

El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2006



FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS DE COLOMBIA

El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2006

El presente informe registra los principales aspectos de la industria cafetera colombiana durante el año 2006, y el desempeño de las instituciones del sector frente a las diferentes circunstancias que se presentaron en dicho periodo.

RESUMEN

Al concluir el 2006 las cifras del sector cafetero presentaron resultados positivos y significativos para el país. Es así como las realizaciones en todas las áreas confirman el compromiso de la institucionalidad con el caficultor y con la caficultura. En términos generales, las exportaciones de café generaron ingresos de divisas por más de US\$1.600 millones, cerca del 7% de las exportaciones nacionales. Por su parte el valor de la cosecha superó los \$ 3,8 billones, que se distribuyeron en más de 580 municipios con actividad cafetera, más de la mitad de los municipios del país.

A escala global, en el mercado mundial se dio por tercer año consecutivo una situación de balance deficitario, hecho que le dio fortaleza estructural a las cotizaciones internacionales del grano. No obstante, el precio externo continuó viéndose sometido a las presiones de los Fondos de Inversión que aumentaron la volatilidad y en ocasiones condujeron a la baja buena parte las cotizaciones de las materias primas. Adicionalmente, se mantuvo la tendencia revaluacionista sobre el peso, que afecta el precio que reciben los caficultores y que en el período 2003-2006 acumuló pérdidas estimadas en \$1,2 billones.

En estas circunstancias, las realizaciones en todas las áreas confirman el compromiso de la institucionalidad con el caficultor y con la caficultura. En el plano internacional debe destacarse, entre otras actividades, el despliegue internacional de los proyectos de valor agregado del café colombiano, así como el importante

papel de Colombia en la agenda internacional cafetera que abarcó temas como las negociaciones para el nuevo Acuerdo Internacional del Café en la Organización Internacional del Café, las negociaciones del TLC con Estados Unidos, el Triángulo Norte y Chile. Además de las gestiones para la realización de un encuentro del Comité Empresarial Keidanren y los encuentros para establecer el Código Común de la Comunidad Cafetera.

En el plano interno las actividades no fueron menos intensas. Estas se dirigieron, entre otras, a fortalecer los proyectos encaminados a conseguir el bienestar social del caficultor. Para lograr este objetivo el gremio continuó apalancando un importante monto de recursos con el apoyo de los gobierno nacional y regional, y la cooperación internacional y nacional.

En el último año, incluyendo los programas que cada Comité Departamental desarrolla, se ejecutaron recursos por más de \$196 mil millones, de los cuales el gremio aportó cerca del 30%. Las familias cafeteras y sus zonas de influencia han recibido este beneficio a través de programas de educación, capacitación, fortalecimiento gremial, infraestructura comunitaria, infraestructura domiciliaria, protección del medio ambiente, protección social y competitividad de la caficultura, entre otros.

Igualmente merecen especial mención todos los esfuerzos efectuados para la construcción de una cultura de administración del riesgo de precios. Todo con el fin de asegurar niveles de precios que permitan cubrir la estructura de costos de los productores y favorecer la sostenibilidad del FoNC en su operación comercial.

Por su parte, los resultados de los proyectos con valor agregado han sido contundentes. Así, mientras que en 2002 las exportaciones de la institucionalidad cafetera con valor agregado sobre el café verde estándar fueron del orden de 975.000 sacos de 60 kilos, para el 2006 esta cifra alcanzó los 1,56 millones de sacos, lo cual implica un incremento en el volumen de ventas en los últimos cinco años del 60%. Más contundente aún es el valor adicional generado, mientras que en el 2002 ascendió a US\$38 millones, en el último año fue de US\$66 millones, un crecimiento del 73% en el período.

De igual manera, conscientes de la función que desempeña la propiedad intelectual al servicio del desarrollo y el sostenimiento de la competitividad de los caficultores, la presente administración destinó en el 2006 gran parte de sus esfuerzos a la protección y el fortalecimiento de los activos de propiedad intelectual.

En el marco de estas acciones se dio continuidad a la estrategia de diferenciación y defensa del origen Colombia, a las actividades de capacitación, en temas de propiedad industrial y los derechos de autor. Adicionalmente se elaboraron nuevos manuales institucionales sobre temas específicos asociados con la propiedad intelectual y se consolidó el proceso de manejo estratégico de las marcas, con la ampliación del portafolio marcario a nuevas aplicaciones de la marca Juan Valdez® para diferentes puntos de precio y ocasiones de consumo.

Respecto al comportamiento de las variables cafeteras (ver Anexo 1), el balance durante 2006 fue el siguiente:

En el último año cosecha, Colombia fue el tercer productor mundial de café, con una participación del 10% en el volumen total, el tercer exportador mundial según por volumen con el 12% del total, y el segundo según el valor de las exportaciones, con el 15%.

La producción registrada alcanzó 12,08 millones de sacos, el 8,6% superior al 2005, de los cuales se exportaron 10.9 millones de sacos, un 0.7% superior al año anterior. Por su parte, el precio externo promedio de exportación fue de US\$ 1.16 por libra, 3% por encima del observado en 2005, en tanto que el precio interno de compra base fue de \$465.921 por carga, un 2% por encima del año anterior.

En cuanto al FoNC, se ha logrado su estabilidad financiera. Es así como su patrimonio, que venía disminuyendo, cambió su tendencia y se ha incrementado. En 2004 se recuperó a US\$ 404 millones, en 2005 ascendió a US\$ 448 y en 2006 millones pasó a US\$ 444.

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.

En cuanto a temas gremiales se destacan los excelentes resultados que arrojaron las elecciones cafeteras realizadas a lo largo y ancho del país en septiembre de 2006. En ellas se eligieron los miembros de 356 comités municipales y de 15 comités departamentales.

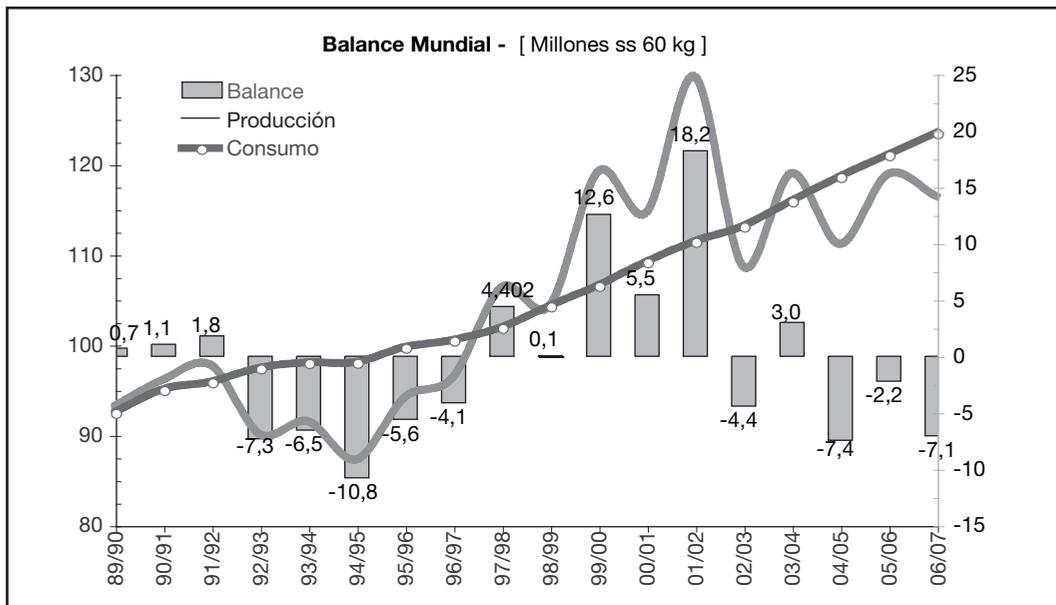
Las elecciones convocaron a 201.711 caficultores cedulados, un 24,6% más que en las elecciones de 2002, un hecho sin precedentes dentro del gremio cafetero, ya que se logró una participación del 64,6%, seis puntos porcentuales por encima de las elecciones registradas en el 2002 (58,9%).

EL PANORAMA EXTERNO 2006

1. Balance Mundial Cafetero

La comercialización de café en 2006 se efectuó sin grandes sobresaltos. Como en años anteriores, tres países productores explicaron en buena parte los llamados aspectos fundamentales del café. Por este motivo, lo sucedido en materia de producción y exportaciones en Brasil, Vietnam y Colombia tuvo gran relevancia en el comportamiento del mercado.

La Figura 1 muestra el comportamiento del Balance Mundial, con los valores de producción y consumo desde el año cafetero 1989/1990 hasta el año 2006/2007. Se puede observar cómo, después de un importante superávit en el año 2001/2002 se ha venido presentando un déficit a partir de 2002/2003, situación que ha dado soporte a los niveles actuales de precios.



Fuente: LMC 4to Trimestre 2006

Figura 1. Balance Mundial – Millones de sacos de 60 kg.
Años cafeteros 1989/1990 a 2006/2007

La producción mundial en el año 2006/2007 se estima en alrededor de 116 millones de sacos de 60 kilos. La disponibilidad de café en el primer semestre de 2006 disminuyó respecto al año anterior, consecuencia de un año cosecha 2005/2006 bajo en Brasil. En abril de 2006 comenzó la recolección de la cosecha 2006/2007 estimada en 42,5 millones de sacos por el gobierno de Brasil – CONAB.

Como consecuencia de los bajos niveles de precipitación en el segundo semestre de 2006, y por consiguiente del estrés hídrico de los cafetos, sumado a un ciclo de producción bienal bajo, el primer pronóstico de CONAB para la cosecha 2007/2008 fue entre 31,1 y 32,3 millones de sacos.

Por su parte, el volumen de producción en Vietnam se vio afectado por la sequía del primer semestre del 2005, lo que dio lugar a una limitada oferta de café robusta y consecuentemente a un incremento en las cotizaciones de este tipo de café. Con la entrada de la nueva cosecha a mediados de noviembre de 2006 el mercado espera una mejor situación de abastecimiento de robusta.

Colombia comenzó el año con una disminución en la producción y exportaciones con respecto a 2005. En mayo se observó un incremento en la cifra de producción con relación al año anterior, y posteriormente en los meses de agosto y septiembre se presentaron importantes volúmenes que compensaron lo ocurrido en meses anteriores.

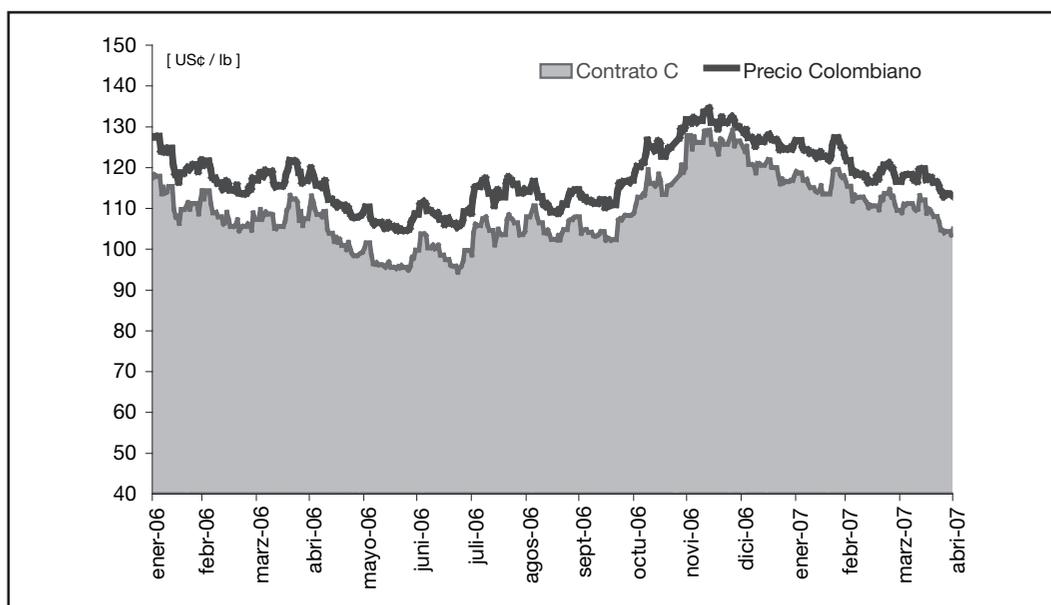
En relación con el consumo mundial de café, éste ha presentado un aumento constante en los últimos años. Para 2006 se estiman alrededor de los 116 millones de sacos, según cifras de la Organización Internacional del Café - OIC. El crecimiento se ha concentrado en los países productores, que en el 2006 alcanzaron un consumo de 31 millones de sacos.

2. Precio externo

El 2006 comenzó con un incremento importante de las cotizaciones de la Bolsa de Nueva York, soportadas en un déficit entre oferta y demanda como consecuencia de las bajas producciones en Brasil y Vietnam, traducidas en menores exportaciones y en una reducción de los inventarios. Así mismo, ante la debilidad del dólar en los mercados internacionales, los inversionistas buscaron inversiones más rentables. Para ello seleccionaron los mercados de bienes primarios apoyados en las buenas perspectivas de uso de materias primas en el mundo, y respaldadas por la demanda creciente de países como China e India.

Por este motivo, en el momento en que las perspectivas de rentabilidad de los bienes primarios bajaron, los Fondos se retiraron masivamente de éstos, dando lugar a un importante descenso en sus cotizaciones en el segundo semestre de 2006. El café no siguió el mismo comportamiento y los precios estuvieron soportados por la limitada disponibilidad de físico en el mercado.

Como se observa en la Figura 2, durante el 2006 el café colombiano sostuvo una prima promedio que al finalizar el año fue de 8,3 US¢/lb por encima de la cotización de la Bolsa de Nueva York, Contrato C (EX-DOCK). El indicador del precio OIC para todas las calidades pasó de 89,4 US¢/lb en 2005 a 94,2 US¢/lb en 2006. Por su parte, el precio externo promedio de exportación pasó de 112,1 US¢/lb a 115,8 US¢/lb FOB, un incremento del 3% con relación al año anterior.



Fuente: Bolsa NYBOT - OIC

Figura 2. Precio Colombiano - OIC y Contrato C Bolsa NY (US ¢ / lb) - 2006

3. Volumen y valor de exportación

Las exportaciones mundiales en el año 2006 aumentaron 4% respecto del 2005, al pasar de 87,2 millones de sacos a 91,8 millones. El mayor incremento correspondió al café arábica, con 7% más de volumen con relación a los 57,1 millones exportados el año inmediatamente anterior. Específicamente los embarques de otros suaves aumentaron en 12% durante el 2006. En el caso de los robustas, las exportaciones se mantuvieron sin cambios frente a los 30,1 millones de sacos embarcados en el 2005, Cuadro 1.

El valor de las exportaciones, obtenido del producto entre el volumen de embarques y los promedios de precios indicativos de la OIC para cada tipo de café, se incrementó 12% a US\$ 11.440 millones en el 2006 frente a los US\$ 10.214 millones de dólares del año anterior. Es de resaltar el marcado aumento en los cafés robustas de 33% hasta alcanzar los US\$ 2.655 millones, evento

sustentado por la limitada disponibilidad de físico que impulsó las cotizaciones de la bolsa de Londres.

Cuadro 1. Exportaciones mundiales de café¹

Exportador	Abr-05 Mar-06	Abr-06 Mar-07	Variación
Arábicas	57,07	61,01	7%
Suaves colombianos	12,00	12,02	0%
– Colombia	10,87	10,94	1%
Otros suaves	18,66	20,99	12%
– Seis países ²	11,61	12,82	10%
Brasil & Otras Arábicas	26,40	28,00	6%
Robustas	30,13	30,07	0%
– Vietnam	13,43	13,67	2%
– Brasil –Robustas	1,11	1,37	23%
Total	87,20	91,08	4%
– Brasil – Total	22,60	24,27	7%

Notas:

1 Fuente: OIC – Diciembre 2006

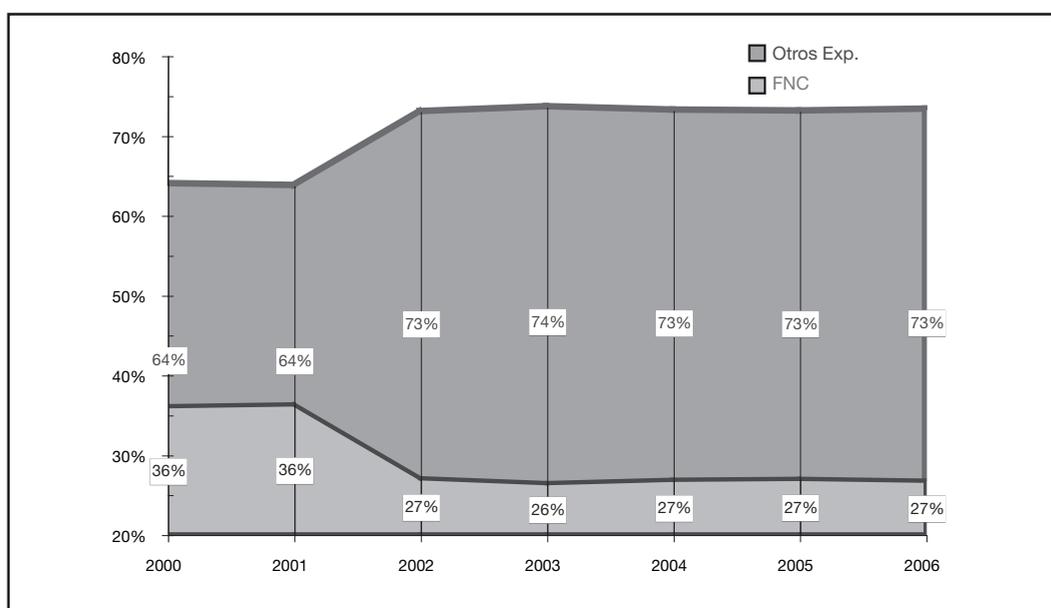
2 Seis países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México y Nicaragua.

