a la caficultura –AGC. Se continuó con el programa de competitividad, introduciendo un nuevo elemento de entrega de fertilizante como incentivo para impulsar la productividad; se ejecutaron proyectos de inversión social por conducto de los Comités Departamentales por cerca de 130 mil millones con un apalancamiento de recursos de cuatro a uno.

Se adecuó la política marcaría y de licenciamiento a las nuevas condiciones del mercado mundial. En materia de proyectos de valor agregado, los resultados iniciales no pueden ser mejores, se generó un valor adicional por venta de cafés en cerca de US\$ 58 millones de por ventas de cafés especiales, café Liofilizado, café vendido a las Tiendas Juan Valdez y el proyecto de POD'S y se continuó con el ajuste y saneamiento de las instituciones cafeteras.

No obstante los buenos resultados anteriores, la revaluación del peso en los últimos meses del año afectó la competitividad de las exportaciones del país y contrarrestó el impacto de la recuperación de los precios internacionales.

Respecto al comportamiento de las variables cafeteras, el balance durante 2004 fue el siguiente:

En el último año el café sumó más de US\$ 1076 millones para la economía; fue el tercer producto básico de exportación (después del petróleo y el carbón) y el primer producto de exportación agrícola del país representando el 1.62% del PIB nacional y el 12,5% del PIB agropecuario. Adicionalmente, Colombia fue el segundo productor mundial de café, con una participación del 9,3

en el volumen total, el segundo exportador mundial según el valor de las exportaciones, con el 14,9% y el tercero de acuerdo con la cantidad de sacos exportados, 11,4%.

El precio externo de facturación promedio de la industria en 2004 fue de US\$ 0,85 por libra, 16,4% por encima del observado en 2003. En total se exportaron 10,2 millones de sacos, un 0,5% inferior al año anterior.

Como resultado de mayor área bajo renovación, la producción registrada alcanzó 11,3 millones de sacos, el 2% menos que en 2003. El valor de la cosecha fue de \$ 2,711 miles de millones, un aumento de 16,3% en términos nominales respecto del año anterior. El precio promedio recibido por el productor fue de \$ 398.323 por carga, un 18,6% por encima del año anterior.

En cuanto al Fondo Nacional del Café, se alcanzaron los objetivos de la primera fase de la estrategia de estabilización financiera. Es así como su patrimonio que venía disminuyendo, cambió su tendencia y en el año 2003 se recuperó a US\$ 348 millones y en 2004 ascendió a US\$ 404 millones.

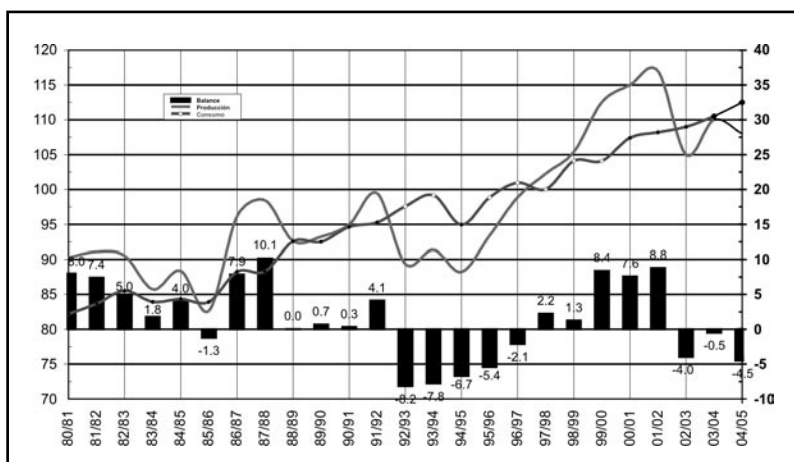
El esfuerzo por alcanzar la estabilidad financiera del FoNC también se vio reflejado en los resultados de las operaciones efectivas de caja, pues el FoNC por segundo año tuvo un superávit, de \$10.200 millones, después de cuatro años consecutivos de déficit.

## **EL PANORAMA EXTERNO 2004**

### **1. Balance Mundial Cafetero**

Durante el 2004, el mercado internacional del café evolucionó positivamente en varios aspectos. En comparación con años anteriores se observó una mejoría en el nivel de los precios, sin duda resultado de una disminución de la oferta mundial como efecto de la reducción de la producción en Brasil y los países centroamericanos.

Después de un período de 5 años con importantes excedentes, en el que se registraron los precios reales del grano más bajos de la historia, desde el año cafetero 2002/2003 se inició una etapa deficitaria de café, como se puede observar en la Figura 1.



**Figura 1.** Balance Mundial – Millones de sacos de 60 kg. Años cafeteros 1980/1981 a 2004/2005

La diferencia entre oferta y demanda mundial es un reflejo del ajuste estructural de la producción resultado, entre otras variables, de la caída de los precios internacionales experimentada en los últimos años. La falta de cuidado de las plantaciones, la erradicación por alternativas de cultivos más rentables, y la disminución en la aplicación de fertilizantes, son algunas de las causas que motivaron la crisis, especialmente en la cosecha de Brasil del 2004/2005 y en las expectativas para la cosecha de 2005/2006.

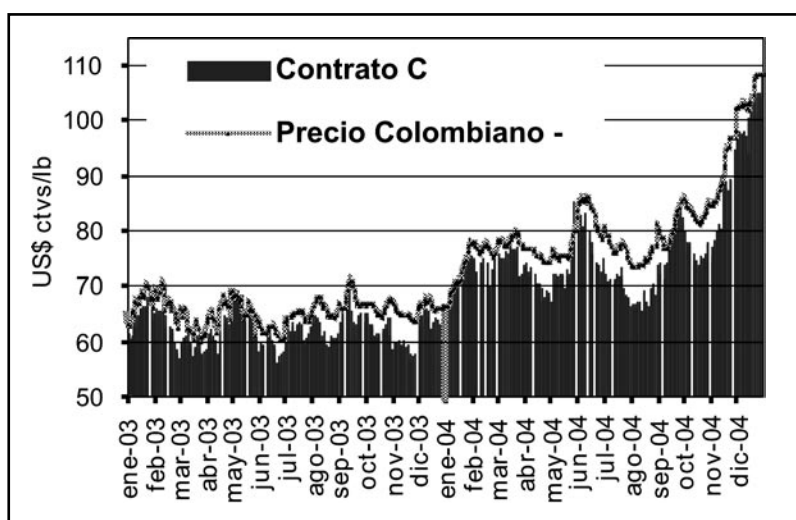
## 2. Precio Externo

El precio representativo del café suave colombiano durante 2004 presentó un incremento del 24,2% respecto del promedio del año anterior. La libra ex dock para todas las calidades pasó de 64,5 US¢/lb en 2003 a 81,2 US¢/lb en 2004. Por otra parte, como se observa en la Figura 2, durante el 2004 el café colombiano sostuvo un diferencial positivo de 4,67 puntos por encima de la cotización de la Bolsa de Nueva York, Contrato C, el cual presentó un incremento de 23% respecto al último año.

El precio externo promedio de facturación de la Industria pasó de 73 US¢/lb a 85 US¢/lb, un incremento del 16,44% con relación al año anterior. Al respecto, el FoNC realizó ventas con diferenciales que fluctuaron entre 3 y 6 centavos por encima de la cotización del Contrato C en Nueva York.

A pesar del mejor nivel con que cerró el precio a finales de 2004, aún se está lejos de las cotizaciones promedio que se alcanzaron antes de la crisis. En tal sentido, y de acuerdo con la información

de la Organización Internacional del Café, la cotización para los suaves colombianos en 2004 estuvo 23% por debajo del promedio de los últimos 15 años, y 55% inferior al promedio de 1997.



**Figura 2.** Precio Colombiano y Contrato C Bolsa NY (US ¢/ lb) 2000 – 2004

### 3. Volumen y Valor de Exportación

El volumen de la exportación de Café de Colombia en 2004 fue de 10,19 millones de sacos de 60kg, por un valor de US\$1.076 millones. El volumen disminuyó en un 0,5%, con respecto al año 2003, mientras que su valor aumentó en 16%.

En términos de volumen, en 2004 la Federación exportó 2,75 millones de sacos, el 27% del total, mientras que las otras firmas embarcaron 7,44 millones de sacos, el 73% restante

En cuanto a los principales mercados para el Café de Colombia, estos fueron en su orden: Estados Unidos, 35%; Japón, 16%; Alemania, 14%; Canadá, 6% y Bélgica, 5%, países que en conjunto adquirieron el 75%.

En 2004, Colombia contribuyó en el volumen total de exportaciones y el de producción mundial en un 11,4% y 9,3%, respectivamente, después de Brasil y Vietnam. En cuanto al valor total de las exportaciones y gracias a su política de calidad, Colombia fue el segundo exportador mundial de café con una participación del 14,9% en valor.



**Figura 3.** Exportaciones de Colombia: Fondo Nacional del Café y Otros exportadores

**Cuadro 1.** Exportaciones de café – millones de sacos de 60kg.

Exportador	2003	2004	Variación
<b>Arábicas</b>	<b>58,1</b>	<b>57,0</b>	<b>-2,0%</b>
Suaves Colombianos	11,8	11,4	-4,1%
- Colombia	10,2	10,2	-3,1%
Otros Suaves	20,9	20,8	-4,8%
- 6 Países <sup>(2)</sup>	13,1	12,5	-2,5%
Brasil & Otras Arábicas	23,8	26,6	1,4%
- Brasil - Arábica	21,5	24,1	1,1%
<b>Robustas</b>	<b>29,3</b>	<b>30,5</b>	<b>1,8%</b>
- Vietnam	11,6	14,9	25,5%
- Brasil - Robustas	4,2	2,3	-50,1%
<b>Total</b>	<b>85,76</b>	<b>89,31</b>	<b>-0,7%</b>
- Brasil - Total	27,6	25,3	-8,3%

Notas: (1) Fuente: OIC

(2) 6 países : Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua.

#### 4. Exportación de Café de Colombia con Valor Agregado

La capacidad de los productores para generar valor y escalar en la cadena productiva es una de las prioridades de la nueva política comercial de la Federación Nacional de Cafeteros. El modelo cafetero y el Plan Estratégico institucional, tienen el desafío histórico de demostrar cómo los productores agrícolas en países en desarrollo, pueden generar valor y ascender en la cadena productiva, incluso, en un mercado con alta concentración.



El avance en los proyectos durante la presente vigencia muestra cómo se ha logrado generar valor a través de la diferenciación y el posicionamiento del origen Café de Colombia, aislándolo de algunos de los efectos adversos de los mercados de productos básicos.

Los resultados registrados durante los últimos dos años son la mejor manifestación del impacto que tiene para los caficultores y la economía del país esta orientación hacia la generación de valor agregado.

En cuanto a la venta de cafés del FoNC con valor agregado sobre el café verde estándar, la cifra fue de 1.4 millones de sacos en 2004, lo cual implica un incremento en el volumen de ventas del 11% con respecto al año anterior y del 45% con respecto al 2002. Esta cifra incluye no solo el café industrializado en la Fábrica de Café Liofilizado, sino los cafés clasificados como especiales, los cafés de las Tiendas Juan Valdez y las ventas de café diferenciado que obtiene una prima adicional a la prima del café estándar (UGQ).

Esto significa que casi el 50% de las ventas totales de la Federación hoy, se hacen con un ingrediente de valor agregado. El valor adicional generado con estas ventas ascendió a US\$ 58 millones, es decir cerca de \$155.000 millones de pesos, con un crecimiento de 62% en valor durante los últimos dos años.