Dos factores que sustentaron esta situación fueron: el primero, la pequeña cosecha en Brasil, cuyo bajo volumen hizo necesario el uso de inventarios de café de cosechas anteriores para poder mantener las exportaciones y el elevado consumo interno. En segundo lugar, Vietnam presentó una reducida cosecha, lo cual también redujo sustancialmente el ritmo de exportaciones.

3.1. Colombia

Las exportaciones de Café de Colombia en 2006 fueron de 10,95 millones de sacos de 60 kg, por un valor de US\$1.676 millones. En comparación con 2005, un aumento del 4% y 1% respectivamente.

De este volumen, en 2006 la Federación exportó 2,92 millones de sacos, el 27% del total, mientras que los otros exportadores embarcaron 8,02 millones de sacos, esto es el restante 73%, Figura 3.



Fuente: FNC

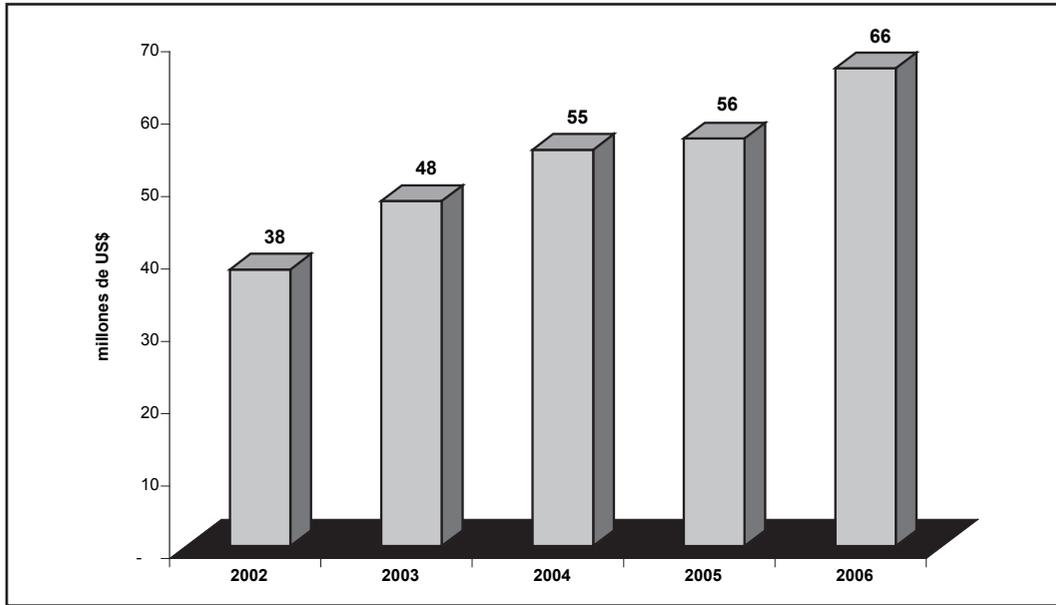
Figura 3. Exportaciones de Colombia: Fondo Nacional del Café y otros exportadores

En cuanto a los principales mercados para el Café de Colombia, estos fueron en su orden: Estados Unidos 35%; Japón 14%; Alemania 13%; Bélgica 6% y Canadá 5%, países que en conjunto adquirieron el 73%.

En 2006, Colombia contribuyó en el volumen total de exportaciones y el de producción mundial en un 12% y 10% 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 15% en valor.

4. Exportación de Café de Colombia con valor agregado

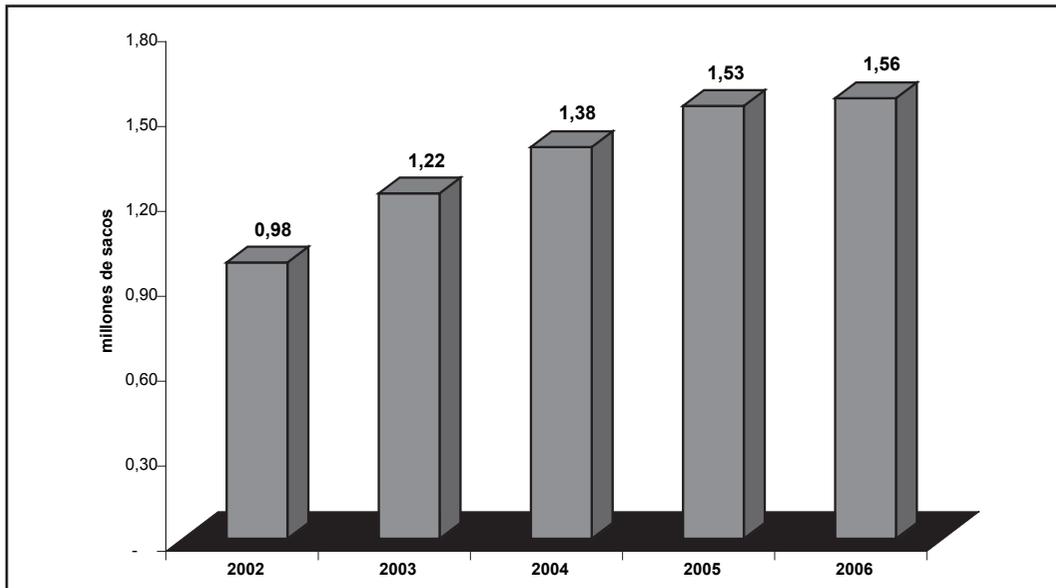
Desde 2002 las ventas de café colombiano con algún valor agregado han representado ingresos adicionales a los productores. Los cafés especiales, las ventas de la Fábrica de Café Liofilizado, las tiendas Juan Valdez en Colombia y en el exterior, y sus ventas de cafés tostados y molidos al canal institucional y a supermercados; los nuevos productos como Pods, extractos de café, bebidas colas de café, y las ventas con valor agregado en servicios han permitido aumentar las ventas de este tipo de productos de 975 mil sacos de 60 kilos en el 2002 a más de 1,56 millones de sacos durante el año 2006, un incremento en el volumen exportado del 60%. Esto quiere decir que más de la mitad de las exportaciones de café de la Federación se han hecho con alguna modalidad de valor agregado. Figura 4.



Fuente: FNC

Figura 4. Evolución del volumen exportado de café con valor agregado 2002 - 2006

El valor adicional generado, superior a lo que se habría obtenido al vender el café como verde estándar pasó de 38 millones de dólares en el 2002 a cerca de 66 millones de dólares en 2006, es decir, un crecimiento de 73%. Con respecto al año anterior implicó un aumento del 17%. Figura 5.



Fuente: FNC

Figura 5. Evolución del valor adicional del café con valor agregado 2002 - 2006

5. Diplomacia cafetera

La agenda cafetera internacional durante el 2006 continuó con el mismo dinamismo de años anteriores. Los principales resultados durante el período fueron los siguientes:

a. Organización Internacional del Café

Plan para retirar del mercado mundial las calidades inferiores

La OIC continuó trabajando por el mejoramiento de la calidad del café que llega al mercado a través de los instrumentos establecidos en la Resolución 402. Esta resolución ha sido implementada por 27 países exportadores, los cuales exportaron en 2006 cerca de 59 millones de sacos de café verde (89% Arábigo y 11% Robusta). Estas exportaciones representaron el 69% de las exportaciones mundiales del grano.

Del total exportado por los países que implementaron la resolución, 54,6 millones de sacos cumplieron con los estándares de calidad, esto es un nivel de cumplimiento de 92%, de los cuales cerca de 50 millones correspondieron a café Arábigo y 4,6 millones a café Robusta.¹

Promoción del consumo

La organización continuó trabajando en la promoción del consumo, especialmente a través de los programas encaminados a destacar los efectos positivos del café en la salud. En este contexto se desarrolló el programa Positivamente Café, a través del cual se difundió una cantidad significativa de información científica sobre los efectos positivos del consumo de esta bebida, a través de la página web www.positivelycoffee.org y a través de la publicación de múltiples folletos y revistas.

Adicionalmente se trabajó en la formulación de un proyecto piloto para la promoción del consumo doméstico de café en países productores con un alto potencial de mercado, como es el caso de India, Indonesia y México. Este proyecto será presentado al Fondo Común de Proyectos Básicos para su aprobación y financiación.

Negociaciones para un nuevo Acuerdo Internacional del Café

El artículo 52 del Acuerdo Internacional del Café establece que éste expirará en septiembre de 2007. Teniendo en cuenta dicha disposición, el Director Ejecutivo de la OIC propuso un plan de trabajo que fue aprobado por el Consejo Internacional del Café y que prevé la opción de renegociar totalmente el acuerdo

¹ OIC, Progress report on the implementation of the Coffee Quality Improvement Programme – May 2007.

actualmente vigente o la extensión del mismo, pero con algunas enmiendas.

Con este fin se creó en el seno de la OIC un grupo de trabajo dentro del cual Colombia, a través de la Federación de Cafeteros, ha jugado un papel de gran importancia como representante de los intereses de los caficultores colombianos y armonizando los intereses de los diferentes países tanto productores como consumidores.

Fue así como en julio de 2006, la Federación organizó una reunión en Nueva York para coordinar la posición de varios miembros de la OIC, con miras a la negociación. A esta reunión fueron invitados Brasil, Estados Unidos, El Salvador, Guatemala y Honduras.

Los acuerdos alcanzados en esa reunión permitieron llevar una posición conjunta a las reuniones de septiembre siguiente. Dicha posición tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- Reflexión constructiva sobre la OIC.
- Propuestas sobre aspectos asociados al proceso de toma de decisiones, votación y relevancia de algunos de los órganos subsidiarios de la OIC.
- Propuestas sobre nuevos temas que deberían ser abordados en la agenda de la organización.
- Propuestas sobre aspectos administrativos, planta de personal y sede.

Posterior a esta reunión las negociaciones han avanzado según el plan de trabajo establecido y se espera lograr un texto definitivo del Acuerdo en el segundo semestre de 2007.

b. Cooperación con países productores y consumidores

Estados Unidos

Colombia ha trabajado de la mano con la delegación de Estados Unidos ante la OIC con el fin de lograr un acercamiento entre dicho país y los países productores dentro de la OIC. Uno de los principales temas que se han visto beneficiados por la existencia de dicha cooperación es la renegociación del Acuerdo Internacional de Café, en la cual se han logrado promover ciertas modificaciones del Acuerdo de manera conjunta con Colombia y otros países productores.

Brasil

Durante los últimos años, el diálogo con Brasil ha sido franco. Ello ha permitido coincidir sobre la importancia de coordinar

los estimativos de pronósticos de cosecha para combatir la especulación de los mercados de futuros y de intercambiar información sobre diferentes programas nacionales de soporte de los precios internos, de manejo de existencias y de apoyo a los productores. Todos estos temas se han trabajado con un espíritu de coordinación y concertación para obtener mejores resultados y un impacto más definitivo en el mercado internacional y en las cotizaciones del grano.

Con Brasil también se acordó la celebración de reuniones de coordinación para las reuniones de la OIC. Esto es de gran relevancia toda vez que la manifestación de una posición conjunta por parte de los dos principales países productores incrementa la influencia de Colombia y Brasil dentro de la OIC y facilita el impulso de iniciativas de interés común.

Comunidad Andina

Se destaca la estrecha coordinación con los países productores de café de la Comunidad Andina para las negociaciones del TLC. Ecuador y Perú han apoyado las posiciones planteadas por Colombia, especialmente las que tienen que ver con las reglas de origen y el cronograma de desgravación para la cadena del café.

Igualmente, por solicitud de Colombia, se reactivó el Grupo Ad-hoc de café de la Comunidad Andina, en donde los países andinos apoyaron a Colombia en una iniciativa tendiente a modificar la resolución que establece los requisitos fitosanitarios para el café que se comercie entre los países de la CAN y para que el café que ingrese de terceros países sea desnaturalizado. Para ello se presentó el tema a la máxima instancia andina en materia sanitaria y fitosanitaria – COTASA y actualmente se encuentra en discusión.

c. Negociaciones comerciales

Negociaciones del TLC con los Estados Unidos

El 27 de febrero de 2006 se cerraron las negociaciones para un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. Durante los dos años que duró la negociación, la Federación participó activamente en los diferentes mecanismos de concertación que crearon el Gobierno y el sector privado. De esta manera, la Federación estuvo siempre presente en el llamado “Cuarto de al Lado”, en cada una de las rondas de negociación, así como en las sesiones de coordinación del sector privado tanto en la Sociedad de Agricultores de Colombia –SAC, como en la ANDI, a través del Consejo Gremial Ampliado para el TLC –CAT.

La manifestación de los intereses cafeteros en el TLC desde el principio de la negociación y la participación constructiva en el proceso le significaron al gremio cafetero resultados muy positivos en las áreas de acceso a mercados, reglas de origen, controles de calidad, contribución cafetera y protección del nombre Colombia para café.

El TLC le traerá grandes beneficios a los caficultores de Colombia. En primer lugar, certidumbre jurídica a las relaciones comerciales cafeteras de Colombia con los Estados Unidos, gracias a que se consolidará el acceso libre sin aranceles que actualmente tienen el café verde, tostado y soluble en el mercado americano. En segundo lugar, se preservan dos principios claves para la competitividad de la caficultura colombiana: la parafiscalidad cafetera y los controles de calidad al café de exportación.

Un segundo beneficio del TLC para los cafeteros es el incremento en el acceso a los mercados que estaban cerrados, como es el caso del mercado de compras públicas de café y el mercado de valor agregado.

Finalmente, con el TLC se logró un mecanismo de defensa del origen Colombia en el mercado de los Estados Unidos. Este mecanismo establece un grupo de trabajo que implementará instrumentos para proteger a los productores de café de Colombia y a sus consumidores en los Estados Unidos de prácticas asociadas al uso indebido de la denominación Colombia en cafés procesados que se comercialicen en ese mercado y cuyo contenido de grano colombiano sea mínimo o inexistente.

Con el TLC también se logró una norma de origen restrictiva que solamente permite el ingreso a Colombia con preferencia arancelaria, a aquel café tostado procedente de los Estados Unidos que sea elaborado con café originario de las partes que firmaron el Acuerdo. Igualmente, se otorgó un contingente cerrado de 150 toneladas de café tostado, lo que equivale a cerca de 2.100 sacos de verde (la producción de Colombia es de 12 millones de sacos), que no se incrementará durante la vida del acuerdo, para café tostado elaborado con café de la variedad Arábica no originaria (el mismo que produce Colombia) que venga de los Estados Unidos.

Negociación con Chile

Para las negociaciones tendientes a la suscripción de un Tratado de Libre Comercio entre Chile y Colombia, los gobiernos acordaron buscar una profundización del ya firmado Acuerdo

de Complementación Económica, ACE 024 y sus protocolos modificatorios.

En esta negociación la Federación de Cafeteros participó activamente, haciendo parte del Cuarto de al Lado, del Consejo Gremial Ampliado y del Comité de Comercio de la Sociedad de Agricultores de Colombia. Adicionalmente acompañó permanentemente a los negociadores colombianos, con el fin de consolidar dentro de la negociación los intereses del gremio cafetero.