¿Cómo se generó este mayor valor?. El incremento en sólo dos años de este mercado se debe al crecimiento en: 230% del volumen de ventas de cafés especiales, 29% en el volumen del café industrializado de la Fábrica, 750% del café vendido en las Tiendas Juan Valdez, que reflejan el potencial del proyecto, el inicio del proyecto de PODS y la labor comercial con otros cafés verdes, especiales y de preparación.

## **5. Diplomacia Cafetera**

El año 2004 culmina con noticias positivas en el escenario internacional.

### ***a. Regreso de Estados Unidos a la Organización Internacional del Café.***

Después de dos años de intensas gestiones y negociaciones, Estados Unidos anunció oficialmente el 15 de septiembre

en Washington su regreso a la OIC. El anuncio fue ratificado posteriormente en la 91ª sesión del Consejo Internacional del Café celebrado en Londres

En esta gestión, la Federación jugó un papel preponderante en la coordinación y facilitación del proceso de negociación con los Estados Unidos. Con el regreso de Estados Unidos a partir de 2005, la OIC entrará en una nueva etapa y será una organización de carácter global.

### ***b. Organización Internacional del Café***

La Organización Internacional del Café continuó trabajando en la agenda establecida en el Acuerdo Internacional del Café de 2001. Esta agenda contempla la defensa de la calidad del café, la promoción del consumo de la bebida y la sostenibilidad de la caficultura mundial. Igualmente, la OIC trabajó intensamente en el aumento de su membresía, particularmente en el regreso de Estados Unidos y de otros importantes países consumidores.

En el campo de los controles de calidad la OIC modificó la Resolución 407 mediante la expedición de la Resolución 420 en la que los parámetros de calidad (número de defectos y porcentaje de humedad) se convierten en objetivos que deben ser alcanzados por los miembros exportadores y que serviría de referencia para el conjunto del mercado mundial.

### ***c. Negociaciones del TLC con Estados Unidos***

Las negociaciones para la conformación de un área de libre comercio entre Colombia, Ecuador y Perú con Estados Unidos comenzaron en mayo del presente año. Durante 2004 se celebraron 6 rondas de negociación así: 1ª) Cartagena; 2ª) Atlanta; 3ª) Lima; 4ª) Puerto Rico, 5ª) Guayaquil y 6ª) Tucson.

La Federación ha participado desde la 1ª ronda y ha jugado un activo papel haciendo parte del “Cuarto de al Lado”, que es el mecanismo de participación diseñado por el gobierno para que el sector privado acompañe las negociaciones. También se viene participando en el Consejo Gremial Ampliado para el TLC-CAT y en el Comité de Comercio de la Sociedad de Agricultores de Colombia.

La Federación ha expresado su posición en los distintos temas de negociación. Dicha posición, acogida por el Gobierno Nacional,

aparece reflejada en los textos que actualmente se están discutiendo e incluyen temas fundamentales como: acceso a mercados y eliminación de aranceles; reglas de origen; reconocimiento del Café de Colombia como producto distintivo y acceso a compras públicas de los Estados Unidos.

#### ***d. Acciones Conjuntas del Grupo de Países Arábicos Lavados***

Colombia asumió en 2004 la presidencia del Grupo de Países Productores de Arábicos Lavados y viene desarrollando desde entonces una agenda de trabajo que incluye los siguientes temas:

- Ocratoxina en el café –OTA
- Reglas de Origen en la OMC
- Código Común para la Comunidad Cafetera
- Entrega de cafés semilavados de Brasil en la Bolsa de Nueva York

#### **• Ocratoxina- OTA**

La OTA es una micotoxina (sustancia química tóxica producida por hongos o por el moho) a la cual se le han asociado efectos cancerígenos. Alemania expidió una legislación estableciendo unos niveles restrictivos de ocratoxina, de 3 partes por billón (ppb) para café tostado y de 6 ppb para café soluble.

La presión ejercida por la Federación de Cafeteros durante el proceso de notificación de la medida de Alemania ante la OMC, implicó que el Gobierno colombiano planteara las preocupaciones del gremio ante el Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, las cuales recibieron el apoyo de varios países productores.

Dichas reclamaciones y el apoyo de la industria tostadora europea llevaron a que la Comisión Europea estudiara el tema y decidiera en septiembre de 2004 pasado expedir una Resolución de carácter comunitario flexibilizando los niveles de OTA en café. La medida aplicará para los 25 países de la Unión Europea, estableciendo niveles máximos de OTA para

el café tostado de 5 ppb y para el café soluble en 10 ppb y entraría a regir durante el primer semestre de 2005.

• **Entrega de cafés semilavados brasileños en la bolsa de Nueva York**

En 1998 algunos sectores de la industria cafetera del Brasil intentaron, por primera vez, entregar sus cafés semilavados en el contrato C de la Bolsa de Nueva York. En esa oportunidad, algunos países productores de café arábigo lavado, entre ellos Colombia, se opusieron a que la Bolsa tomara una decisión de aceptación y propusieron como alternativa la diferenciación de los cafés brasileiros con un contrato diferente que podría denominarse Contrato B.

La propuesta quedó en suspenso hasta el 2004 cuando algunos actores de la industria, la Bolsa y los productores en Brasil anunciaron nuevamente su intención de reactivar el tema. El proceso se encuentra en la etapa de consultas técnicas en las que viene trabajando un subcomité creado por el NYBOT.

El Grupo de Países de Arábigos Lavados, bajo la presidencia de Colombia, coordinó las acciones y estrategias necesarias para evitar que se vulneraran los intereses de los países productores de cafés suaves. La argumentación para evitar que se tome una decisión favorable tuvo en cuenta aspectos relacionados con la calidad del café que aspira a ser incorporado, la metodología para diferenciarlos de los cafés lavados y la confusión que podría generarse en el mercado en materia de diferenciales, inventarios y el impacto sobre los precios.

En la última reunión del Grupo de Países productores de Arábigos Lavados en noviembre, Colombia presentó una estrategia que fue apoyada íntegramente por los miembros. La estrategia está en plena ejecución y ya se obtuvieron los primeros resultados en el frente político y técnico con la expedición de una carta por parte de un grupo de congresistas de Estados Unidos y de otra por parte de la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA), al igual que el respaldo de actores claves de la industria tostadora.

## EL PANORAMA INTERNO 2004

### 1. Precio pagado al productor

Previendo mejoras en el precio internacional y con el fin de simplificar su manejo y permitir el mayor ingreso posible a los productores, el mecanismo mediante el cual se determina el AGC fue ajustado para que respondiera en forma más ágil y efectiva a las caídas del precio en la Bolsa de Nueva York durante 2004.

El promedio del precio interno base de compra de la carga de café durante el último año se situó 14,6% por encima del observado el año anterior, incluyendo el Apoyo del Gobierno a la Caficultura Colombiana – AGC -. Dicho crecimiento habría sido mayor si no se hubiera presentado una revaluación del peso de 16,3% durante el último año. El precio base, que corresponde a un promedio simple para el café tipo Federación, pasó de \$307.289 en 2003 a 352.006 en 2004.

El precio promedio de la carga de café adquirido por el Fondo Nacional del Café en las bodegas de Almacafé fue de \$398.323, con un incremento del 18,6% respecto al 2003. Este precio, tiene en cuenta el sobrepago pagado por calidad en taza, e incluye entre otros, los cafés especiales. De este monto, el AGC, representó \$3.701 por carga promedio año, el 0,9% del precio final.

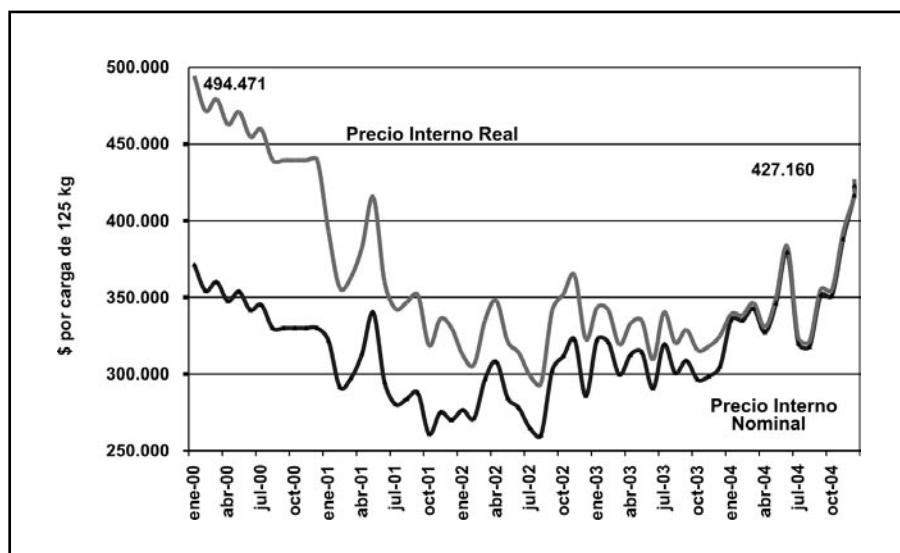
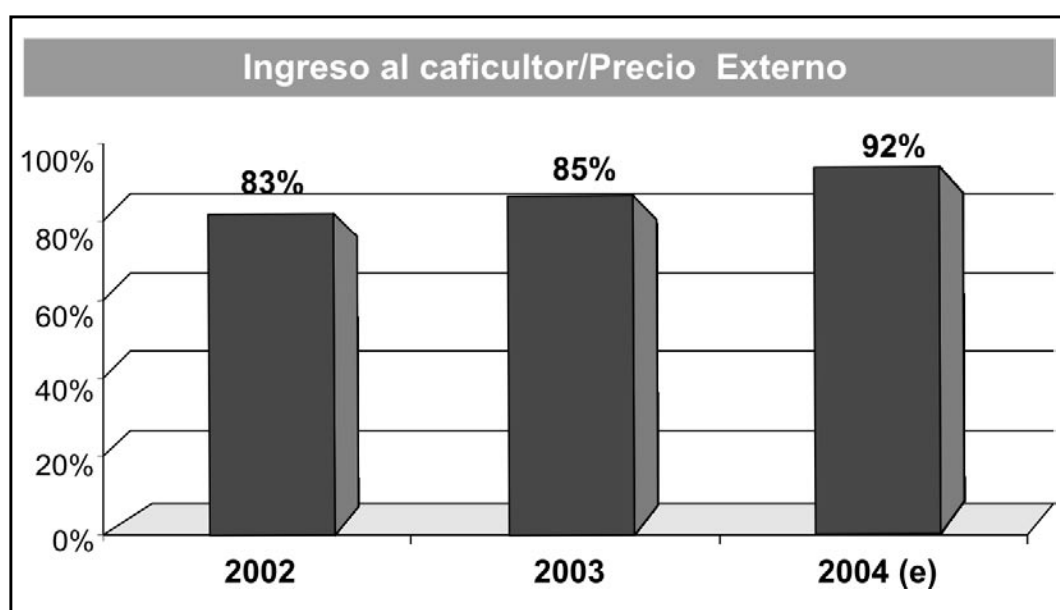


Figura 4. Precio Interno real y nominal base de la carga 2000 - 2004

La Federación implantó una serie de medidas para ejercer ordenadamente la garantía de compra, lograr una adecuada disponibilidad y a la vez asegurar la maximización de la transferencia del precio a los caficultores durante 2004. Dentro de las estrategias comerciales se destacan:

- El pago de sobrepagos para asegurar el abastecimiento oportuno y satisfacer los requerimientos de los clientes.
- Las compras de café con entrega inmediata, pago parcial y precio determinable por la cooperativa dentro de un plazo pactado y dependiente del comportamiento del mercado.
- Las compras a futuro.
- Las compras de café con la oportunidad de obtener un mayor precio con la adquisición de un instrumento financiero.
- Finalmente, la opción de fijar los precios por parte de las cooperativas durante horas de bolsa.