La posición de la Federación se enfocó en tres temas prioritarios para el sector, los cuales se reflejaron en el texto final firmado el 27 de noviembre de 2006:

- En el caso de las restricciones a la exportación, se logró incluir en el texto del Tratado una reserva que le permite a Colombia continuar aplicando los controles de calidad al café con destino a la exportación. De esta forma el café no podrá exportarse si incumple con los estándares establecidos por el Comité Nacional de Cafeteros. Esta excepción permite consolidar las primas que por calidad paga actualmente el mercado internacional al grano colombiano.
- En lo referente a la contribución cafetera, quedó acordada una reserva donde se garantiza la posibilidad de continuar aplicándola en el momento de la exportación.
- Y por último, se redefinió la norma que protege el origen del café colombiano en el marco de ALADI para los solubles y extractos de café. En la nueva norma se hizo más exigente el valor de contenido regional en un nivel de 60%, adicional al cambio de capítulo arancelario. Además, se mantuvo la norma aplicable para la partida de café verde y tostado que se beneficiarán de las preferencias del Tratado. De esta forma, el café proveniente de cualquiera de las dos partes deberá ser “totalmente obtenido”.

Negociación con el Triángulo Norte de Centroamérica

Con el objetivo de fortalecer las relaciones comerciales que contribuyen a la complementariedad de las economías de Guatemala, El Salvador, Honduras y Colombia, y de aprovechar las oportunidades derivadas de una liberalización comercial, el gobierno nacional firmó, a finales de marzo de 2006, una Declaración Conjunta con estos gobiernos. Con esta declaración se iniciaron formalmente las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con los países del Triángulo Norte.

Por tal motivo, en vista de que el café juega un papel fundamental en las economías de los cuatro países, la Federación Nacional

de Cafeteros ha realizado un seguimiento exhaustivo durante todo el proceso de negociación, interactuando permanentemente con el equipo negociador colombiano. De igual forma, ha participado en todos los foros del sector privado. El propósito del acompañamiento ha sido el de salvaguardar los intereses de los caficultores, así como de preservar la institucionalidad cafetera y, por supuesto, mantener los estándares de calidad del café colombiano, con el fin de seguir posicionándolo como el mejor café del mundo.

d. Comité Empresarial Japón-Colombia del Keidanren

Durante el 2006 la Federación de Cafeteros realizó las gestiones para el desarrollo del 6° Encuentro del Comité Empresarial Japón-Colombia del Keidanren. Dicho encuentro se llevaría a cabo en Bogotá en abril de 2007 y contará con la representación del más alto nivel del empresariado de ambos países, con el fin de seguir avanzando en la profundización de la integración económica Japón Colombia.

e. Código Común para la Comunidad Cafetera (Iniciativa 4C)

Durante los últimos tres años un grupo importante de organizaciones cafeteras, tostadores y comercializadores, delegados de la sociedad civil y de organismos internacionales han venido trabajando en la elaboración de un código social, ambiental y económico que permita mejorar la sostenibilidad de toda la cadena del valor del café verde y especialmente la competitividad de los productores de café. El proyecto busca en primera instancia mejorar el bienestar de los productores y al mismo tiempo está encaminado a satisfacer a los consumidores, en la medida en que una proporción creciente de estos últimos desea productos de mayor calidad y el cumplimiento de normas sociales y ambientales a lo largo de la cadena de valor.

El proyecto busca que los productores mejoren su eficiencia productiva mediante la adopción de buenas prácticas agrícolas y de tecnologías limpias. Se trata de mejorar la calidad de vida de los productores y de los trabajadores, la calidad del producto y la calidad del medio ambiente. El sector de la industria y el comercio se ha comprometido a financiar la plataforma de apoyo a los productores y a invertir en la promoción del mercado de los cafés sostenibles. También se logró que la nueva Asociación acepte asumir los costos de verificación del sistema.

Entre innumerables actividades, se ha avanzado en el análisis comparativo de los estándares de las diversas iniciativas de sostenibilidad. La iniciativa 4C constituye una línea de base que prepara a los productores para cumplir con códigos más exigentes, como pueden ser los de 'Rainforest Alliance' y de Utz Kappeh.

Finalmente, cabe señalar que en el departamento de Santander se ha adelantando un proyecto piloto con el apoyo de la Fundación EFICO de Bélgica, de las autoridades flamencas y de la GTZ de Alemania para examinar la aplicabilidad de este código y los resultados hasta el momento son satisfactorios.

f. Café y Salud

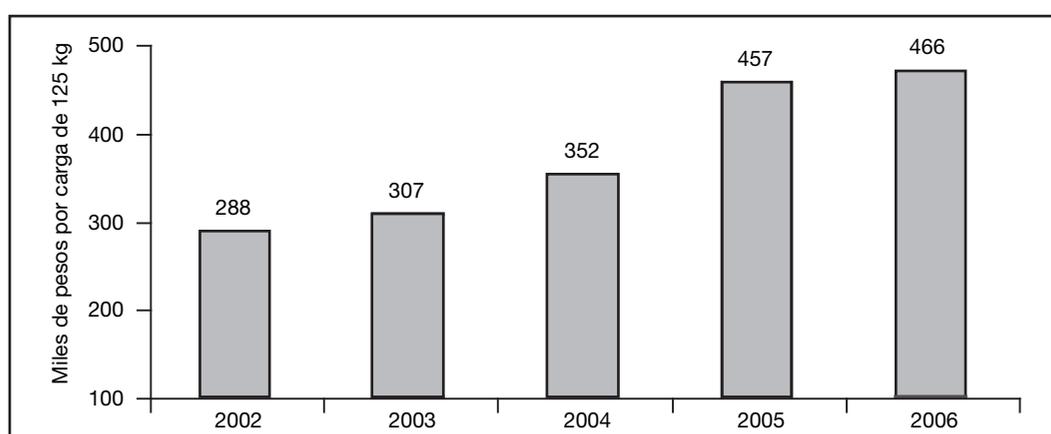
Durante los últimos años la institucionalidad cafetera ha trabajado intensamente en el tema de Café y Salud como una estrategia para eliminar los mitos infundados alrededor del consumo del café y fomentar el consumo mundial de esta bebida. Se han apoyado programas como el de la creación del Instituto de Café y Salud de la Universidad de Vanderbilt y el programa Café Positivo de la OIC.

A partir de 2002 se han intensificado estos esfuerzos y por eso la Federación ha participado en la organización de varios seminarios científicos del más alto nivel encaminados a difundir los resultados de estas importantes investigaciones. También se han asignado fondos para promover la investigación en el país.

EL PANORAMA INTERNO 2006

1. Precio pagado al productor

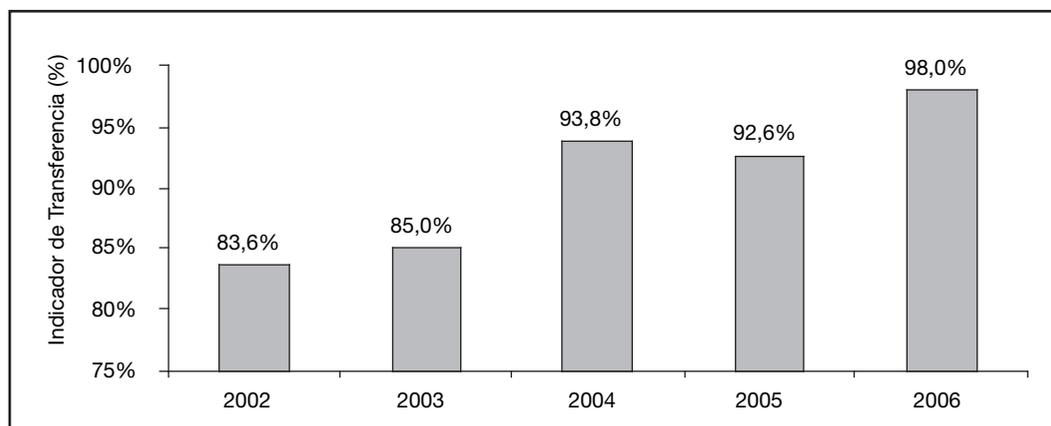
El promedio del precio interno base de compra de café, determinado como el promedio simple de los precios diarios publicados por la Federación, durante el último año se situó 2% por encima del observado en el 2005, al pasar de 456.649 a 465.940 \$/carga de 125 kilos en el 2006. Como se aprecia en la Figura 6, el precio interno ha presentado un comportamiento creciente entre el 2002 y el 2006, pasando de un promedio de \$288.498 por carga de 125 kilos en 2002 a \$465.940 en 2006, un crecimiento del 62%.



Fuente: FNC

Figura 6. Precio Interno Base de Compra (miles de pesos por carga de 125 kg).

Los esfuerzos de la Federación Nacional de Cafeteros por lograr una mayor transferencia del precio externo al caficultor han tenido buenos resultados. Es así como en 2006 el 98% del precio externo llegó al caficultor, gracias a una contribución cafetera más estable y el trabajo de la Federación por lograr una mayor competitividad del Fondo Nacional del Café en el mercado interno para la compra del café, Figura 7.



Fuente: FNC

Figura 7. Ingreso del caficultor como porcentaje del precio externo
Ingreso del caficultor / precio externo

2. Volumen y valor de la cosecha cafetera

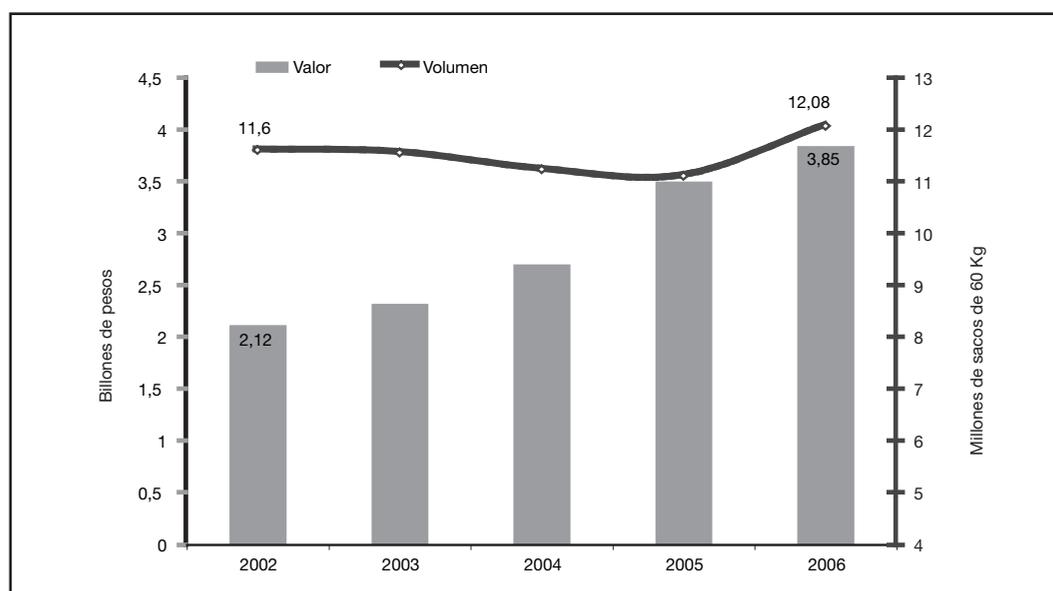
La producción de café en Colombia ha tenido un comportamiento positivo en los últimos años. El Cuadro 2 muestra el balance cafetero entre 2002 y 2006, en él se observa cómo los cafeteros colombianos pudieron sostener e inclusive incrementar ligeramente su producción durante los años de la crisis.

Cuadro 2. Colombia Balance. Cafetero 2002 - 2006

Año	2002	2003	2004	2005	2006
1. Prod. e Imp.	11,61	11,57	11,34	11,56	12,41
- Producción	11,61	11,57	11,24	11,12	12,08
- Importaciones (1)	0,00	0,00	0,10	0,45	0,33
2. Exp. y Cons.	11,58	11,53	11,51	12,09	12,16
- Exportaciones	10,27	10,29	10,26	10,87	10,95
- Consumo Interno	1,31	1,24	1,25	1,22	1,22
3. Balance	0,03	0,04	-0,17	-0,52	0,24
Producción (1) menos uso (2)					
4. Inv. Totales	1,88	2,04	1,99	1,41	1,49

Nota: (1) Fuente: DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC

La producción durante 2006 fue de 12,1 millones de sacos de 60 kg de café verde, un 9% superior al registrado el año previo. Por su parte, el valor de la cosecha fue de \$3,85 billones. El incremento respecto al valor de cosecha para los años 2004 y 2005 fue de 42% y de 10% respectivamente, Figura 8.



Fuente: FNC

Figura 8. Volumen y valor de la cosecha cafetera 2000 – 2005

3. Consumo interno e inventarios de café

El consumo interno en 2006 fue cercano a 1,22 millones de sacos, sin cambios frente al consumo de 2005. Las existencias de café en Colombia (bodegas, tránsito y puertos) a diciembre de 2006 eran del orden de 1,5 millones de sacos, ligeramente superiores a lo observado al finalizar 2005.

4. Labores y logros de la División de Gestión de Riesgo

El 2006 fue declarado el “año de la Gestión del Riesgo”. El reto ha sido la construcción de una cultura de administración del riesgo para el caficultor y las cooperativas de caficultores, diseñando e implementando mecanismos para:

1. Gestionar el riesgo de precios al caficultor, asegurándole niveles que le permitan cubrir su estructura de costos.
2. Generar política de riesgo en las Cooperativas de Caficultores con la implementación de herramientas para mejorar su gestión.
3. Favorecer la sostenibilidad del FoNC en su operación comercial.
4. Fomentar la cultura de Administración del Riesgo de Precios en los Comités Regionales de Comercialización.

En ese orden de ideas los siguientes son los resultados obtenidos por parte de la División de Gestión de Riesgo.

Ampliación del tiempo de fijación de precio y entrega del café y nuevos instrumentos para la protección del ingreso del caficultor

El 7 de febrero de 2006 se anunciaron a las Cooperativas de Caficultores las modificaciones a las Modalidades de Entrega y Sistema de Fijaciones del Precio de Compra del Fondo Nacional del Café, que ofrecen al caficultor la posibilidad de establecer el precio de venta de su café en un lapso que puede ser desde 12 meses antes hasta 2 meses después de la entrega del café. Lo anterior permite al caficultor gestionar el riesgo de precios mediante un portafolio de productos que se puede distribuir en el tiempo, incrementando las probabilidades de obtener niveles de precio que satisfagan sus expectativas. Ahora las nuevas alternativas que tienen los caficultores a través de las cooperativas son:

- Compras inmediatas: Precio fijo, precio piso y banda de precios (a un mes y dos meses)

- Compras futuras: Precio fijo, precio piso y banda de precios (desde un mes hasta doce meses).

Los caficultores vendieron a través de las nuevas modalidades 187.751 sacos de 70 kilos que representan un 10,4% de las compras totales del FoNC, cumpliendo con las expectativas de utilización.

Sistema de Administración del Riesgo de Precios para las Cooperativas de Caficultores “SARP”

Ante la necesidad de que las Cooperativas de Caficultores, como instrumento de la garantía de compra, sean viables económica y financieramente se diseñó el Sistema de Administración del Riesgo de Precio del Café “SARP”. Esta herramienta busca la adopción de métodos administrativos sanos y prácticas de mercado que las proteja de la exposición al riesgo de precio.

Con esta estrategia se logró que al finalizar 2006 todas las cooperativas contaran con una política de riesgo aprobada por su Consejo de Administración, así como también conocieran y manejaran una herramienta para la gestión del riesgo en su operación de café y para apoyar la toma de decisiones de su negocio.

Cobertura de precio del Contrato “C” de la Bolsa de Nueva York

En 2006 se continuó con la cobertura de precio por medio de operaciones con contratos de futuros a través del contrato “C” de Bolsa de Nueva York (NYBOT). Estas operaciones fueron para todo el café que negocia el Fondo Nacional del Café (FoNC) y generaron una compensación de cobertura del riesgo de precio de US\$ 6,5 millones.

Cobertura de tasa de cambio (COP/USD) con contrato de futuros de la Bolsa de Nueva York

Con el fin de gestionar el riesgo cambiario al que se encuentra expuesta la exportación de café verde fresco del FoNC, en 2006 la Federación Nacional de Cafeteros realizó operaciones de cobertura de tasa de cambio a través de contratos forward negociados con instituciones financieras en el país. Estas operaciones buscan asegurar, desde el momento en que se compra la materia prima, la tasa de cambio con la cual se va a recaudar el ingreso proveniente de la venta del café verde fresco resultante. La compensación de cobertura del riesgo cambiario fue de \$4.170 millones.

Para el 2007, en un trabajo conjunto de la Federación Nacional de Cafeteros y la Junta Directiva de la Bolsa de Nueva York-NYBOT, se pondrá en marcha el contrato para la negociación a futuro del peso colombiano. Este contrato de futuros permitirá cubrir del riesgo de las variaciones de la tasa de cambio con las siguientes ventajas sobre el forward: reducirá completamente el riesgo de contraparte, logrará una total transparencia en la formación del precio, estandarizará los términos del contrato, lo que se traducirá en una mayor liquidez en estos mercados regulados.

Curso E-learning en Administración del Riesgo Financiero en la comercialización de café

Este curso se desarrolló con el apoyo de la Fundación Manuel Mejía. El curso tuvo como objetivo que los comités regionales de comercialización, en particular las cooperativas de caficultores, adquieran conocimientos y metodologías para el manejo del riesgo y se conviertan en replicadores de la enseñanza del manejo del riesgo a los caficultores. Este curso contiene los siguientes módulos:

- Conceptos Generales
- Administración del Riesgo para el FoNC
- Administración del Riesgo para las Cooperativas
- Administración del Riesgo para el Caficultor

El primer curso entró en emisión el 13 de noviembre de 2006 con 136 alumnos inscritos: los miembros de Comités de Comercialización y 101 funcionarios de Cooperativas.

5. Relación con las autoridades

Teniendo en cuenta que la colaboración entre el gremio y el Estado es indispensable para alcanzar los objetivos de desarrollo, progreso y bienestar social de los cafeteros, la Federación de Cafeteros ha construido una estrecha y constructiva relación de cooperación y trabajo conjunto con las autoridades en el orden nacional y territorial, así como en todas las ramas del poder público.

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

En cuanto a los avances del Plan de Apoyo a la Caficultura, así como los nuevos convenios, es importante destacar los siguientes aspectos:

a. Contrato de administración del Fondo del Café

En julio de 2006 el gobierno nacional y la Federación Nacional de Cafeteros prorrogaron el contrato de administración del Fondo Nacional del Café (FoNC). Esta renovación por 10 años constituye una clara validación del Gobierno a la gestión del gremio cafetero.

Este es el décimo contrato firmado en la historia para la administración del FoNC, creado en 1940. Su objetivo es el manejo y la concertación de la política cafetera, la garantía de compra y comercialización del grano y el mejoramiento de la calidad de vida de las más de 500 mil familias cafeteras del país. La decisión del gobierno nacional reafirma el carácter legítimo de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en su condición de vocera y representante de los cafeteros de Colombia.

b. Contribución cafetera

Fenómenos como la revaluación y los bajos precios internacionales presentados en parte del período afectaron negativamente los niveles de recaudo efectivo del FoNC.

Ante esta coyuntura y con el fin de seguir prestando los múltiples servicios a los caficultores, el Congreso de la República, por iniciativa de las Comisiones Terceras, aprobó las normas correspondientes al Presupuesto Nacional para el 2006 y 2007, las cuales extendieron la vigencia de la contribución, lo que permitió continuar con la política de saneamiento del Fondo Nacional del Café y la estabilización del ingreso del caficultor. Esta contribución permite cumplir con los criterios de estabilidad, previsibilidad y bajo nivel recomendados por la Comisión de Ajuste en su informe de 2002.

c. Convenio para la Cobertura de Riesgo de Precio del Caficultor

Considerando que las probabilidades de ejecutar los recursos de AGC para el 2005 eran muy bajas, la Federación y el Ministerio de Agricultura acordaron la implementación de un convenio de coberturas para el caficultor. Gracias a dicho convenio se

podieron mantener durante 2006 un total \$39.000 millones del presupuesto de AGC de 2005.

Así mismo, en agosto de 2006 el Comité Administrativo del Convenio aprobó el reglamento operativo de éste en la modalidad de “Cobertura de Riesgo de Precio del Caficultor”.

El apalancamiento en los derivados financieros genera la posibilidad de multiplicar los recursos para la estabilización del precio interno ante una caída en las cotizaciones internacionales. Adicionalmente, se establece una cultura de gestión de riesgo al permitirle al caficultor entender y aprovechar los beneficios de los programas de cobertura. Este proceso puede ser la transición hacia el desarrollo de mecanismos de protección similares para otros productos agrícolas y la creación de una Bolsa de Futuros y Opciones para el café y otros productos agrícolas en el país.

d. Convenio ICA – Federación Nacional de Cafeteros

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y su operador logístico de comercio exterior, los Almacenes Generales de Depósito (Almacafé), continuaron su trabajo conjunto con el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) para apoyar a este último en el control fitosanitario a las importaciones de café.

El objeto central del convenio es el de proteger la sanidad vegetal de la caficultura colombiana. Para la ejecución del acuerdo, se creó un Comité Coordinador, integrado por el Coordinador del Grupo de Prevención de Riesgos Fitosanitarios del ICA y el Gerente Técnico de la Federación o su delegado, quienes se encargarán de proponer acciones para garantizar la sanidad vegetal del café importado.

e. Crédito BID, modelos innovadores de intervención para el sector cafetero

Esta operación tiene como propósito contribuir a mejorar la competitividad de la caficultura a través de la adopción de modelos innovadores de intervención que faciliten el acceso de la población joven a factores productivos, promoviendo de esta forma el relevo generacional. En este sentido y con el activo acompañamiento de los comités departamentales, el Proyecto crea mecanismos que permiten el acceso de los jóvenes a la tierra, el capital y la tecnología necesarios para llevar a cabo de manera óptima la actividad cafetera, mediante el desarrollo de capacidades empresariales en jóvenes asociados.

Una vez se finalizó la preparación del Proyecto y el directorio del BID aprobó sus objetivos, componentes y alcance, durante el primer semestre del 2006 se llevó a cabo la negociación con las entidades participantes y se elaboraron los respectivos contratos. Una vez definido este marco, el 11 de julio de 2006 se firmó el crédito con el Banco Interamericano de Desarrollo - BID. A partir de esta fecha se continuó con el cumplimiento de las condiciones necesarias para el primer desembolso.

Se espera durante el año 2007 captar los recursos adicionales necesarios para la ejecución del Proyecto. Estos recursos permitirían la constitución de cerca de 40 Unidades Empresariales Cafeteras, vinculando aproximadamente 250 jóvenes y sus familias.

f. Programa de Ampliación de la Protección Social en Salud

Con el Acuerdo número 262 del Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud, se fijaron los criterios de distribución de los recursos del FOSYGA para la ampliación de cobertura del régimen subsidiado. Es así como con este programa, en conjunto con el Ministerio de la Protección Social y las administraciones departamentales y municipales, se han afiliado cerca de 110 mil caficultores en 322 municipios cafeteros del país en los últimos dos años.

Una descripción más detallada de los progresos de esta iniciativa se encuentra en la sección Programas de Inversión para el Bienestar del Caficultor.

g. Convenio INVÍAS

La FNC e INVÍAS efectuaron en 2006 un convenio por valor total de \$43 mil millones con el fin de mejorar el estado de las vías de la Red Terciaria a cargo del Instituto, en los municipios cafeteros de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Caquetá, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle del Cauca.

h. Programa de Seguridad Alimentaria

Durante el año 2005 y 2006 la institucionalidad cafetera continuó gestionando recursos y buscando alianzas con entidades gubernamentales y privadas, con el fin de aportar a la seguridad alimentaria y nutricional de la población colombiana. Fue así

como durante el año 2006 se ejecutaron programas por un valor total de \$20.467 millones que beneficiaron a 73.594 familias, que sumadas a las 246 mil familias que han participado entre el 2002 y 2005, representan más de 319.000 vinculadas al programa y una ejecución superior a los \$100.000 millones.

i. Segundo Encuentro de Caficultores de la Costa Atlántica

En abril de 2006, con el fin de darle continuidad al plan de acción definido en 2005 en el primer Encuentro de Caficultores de la Costa Atlántica, se llevó a cabo el II Encuentro.

Uno de los propósitos fue el de discutir las cuatro propuestas de la “Declaración de Valledupar 2005”, que tienen que ver con la reducción de la edad promedio de la caficultura de la costa atlántica, el impulso de programas de cafés especiales, el mejoramiento de la calidad de vida (salud, educación y saneamiento básico) y el mejoramiento de la red vial cafetera, especialmente de las vías terciarias.

Adicionalmente, el encuentro buscó destacar la caficultura de la costa norte como una zona que produce uno de los granos de más alta calidad en el país, particularmente dentro del renglón de los cafés orgánicos y especiales.

j. Acceso a Internet para todos los cafeteros - Aula virtual para caficultores

En agosto de 2006 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Ministerio de Comunicaciones iniciaron un programa conjunto para ofrecerles acceso a Internet y educación virtual a todos los caficultores del país en los próximos años.

El proyecto aprovechará la infraestructura del programa Compartel del Ministerio de Comunicaciones, y se espera que inicie con una prueba piloto con 2.700 caficultores de 45 municipios en todos los comités departamentales de cafeteros del país. Estos cafeteros tendrán acceso a los telecentros que tiene Compartel en todo el país con más de 7.500 computadores conectados a Internet. Con el ingreso de los cafeteros al programa de Compartel se optimizará el uso de los 1.490 telecentros del país.

Los técnicos del Servicio de Extensión serán los encargados de coordinar y ejecutar los programas de educación virtual que ahora comienzan como un plan piloto y que se masificará en pocos

años, cuando se espera contar con un aula virtual cafetera en cada uno de los más de 500 municipios productores.

6. Atención a los agricultores

El Servicio de Extensión dio respuesta a las necesidades de los caficultores. Fue así como efectuaron 148.544 visitas a fincas y atendieron 187.842 visitas en las oficinas de los Comités, es decir, un total de 336.386 contactos con caficultores que utilizaron métodos individuales. Por su parte, mediante la utilización de métodos grupales se realizaron 24.975 eventos que reunieron a 550.898 cafeteros.

En actividades de tipo Masivo (programas de radio, televisión, periódico, circulares, foros, conferencias virtuales, impresos, vallas) se realizaron 884 actividades.

Así mismo, con el objetivo de alcanzar una caficultura rentable y sostenible, el Servicio de Extensión dedicó su tiempo durante el 2006 a la ejecución de programas de carácter nacional como:

a. Segunda Cumbre Nacional de Extensión e Investigación

Por segunda vez en los últimos tres años se reunió el Servicio de Extensión de la Federación Nacional de Cafeteros y Cenicafé para deliberar y encontrar caminos de desempeño a la luz de los cambios en la institucionalidad cafetera.

Asistieron los extensionistas de cada uno de los comités departamentales de cafeteros del país y los territorios nacionales, todo el personal de la Gerencia Técnica, una delegación de investigadores de Cenicafé y algunos docentes de la Fundación Manuel Mejía, así como el Gerente General, algunos asesores de la Gerencia General y los directores ejecutivos de la mayoría de los comités departamentales de cafeteros del país. En total asistieron 1.032 personas.

Como gran logro de la cumbre se destaca el haber contextualizado al Servicio de Extensión y a la investigación dentro del Plan Estratégico, al presentar su verdadero rol en una Federación de Cafeteros renovada. Además, se revisó el estado ideal de la interacción al interior del circuito del conocimiento cafetero, es decir, del Servicio de Extensión (SE), la Fundación Manuel Mejía (FMM), Cenicafé y los caficultores.

Sin duda uno de los logros más importantes fue el fortalecimiento de la unidad, credibilidad y pertenencia de los colaboradores del

Servicio de Extensión a la institución, ya que fueron partícipes en la toma de decisiones que compete a su quehacer y desempeño de sus funciones. Además, entre otras actividades, se abordó el tema de Pertenencia y Participación Gremial en preparación para las elecciones cafeteras de septiembre de 2006.

b. Competitividad de la caficultura

La renovación de cafetales sigue siendo labor prioritaria dentro de las actividades de extensión dada su importancia para mantener una caficultura joven y competitiva. Por este motivo, entre 1998 y 2005 se renovaron con incentivo más de 400.000 hectáreas. Fue así como el Comité Nacional de Cafeteros decidió mantener un programa de Incentivo a la Renovación, mediante la entrega de fertilizante o colinos de café, para motivar la participación de aquellos agricultores que no habían participado en el programa. En el 2006 se ejecutaron \$22.526 millones que fueron destinados a la renovación de 37.062 mil hectáreas en 20 departamentos.

Además, de acuerdo con la información suministrada por los comités departamentales, sin incentivo se renovaron 15.748 hectáreas. Es decir, que en labores de aplicación se completaron 52.810 hectáreas renovadas durante 2006.

c. Café y maíz

Desde la firma del convenio Fenalce - Federación de Cafeteros en 2002 a la fecha se han sembrado 169.000 hectáreas en maíz asociado a café o en áreas de monocultivo en zona cafetera, de las cuales 48 mil se sembraron en 2006, Cuadro 3.

Fruto del convenio firmado entre Fenalce, el CIMMYT y la Federación de Cafeteros-Cenicafé, se han desarrollado híbridos blancos para zona cafetera. En 2006 se empezó a distribuir semilla comercial del híbrido blanco FNC 3056, el cual tiene productividades por encima de las ocho toneladas por hectárea. Este es el primer híbrido de maíz investigado en la zona cafetera para los caficultores colombianos. La investigación para los híbridos amarillos está en camino y el convenio firmado con Fenalce y el Cimmyt le apuntan a ese objetivo.

La producción de bioetanol en los Estados Unidos a partir del maíz ha ocasionado un alza de precios para maíz amarillo y blanco en Colombia, mejorando las perspectivas futuras de este cereal para la zona cafetera.

Cuadro 3. Programa Café y Maíz 2003 – 2006

Departamento	2003	2004	2005	2006	Total 2003 - 2006
Antioquia	8.176	6.000	7.718	4.854	8.018
Boyacá	241	350	916	332	26.748
Caldas	5.401	4.000	3.264	2.316	1.839
Cauca	2.000	2.500	3.124	3.417	14.981
Cesar - Guajira	287	5.578	3.947	2.502	11.041
Cundinamarca	605	2.000	2.194	2.943	12.314
Huila	1.502	2.386	8.565	5.841	7.742
Magdalena	133	205	370	600	18.294
Nariño	714	1.000	1.200	1.722	1.308
Norte de Santander	500	800	3.408	4.950	4.636
Quindío	990	743	1.131	1.026	9.658
Risaralda	2.044	1.282	2.217	1.922	3.890
Santander	3.357	3.500	5.079	4.751	7.465
Tolima	2.926	4.620	5.580	3.806	16.687
Valle del Cauca	1.135	2.850	2.962	5.900	16.932
Territorios	-	300	1.154	1.199	12.847
Totales	30.011	38.114	52.829	48.081	169.035

Fuente: FNC

d. Café y frijol

En el 2006 las siembras de frijol fueron de 22.515 hectáreas. Esta área, sumada a las cerca de 20.000 hectáreas de frijol sembradas en 2005 y las 7000 de 2004, alcanza un total de 49.191 hectáreas durante los últimos tres años.

e. Programas de acceso al crédito

Al terminar 2006 el programa PRAN Cafetero 1257 y 931/01 legalizó 58.903 pagarés. Lo que representó un valor de compra por parte de Finagro de \$38.405 millones.

Por otra parte, los resultados del Programa de Alivio a 31 de diciembre de 2006, Decreto, 2795/04, indicaron que se legalizaron 2.740 pagarés por un valor de compra de \$14.744 millones.

De cartera A y B fueron comprados 2.215 pagarés por valor de \$12.530 millones; y de cartera C, D y E fueron comprados 525 por valor de \$2.213 millones.