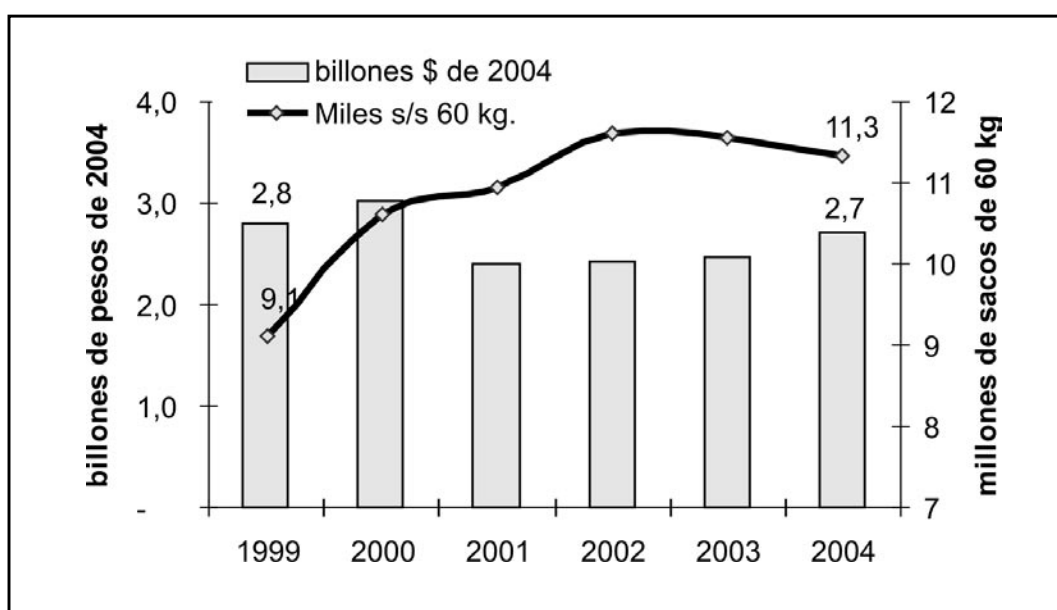
Como resultado, se observa en la Figura 5, el ingreso del caficultor como porcentaje del precio externo ha venido aumentando durante los últimos años.



**Figura 5.** Ingreso del caficultor como porcentaje del precio externo

## 2. Volumen y Valor de la Cosecha Cafetera

La producción durante 2004 fue de 11,34 millones de sacos de 60 kg de café verde, un 2% inferior al registrado el año previo. El valor de esta producción fue de \$2.711 miles de millones, incluyendo el Apoyo Gubernamental a la Caficultura Colombiana, por un valor cercano a los \$25 mil millones. El incremento en términos reales respecto a 2003 en el valor de la cosecha fue de 10% y de 12% respecto a 2002, Figura 6.

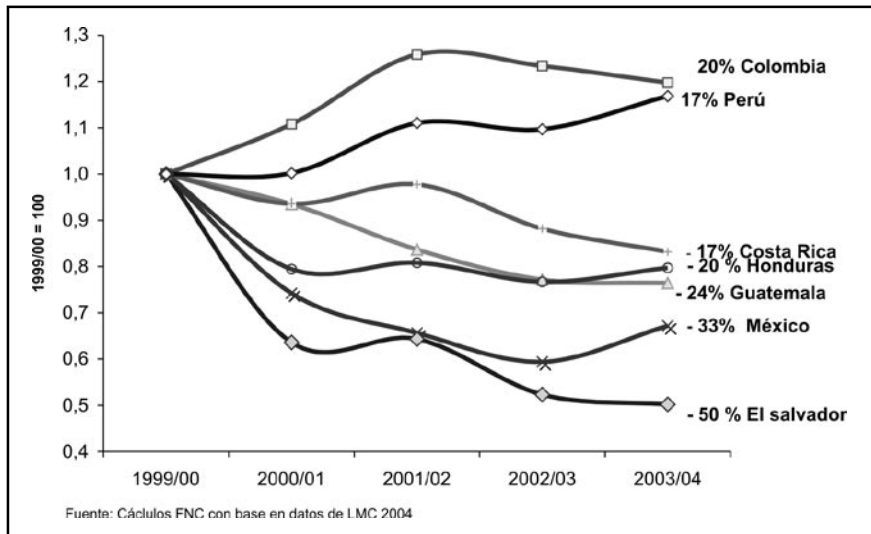


**Figura 6.** Volumen y valor real de la Cosecha Cafetera 2000 - 2004

Es de destacar el hecho de que gracias a la acción de la institucionalidad cafetera y al respaldo del Gobierno Nacional, el volumen de la cosecha cafetera colombiana logró mantenerse en los últimos años a pesar del serio impacto negativo de la crisis sobre los ingresos de los caficultores. Si se compara la evolución del volumen exportado con economías cafeteras comparadas a la colombiana, se observa claramente el deterioro de la producción en Centro América y la estabilidad lograda en Colombia, Figura 7.

El Fondo adquirió el 24% de la cosecha, 2,75 millones de sacos de 60 kilos, por un valor de \$652 mil millones. El monto antes señalado no incluye el aporte del AGC, el cual fue de 7,7 mil millones.

Gracias al programa de renovación de cafetales y a las prácticas de buen manejo promovidas por la institucionalidad, los cafeteros han incorporado nuevas tecnologías que han permitido mantener

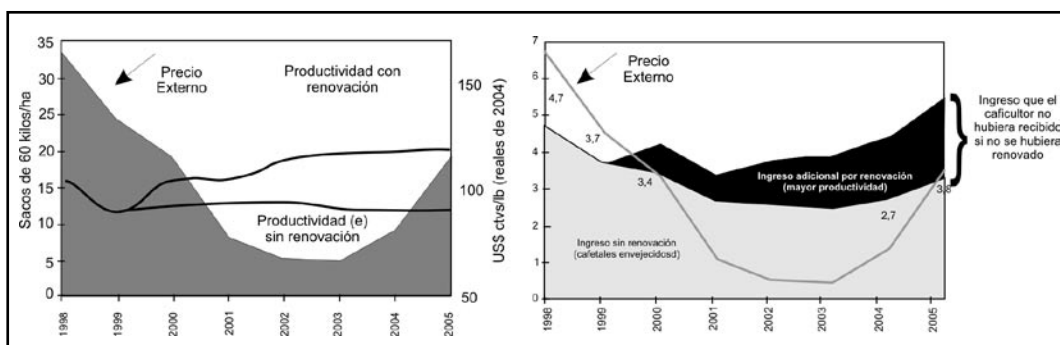


**Figura 7.** Evolución de la producción de los principales países productores de cafés arábicos lavados (Índice 99/00=100)

ventajas comparativas y competitivas importantes en el mercado internacional.

En tal sentido, de acuerdo con los cálculos basados en el área productiva, en el curso de los últimos años se ha presentado un incremento de la productividad en finca hasta alcanzar cerca de 20 sacos de 60 kg por hectárea, hecho que contribuyó a soportar la aguda crisis mundial de precios, a principios de la presente década.

En tal sentido, y gracias a estos resultados, no solo ha sido posible mantener estable el volumen de producción en una menor área cultivada, sino también generar mayores ingresos para los caficultores a pesar de la caída en el precio externo. Como se observa en las Figuras 8 y 9, el incremento en la productividad como resultado del programa de renovación, ha generado ingresos acumulados que ascienden a más de 2 billones de pesos entre 2002 y 2005.



**Figura 8 y 9.** Estabilización del ingreso vía estabilización de la producción



### 3. Consumo Interno e Inventarios de Café

El consumo interno en el año 2004 fue cercano a 1,25 millones de sacos, ligeramente superior al del año 2003. El plan de acción para la promoción del consumo interno tiene como meta el aumento de un 25% en un lapso de cinco años, con este objetivo en mente la Federación y la industria procesadora nacional, están trabajando en el desarrollo de campañas de promoción.

Las existencias del Fondo Nacional del Café a diciembre de 2004 eran del orden de 1,6 millones de sacos.

### 4. Plan de Apoyo a la Caficultura – Relación con las Autoridades

El Gobierno del Presidente Álvaro Uribe Vélez ha mantenido el Plan de Apoyo a la caficultura, iniciado en el Gobierno anterior.

Al finalizar 2004 el apoyo directo del Gobierno Nacional en los cuatro últimos años, ha sido del orden de \$524.383 millones, ejecutado mediante instrumentos tales como: incentivos directos al precio interno, cofinanciación de los programas de asistencia técnica e investigación científica en el genoma del café, el programa de renovación, el PRAN Cafetero, así como el programa de cafés especiales y biodiversidad.

Adicionalmente, los esfuerzos se han encaminado a fortalecer los ajustes institucionales y el marco legal vigente, el programa

**Cuadro 2.** Aportes del Gobierno 2001 – 2005 (millones de pesos corrientes)

Programa	2001	2002	2003	2004	Total
AGC	61.300	160.800	70.000	26.000	318.100
Asistencia técnica e Investigación		36.900			36.900
Genoma				7.200	7.200
Renovación	12.000	31.125			43.125
PRAN			27.000	8.000	35.000
Programa de Alivio a la Deuda Cafetera				18.000	18.,000
Plan Colombia, Convenios FIP, Régimen subsidiado, Seguridad Alimentaria, Biodiversidad	11.200	26.380	4.094	24.384	66.058
<b>Total</b>	<b>84.500</b>	<b>255.205</b>	<b>101.094</b>	<b>83.584</b>	<b>524.383</b>

de reconversión y desarrollo social emprendido por la presente administración, así como el impulso a la agenda de política cafetera internacional y a los programas de acceso al crédito. En el Cuadro 2 se presenta la distribución del apoyo.

### ***a. Incentivos Directos al Precio Interno***

Desde el 28 de septiembre de 2001 y hasta el 31 de diciembre de 2004 se han apropiado alrededor de \$318 mil millones para el sostenimiento al precio en el presupuesto general de la nación. Al respecto, desde octubre de 2001 el monto del AGC por carga se ha ido ajustando para que responda a las condiciones cambiantes del mercado. En efecto, mientras en 2002 y 2003, y debido a las bajas cotizaciones internacionales, el gobierno sostuvo el incentivo en forma casi permanente, en 2004, gracias al repunte del precio externo, el apoyo presupuestado fue de \$45.000 millones de los cuales hasta diciembre se ejecutaron \$25.165 millones.

### ***b. Cumbre de Gobernadores y Consejo Comunal Cafetero***

Bajo la dirección del señor Presidente de la República, el 18 de febrero de 2004 se llevó a cabo el encuentro “Equidad, Un Compromiso” con la participación de todos los Gobernadores de los departamentos cafeteros, de altos dignatarios del Gobierno Nacional, los Directores de los Institutos Descentralizados, la dirigencia del Gremio y directivos de la Federación, con el propósito de construir una estrategia conjunta, de apoyo al desarrollo social de las zonas rurales de los 16 departamentos cafeteros.

En esta reunión se acordaron una serie de compromisos entre las regiones y los Comités de Cafeteros para ejecutar proyectos conjuntos en las diferentes áreas de apoyo al bienestar del caficultor. Entre los acuerdos más importantes están: afiliar al Régimen subsidiado de salud a 50.000 caficultores de menores ingresos, certificar y validar las competencias de 150 mil familias de acuerdo con su experiencia en el sector cafetero, beneficiar a más de 450 mil agricultores con el programa de seguridad alimentaria y generar al menos 30 mil cupos escolares.

Así mismo, el pasado 30 de octubre de 2004 el Presidente de la República Álvaro Uribe Vélez lideró un Consejo Comunal Cafetero en Ciudad Bolívar (Antioquia) con el propósito de apoyar a los caficultores del país, y hacer un balance de la cooperación entre

el Gobierno Nacional y Regional y la Institucionalidad Cafetera. Se destacaron los resultados de los proyectos cofinanciados, por un valor de \$129.513 millones durante 2004, en áreas como saneamiento básico, seguridad alimentaria y protección social en salud a los caficultores más vulnerables.

### **c. CONPES Cafetero**

El 3 de mayo de 2004, el Consejo Nacional de Política Económica y Social, aprobó el documento CONPES 3286 de Seguimiento y directrices para el nuevo enfoque de la política cafetera.

Este documento presentó los resultados del seguimiento a la ejecución de la política cafetera a partir del CONPES 3139 “Estrategia de Apoyo al Sector Cafetero” de noviembre 15 de 2001.

En términos generales las conclusiones indican que la política de apoyo al sector para el manejo de la crisis cafetera se ha venido cumpliendo en forma satisfactoria, especialmente lo relacionado con el AGC, la reforma a la contribución, el crédito, el ajuste de la institucionalidad cafetera, entre otros.

Las recomendaciones hacia el futuro, derivadas de este último CONPES, servirán como base para proyectar el modelo de la caficultura colombiana en el largo plazo. Entre estas se encuentra, la estructuración de un mecanismo de Estabilización de Precios del Café, concretar la separación de funciones contables del Fondo Nacional del Café en 2004, así como la creación de la Comisión para el Estudio del Sector Cafetero.

## **5. Atención a los Agricultores**

Con el objetivo de alcanzar una caficultura rentable y sostenible, se trabajó en varios frentes para apoyar la competitividad del sector.

### **a. Competitividad de la Caficultura**

El Servicio de Extensión durante el 2004 dedicó su tiempo a la ejecución de programas de carácter nacional como:

**Pronóstico de cosecha:** programa fundamental para la institucionalidad pues permite calcular la producción de café

semestralmente. Adicionalmente, cada técnico realizó la actualización de las áreas en café renovadas o modificadas para el fortalecimiento del SICA (Sistema de Información Cafetera).

**Programa de competitividad** (renovación de cafetales): para mejorar la productividad y competitividad de los cafeteros, requirió por cada usuario entre dos y tres visitas a cada finca para verificar lotes y áreas renovadas.

Adicionalmente se ejecutaron **otros programas** de Extensión regional que respondieron a políticas de gestión de cada Comité Departamental, tales como programas gremiales, gestión empresarial, seguridad alimentaria, calidad de café, cafés especiales, comercialización de café, diversificación de cultivos, programas educativos y de salud, programas sociales, entre otros.

El Servicio de Extensión dio respuesta a las necesidades de los caficultores. En total se efectuaron 154.114 visitas a fincas y se atendieron 196.632 visitas en las oficinas de los Comités, un gran total de 350.746 contactos con caficultores utilizando métodos individuales.

Mediante la utilización de métodos grupales se llevaron a cabo actividades como Reuniones, cursos cortos, demostraciones de método, días de campo, giras, demostraciones de resultados, todas ellas encaminadas a reforzar la atención en los diferentes programas, buscando una mayor cobertura. En total se realizaron 31.225 eventos que reunieron a 617.080 cafeteros sumadas todas las actividades grupales.

En cuanto al trabajo con grupos, el año concluyó con 4.428 grupos conformados y en actividad, integrados por 81.374 cafeteros, con un promedio de 18 cafeteros por grupo.

### ***b. Cumbre del Servicio de Extensión***

Entre el 30 de agosto y el 3 septiembre, el Servicio de Extensión tuvo la oportunidad, por primera vez desde su creación en 1962, de reunirse durante cuatro días. Allí deliberaron y buscaron caminos de desempeño a la luz de los últimos cambios en la institucionalidad cafetera. En total asistieron 1.006 extensionistas de los Comités Departamentales de Cafeteros y los territorios nacionales, y funcionarios de Cenicafé y la Oficina Central en Bogotá.

La cumbre se desarrolló bajo el concepto de Planeación Estratégica, y sirvió para ubicar a todos los participantes en el enfoque que pretende la Federación para la atención a los caficultores. La definición de extensionista adoptada por los asistentes fue: *“El extensionista es un dinamizador de procesos de desarrollo que pensando, primero en el caficultor y su familia, articula en su quehacer lo gremial, lo técnico-económico y lo social, en aras de una caficultura competitiva y sostenible”*.

El trabajo en la Cumbre de Extensionistas también definió tareas del Servicio de Extensión y competencias del extensionista necesarias para los próximos cinco años, los ajustes pertinentes al Servicio de Extensión, cómo capturar el conocimiento del extensionista para refinar el Plan Estratégico y cómo garantizar la articulación del Servicio de Extensión con los demás actores de la institucionalidad cafetera.

### **c. Programa Competitividad de la Caficultura**

El Comité Nacional de Cafeteros, en su sesión del 18 de diciembre de 2003, aprobó el presupuesto para la vigencia enero – diciembre 2004 dirigido a la **Competitividad de la Caficultura**, teniendo como base la renovación de cafetales y la siembra de maíz y frijol. El estímulo se entregan en fertilizante (150 kg/ha.), y con ellos se busca disminuir la edad promedio de la caficultura e incrementar la densidad de siembra de los cafetales renovados. Los resultados del programa se pueden observar en el siguiente cuadro.

**Cuadro 3.** Programa de Incentivo a la Renovación 2004  
Caficultores Inscritos

Departamento	No. Caficultores	Área (has)	Cupo Asignado	Cupo Inscrito
Antioquia	13.981	8.318,23	3.360.890.000	3.363.125.990
Boyacá	1.035	362,11	161.000.000	161.000.000
Caldas	9.184	5.040,45	2.327.950.000	2.348.654.070
Caquetá	159	111,04	30.000.000	30.000.000
Casanare	115	47,28	14.000.000	14.000.000
Cauca	7.966	3.720,60	1.308.000.000	1.308.000.000
Cesar	182	177,11	68.000.000	68.000.000
Cundinamarca	6.308	3.328,06	1.260.280.000	1.273.839.630
Choco	71	24,29	10.000.000	10.000.000
Huila	7.298	4.066,01	1.663.170.000	1.898.682.240
La Guajira	100	130,19	51.000.000	51.000.000
Magdalena	251	339,14	128.000.000	128.000.000
Meta	252	210,80	51.000.000	51.000.000
Nariño	3.325	1.417,50	477.050.000	523.986.960
Nte. de Santander	2.261	1.092,49	484.000.000	484.000.000
Quindío	2.259	3.633,71	1.512.000.000	1.512.000.000
Risaralda	5.155	4.369,35	1.723.270.000	1.937.737.550
Santander	7.329	2.858,09	992.170.000	1.141.803.110
Tolima	8.567	4.830,28	2.213.980.000	2.224.129.670
Valle	7.639	6.358,86	2.164.240.000	2.437.226.470
<b>Total</b>	<b>83.437</b>	<b>50.435,59</b>	<b>20.000.000.000</b>	<b>20.966.185.690</b>

### **d. Café y Maíz**

El Convenio Café - Maíz en su segundo año de ejecución siguió mostrando resultados muy positivos que superaron las expectativas iniciales.

**Cuadro 4.** Áreas de maíz sembradas 2003 y 2004

Departamento	Año 2003	Año 2004	Total
Antioquia	8.176	6.000	14.176
Boyacá	241	350	591
Caldas	5.400	4.000	9.400
Cauca	2.000	2.500	4.500
Cesar - Guajira	287	5.578	5.865
Cundinamarca	0	2.000	2.000
Huila	1.502	2.386	3.888
Magdalena	133	205	338
Nariño	714	1.000	1.714
N. Santander	500	800	1.300
Quindío	989	743	1.732
Risaralda	2.044	1.282	3.326
Santander	3.357	3.500	6.857
Tolima	2.926	4.620	7.546
Valle	1.135	2.850	3.985
Territorios	0	300	300
<b>Total</b>	<b>29.404</b>	<b>38.114</b>	<b>67.518</b>

Lo anterior ha tenido ventajas para los caficultores como la oportunidad de generar ingresos durante la fase improductiva del café, generar empleo adicional entre 50 y 60 jornales por hectárea y racionalizar los costos de producción de los dos cultivos.

Como fruto del convenio firmado, se podrán ofrecer a los caficultores colombianos dos materiales híbridos blancos investigados en la zona cafetera para las siembras, a partir del primer semestre del año 2005. Las productividades registradas de estos híbridos investigados superaron las 7 toneladas por hectárea.

### **e. Programas de Acceso al Crédito**

El 30 de junio de 2004 finalizó el plazo para la firma de los pagarés del PRAN Cafetero. El programa en total cobijó 62.812 pagarés, representando un valor de compra por parte de FINAGRO de \$48.605 millones. A 31 de diciembre de 2004 el programa había legalizado 50.726 pagarés, correspondiendo a una compra de cartera por parte de FINAGRO de \$ 25.853 millones. Igualmente, se encontraban en proceso de legalización 12.086 pagarés, para una cartera con valor de compra de \$ 22.751 millones.

Por otro lado, con el Decreto 2795 del 2 de septiembre y la Resolución del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural 00404

del 20 de octubre, se creó el Programa de Alivio a la Deuda Cafetera. Este programa, administrado por FINAGRO, tiene como objeto aliviar la deuda de los cafeteros que cumplidamente han atendido sus obligaciones cafeteras en los últimos años de crisis.

La principal modalidad del programa consiste en la refinanciación de cartera cafetera con calificación A y B, mediante un crédito destinado a pagos de capital e intereses corrientes en un período de hasta 2 años. Lo anterior, para cartera crediticia otorgada con anterioridad a julio 31 de 2002, y que para esta fecha se encontrara calificada como A y B.

También el programa considera la compra de cartera que a julio 31 de 2002 estuviese calificada en categorías A y B, y que para el 30 de junio de 2004 se encontrara con calificación C, D y E.

Las condiciones de pago sobre los nuevos pagarés para los dos componentes del programa son las mismas del PRAN Cafetero: i) 10 años de plazo para cancelar la obligación, con 3 años de gracia.; y ii) tasa de interés del DTF+ 3 puntos. Los 3 puntos se descuentan del cobro de cada pago cuando éste se efectúe en la fecha estipulada. El valor de la cartera a reestructurar se encuentra en niveles cercanos a \$25.000 millones.

Adicionalmente, en lo referente a la cartera cafetera sujeta del programa con calificación A y B en Bancafé, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y las entidades públicas involucradas acordaron que los intereses de mora causados con posterioridad a la expedición del Decreto 2795 del 2 septiembre de 2004, no serán contabilizados. Por esta razón, sólo se considerarán los intereses corrientes. Los clientes tampoco tendrán que pagar los honorarios de los abogados por procesos jurídicos iniciados con posterioridad a la expedición del decreto.