De Fogacafé, a nivel nacional, a 31 de diciembre de 2006 se desembolsaron 20.763 créditos por valor de \$44.086 millones y se expidieron 19.950 certificados de garantía por valor de \$14.607 millones.

f. Cenicafé

En total, durante el año se condujeron 331 investigaciones, entre las que se destacan los siguientes campos de acción:

- Productividad Agronómica
- Viabilidad Económica
- Calidad y Cafés Especiales
- Sostenibilidad Ambiental
- Conocimiento Estratégico
- Sistemas de Producción Complementarios

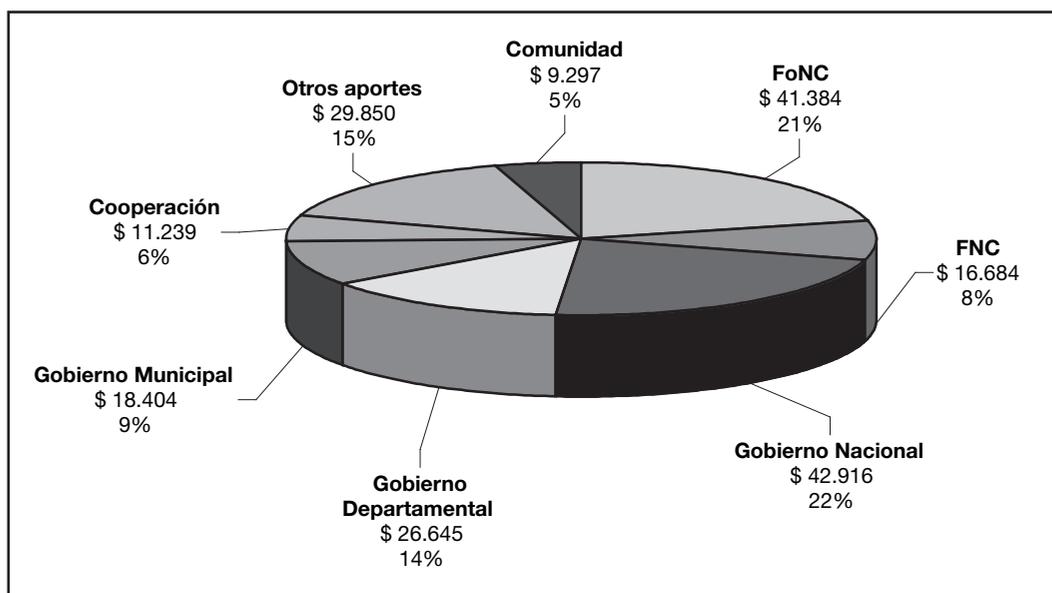
Se destacan los avances en el desarrollo del Convenio de Cooperación Técnica y Científica entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Federación Nacional de Cafeteros. En tal sentido, se realizaron las investigaciones aprobadas en el Plan Operativo del Proyecto titulado “Iniciativa para el Estudio del Genoma del café, de la Broca y de su Agente Controlador *Beauveria bassiana*”.

En cuanto a la labor de Divulgación y Transferencia de Tecnología, durante el año 2006 se atendieron 5.811 visitantes en la sede principal en Chinchiná, en 224 actividades de transferencia. Se destaca especialmente la visita de caficultores, dirigentes y extensionistas de los distintos departamentos. En las subestaciones experimentales se atendieron 6.785 visitantes en giras técnicas principalmente de caficultores y empleados del Servicio de Extensión. Se publicaron tres números de la *Revista Cenicafé* con un total de 18 artículos científicos. Los *Boletines Técnicos* 28 y 29 “Cultivo de hongos medicinales en residuos agrícolas de la zona cafetera” y “Tratamiento anaerobio de las aguas mieles del café”, 10 *Avances Técnicos*: 340 al 349 y un libro “Cómo obtener ingresos adicionales en cafetales renovados”. Se distribuyeron 143.866 ejemplares de la publicación *Avances Técnicos*, 8.306 de la *Revista Cenicafé*, 5.519 de *Boletines Técnicos* y 578 ejemplares del *Anuario Meteorológico*. Se registraron 403.381 consultas al portal www.cenicafé.org, se llevaron a cabo 28 cursos de capacitación y 24 días de campo y el Centro de Documentación registró 5.352 consultas a través del portal de internet. Se entregó un nuevo curso de e-learning “Sistemas de producción y administración de cafetales” a la Fundación Manuel Mejía para la capacitación del Servicio de Extensión con el cual se comienza la etapa de capacitación tecnológica o Nivel 2 del Programa de capacitación e-learning.

7. Programas de Inversión para el Bienestar del Caficultor

Con el objetivo de elevar las condiciones de vida de la población cafetera y contar con caficultores educados y trabajadores capacitados, se ha continuado con el desarrollo de los programas de inversión social en todos los departamentos cafeteros. Gracias al apalancamiento de recursos externos, el gremio ha contado con el apoyo de los gobiernos nacional y regional, los recursos de Cooperación Internacional y Nacional, y de la misma comunidad para el cumplimiento de dichos objetivos.

Respecto al último año, la inversión social aumentó 22%, lo que representó una ejecución de recursos por más de \$196 mil millones, de los cuales el gremio aportó cerca del 30%. Los recursos restantes provinieron de otras fuentes, tal como se evidencia en la Figura 9. Es así que, gracias a la confianza de otros aportantes, continúa la consolidación de nuestra capacidad institucional por medio de la ejecución de proyectos y servicios.

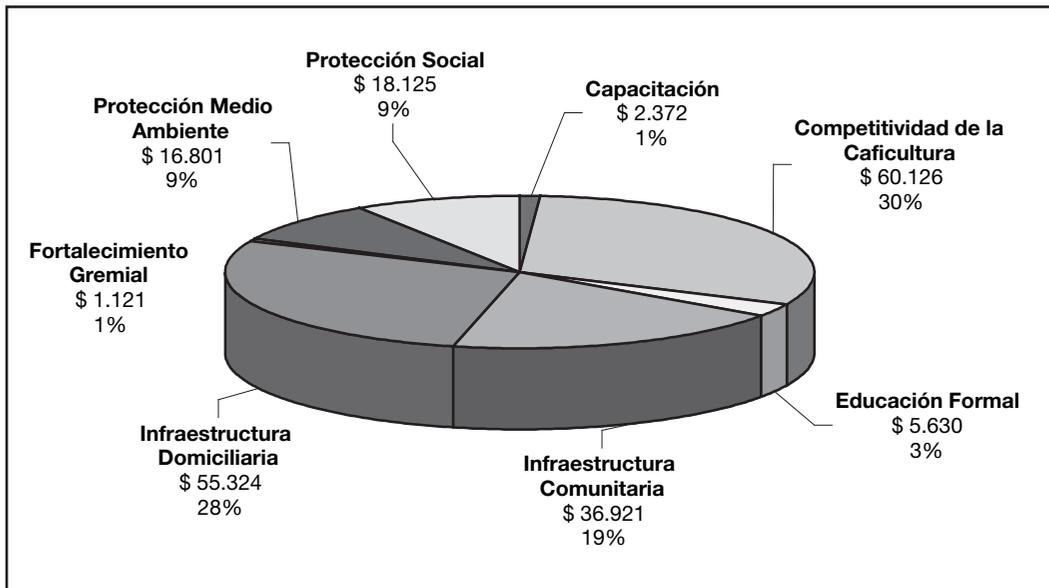


Fuente: FNC

Figura 9. Ejecución de Programas de Inversión Social Comités Departamentales 2006, según cofinanciador

Estos recursos han estado dirigidos a programas de inversión que buscan el bienestar integral de los caficultores y sus familias. Como se aprecia en la Figura 10, existe una amplia diversidad de proyectos y/o programas dirigidos a cubrir buena parte de las necesidades de los productores cafeteros. Desde el programa de competitividad de la caficultura, al de infraestructura

comunitaria, que demandaron el 30% y 19% de los recursos, respectivamente, pasando por los programas de educación, protección al medio ambiente, protección social, fortalecimiento gremial y capacitación.



Fuente: FNC

Figura 10. Ejecución de Programas de Inversión Social Comités Departamentales, según categoría

a. Programa Protección Social en Salud

A partir del 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 la ampliación de la cobertura del régimen subsidiado de salud. Es así como con este programa se han afiliado cerca de 110 mil caficultores en 322 municipios cafeteros del país en los últimos dos años.

En tal sentido, a los 74.074 convenios suscritos hasta 2005, en 2006 se firmaron nuevos convenios para 35.374 caficultores en los departamentos de Caldas, Caquetá, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca.

De los \$17.942 millones asignados al programa en compañía del gobierno nacional y las respectivas gobernaciones departamentales, el Fosyga aportó el 67,5%, la Federación Nacional de Cafeteros otro 20% y las entidades territoriales el restante 12,5%. En total, en 2006 la Federación aportó \$5.376 millones, Cuadro 4.

Cuadro 4. Número de municipios y beneficiarios por departamento

Departamento	Municipios	No. Beneficiarios Acumulados 2006	Aporte Federación	Aporte Fosyga	Aporte Dptos / Mpios	Total Aportes 2006
Antioquia	25	15.123	934	1.924	408	3.266
Boyacá	11	1.067	44	62	15	121
Caldas	25	34.094	1.427	3.648	725	5.800
Caquetá	3	326	6	10	2	19
Cauca	24	7.072	422	853	182	1.457
Cesar	4	1.184	73	99	25	196
Cundinamarca	33	6.302	266	378	92	737
Guajira	1	200	1	3	1	4
Huila	34	7.271	309	439	107	856
Magdalena	4	925	34	49	12	95
Nariño	9	1.505	89	148	34	270
Norte de Santander	11	2.100	147	249	57	453
Quindío	12	1.942	157	209	52	419
Risaralda	10	5.668	319	439	108	867
Santander	63	4.429	270	567	120	957
Tolima	17	11.134	470	668	163	1.301
Valle	36	9.106	408	575	140	1.123
Total general	322	109.448	5.376	10.323	2.243	17.942

Fuente: FNC

b. Programa de Seguridad Alimentaria (RESA)

Para darle continuidad al convenio de cooperación celebrado entre la Red de Solidaridad Social y la Federación de Cafeteros, en 2006 se ejecutaron 15 proyectos que beneficiaron a más de 73.500 pequeños caficultores y a 23.529 escolares. Como cofinanciadores participaron ocho gobernaciones y 314 municipios. En total, durante 2006 se invirtieron \$20.467 millones, lo que implica una inversión total cercana a los \$100 mil millones en los últimos cuatro años.

El objetivo principal ha sido el de 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.

Las compras de los insumos que se entregan a los beneficiarios de los proyectos se realizaron a través de la Bolsa Nacional Agropecuaria. Se realizaron compras por más de \$8.400 millones, con un ahorro aproximado de \$743 millones.

c. Convenios de cooperación y asistencia técnica**• Programa Cafés Especiales USAID - Convenio 011/2003**

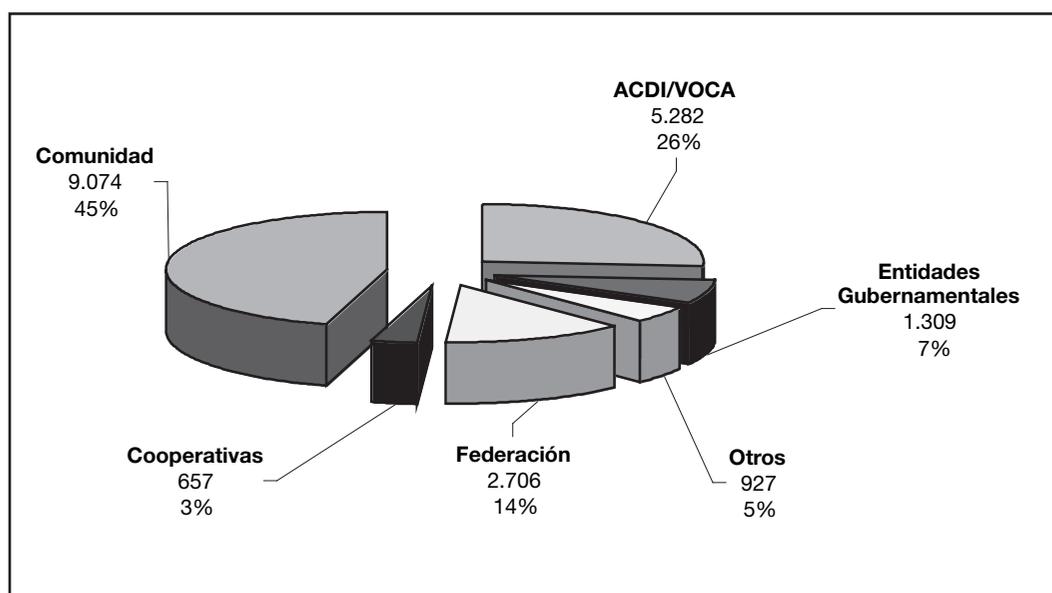
Con recursos externos provenientes de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID; la organización ACDI/VOCA, la Asociación Americana de Cafés Especiales

(SCAA), su Instituto de la Calidad del Café (CQI) y la Federación Nacional de Cafeteros continuó la ejecución del Programa Cafés Especiales - USAID.

El objetivo del convenio 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”.

El programa, ejecutado por los comités departamentales de cafeteros con la coordinación de la Gerencia Técnica, se adelanta con cerca de 4.592 familias cafeteras de 34 municipios en los departamentos de Caldas, Cauca, Huila, Nariño, y Tolima. Los caficultores participaron en programas de Renovación de Cafetales, Infraestructura de Beneficio, Seguridad Alimentaria y Mejoramiento de la Calidad.

El valor de los recursos asignados fue 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 finca por la mano de obra de los productores y el aporte en materiales propios. Durante la ejecución del convenio entre 2003 y 2006 se vincularon otros cooperantes para una inversión total de \$19.955 millones, Figura 11.



Fuente: FNC

Figura 11. Distribución de recursos 2003 - 2006 (millones de \$)

• **Programa Sembradores de Paz II**

Con un aporte de la Agencia Española de Cooperación Internacional por 3.3 millones de Euros y 200 mil de la Fundación Humanismo y

Democracia, el Programa Desarrollo Sostenible en el ámbito rural colombiano - Sembradores de Paz II da continuidad y aumenta cobertura al Programa Sembradores de Paz I. En esta fase I se llevaron a cabo acciones para promover la estabilidad, el arraigo y la convivencia pacífica de la población campesina e indígena de las poblaciones rurales en cinco departamentos: Antioquia, Cauca, Magdalena, Nariño, Valle del Cauca y Caldas.

El proyecto se encuentra en ejecución y se desarrolla mediante la implementación de tres objetivos específicos:

1. Mejorar el nivel educativo de la población rural
2. Mejorar las condiciones habitacionales
3. Aumento del nivel de ingresos

En 2006, 18.789 habitantes de las zonas rurales cafeteras se beneficiaron con este programa, en las cuales se invirtieron \$2.624 millones.

- **Programas Forestales “Río Magdalena – KfW y Silvicultura como Alternativa de Producción en la Zona Cafetera”**

El Programa se desarrolla dentro de un Convenio de Cooperación bilateral entre los gobiernos de Alemania y Colombia. Tiene 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.

Al finalizar 2006 durante todo el transcurso del proyecto se habían intervenido 12.150 hectáreas de bosques naturales, enriquecido y conservado 4.050 hectáreas de bosques degradados, adicional de la reforestación de 11.499 hectáreas y el establecimiento de 2.400 hectáreas de sistemas agroforestales (café con sombra). A la fecha, el Programa ha vinculado 3.517 agricultores, con quienes se han intervenido 8.307 lotes y se han entregado \$19.959 millones.

En cuanto a los resultados del Programa de Silvicultura, el cual pretende reforzar las acciones del Programa Forestal Río Magdalena, durante 2006 se intervinieron 1.955 hectáreas, de las cuales 1.346 hectáreas se dedicaron a plantaciones forestales y 324 hectáreas de sistemas agroforestales.

Con estas áreas, el total intervenido por todo el proyecto al finalizar el año 2006 era de 34.125 hectáreas, ampliando la cobertura del Programa a los departamentos de Antioquia, Risaralda y Cauca, que unidos a Santander, Caldas, Tolima, Huila y Cundinamarca, complementan ocho departamentos cafeteros beneficiados y 3.976 familias vinculadas al Programa.

- **Gremio Cafetero Promotor de Convivencia**

El programa tiene como objetivo permitir que los caficultores se constituyan en dinamizadores del programa de capacitación Promotores de Convivencia, involucrando su infraestructura física y humana y siguiendo la pedagogía planteada por la Oficina del Alto Comisionado para la Paz.

En la primera fase, las labores de Federación permitieron sensibilizar a la comunidad cafetera en resolución pacífica de conflictos. Fue así como entre julio de 2004 y mayo de 2005, se capacitaron 100.000 miembros de la comunidad cafetera. La segunda fase, que arrancó en junio de 2005 y hasta abril del 2006, formó 85.000 promotores de convivencia adicionales. Lo que quiere decir que la Federación contribuyó a la meta nacional con más de 185.000 miembros de la comunidad cafetera capacitados. En total, durante el transcurso del proyecto se han ejecutado recursos por \$684 millones, de los cuales el 51,6% fueron aportados por Fonade.

- **Mejoramiento condiciones de habitabilidad**

Acción Social y la Federación firmaron en 2005 un acuerdo para mejorar las condiciones de habitabilidad de los pequeños agricultores vinculados exitosamente al Programa de Seguridad Alimentaria - RESA. El proyecto tiene un valor de 20.000 millones de pesos, de los cuales la Red aportó \$10.000 millones y la Federación gestionó una suma igual.

Al finalizar 2006 se habían ejecutado un total de \$12.641 millones y mejorado las condiciones de habitabilidad de 7.040 viviendas en 169 municipios cafeteros del país. La bolsa de aportantes estuvo conformada por RESA con el 40,5%, el gremio cafetero con 18%, los municipios con el 29,7% y otros organismos con el 11,9% restante.