A 31 de diciembre de 2004, se emitieron 5.291 pagarés por un valor de compra de \$17.644 millones de los cuales 3.837 correspondían a cartera con calificación A y B con valor de compra por \$14.275 millones. Para la ejecución de la totalidad del programa, el Gobierno Nacional destinó \$18.000 millones. La Resolución 00489 del 20 de diciembre de 2004 amplió la fecha para la firma de pagarés al 28 de febrero de 2005.

A continuación se describen las soluciones que se han venido dando con la creación de nuevos instrumentos de crédito:

Credicafé. La Federación firmó un Convenio a principios de 2004 con Bancolombia, en coordinación con los Comités de Cafeteros para conseguir acceso al crédito de los medianos y grandes productores, que a juicio de esa institución financiera sean sujetos de crédito. En el primer año de este programa han sido colocados aproximadamente \$10.000'000.000.

Línea Fogacafé. Con el respaldo del Fondo de Garantías Cafeteras, creado con recursos del Fondo Nacional del Café se han otorgado créditos hasta la fecha por \$ 23.290 millones para 16.934 pequeños caficultores. Esta línea se ha canalizado principalmente a través del Banco Agrario, para sostenimiento de cafetales y para la instalación de nuevos beneficiaderos de café. La garantía de Fogacafé corresponde al 40% del valor del crédito y complementa la del FAG que se otorga por el 80%.

Plan Florecencia. El Plan Florecencia se ejecutó nuevamente en el 2004, pero en una cuantía menor, como un mecanismo para otorgarles fuentes de financiación de capital de trabajo a todos los cafeteros, pero principalmente a los que no tienen acceso a la Banca. Las tarifas del costo de la cobertura se establecieron en función de la siniestralidad que durante el 2003 tuvo cada Departamento, por lo que cada Comité estuvo dispuesto a asumir parte de la cobertura. De acuerdo con la Bolsa Nacional Agropecuaria, en 2004 se celebraron 176 contratos por el orden de \$880 millones de pesos.

## ***f. Cenicafé***

De acuerdo con el plan estratégico, se definieron siete áreas clave de la actividad de Cenicafé, que contribuyen a su vez al desarrollo del Plan Estratégico de la Federación. Durante el año 2004 se realizaron 693 experimentos, de los cuales 247 (35%) tuvieron lugar en fincas de caficultores de todo el país. Se destacan los resultados obtenidos en relación con la productividad agronómica, con la selección de nuevos genotipos de café caracterizados por sus atributos de calidad, producción, resistencia a enfermedades y adaptación. También se lograron avances en la identificación de posibles fuentes de resistencia a la broca.

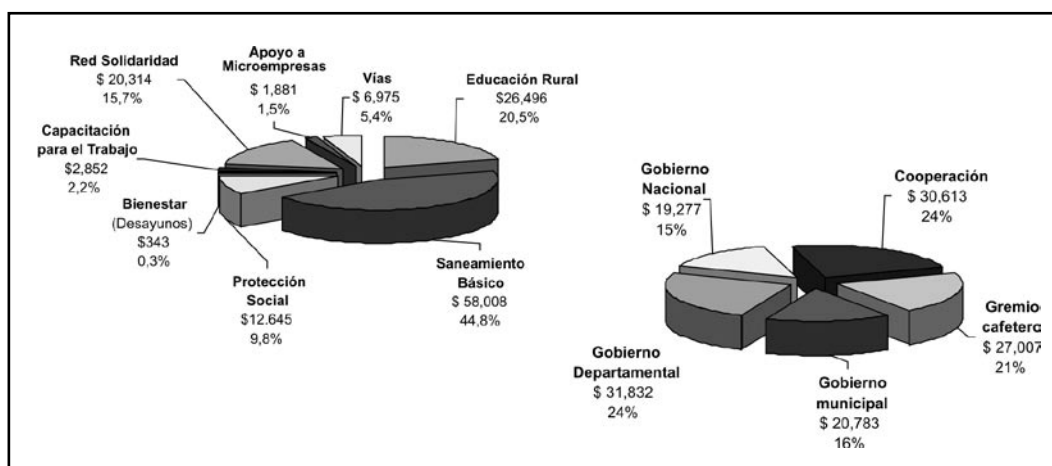
Se entregaron resultados sobre sistemas de cultivo de café bajo sombrío con diferentes especies según las regiones. Se progresó en las investigaciones sobre reducción de costos de la cosecha y se entregaron avances tecnológicos para la selección de los



granos en el beneficio húmedo y en el secado al sol. Con el apoyo económico del Ministerio de Agricultura se avanzó en el estudio del genoma del café, de la broca y del hongo *Beauveria bassiana*. Se realizaron investigaciones participativas con pequeños caficultores en relación con el manejo integrado de la broca. En las subestaciones experimentales se capacitaron más de 11000 caficultores sobre las prácticas sostenibles y competitivas para la producción de café.

## 6. Programas de Inversión para el Bienestar del Caficultor

Con miras a incrementar el nivel educativo de los caficultores y trabajadores cafeteros, así como sus estándares de vida, el gremio ha apalancado con el apoyo del Gobierno Nacional y Regional, así como la Cooperación Internacional, numerosos programas que impulsan el bienestar social de los habitantes de las zonas cafeteras. Durante 2004, incluyendo los programas que cada Comité Departamental efectúa, se ejecutaron recursos por cerca de \$130 mil millones en diferentes proyectos de inversión, Figuras 10 y 11.



**Figuras 10 y 11.** Programa de inversión social según programa y fuente de financiamiento

Es importante resaltar que la relación de apalancamiento de recursos de inversión social fue de cuatro a uno; es decir, por cada peso que invierte el gremio, apalanca cuatro con otras organizaciones. El resultado anterior es una muestra más de la credibilidad de la institucionalidad como una entidad eficaz en el manejo de recursos, lo que consolida aún más la alianza estratégica entre el Gremio y el Gobierno.

Adicionalmente, se ha continuado con los programas de seguridad alimentaria, Sembradores de Paz y ACDI-VOCA y se dio inicio al Programa de Protección Social en Salud para los cafeteros más vulnerables.

### **a. Programa Protección Social en Salud**

Durante 2004 la Federación Nacional de Cafeteros, en conjunto con el Ministerio de la Protección Social y las administraciones departamentales y municipales, diseñaron una estrategia tendiente a apoyar el desarrollo social de la zona rural de los departamentos cafeteros, mediante la ampliación de cobertura en salud. Por ello, la Federación se inscribió ante el Ministerio de Protección Social, con el fin de promover la afiliación de pequeños caficultores al régimen subsidiado de salud. Vale la pena destacar que por primera vez un Gremio participa en la planeación, ejecución y aporte de recursos en este tipo de programas.

Mediante la Resolución número 003179 de 2004 se amplió la cobertura en 48.996 caficultores. La financiación del programa se hizo conjuntamente entre el Ministerio de Protección Social, la Federación de Cafeteros y los Departamentos y Municipios. En 2004 la Federación invirtió \$883.733.522 que correspondieron al 37,5%, frente al 50% que aportó el Gobierno Nacional y el 12,5% restante que aportaron las respectivas Gobernaciones o Municipios. En el Cuadro 5 se presentan el número de municipios y afiliaciones por Departamento:

**Cuadro 5.** Número de Municipios y afiliaciones por Departamento

DEPARTAMENTO	MUNICIPIOS	TOTAL AFILIACIONES
Antioquia	17	8.480
Boyaca	8	517
Caldas	25	7.277
Caqueta	1	50
Cauca	20	3.447
Cesar	4	884
Cundinamarca	23	3.152
Huila	35	3.669
Magdalena	3	395
Nariño	6	1.098
Norte de Santander	10	1.500
Quindio	12	2.016
Risaralda	10	3.868
Santander	67	2.147
Tolima	6	5.648
Valle	20	4.848
<b>TOTAL</b>	<b>267</b>	<b>48.996</b>

## ***b. Programa de Seguridad Alimentaria (RESA)***

Durante el año 2004 se celebró un convenio de cooperación entre la Red de Solidaridad Social y la Federación de Cafeteros con el fin de implementar políticas alimentarias hacia la población desplazada o en peligro de desplazamiento en las zonas rurales de 140 municipios cafeteros del país.

El objetivo fue motivar la producción de alimentos con proyectos de autoconsumo y generar ingresos en predios de pequeños caficultores, a partir de la liberación de gastos por compra de alimentos que se pueden producir en las fincas. Las acciones se fundamentaron en una estrategia educativa, apoyada en métodos de extensión como giras, días de campo, reuniones, demostraciones de método y cursos cortos.

Durante el 2004 se inscribieron 50.900 familias, el convenio comprometió recursos por 7.677 millones que sumados a 4.277 millones de las gobernaciones, 1.724 millones del gremio cafetero y 200 millones de municipios dan un total de 13.878 millones.

## ***c. Convenios de Cooperación y Asistencia Técnica***

### **- Programa Cafés Especiales USAID**

Cos recursos externos provenientes de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID; la organización ACIDI / VOCA, la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), su Instituto de la Calidad del Café (CQI) y la Federación Nacional de Cafeteros comenzó la ejecución de la primera fase de un Programa Cafés Especiales, cuyo objetivo es “mejorar la situación socioeconómica de los pequeños productores en términos de calidad de vida, ingresos e incremento de la producción de cafés especiales, induciéndolos a evitar su participación en actividades relacionadas con cultivos ilícitos”.

A escala de finca, los caficultores participaron en programas de Renovación de Cafetales, Infraestructura de Beneficio, Seguridad Alimentaria y Mejoramiento de la Calidad. El programa, ejecutado por los Comités Departamentales de Cafeteros bajo la coordinación de la Gerencia Técnica, se adelantó con cerca de 1.600 familias cafeteras de 34 municipios en los departamentos de Caldas, Cauca, Huila, Nariño y Tolima.

El valor de los recursos fueron de US \$942.000 para inversión en fincas, US \$300.000 para garantizar el adecuado recibo y manejo de los cafés mientras son enviados al mercado externo y US \$80.000 para la estrategia de Información y Promoción. La contrapartida está representada en el aporte institucional en el manejo del programa y en la finca por la mano de obra de los productores y el aporte en materiales propios.

La primera fase del proyecto se ha ejecutado en su totalidad en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, beneficiando 827 familias. El departamento del Huila ha iniciado una segunda fase con US \$101.660 en 5 municipios para atender 464 familias.

### - Programa Sembradores de Paz

La Federación Nacional de Cafeteros y la Fundación FAES presentaron a la Agencia Española de Cooperación Internacional el programa de Desarrollo Sostenible en el Ámbito Rural Colombiano “Sembradores de Paz”, el cual fue favorecido con un aporte de US \$5.900.000.

El programa llevó a cabo acciones para la convivencia pacífica en poblaciones rurales colombianas en 6 departamentos: Magdalena, Antioquia, Valle del Cauca, Cauca, Huila y Nariño y en el resguardo indígena de San Lorenzo (Caldas).

En el Cuadro 6 se muestra el resumen de actividades en 2004, correspondiente al segundo año del programa.

**Cuadro 6.** Actividades ejecutadas por el Programa Sembradores de Paz en 2004.

Actividad	Logros 2004
Educación Adultos	6,625 adultos
Escuela y Café	7,769 niños
Telesecundaria	1,351 alumnos
Café Orgánico	575 caficultores
Capacitación Gerencia Humanizada de Unidades Productivas	313 jóvenes
Montaje de un Cooperativa de Trabajo Asociado en el sector confección	117 cooperativistas
Mejoramiento de Vivienda	314 viviendas
Abastecimiento de agua potable	993 viviendas
Aceleración de Aprendizaje	520 alumnos
Jóvenes agricultores	34 jóvenes

En la convocatoria de la Agencia Española de Cooperación Internacional del 2004, fue aprobado el Programa Desarrollo Sostenible en el ámbito rural Colombiano “Sembradores de Paz II”, el cual continúa las acciones del anterior programa con un aporte de 4 millones de Euros.