El proyecto continuará durante el 2007 y se espera llegar a 10.000 soluciones de vivienda en todo el país, con cupos por departamentos previamente definidos.

- **Programa Familias Guardabosques**

El Programa Familias Guardabosques es una de las estrategias del actual gobierno contra los cultivos ilícitos, siendo su principal propósito evitar ampliar esta frontera que afecta los bosques existentes. En tal sentido, Acción Social y la Federación Nacional de Cafeteros formularon el primer convenio específico para los departamentos del Macizo Colombiano.

El valor del incentivo que reciben estas familias actualmente es de \$600.000 cada dos meses durante tres años. Durante el proceso, estas familias adquieren además el compromiso de ahorrar parte de este incentivo con el único fin de emprender proyectos productivos. Se busca entonces que, al retirarse el apoyo del Estado, estas familias cuenten con cafetales renovados y mejorados, infraestructura de beneficio para producir café de alta calidad, y en últimas con las condiciones mínimas para acogerse a algún programa de certificación de café.

En la actualidad los beneficiarios directos del programa son 7.032 familias de 14 municipios de Nariño, Huila, Cauca y Tolima. Según el nivel de ahorro por familia que osciló entre \$900.000 y \$1.800.000, se calcula que el ahorro total alcanzó \$11.880 millones. Por su parte, el aporte de Acción Social fue de \$1.000 millones y \$130 millones de la Federación. El valor total del convenio fue de \$13.010 millones.

• Programa Computadores para Educar

Desde el año 2001 la Asociación Computadores para Educar y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia han trabajado conjuntamente para dotar y brindar el apoyo técnico necesario a los centros docentes en zona rural cafetera beneficiarios del Programa Computadores para Educar.

Hasta el 2006 se habían beneficiado 286 instituciones educativas con 2.651 computadores. Por su parte, en 2006 se entregaron 649 computadores adicionales en 54 municipios, tal como se observa en el Cuadro 5.

Cuadro 5. Programa Computadores para Educar 2006

	No. Municipios beneficiarios	No. Instituciones beneficiarias	No. Alumnos	No. Docentes Instituciones Beneficiarias	No. PC asignados	No. Impresoras asignadas
Antioquía	1	2	126	4	14	2
Caquetá	2	2	207	10	18	2
Cauca	9	11	1.705	98	111	11
Cundina-marca	9	13	1.829	72	101	13
Huila	6	9	981	41	73	9
Nariño	5	6	946	41	66	6
Risaralda	4	5	704	27	45	5
Santander	10	15	1.355	54	106	15
Tolima	8	12	1.744	77	115	12
Total	54	75	9.597	424	649	75

Fuente: FNC

- **Infraestructura vial**

Este convenio, suscrito entre el Instituto Nacional de Vías y la Federación Nacional de Cafeteros, empezó el 4 de septiembre de 2006. Tiene como objetivo el Mejoramiento de las Vías de la Red Terciaria en los municipios cafeteros de los departamentos de Antioquia, Boyacá, Caldas, Caquetá, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Tolima y Valle.

El valor del convenio es de \$43.339 millones distribuidos así: \$39.399 millones para obras y \$3.940 millones para interventorías donde \$28.893 millones son aporte de Invías y \$14.446 millones de la Federación. Se espera cubrir 392 vías en 288 municipios del país.

- **Colaboración especial con la zona del volcán Galeras**

La Federación colabora con la ejecución de un estudio socio - económico y cultural, necesario para el análisis de las alternativas que conduzcan a la reducción del nivel de riesgo al que se encuentran expuestos los cerca de 10.000 habitantes (2.000 familias) y de los mecanismos de reactivación económica de la región afectada por la actividad del volcán Galeras.

Frente a este compromiso institucional, la Gerencia Técnica, con el apoyo de la Fundación Manuel Mejía y el acompañamiento de varias entidades gubernamentales, con intereses en la zona de riesgo, como el DANE, el IGAC, el Incoder y el DNP, diseñó la encuesta del estudio socio - económico y cultural.

La ejecución de los trabajos comenzará en enero de 2007. Incluye acercamiento a las comunidades, preparación de prueba piloto, aplicación de la encuesta, crítica y digitación, discusión de informes preliminares, procesamiento de la información y elaboración del informe final, el cual se recibió el 11 de mayo de 2007.

- **Otros convenios de Cooperación Internacional**

Actualmente, con recursos de cooperación provenientes de España, Alemania, Holanda y Reino Unido, que superan el millón de euros, se llevan a cabo proyectos de desarrollo en los departamentos de Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia y Tolima.

d. Fundación Manuel Mejía

Orientada por el Plan Estratégico de la Federación Nacional de Cafeteros, e inspirada en su misión y visión institucional,

la Fundación Manuel Mejía consolidó en 2006, con el apoyo y coordinación de las Gerencias Técnica y Administrativa de la FNC, sus acciones educativas en las áreas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano y de Promoción y Apoyo a la Educación Formal, logrando con ello avanzar significativamente en el propósito de ampliación de cobertura y mayor impacto de la labor educativa de la FMM.

Tales logros fueron también resultado de la gestión institucional realizada por la Fundación con entidades estatales y privadas como: Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comunicaciones, la Agencia Presidencial para la Acción Social, SENA Regional Caldas, Gobernación de Caldas, la Organización Internacional para las Migraciones, la Fundación Génesis, la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la Universidad Autónoma de Manizales y la Universidad del Tolima.

En el área de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano se lideraron procesos educativos dirigidos principalmente a los caficultores y sus familias en las modalidades presencial, a distancia y virtual. Dentro de estas acciones se destacan: el diseño de cuatro programas de educación a distancia (Seguridad Alimentaria, Economía Solidaria, Gestión Integral hacia la Calidad del Café y Gestión Administrativa y Financiera de la Empresa Agropecuaria). El diseño y emisión de distintos programas y cursos de capacitación virtual están dirigidos a colaboradores de las entidades del gremio cafetero y a los caficultores en diversos temas pertinentes para el mejoramiento y la sostenibilidad de la caficultura.

Entre los programas y cursos virtuales se resaltan: el Programa de Capacitación Virtual a Extensionistas, Investigadores de Cenicafé y Empleados de la Fundación Manuel Mejía; el programa Aula Virtual para Caficultores, los cursos de capacitación en Elecciones Cafeteras 2006 y el curso de capacitación en el proceso de emisión de acciones preferenciales de Procafecol.

Las acciones enmarcadas en el área de Promoción y Apoyo a la Educación Formal consistieron en la asistencia de la Fundación en la gestión, formulación y ejecución de programas y proyectos educativos nacionales de la estrategia educativa de la FNC, con los cuales se busca ampliar la cobertura y mejorar la calidad de la educación rural en las regiones cafeteras. Así mismo, se resalta la labor desempeñada por la institución en el rol que la FNC le ha asignado como Secretaría Técnica dentro de la estructura nacional para la ejecución de la política educativa de la FNC.

A través de distintas acciones educativas, en el 2006 la Fundación Manuel Mejía pasó de tener presencia institucional en cuatro departamentos en el año 2003, a ubicarse en el 2006 en todos los departamentos cafeteros, incluidos los territorios nacionales, y en siete departamentos no cafeteros. En cuanto a la población beneficiaria, la FMM pasó de atender 4.534 personas directa e indirectamente en 2003, a atender 24.644 directa e indirectamente en 2006. Del total de beneficiarios el 69% recibieron capacitación en acciones educativas enmarcadas en la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano y 31% de acciones de Promoción y Apoyo a la Educación Formal.

*** Programa de fortalecimiento del liderazgo gremial**

En 2006 se dio continuidad al Programa con la participación de la Fundación Manuel Mejía en las siguientes actividades: 1) capacitación a 336 miembros de los comités municipales de cafeteros de los departamentos de Boyacá y Huila; 2) desarrollo de dos cursos de capacitación virtual en el proceso de elecciones cafeteras 2006 que estuvieron dirigidos a 2,523 personas y 3) diseño y ejecución de una capacitación en Institucionalidad Cafetera, la cual se desarrolló en la modalidad virtual para 182 miembros de los Comités Departamentales elegidos en septiembre de 2003 y en la modalidad presencial, para 3,236 miembros de comités municipales elegidos en la misma ocasión.

e. Cedulación cafetera

La Federación Nacional de Cafeteros y Megabanco pusieron en marcha, el 31 de marzo de 2006, un programa para ofrecer a todos los caficultores colombianos una Cédula Cafetera Inteligente, que les permitirá reducir sustancialmente el uso de dinero en efectivo y podrán utilizar como un monedero electrónico recargable.

La tarjeta inteligente, la primera de este tipo que se activa en el país en alianza con el sector financiero, reemplazará la tradicional Cédula Cafetera que vienen utilizando desde hace años los de café en algunas gestiones gremiales.

La tarjeta inteligente contará con una banda magnética, similar a la de cualquier tarjeta débito o crédito, y un chip electrónico que funcionará como monedero, que les dará a los caficultores la posibilidad de recargar todo o parte del dinero que vayan a recibir por la venta del café que realicen al Fondo Nacional del Café, para luego retirarlo, cuando lo necesiten, por medio de los cajeros automáticos que integren la red o para realizar compras en los establecimientos comerciales afiliados a la red.

8. Acciones y programas de la institucionalidad cafetera

a. Almacafé

Para atender la logística de la comercialización del café durante el 2006 se administraron recursos financieros por \$705.541 millones, una disminución del 6% con respecto al año anterior. Los suministros a las cooperativas de caficultores para compras de café a través de la Línea de Financiamiento (\$608.020 millones) disminuyeron un 7% con relación a 2005, debido básicamente a la menor utilización de esta fuente de financiación.

Se cancelaron a las cooperativas de caficultores \$5.436 millones, correspondientes a los incentivos financieros por el cumplimiento en el volumen de entregas a Almacafé y por la transferencia del mayor precio al productor.

A través de Almacafé S.A., la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia participó con un 28% de la comercialización interna. Recibió de las cooperativas de caficultores y por compras directas 2,9 millones de sacos de verde de 60 kg, un aumento cercano al 10% con relación a 2005. Adicionalmente, continuó la compra de cafés pergamino, especiales orgánicos y de origen, y excelsos. Del total de entradas de café, el pergamino representó el 82%, el excelso el 17% y los coproductos el 1%.

Al cierre de 2006 las existencias en bodegas de Almacafé fueron de 917.238 sacos de 60 kg, inferiores en 8% al año anterior, explicado por la utilización de café con destino a la Fábrica de Café Liofilizado. No obstante, la capacidad de almacenamiento no tuvo ninguna variación, se mantuvo en 252.000 metros cuadrados, representados en 47 bodegas.

Con relación al aprovechamiento de la materia prima se obtuvo un porcentaje de excelso del 75,4% durante las trillas realizadas en el 2006 y una merma de 18,9%. Lo que quiere decir que se ha logrado una alta eficiencia en el proceso, máxime si se tiene en cuenta que durante el último año se incrementaron las ventas de cafés especiales, con normas más exigentes, y se incrementó de igual manera la cantidad de excelso comprado, lo cual hacía más difícil la incorporación del grano de mallas inferiores.

En el 2006 la Planta Torrefactora, administrada por Almacafé, produjo 594.401 kilos de café tostado, un incremento del 104% con relación al año anterior. A la firma Procafecol se le suministraron 572.869 kilos de café tostado y a Pod Colombian

Coffee (PCC) se le entregaron 453.712 PODS. Por su parte, a la Fábrica de Café Liofilizado se suministraron 339.125 sacos de coproductos, 10.619 sacos de café excelso especial para los proyectos de valor agregado y a la industria torrefactora nacional 7.123 sacos de coproductos.

Adicional a los 2,9 millones de sacos exportados por la FNC, Almacafé cumplió con la revisión y control de calidad de los 7.529.367 sacos de 60 kg de café excelso propiedad de los exportadores particulares, al igual que la expedición de guías de tránsito. Además, se mantuvieron los programas de reevaluación del café pergamino al momento de la compra, lo cual permitió la adquisición de una mayor cantidad de café y la optimización de cafés excelsos separados por taza, obteniéndose así la recuperación de una fracción importante para la exportación.

b. Cooperativas de caficultores

Durante 2006 operaron 38 cooperativas de caficultores a través de una red de 494 puntos de compra de café.

Las cooperativas de caficultores compraron 4,3 millones de sacos en 2006, equivalentes al 35,9% de la producción registrada, un incremento del 11,2% frente al 2005. Del total de recursos empleados para garantizar la comercialización de la cosecha, el 44% correspondió a recursos del Fondo Nacional del Café y el 56% a recursos propios, presentándose un importante incremento en la utilización de recursos propios y de terceros.

Del total de café adquirido se entregaron a Almacafé, con destino al Fondo Nacional del Café, 2,5 millones de sacos, el 66% de las entregas. Se destinaron 938 mil sacos a la exportación a través de Expocafé, el 21% de las entregas, y se vendieron a particulares 967 mil sacos, el restante 22%.

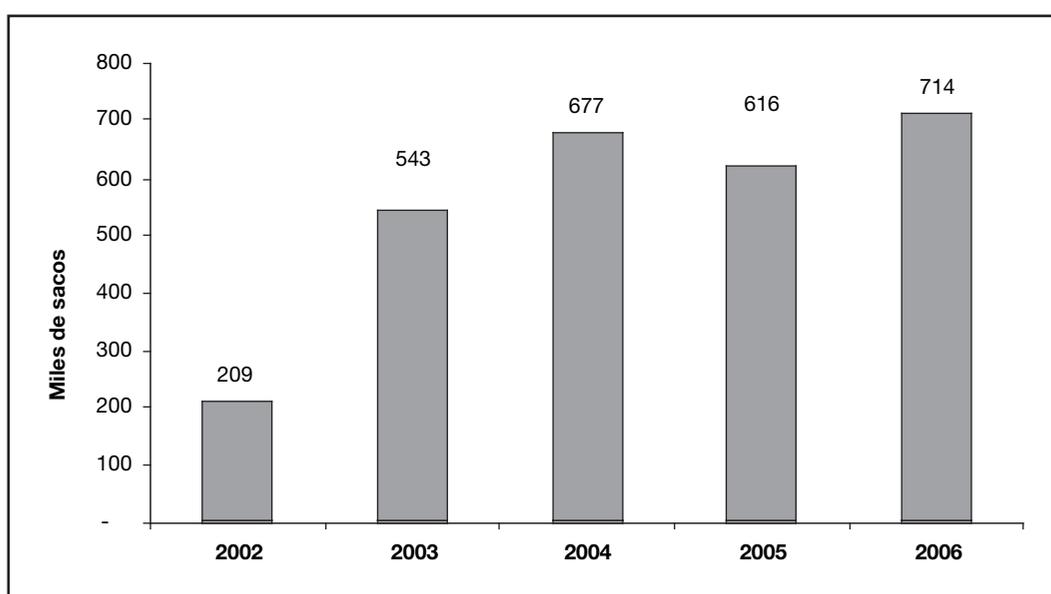
Con relación a la situación financiera, las cooperativas registraron un importante fortalecimiento de su patrimonio y capital de trabajo. Durante 2006, 32 cooperativas arrojaron excedentes netos por la suma de \$13.609 millones y 6 arrojaron pérdidas por \$843 millones. Al finalizar el año, el capital de trabajo consolidado era de \$102.203 millones, un incremento del 14% con relación al 2005.

Es importante destacar que estos resultados económicos se encuentran afectados positivamente por los \$5.400 millones de incentivos que otorgó la Federación Nacional de Cafeteros. Esta política, que arrancó desde 2003, se lleva a cabo en función del

cumplimiento de las metas de entrega de café al Fondo Nacional del Café y por el importante papel que desempeñan como ejecutoras de la Garantía de Compra.

c. Programa de Cafés Especiales

En los últimos cinco años se ha logrado incrementar el volumen de ventas de cafés especiales en más del 240%. Fue así como las exportaciones pasaron de 209.000 sacos de 60 kilos de excelso en 2002 a 713.668 en 2006, Figura 12. Los principales destinos de los cafés especiales exportados por la Federación son Japón y Estados Unidos, y en menor proporción Bélgica, Italia, Reino Unido y España.



Fuente: FNC

Figura 12. Exportaciones de Cafés Especiales año 2002 – 2006

Este incremento se ha presentado principalmente en la categoría de cafés de Origen y Sostenibles. Sólo en 2006 las exportaciones de estos cafés crecieron en 81%, al pasar de 148 mil sacos en 2005 a 268 mil sacos en el último año. En tal sentido, se han logrado fortalecer las exportaciones de cafés sostenibles, a través de un proceso de establecimiento de negocios con nuevos clientes y de la certificación de un importante número de fincas en sellos como Rainforest Alliance, Orgánicos, Comercio Justo y Utz Kapeh.

Por su parte, las exportaciones de cafés de preparación cayeron 4,7%, de 448 mil sacos en 2005 a 446 mil en 2006. Esto explicado, en parte, por los altos precios de la cotización de la Bolsa de Nueva York, que hacen que muchos clientes tradicionales de estos cafés, que poseen diferenciales intermedios, se inclinen a comprar cafés estándar.

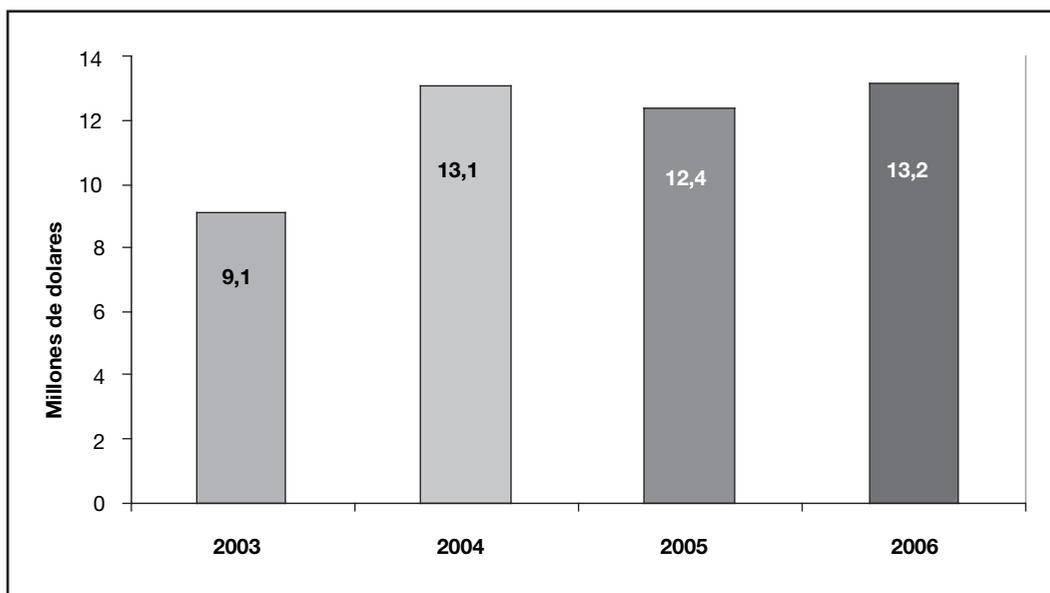
En 2006, se destinaron recursos del Fondo de Cafés Especiales y Aseguramiento de la Calidad para fortalecer aquellos proyectos

certificados por una entidad independiente y que cumplen con criterios de sostenibilidad en lo relacionado con la protección del medio ambiente, la equidad económica y la responsabilidad social. Los recursos se asignaron con el fin de financiar procesos de certificación, capacitación y montajes de control interno.

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

En cuanto al valor agregado generado por el programa, se estima que en 2006 este fue de US\$13,2 millones, un incremento del 6,4% respecto a 2005, Figura 13. Durante el 2006 se compraron 97,6 millones de kilos, que generaron sobreprecios por \$44.141 millones y reliquidaciones por \$1.571 millones, es decir, sobreprecios en promedio de \$56.514 pesos por carga. En tal sentido, es importante resaltar que a pesar del alza en los precios del café estándar, se logró mantener el diferencial de venta promedio.

Las bonificaciones iniciales para el acopio de cafés de alta calidad, que ingresen por las líneas de compras de Cafés Especiales oscilaron entre \$30.000 y \$100.000 por carga de 125 kilos de café pergamino seco.



Fuente: FNC

Figura 13. Valor agregado del Programa de Cafés Especiales

Durante el mismo periodo se consolidaron 78 programas de Cafés Especiales distribuidos en la totalidad de departamentos cafeteros del país. Además, durante 2006 se certificaron más de 2.000 productores en programas con el sello Rainforest Alliance, Utz Kapeh y FLO. Simultáneamente, se promovieron programas de caficultura orgánica en los departamentos de Cauca, Cundinamarca, Tolima y el Valle del Cauca

Programas de promoción

En 2006 la Federación de Cafeteros participó en las Ferias de Cafés Especiales de Japón, en la Feria de la Asociación Americana de Cafés Especiales de los Estados Unidos –SCAA, celebrada en la ciudad de Charlotte, así como en la Feria de Cafés Especiales de Europa llevada a cabo en Suiza. La participación en las ferias, así como la visita de algunos clientes y organizaciones dedicadas a promover el consumo de café de alta calidad, han permitido dar a conocer tanto el programa de Cafés Especiales como las zonas productoras, permitiendo que las exportaciones de cafés especiales de la Federación de Cafeteros año a año presenten un comportamiento creciente.

d. Fábrica de café liofilizado

La producción de café liofilizado fue de 7.055 toneladas, de las cuales un 28% corresponde a empaques especiales (frascos, laminados, big bags). Esta producción demandó la utilización de 20.542 toneladas de café verde, equivalentes a 342.367 sacos de 60 kg.

De igual manera, se atendieron compromisos por 6.405 toneladas de café liofilizado. De este total 6.175 toneladas se destinaron al mercado externo y 221 toneladas para Colombia, de las cuales 164 toneladas fueron marca Buendía®, tal como se observa en la Figura 14. Adicionalmente se vendieron 233 toneladas de extracto de café. Los ingresos por ventas de café liofilizado fueron US\$71,7 millones y por venta de extracto US \$1 millón.

Acorde con las tendencias del mercado y del consumo, las cuales se basan en la capacidad de proporcionar múltiples opciones a los clientes, la Fábrica de Café Liofilizado ha focalizado sus esfuerzos en un portafolio de productos que involucra la oferta

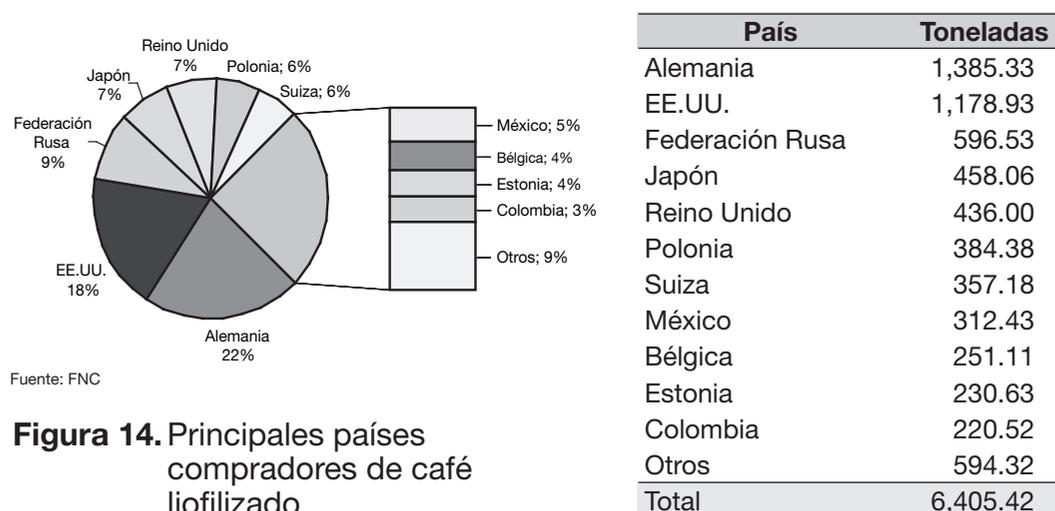


Figura 14. Principales países compradores de café liofilizado

de cafés especiales: Orgánico, Fair Trade, Fair Trade + Orgánico, Rain Forest y Utzkapeh. Fue así como en el último año, se comercializaron 239 toneladas de cafés especiales por un valor de US \$4,3 millones, lo que representó el 26% de las ventas totales y 115 toneladas más que en el 2005.

Proyectos de marca y desarrollo de nuevos productos

El desarrollo comercial de los negocios de café liofilizado se ha centrado principalmente en el manejo de proyectos de marca donde puede destacarse:

- El desarrollo de la marca Buendía® que presenta un crecimiento significativo tanto en Colombia como en USA, Ecuador, Reino Unido, Turquía, Kazajistán, Rusia, España y Corea del Sur. El 8% de las ventas anuales correspondieron a las ventas de esta marca.
- El desarrollo de las marcas de grandes cadenas de supermercados a nivel mundial, línea de negocio que representó un 13% de las ventas anuales.
- La alianza con productores de marca, que ha permitido colocar el 100% de café liofilizado de Colombia en los principales mercados del mundo que ahora representa un 51% de las ventas.
- El desarrollo de marcas privadas que ha representado un 5% de las ventas.
- El 23% de las ventas restantes está en canales como el Industrial e Institucional.

Con estos proyectos, el café de origen 100% colombiano toma mayor valor y esto se evidencia cuando nuestros clientes encuentran en la promesa de venta el logo de Café de Colombia® y lo califican como un diferenciador de la competencia.

Plan de expansión

En enero de 2006 comenzó el proyecto de expansión de la capacidad instalada de la fábrica en 4.000 toneladas adicionales por año, y que entrará en producción en 2008. Este proyecto permitirá alcanzar niveles de producción cercanos a 11.500 TM/año mediante una inversión de US \$31.5 millones. Para tal efecto, se contrató un préstamo con el BNP-Paribas, el cual fue desembolsado en junio del 2006.

e. Procafecol – Holding proyectos de valor agregado

El 2006 implicó para Procafecol S.A. (Promotora de Café Colombia S.A.), su formalización como vehículo de desarrollo de la estrategia de negocios de valor agregado de la Federación

Nacional de Cafeteros. En consecuencia, se desplegaron los procesos necesarios para crear las bases que soportarán la estrategia y operación como una empresa multiproducto, multicanal y con orientación comercial.

Procafecol tiene bajo su control la compañía Pod Col Coffee Ltda., encargada de la producción y comercialización de Pods (almohadillas de café molido) para la preparación del café “taza por taza”, y la compañía Coffea Arabicas Beverages S.A., empresa encargada de la producción, distribución y comercialización de las colas de café Juan Valdez en sus tres variedades: Clásica, *Ligth* y Energizante.

El portafolio de cafés ha evolucionado para incluir nuevas presentaciones y líneas de café tostado y empacado. En tal sentido, Procafecol cuenta con un amplio e innovador portafolio de productos marca Juan Valdez®. Entre ellos se cuenta con *cafés de línea, cafés sostenibles, cafés de Origen, cafés Conmemorativos, ediciones Especiales y Pods.*

Adicionalmente se encuentran otros productos de café como *Café Buendía by Juan Valdez, extractos, bebidas energéticas y bebidas lácteas de café.* En tal sentido, continuando con el desarrollo de bebidas de la categoría RTD (Ready-To-Drink) Procafecol lanzará al mercado sus bebidas lácteas con Café Juan Valdez en tres presentaciones, Latte, Latte Mocha y Latte Vainilla.

Procafecol está conformada por tres unidades de negocio que buscan comercializar café colombiano a través de tres canales: grandes superficies (“retail”), institucional y tiendas de café.

Canal de grandes superficies / “Retail”

Durante el año 2006 se enfocaron los esfuerzos a la consolidación de la operación de ventas al detal. Este programa busca cubrir la estrategia de Procafecol de ofrecer el café Juan Valdez a los consumidores en el mayor número posible de ocasiones de consumo.

Al cierre de 2006 el Café Juan Valdez estaba presente en 263 puntos de venta nacionales, lo cual incluye tanto cadenas nacionales como cadenas regionales. Adicionalmente, en el mercado internacional se consolidó la operación a través de la compañía Wal-Mart, la cadena de supermercados más grande del mundo con 6.470 tiendas y con el mayor número de puntos de venta en los Estados Unidos (3.800). Al iniciar

2006 el café Juan Valdez se vendía en 159 puntos de venta y al culminar el año se contaba con presencia en más de 700 establecimientos localizados en la costa este de Estados Unidos.

En septiembre se codificó por parte de NFCGC Retail, subsidiaria de Procafecol, el café liofilizado Buendía by Juan Valdez en tres presentaciones de 50 g (Vainilla, Caramelo y Amareto), producto que es comercializado en los establecimientos de la cadena Wal-Mart.

Canal institucional

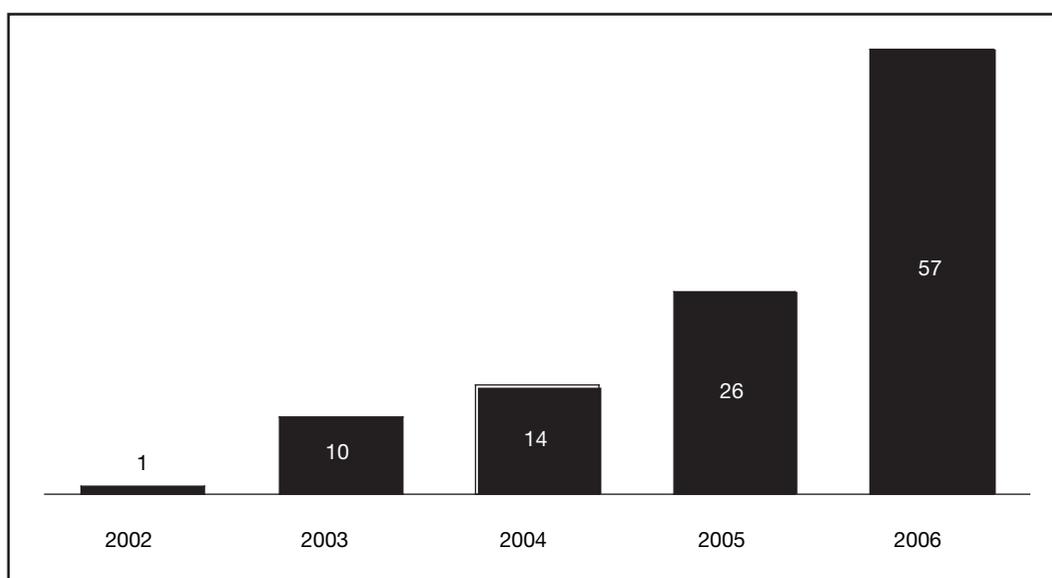
La Unidad de Negocios de Canales Institucionales busca ofrecer los cafés premium colombianos a todas las grandes instituciones públicas y privadas, cadenas de hoteles, restaurantes, oficinas y aerolíneas, tanto nacionales como internacionales.

Al cierre de 2006 se tenía presencia en una importante aerolínea nacional, 11 restaurantes y cadenas de restaurantes y 3 hoteles.

Canal de tiendas de Café Juan Valdez

En 2006 la Unidad de Tiendas de Café Juan Valdez continuó con la apertura de tiendas en Colombia y Estados Unidos, e ingresó al mercado europeo con la apertura de dos tiendas en Madrid, España. Al cierre del año había 57 Tiendas de Café Juan Valdez en operación, 45 en Colombia, 10 en Estados Unidos y 2 en España. La presencia de las Tiendas Juan Valdez a nivel nacional cubre las principales ciudades del país, como es el caso de Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín, Bucaramanga, Manizales, Neiva, Pereira, Pasto, Santa Marta, Quindío (Parque del Café). Adicionalmente, la operación de Tiendas de Café Juan Valdez en Colombia introdujo el concepto Juan Valdez “Express” que permite la adaptación a espacios y ocasiones de consumo que privilegian la agilidad y conveniencia en ubicación, Figura 15.

Adicionalmente, aparte de fortalecer su expansión nacional, y ampliar su alcance internacional, se lanzó un renovado modelo de negocio que garantizará la homogeneidad de la experiencia a nivel nacional e internacional. Fue así como durante 2006 se innovó en ambiente, producto y servicio como los nuevos elementos que buscan retomar lo profundo de las raíces típicas que convierten una Tienda Juan Valdez en un lugar único para degustar el mejor café de Colombia.



Fuente: Procafecol

Figura 15. Evolución del número de tiendas Juan Valdez (2002 – 2006)

Beneficios a los caficultores y responsabilidad social

El crecimiento en las ventas de café preparado y café en grano o molido para llevar a casa marca Juan Valdez a través de los diferentes canales ha permitido mantener un importante sobreprecio de 17% por encima del precio estándar que se paga en el país. Dicho sobreprecio beneficia a los productores nacionales que le suministran a la Federación de Cafeteros los mejores granos de sus cosechas para este programa de valor agregado.