### **- Programa Forestal Río Magdalena - KfW**

El Programa se desarrolla dentro de un Convenio de Cooperación bilateral entre los gobiernos de Alemania y Colombia, con el propósito de contribuir a la estabilización del balance hídrico y a la reducción de la erosión en subcuencas prioritarias de la cuenca media y alta del Río Magdalena. Hasta diciembre de 2004, en los departamentos de Santander, Caldas, Tolima, Huila y Cundinamarca, se ha logrado el establecimiento de más de 13.900 hectáreas de plantaciones forestales, 12.150 hectáreas de conservación de bosques naturales, 4.050 hectáreas de enriquecimiento y conservación de bosques degradados, y 2.400 hectáreas de sistemas agroforestales; para un total aproximado de 30.100 hectáreas intervenidas.

Como impacto socio-económico se destaca la generación de 4.500 empleos permanentes, producto de las actividades silviculturales realizadas durante los primeros cinco años de las plantaciones establecidas; beneficiando en forma directa a pequeños y medianos agricultores de las zonas rurales de influencia del Programa.

De manera directa han sido entregados a 3.517 pequeños y medianos reforestadores, un monto de recursos que asciende a aproximadamente \$ 11.402 millones (EUR 4,88 millones).

En el marco de las negociaciones intergubernamentales, el Gobierno de Alemania ha ofrecido a Colombia recursos por valor de EUR 17,3 millones para ejecutar a través de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. La aprobación final y puesta en marcha del Programa deberá comenzar en el transcurso del 2005.

### **- Gremio Cafetero Promotor de Convivencia**

Atendiendo a un llamado de la Presidencia de la República, a través de la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, se firmó un convenio de cooperación interinstitucional, en el cual la Federación se comprometió a sensibilizar a la comunidad cafetera

de Colombia, en resolución pacífica de conflictos. Esto con el objetivo que los caficultores se constituyan en dinamizadores del programa de capacitación a Promotores de Convivencia, involucrando su infraestructura física y humana y siguiendo la pedagogía planteada por la Oficina del Alto Comisionado para la Paz. En total, durante 8 meses, se capacitaron a un total de 37.783 agricultores

#### **- Gestión Comunitaria – Obras para La Paz.**

Con el fin de promocionar la capacidad de gestión de las comunidades y entidades territoriales, el Gobierno Nacional ejecuta una estrategia de Fortalecimiento Institucional y Desarrollo Social denominada “**Infraestructura Social y Gestión Comunitaria**”. A través del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República – DAPR -, se busca apoyar a los municipios más pobres del país mediante dos áreas: Construcción y mejoramiento de infraestructura Social y aprovechamiento óptimo de la infraestructura por medio de programas sociales y culturales.

Al finalizar 2004, la Federación había celebrado 5 Contratos con el objeto de construir obras, dotarlas y llevar a cabo programas que garanticen su sostenibilidad. Las áreas de trabajo incluyen salud, fortalecimiento comunitario y recreación y deporte. Para el cumplimiento de estos Contratos se destinaron \$40.022 millones.

#### **- Incentivo a la Capitalización Rural**

El incentivo a la Capitalización Rural (ICR) es un beneficio económico que se otorga al cafetero que ejecute, con la utilización de un crédito de FINAGRO, la construcción o dotación de un beneficiadero de café que cumpla con las condiciones de ecológico (según certificación de la respectiva Corporación Regional Autónoma de cada departamento). El beneficio consiste en un abono que hace FINAGRO con recursos del Gobierno Nacional al saldo del crédito contraído por el beneficiario y que puede estar entre el 20 y el 40% del costo de la inversión dependiendo del tipo de caficultor (pequeño o mediano).

Durante el 2004 se lograron los acuerdos necesarios para su operatividad y la difusión y sensibilización sobre el programa.

## **7. Acciones y Programas de la Institucionalidad cafetera**

### ***a. Almacafé***

Por medio de Almacafé S.A. la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia participó durante 2004 con un 26% de la comercialización interna, recibiendo de las Cooperativas de Caficultores y por compras directas cerca de 2.75 millones de sacos de verde de 60 kg.

Se continuó con la compra de cafés pergamino, especiales orgánicos y de origen, excelsos y coproductos. Las Cooperativas de Caficultores realizaron el 99% de las compras, utilizando recursos de la Línea de Financiamiento y propios. Del total de entradas de café, el pergamino representó el 92%, el excelso el 8% y una mínima cantidad fueron coproductos. El café pergamino libre de problemas de taza representó el 97% del total recibido.

Durante 2004 se administraron 683.261 millones de pesos para atender la logística de la comercialización del café, un aumento del 12% con respecto al año anterior. Se destaca el incremento del 158% en los ingresos por venta de coproductos, al pasar de 12.158 millones de pesos en el año 2003 a 31.319 millones en el año 2004. Asimismo, se le pagó a las cooperativas de caficultores los incentivos financieros por el cumplimiento en el volumen de entregas a Almacafé y por la transferencia del mayor precio al productor establecidos dentro de las medidas que en materia de comercialización se empezaron a aplicar desde principios del año 2004. De los 2,8 millones de sacos de 60 kilos de verde exportados por la FNC durante 2004, 2,2 millones fueron trillados por Almacafé, 0,2 millones fueron adquiridos en excelso a las Cooperativas y el resto provinieron de parte del inventario de 2003.

Las existencias en bodegas de Almacafé al cierre del año 2004 fueron del orden de 1,3 millones de sacos de 60 kg de verde, inferiores en 18% a las del cierre del año anterior, debido al incremento que tuvieron las ventas a la industria torrefactora nacional y a la Fábrica de Café Liofilizado, ubicada en Chinchiná.

Se suministraron a la industria torrefactora nacional 200 mil sacos de 62,5 kilos de coproductos y a la Fábrica de Café Liofilizado 300 mil sacos. Adicionalmente, se efectuó la revisión y el control de calidad a 7,8 millones de sacos de 60 kg de café excelso, propiedad de los exportadores particulares.

Como el operador logístico de algunos proyectos que conforman la estrategia de valor agregado de la Federación, Almacafé continuó apoyando el desarrollo de los proyectos de tiendas de café Juan Valdez y PODS, con la responsabilidad de suministrar oportunamente los diferentes servicios en Colombia y el exterior, lo cual incluye la compra, trilla y transporte de la materia prima así como su tostión, molienda, empaque y distribución de los productos terminados, asegurando su calidad en toda la cadena.

### ***b. Cooperativas de Caficultores***

Durante el año 2004 operaron 38 Cooperativas de Caficultores a través de una red de 492 puntos de compra de café.

Las Cooperativas de Caficultores compraron 4,3 millones de sacos, equivalentes al 38% de la producción registrada, nivel muy similar al de 2003. Del café adquirido se entregaron a Almacafé, con destino al Fondo Nacional del Café, 2,7 millones de sacos, equivalentes al 63% de las entregas, se destinaron 900 mil sacos a la exportación vía Expocafé, equivalentes al 21%, y se vendieron a particulares 707 mil sacos equivalentes al 16%.

Durante 2004 se ejecutaron una serie de medidas encaminadas a fortalecer el sistema de garantía de compra, dentro de las cuales se destaca la concertación con las Cooperativas de los márgenes de descuento aplicados al precio de compra del café, los cuales sirvieron de referencia para otorgar los incentivos económicos a las mismas, lográndose garantizar con este mecanismo una mayor transferencia de precio al caficultor.

Otra medida de gran relevancia fue la conformación de los Comités Regionales y Municipales de Comercialización, los cuales se convirtieron en un espacio de reflexión alrededor del tema de la garantía de compra y cumplieron una labor de control social muy importante, dándole más transparencia al proceso de la compra.

Las Cooperativas mejoraron significativamente durante 2004 su competitividad y capacidad de actuar en el mercado a pesar de la agresividad comercial de los actores privados y en particular ante la creciente presencia de algunos intermediarios informales, quienes no cumplen a cabalidad con las normas de orden tributario.

Durante 2004 se llevó a cabo una mejor gestión comercial, lo cual permitió trasladar, en el 96% de las operaciones, el mayor precio



posible al productor, es así como entre 2003 y 2004 el excedente bruto por kilogramo pasó de \$128 a \$162 por kilogramo. De igual manera, y gracias a una reducción en términos reales de los gastos fijos y administración por café comercializado en su red de puntos de compra, en 2004 el excedente operacional, que incluye negocios de café, provisión agrícola y otros negocios, fue de \$5.612 millones.

### ***c. Programa de Cafés Especiales***

Con el fin de financiar las actividades definidas en el Plan Estratégico, y adelantar acciones en beneficio de la calidad del café colombiano, durante 2004 se decidió fortalecer el Programa de Cafés Especiales para lo cual se asignaron recursos por \$6.000 millones.

En total se han consolidado 61 programas de cafés de alta calidad distribuidos en la totalidad de Departamentos cafeteros del país. Para cada uno de ellos, se elaboraron las fichas técnicas y los perfiles de taza, herramienta que se ha constituido en un valioso apoyo a la labor de venta tanto en la Oficina Central, como en las Oficinas del Exterior. Los negocios se concretaron en cuatro grandes segmentos de cafés especiales, en tal sentido, en el Cuadro 8 se registran las exportaciones acumuladas y se comparan con el mismo período de 2003.

En 2004 se exportaron 676 mil sacos de café excelso y se alcanzó un diferencial de venta promedio, frente a la cotización en la Bolsa de Nueva York, de 15 centavos de dólar por libra, que expresados en pesos, representa un valor agregado aproximado de \$35.000 millones. Para el año 2005, se espera alcanzar la cifra de 700 mil sacos exportados de cafés especiales.

**Cuadro 8.** Comparativo de Exportaciones 2003- 2004

PROGRAMA	AÑO 2003	AÑO 2004	Variación %
	Cantidad (Sacos de 60K)		
Especiales	106.659	132.789	24%
Emeral Mountain	82.250	112.000	36%
Types	245.321	226.158	-8%
Preparación	108.693	205.521	89%
<b>Total</b>	<b>542.923</b>	<b>676.468</b>	<b>24,6%</b>

Para hacer más efectiva la labor de acopio, se determinó en cada programa una estructura de sobrepuestos y cupos, acorde con las ventas ciertas y las expectativas de venta por programa, midiéndose así el riesgo máximo en el que se incurre al adquirir el café. Con relación a las actividades de promoción de cafés especiales en el Exterior, se participó en las Ferias de Cafés Especiales de Japón y Atlanta.

Es de destacar que los principales beneficiarios del Programa de Cafés Especiales son los caficultores de menor tamaño. Se estima que aproximadamente 19 mil de familias han incrementado sus ingresos gracias a su participación en esta estrategia de valor agregado.

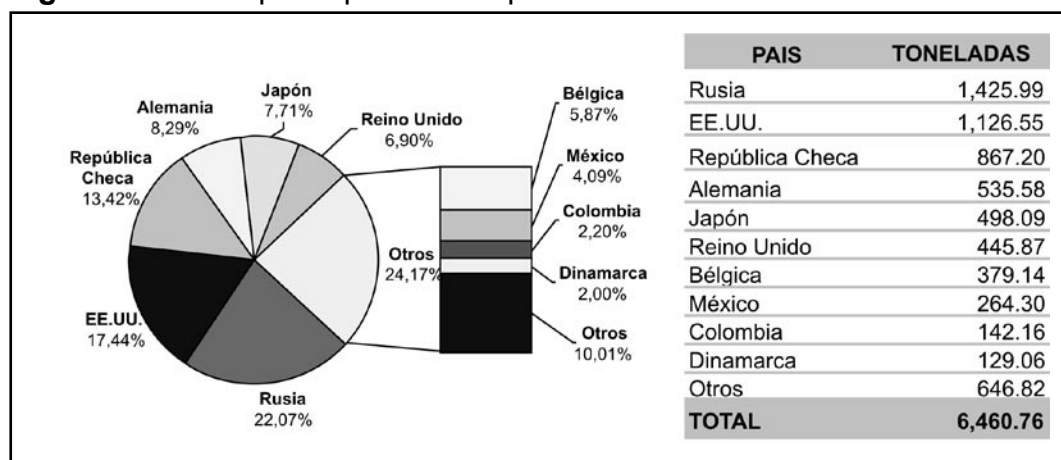
#### d. Fábrica de Café Liofilizado

En 2004 se atendieron compromisos por 6.461 toneladas de café liofilizado, un incremento del 10% con relación al desempeño del año 2003. De este total, se facturaron 6.217 toneladas para el mercado externo y 142 toneladas para Colombia, el saldo corresponde a inventarios en tránsito al concluir el año (Figura 12).

En total, los ingresos por ventas de café liofilizado en el mercado externo fueron US\$57,3 millones, con un precio de venta promedio de US \$9,22 por kilogramo. Por su parte, en el mercado nacional el volumen de ventas aumentó un 16% mientras que los ingresos fueron de US\$1,4.

La producción de café liofilizado entregada a bodega fue de 6.815 toneladas, cifra que incluye cafés orgánicos, *fair trade* y descafeinado. En el año se consumieron 19.969 toneladas de café verde, equivalentes a 319.507 sacos de 62,5 kg.

**Figura 12.** Principales países compradores de café liofilizado



El desempeño comercial de la Fábrica se ha venido consolidando en los canales estratégicos. A través del proyecto de marca Buendía® se vendieron 365 toneladas a los mercados del Reino Unido, Estados Unidos, Ecuador y Colombia.

Un desarrollo importante ha sido la comercialización de cafés especiales, que bajo condiciones diferenciadas de proceso, ha permitido capturar más valor que los demás proyectos comerciales, aquí cabe señalar los proyectos de marca para las compañías Waitrose y Asda en Inglaterra.

Los proyectos de marca privada con las grandes superficies del mundo se han seguido desarrollando. Se cuenta con producción para las marcas de café Walmart y Sam's en México, Kroger en USA, Waitrose en UK y Carrefour en España.

Se lanzaron los cafés saborizados en el mercado colombiano como un producto orientado a vincular nuevos consumidores. Próximamente estos productos se ofrecerán en el mercado externo.

Para ampliar la oferta de productos que incrementen el consumo de café y fortalezcan su posicionamiento en el mercado, la Fábrica ha consolidado el desarrollo de las bebidas cola, las cuales son una extensión de la marca Juan Valdez®. La línea está compuesta por los productos Classic, Light y Energy.

### ***e. Tiendas de Café***

En un mercado mundial cafetero caracterizado por la presencia de variedades de café de bajo precio y con una industria que busca aumentar sus márgenes de rentabilidad, las tiendas de café Juan Valdez se convierten en el vehículo para escapar de esa trampa de los “commodities” en donde el valor se aleja del árbol y se acerca a la taza, que es donde se perciben los grandes márgenes del negocio.

Hace una década los caficultores recibían el 25 % del ingreso generado por el negocio global del café. Hoy en día esa participación es inferior al 8%. Por ello la estrategia de las tiendas es acercar al caficultor a la taza para que ese ingreso le llegue directamente sin que haya intermediario alguno de por medio.

El cambio cultural en el consumo de café generado por el crecimiento de las tiendas de café alrededor del mundo creó un

nuevo consumidor de café a quienes las campañas publicitarias tradicionales no les causaban ningún impacto.

La única forma de llegar a ese nuevo consumidor era a través de un formato que permitiera al Café de Colombia y a Juan Valdez encontrarse directamente con él. Las nuevas generaciones prefieren buscar lugares especializados en donde saben que pueden encontrar una bebida de calidad por la que están dispuestos a pagar más.

Bajo ese razonamiento y esa lógica es que se decidió, hace dos años y medio, entrar a un nicho en el mercado de café donde un país productor jamás se ha atrevido explorar.

En 2004 el programa contaba con 14 tiendas abiertas y 8 más en construcción. Ese número de tiendas en dos años y medio corresponde al número que Starbucks tardó en construir en diez años y Subway en ocho años. La programación de apertura de tiendas viene ejecutándose a razón de una tienda nueva por mes.

Las tiendas han atendido 4 millones de personas que han tenido la experiencia del mejor café del mundo y que se han convertido en los mejores propagadores del consumo del café de Colombia. Las tiendas están vendiendo aproximadamente 1000 millones de pesos mensuales arrojando una rentabilidad operacional positiva, demostrando el potencial del negocio.

La publicidad de prensa gratis (free press) que han generado las tiendas equivale a una inversión cercana a los US\$10 millones. Ello permitió un recorte en el presupuesto de publicidad de la Federación en tres millones de dólares.

Las tiendas, a su vez, crearon una nueva aplicación de marca para el Fondo Nacional del Café, pues si bien el personaje Juan Valdez existía, la marca como "brand" comercial no. Ello implicó llevar una marca ingrediente, "detrás del tarro", a convertirse en marca comercial "de frente al consumidor" por la cual el Fondo recibió cerca de 400 millones de pesos por concepto de regalías por su utilización. Antes del proyecto de las Tiendas ninguna marca del Fondo había percibido regalías.

Las tiendas se han convertido en instrumento para la garantía de compra de los cafés especiales colombianos, pues todos los

café que compran son parte del Programa de Cafés Especiales de la Federación. En 2004, las tiendas adquirieron 171 mil kilos de cafés especiales que en promedio recibieron un sobreprecio por calidad superior al 20%. Mensualmente las se venden 18,000 libras de cafés especiales empacados por esta vía.

Desde un principio se aprobó que serían los caficultores los dueños directos de las tiendas. Bajo esa premisa, en 2004, Procafecol S.A. como vehículo corporativo de las tiendas tramitó ante la Superintendencia de Valores la aprobación de una emisión de acciones preferenciales por un monto de \$ 20.000.000.000, con el propósito de posteriormente solicitar 3 tramos adicionales de \$ 20.000.000.000 cada uno hasta completar una emisión por valor de \$ 80.000.000.000 en el término de un año.

A continuación se describen otros hechos sobresalientes del programa de tiendas Juan Valdez:

- Se inicia la expansión Internacional con la apertura, el 13 de septiembre, de la primera Tienda en Estados Unidos. La tienda está ubicada en pleno centro de la capital norteamericana, a escasas cuadras de la Casa Blanca y a pocos metros de la sede principal del Banco Mundial, en el edificio de la Organización de Estados Americanos (OEA).
- El 28 septiembre, se abre la segunda Tienda Internacional, en Nueva York. La tienda está ubicada en el primer piso del edificio de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en la Calle 57 con Lexington.
- En Colombia, el 15 de mayo de 2004, se inauguró de la Tienda Juan Valdez número once, conocida como Tienda Juan Valdez La Candelaria. Esta tienda localizada en el barrio más antiguo de la ciudad de Bogotá, el barrio La Candelaria, aparece dentro del marco cultural del Museo de Arte del Banco de la República.
- El 14 de diciembre, se inauguró una Tienda Juan Valdez en el Multiplex Américas de Cine Colombia, convirtiéndose en el primer piloto de tienda de café al interior de un cine.
- Procafecol consolidó su alcance nacional con 12 tiendas en operación en Colombia, distribuidas de la siguiente forma:

1. Bogotá – 7 tiendas: Plazoleta Juan Valdez (Calle 73), Barrio la Candelaria, Aeropuerto el Dorado, In-Bond, Puente Aéreo, Edificio Federación de Cafeteros, Cine Colombia - Multiplex Américas
2. Medellín – 2 tiendas: Centro Ccial. Oviedo, Museo de Antioquia
3. Armenia – 1 tienda: Parque Nacional del Café
4. Cartagena – 1 tienda: Sociedad Portuaria
5. 1 tienda móvil

## **8. Propiedad Intelectual y Protección del Patrimonio Marcario**

El eficiente aprovechamiento de la propiedad intelectual de la institucionalidad cafetera requiere proteger, posicionar y optimizar el patrimonio marcario, los desarrollos tecnológicos y el conocimiento acumulado de la organización.

Uno de los aspectos prioritarios de la actividad de la Propiedad Intelectual durante el año 2004 fue el desarrollo de una nueva arquitectura de marca, que incluyó la conceptualización de una estrategia de defensa y promoción del origen del Café de Colombia. Los elementos marcarios y de defensa del origen permitieron desarrollar nuevos proyectos de valor agregado y aportar instrumentos legales adicionales para la consolidación del Programa 100% colombiano tanto en Colombia como en otros mercados, logrando así una estructura y estrategia marcaria consistente tanto para los negocios de café verde como los proyectos de valor agregado.

La actualización del portafolio marcario en los primeros meses del año, orientada a mejorar la eficacia del registro y la protección, así como el desarrollo de una Nueva Arquitectura Marcaria permitió adecuar la política vigente a las nuevas condiciones del mercado mundial del café con el fin de capturar valor en los segmentos de mayor crecimiento y mejores márgenes. Con base en estos análisis, en la valoración de las regalías apropiadas por el uso de las aplicaciones marcarias licenciadas, y en las alternativas de negocio impulsadas por la Federación o por terceros que fuesen consistentes con la arquitectura marcaria, y que contribuyesen a elevar la percepción del café colombiano en su conjunto, se firmaron los primeros contratos de licenciamiento de marca generando regalías a favor del Fondo Nacional del Café.

De esta forma, se lograron avances significativos en proyectos de interés del Fondo Nacional del Café, como dueño de las marcas, y los licenciarios que desarrollaron conceptos de negocio alrededor de aplicaciones marcarias específicas. Como ejemplo ilustrativo de los beneficios de esta estrategia vale la pena recordar que en el mes de septiembre de 2004 se abrieron las primeras tiendas Juan Valdez en Estados Unidos, eventos que generaron un impacto en medios de ese país equivalentes a una inversión en publicidad de hasta 10 millones de dólares. De esta manera se fortaleció la marca Juan Valdez, beneficiada de dicha publicidad, y se contribuyó a reposicionar el café colombiano en su conjunto.

En el año 2004 también se avanzó en actividades encaminadas a la defensa y posicionamiento del origen Colombia en el mercado mundial. En la medida en que la Federación es la entidad representativa y legítima llamada a coordinar los esfuerzos de desarrollo de reglas y control de las mismas para propósitos de defender la reputación del café colombiano, después de un largo proceso de acopio y codificación de información y de análisis tanto de las regulaciones nacionales como internacionales sobre la materia, se presentó a finales del año la solicitud ante las autoridades colombianas para obtener el reconocimiento oficial de Café de Colombia como una Denominación de Origen.

La Denominación no solo proporciona un marco legal y estricto de defensa y protección, del Café de Colombia, sino que facilita el acceso del producto a mercados nacionales e internacionales, y se convierte en un elemento diferenciador entre el origen colombiano y el café de otros orígenes. Para los consumidores la Denominación equivale a una guía en la búsqueda, adquisición e identificación del producto. Reforzando la demanda hacia el origen Colombia y eventualmente permitirá incrementar los precios relativos pagados por el café colombiano.

Durante el año se iniciaron también procesos para reevaluar el manejo y protección de las innovaciones y nuevos desarrollos de la organización haciendo uso de figuras como los derechos de autor, patentes y transferencia de tecnología, contribuyendo a promover una mayor conciencia sobre las opciones prácticas y normativas que ofrece en la actualidad el sistema de propiedad intelectual para la protección de los intereses de los titulares de éstos conocimientos. En este campo se realizaron actividades con especialistas nacionales y extranjeros para identificar los campos de acción y las necesidades de las diferentes áreas, incluyendo

Seminarios para los investigadores de Cenicafe sobre tópicos de propiedad intelectual.

Desde finales de 2004 se vienen desarrollando con la colaboración de las diferentes áreas, los documentos de política institucional sobre desarrollos tecnológicos y derechos de autor para someterlos a la aprobación por parte de los miembros del Comité Directivo y Comité Nacional en el curso del año 2005.

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

En el año 2004 se presentaron varios factores que incidieron en los resultados del Fondo Nacional del Café:

- La revaluación en la tasa de cambio del país
- El incremento en los precios externos de venta del café
- y como consecuencia de los mejores precios, pero afectados por una menor tasa de cambio, un aumento en el precio interno de compra del grano, en beneficio de los caficultores colombianos.

La tasa de cambio del peso frente al dólar pasó de \$2.778 en diciembre de 2003 a \$2.334 en diciembre de 2004, es decir una revaluación del 16%.

Este efecto se vio amortiguado con un incremento en los precios externos de facturación del café, los cuales, en promedio para todas las calidades de café, pasaron de US\$ 0,73 ex-dock por libra en 2003, a US\$ 0,85 ex-dock por libra en 2004, un incremento de 16,4%. A nivel interno, y a pesar de la revaluación, el precio de compra del café, pasó de \$335.730 la carga de 125 kilos a \$398.323, con una variación del 18,64%. Estos precios promedios contemplan los mayores valores reconocidos por la calidad del café de las distintas regiones del país.

Como producto del cuidadoso manejo financiero del Fondo, se registró en el año 2004 un superávit de operaciones efectivas de caja por \$10 mil millones.

Por concepto de contribución permanente (5%), El Fondo recaudó \$131.118 millones, frente a \$124.609 millones percibidos en el año anterior, es decir, un incremento del 5,2%. Estos recursos los destinó, junto con otros ingresos, a la atención de bienes públicos, tales como asistencia técnica, investigación y experimentación



científica, programas de competitividad, obras y servicios a la comunidad por medio de los Comités, publicidad en el exterior y manejo de inventarios de café.

Los ingresos provenientes de la contribución cafetera para saneamiento financiero ascendieron a \$68.704 millones, los cuales fueron aplicados, junto con otros ingresos del Fondo, a la amortización de créditos y gastos financieros de la operación.

En el año 2004 se continuó con el proceso de estabilización financiera, dentro del cual se reestructuró el endeudamiento del Fondo, mediante la cancelación de los créditos de largo plazo y la obtención de financiación de corto y mediano plazo, con tasas de interés más favorables para la entidad. Esta política, de créditos a corto plazo, está acorde con los ciclos de cosecha y exportación del café.

El ingreso más representativo del FoNC proviene de las ventas del café en el país y en el exterior, las cuales ascendieron en 2004 al 77% de los ingresos de caja del Fondo. Por su parte, la Contribución Cafetera recaudada por los exportadores particulares representó el 14% de los ingresos.

Los principales egresos del FoNC se relacionan con la compra de la cosecha, los costos internos y externos y el manejo del café, que para el año 2004 representaron el 72% del total de los ingresos, mientras que los servicios de apoyo al caficultor ascendieron al 11% de los ingresos y corresponden a los programas de competitividad, sistema de información cafetera, servicios de asistencia técnica, experimentación e investigación científica y los recursos destinados al desarrollo de obras y servicios a la comunidad. El superávit del ejercicio fue del 3% y la diferencia corresponde a otros egresos.

### **- Estados Financieros del FoNC**

No obstante haberse registrado un superávit de operaciones efectivas de caja, el FoNC presentó en el año 2004 una pérdida en su ejercicio contable por \$39.670 millones, que se origina principalmente en el fenómeno revaluacionista que vivió el país y que tuvo incidencia directa en los ingresos del FoNC. Adicionalmente, en 2004 se aplicaron en obras y servicios a la comunidad recursos provenientes de la Ley 9ª de 1991, que se generaron en vigencias anteriores y cuya aplicación constituyó un

gasto neto para el FoNC por \$8.688 millones. En el año 2003, se registró un superávit contable por \$41.379 millones.

Los activos del Fondo pasaron de \$1.507 mil millones en 2003 a \$1.505 mil millones en 2004, para una disminución del 0,11%. Estos mismos activos, expresados en dólares, pasaron de US\$542 millones en el año 2003 a US\$630 millones en 2004, con un incremento del 16%.

El patrimonio del Fondo en pesos se mantuvo prácticamente constante, al pasar de \$967 mil millones al finalizar el año 2003, US\$348 millones, a \$964 mil millones en diciembre de 2004, US\$404 millones. De esa manera se confirma el cambio de tendencia de deterioro continuo en la posición patrimonial que se venía observando desde 1997.

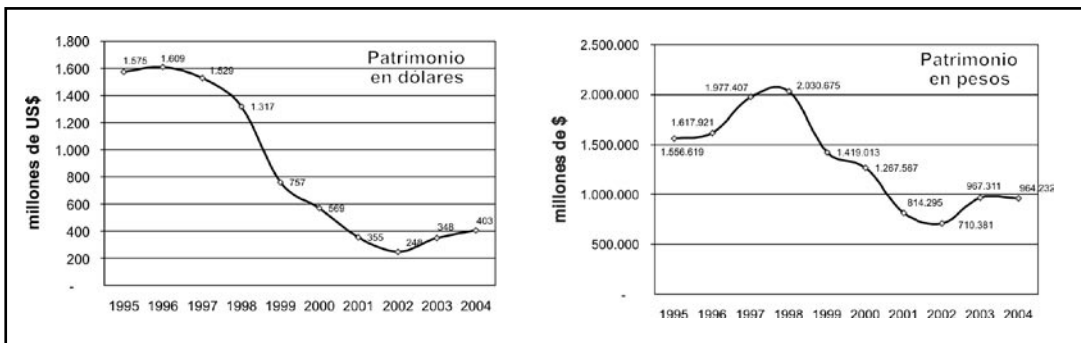


Figura 13 y 14. FONDO NACIONAL DEL CAFÉ - Patrimonio 1995 – 2004 (dólares y pesos)

## ANEXO 1

**FONDO NACIONAL DEL CAFÉ**  
**DICIEMBRE 2002 - DICIEMBRE 2004**  
**COMPORTAMIENTO VARIABLES CAFETERAS AÑOS CIVILES**

		2002	2003	2004	% Variación 2003/2004
Exportacion Total País	Miles sacos/60 Kg	10.274	10.244	10.194	-0,49%
Valor Facturación Industria	Millones de US\$	891	911	1.076	18,15%
Precio Externo de Facturación Promedio Industria EX-Dock	US\$ / Lb	0,71	0,73	0,85	16,44%
Produccion Cafetera	Miles sacos/60 Kg	11.614	11.568	11.343	-1,95%
Valor Cosecha	Millones de \$	2.124.929	2.330.167	2.710.905	16,34%
Precio Interno Promedio	\$ por carga	304.941	335.730	398.323	18,64%
Inventario Fin Período	Miles sacos/60 Kg	1.761	1.853	1.647	-11,12%
Variación de Inventarios	Miles sacos/60 Kg	-98	92	-206	
Reintegros Cafeteros Monetizados	Millones de US\$	832	876	1.081	23,40%
Pasivos Financieros a Dic. 31	Millones de US\$	151	139	165	19,42%
Patrimonio a Dic. 31	Millardos \$	710	967	964	-0,32%
Patrimonio a Dic. 31	Millones de US\$	248	348,0	404	15,95%
Tasa Cambio Promedio Ponderado	\$ / US\$	2.503	2.873	2.593	-9,77%

<b>Balance General</b> Millones de Dólares							
	2002*		2003*		2004*		% Variación 2003/2004
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
<b>ACTIVO</b>							
Efectivo	65	11,6%	65	12,0%	93	14,8%	43,08%
Cuentas por Cobrar	182	32,4%	62	11,4%	60	9,5%	-3,23%
Inventarios	125	22,2%	131	24,2%	159	25,2%	21,37%
Inversiones y Fiducia	69	12,3%	82	15,1%	87	13,8%	6,10%
Activo Fijo	41	7,3%	50	9,2%	55	8,7%	10,00%
Otros Activos	80	14,2%	152	28,0%	176	27,9%	15,79%
<b>Total Activos</b>	<b>562</b>	<b>100,0%</b>	<b>542</b>	<b>100,0%</b>	<b>630</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,24%</b>
<b>PASIVO</b>							
Corriente	259	46,1%	139	25,6%	181	28,8%	30,22%
Largo Plazo	55	9,8%	55	10,1%	45	7,2%	-18,18%
Patrimonio	248	44,1%	348	64,2%	403	64,1%	15,80%
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>562</b>	<b>100,0%</b>	<b>542</b>	<b>100,0%</b>	<b>629</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,05%</b>
* Balance reclasificado para efectos de análisis							

<b>Estado de Rendimiento Económico</b> Millones de Dólares							
	2002		2003		2004		% Variación 2003/2004
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
<b>INGRESOS</b>							
Ventas de Café	242	78,8%	281	74,1%	367	75,8%	30,60%
Contribuciones y Transferencias Financieros	44	14,3%	70	18,5%	84	17,4%	20,00%
Otros	15	4,9%	20	5,3%	14	2,9%	-30,00%
Otros	6	2,0%	8	2,1%	19	3,9%	137,50%
<b>Total Ingresos</b>	<b>307</b>	<b>100,0%</b>	<b>379</b>	<b>100,0%</b>	<b>484</b>	<b>100,0%</b>	<b>27,70%</b>
<b>GASTOS</b>							
Costo del Café	208	60,1%	224	62,2%	307	61,5%	37,05%
Gasto de operac. y cialización Café	26	7,5%	37	10,3%	59	11,8%	59,46%
Transferencias de Ley	35	10,1%	0	0,0%	0	0,0%	0,00%
Admon. y Serv. por Fedecafé	17	4,9%	24	6,7%	28	5,6%	16,67%
Programas de apoyo al caficultor	3	0,9%	32	8,9%	64	12,8%	100,00%
Financieros	48	13,9%	22	6,1%	21	4,2%	-4,55%
Otros	9	2,6%	21	5,8%	20	4,0%	-4,76%
<b>Total Gastos</b>	<b>346</b>	<b>100,0%</b>	<b>360</b>	<b>100,0%</b>	<b>499</b>	<b>100,0%</b>	<b>38,61%</b>
Ajustes Vigencias Anteriores	-3		-4		-2		
<b>Resultado</b>	<b>-42</b>		<b>15</b>		<b>-17</b>		

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.***