Además, durante 2006 generó regalías al Fondo Nacional del Café por \$1.490 millones por concepto de uso de marca en Colombia. Por el mismo concepto la operación en Estados Unidos generó al Fondo ingresos superiores a 208 mil dólares y en España 12 mil euros. Así mismo, Procafecol S.A. ha cumplido rigurosamente las normas legales vigentes sobre derechos de autor y propiedad intelectual.

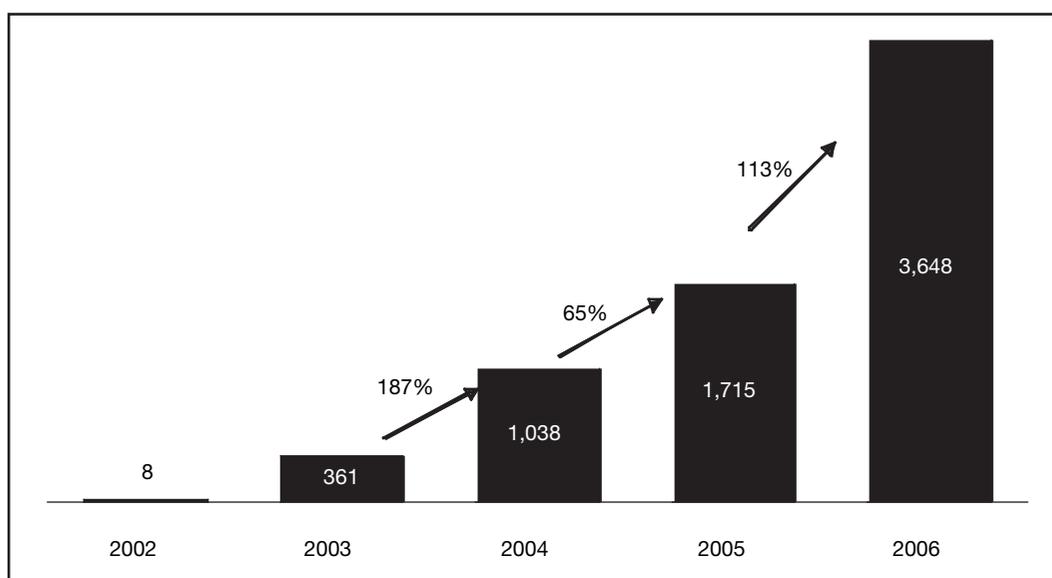
Así, la contribución acumulada al caficultor y al Fondo Nacional del Café se estima representó cerca de 90 centavos de dólar por libra de café vendida para el año 2006, que incluye tanto las regalías y los sobreprecios.

Impacto en visibilidad

Se estima que desde su apertura hasta diciembre de 2006, las tiendas han recibido un total de 12 millones de visitas de clientes lo cual evidencia el impacto en visibilidad generado por el programa, Figura 16.

Emisión de acciones: democratización accionaria rural

El 18 de julio de 2006, a través de un novedoso sistema de colocación, se lanzó la oferta de acciones preferenciales de



Fuente: Procafecol

Figura 16. Evolución de las Facturas de las Tiendas Juan Valdez (2002 – 2006) – miles -

Procafecol con el objetivo de brindar a los caficultores colombianos participación directa en los proyectos de valor agregado. Por esto los caficultores colombianos no solamente son dueños de Procafecol a través de su gremio, sino directamente a través de una emisión de acciones democrática.

La emisión de acciones tuvo en cuenta un paquete de dos millones de acciones preferenciales, cada una por un valor de \$10.000, ofrecidas directamente a los caficultores por intermedio de los 15 comités departamentales de cafeteros y los 356 comités municipales de cafeteros. Para garantizar una mayor democratización accionaria, el valor mínimo de compra fue de dos acciones (\$20.000) y el máximo de 15.000 (\$150 millones). La inversión tiene un rendimiento anual asegurado por los cinco primeros años equivalente a la DTF. El respaldo de la Federación de Cafeteros, a través de una opción de compra entre el tercer y quinto año, garantiza que los accionistas tienen una inversión segura y la oportunidad de participar en el proceso de valorización de la acción.

La venta del primer paquete de acciones de Procafecol S.A. alcanzó a su cierre 22.658 accionistas caficultores, posicionando a Procafecol como una de las empresas con mayor cantidad de accionistas en Colombia, que hoy son dueños del 15,43% del grupo empresarial de valor agregado.

Cafés Juan Valdez inician programa piloto para inclusión laboral en asocio con la Fundación Best Buddies

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y Procafecol S.A., en asocio con la fundación internacional Best Buddies

- Amigos del Alma, firmaron un convenio para desarrollar un programa piloto que busca vincular laboralmente a jóvenes con discapacidad cognitiva en las Tiendas Juan Valdez del país y del exterior.

9. Propiedad Intelectual y Protección del Patrimonio Marcario

Conscientes de la función que desempeña la propiedad intelectual al servicio del desarrollo y el sostenimiento de la competitividad de los caficultores, la presente administración destinó gran parte de sus esfuerzos del 2006 a la protección y el fortalecimiento de los activos de propiedad intelectual.

En el marco de estas acciones, se dio continuidad a la estrategia de diferenciación y defensa del origen Colombia, a las actividades de capacitación, en temas de propiedad industrial y los derechos de autor. Adicionalmente, se elaboraron nuevos manuales institucionales sobre temas específicos asociados con la propiedad intelectual y se consolidó el proceso de manejo estratégico de las marcas, con la ampliación del portafolio marcario a nuevas aplicaciones de la marca Juan Valdez® para diferentes puntos de precio y ocasiones de consumo.

A continuación mencionamos las actividades principales llevadas a cabo en el 2006:

Propiedad industrial

Con el objetivo de fortalecer la capacidad de la organización para desarrollar, administrar y aprovechar los activos de Propiedad Industrial, durante el 2006 se realizaron actividades orientadas a la definición de la Política de Propiedad Intelectual, entre las cuales cabe destacar:

- Contratación de una asesoría jurídica especializada en Propiedad Industrial, transferencia de tecnología e innovación, con el fin de estructurar un programa sostenible de aprovechamiento y protección de la investigación científica y tecnológica realizada en las diferentes áreas de la institución.
- Revisión de prácticas, procesos de patente y el acceso a recursos genéticos actuales, en todas las dependencias donde se adelantan actividades inherentes a la investigación tecnológica.
- Realización de un taller de patentes dirigido a investigadores y otros colaboradores involucrados en procesos de innovación que laboran en Cenicafé, Fábrica de Café Liofilizado, Almacafé y la Oficina Central.

Indicaciones geográficas de origen

En 2006 se continuó trabajando activamente en la estrategia de Denominación de Origen, teniendo en cuenta que, al igual que las marcas, las indicaciones geográficas pueden contribuir en gran medida a la comercialización del Café de Colombia y dado que por su naturaleza son de propiedad colectiva, constituyen una herramienta excelente para el desarrollo económico de los caficultores.

En Colombia, donde fue otorgado el reconocimiento en marzo de 2005, se trabajó en la elaboración de un reglamento de uso que permita la implementación efectiva de la Denominación de Origen. Debido al impacto que tiene este reglamento para los diferentes actores de la cadena, fue necesario desarrollar una estrategia de socialización con los miembros de la industria en el transcurso del 2006. En el 2007 se espera proceder con la definición e implementación del reglamento.

El registro de Café de Colombia como Denominación de Origen fue homologado por varios países de la Comunidad Andina, entre los cuales se encuentra Perú y Ecuador. La homologación en Venezuela y Bolivia se encuentra en trámite. Igualmente, se continuó con el proceso de solicitud en la Unión Europea. El pliego es revisado por las autoridades respectivas, y se espera que la Comisión Europea llegue a una decisión a mediados de 2007.

Como resultado de los esfuerzos mencionados anteriormente, en noviembre de 2006 la Federación fue elegida para presidir por un año la Organización Internacional de Indicaciones Geográficas ORIGIN. En esta organización participan representantes de países de Europa, Norteamérica, Asia, África y Latinoamérica, interesados en promover y defender los productos con Denominación de Origen en todo el mundo. Esta designación representa un reconocimiento a la actividad que ha venido realizando la institución alrededor del mundo en la defensa de las indicaciones geográficas y en la búsqueda del reconocimiento de la Denominación de Origen (D.O.) en varios países.

Adicionalmente, se adelantaron proyectos de verificación objetiva de origen en coordinación con Cenicafe y con la Fábrica de Café Liofilizado, con el propósito de generar conocimiento y tecnologías para asegurar la calidad y la diferenciación del Café de Colombia.

Marcas

La protección de los activos marcarios del Fondo Nacional del Café fue una de las principales actividades durante el 2006. Garantizar

esta gestión implicó un seguimiento constante del portafolio marcario nacional e internacional por parte de la Federación, actuando como administradora del Fondo, en la detección de infracciones, utilizaciones no autorizadas o registros en decenas de países.

Conviene destacar que el éxito de los negocios de valor agregado liderados por la Federación ha generado el interés de empresarios nacionales y extranjeros en busca de apropiarse o usar los activos marcarios del Fondo Nacional del Café en provecho propio, sin el pago de las correspondientes regalías o sin ceñirse a las reglas de utilización, como sí lo hacen las empresas autorizadas con contratos de licencia.

En ese contexto se iniciaron diversas acciones de cancelación y oposición frente a iniciativas de uso o de registros de terceros de marcas comerciales o de dominios de Internet similares a los del Fondo Nacional del Café que pudiesen generar riesgos de asociación o confusión. Entre las cuales se destacan:

Se obtuvieron fallos a favor en diferentes jurisdicciones ante intentos de registros marcarios por parte de terceros, tales como «Las Tiendas del Café Colombiano», «La Misión Coffee & Cultura – the Colombian Coffee Stores», «Café Juan Montes Colombia», «Café Colombia, de la tierra de Juan Valdez», «Juan Valdez», «Mrs. Valdez», «Buendía comienza con energía», entre muchos otros. Cabe destacar que en la medida en que las marcas del Fondo Nacional del Café adquieren mayor notoriedad, se han incrementado los intentos de registro a los cuales ha sido necesario oponerse en diferentes países.

De forma similar, se presenta el uso de elementos gráficos similares al Logo de Café de Colombia® o de la marca Juan Valdez en tarjetas telefónicas en Estados Unidos y en artesanías en Colombia, los cuales son detectados y eliminados del mercado. En el exterior se han combatido usos no autorizados, como es el caso de un comercializador con sede en Costa Rica que vendía artículos utilizando la expresión «Juan Valdez toma café de Costa Rica». Otro ejemplo que ilustra las dimensiones de esta tarea es la detección en la India y posterior eliminación, del uso de la marca Juan Valdez en cafeterías de terceros.

Por otra parte, se hicieron significativos avances en la consolidación de la arquitectura marcaria al ampliar el número de licenciarios del Logo Café de Colombia como Marca Ingrediente en el ámbito

global, a un total de 120 compañías tostadoras y empacadoras de café liofilizado. Más importante aún, las regalías asociadas con las licencias de la marca «Juan Valdez» ® a los diferentes productos autorizados alcanzaron en el 2006 cerca de \$2.133 millones.

Consistente con las nuevas tendencias del mercado, la Federación ha estado desarrollando activamente nuevos signos y aplicaciones que se convierten en marcas registradas licenciables, no sólo para los productos directamente vinculados con café, sino para servicios asociados con la caficultura.

Es así como para los servicios asociados con trazabilidad, por ejemplo, se desarrolló la aplicación «Beantrack» ®. Esta marca respalda al sistema de trazabilidad concebido por Almacafé, así como a los programas de computador desarrollados para implementarlo, los cuales permiten garantizar a los clientes y consumidores nacionales e internacionales la proveniencia específica y los diferentes procesos y lugares por donde se trasladaron ciertos lotes de café.

Otro ejemplo de este tipo de desarrollos es el caso de los servicios educativos. A partir de 2005 se estructuró un curso de catación e inducción a la caficultura colombiana para clientes internacionales. Estos servicios, que además cumplen una clara función promocional, también se vienen desarrollando con compradores asiáticos. Para su comercialización en otros países se desarrolló el lema «The World Behind a Coffee Cup» ®.

Los anteriores son ejemplos de una política marcaría agresiva y dinámica que busca consolidarse en diferentes áreas aprovechando las fortalezas de la institucionalidad cafetera.

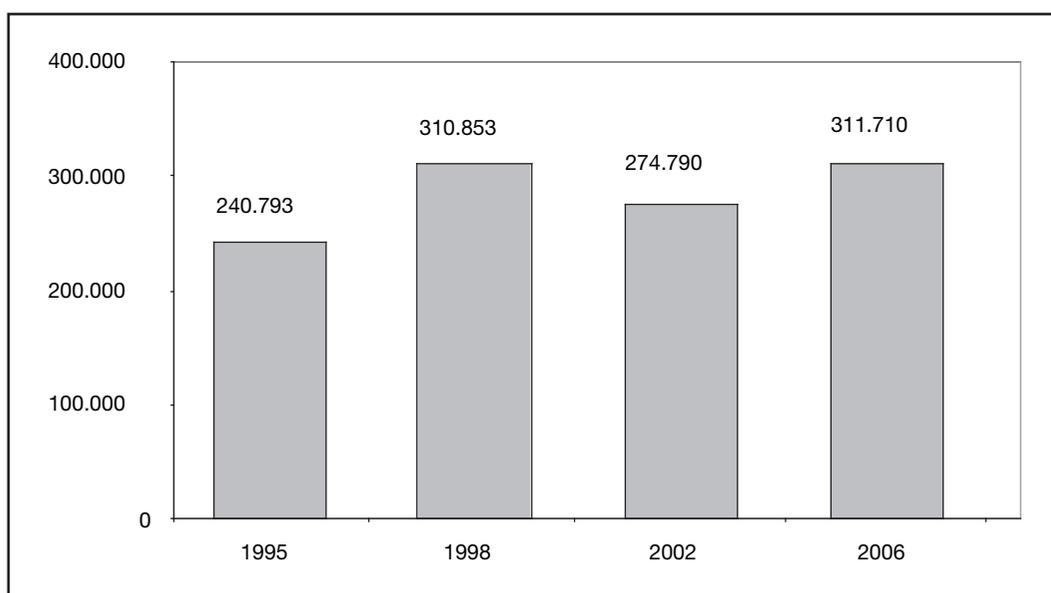
Derecho de autor

El desarrollo y la consolidación de nuevas tecnologías de la información, y de nuevos canales de comunicación con la industria, constituyen un desafío constante para la organización. En este sentido, se publicó a principios del 2006 un Manual de Derechos de autor con el objetivo de familiarizar a todas las áreas de la Organización con la política para la gestión y el manejo de aquellos productos protegidos por el Derecho de Autor. El Manual ofrece herramientas prácticas que sirven para identificar si los trabajos pueden ser protegidos por el derecho de autor, y si requiere autorizaciones para utilizar el trabajo de otro autor, entre otras.

10. Elecciones cafeteras

Las últimas elecciones cafeteras se llevaron a cabo en septiembre de 2006, y en esta oportunidad se eligieron los miembros de 356 comités municipales y de 15 comités departamentales.

Resalta el hecho que aumentó la base gremial de los caficultores colombianos cedulados que cumplen con los requisitos establecidos por los estatutos para ser Federados. En efecto, la Figura 17 muestra cómo la base electoral creció un 13,4%, pasando de 274.790 caficultores en el 2002 a 311.710 en 2006.



Fuente: FNC

Figura 17. Base Gremial- Cafeteros Cedulados

Cuadro 6. Participación departamental elecciones cafeteras 2006

Comité Departamental	% de Participación	
	2002	2006
Antioquia	61,93%	63,16%
Boyacá	68,89%	74,33%
Caldas	51,06%	70,17%
Cauca	63,91%	70,03%
Cesar Guajira	57,15%	66,43%
Cundinamarca	48,74%	52,37%
Huila	63,95%	56,01%
Magdalena	36,07%	60,32%
Nariño	65,75%	68,01%
Norte de Santander	63,24%	70,28%
Quindío	62,45%	84,65%
Risaralda	47,29%	68,07%
Santander	64,41%	70,17%
Tolima	58,36%	59,96%
Valle	58,07%	72,12%
Casanare	76,32%	74,53%
Totales	58,92%	64,63%

Fuente: FNC

Por su parte, las elecciones convocaron a 201.711 caficultores cedulados, un 24,6% más que en las elecciones de 2002. Este es un hecho sin precedentes dentro del gremio cafetero, ya que se logró una participación del 64,6% (ver Cuadro 6) cifra que se encuentra aproximadamente 6 puntos porcentuales por encima de la registrada en el 2002 (58,9%).

Se destaca que el porcentaje de participación logrado a nivel nacional se refleja en los resultados de todos y cada uno de los departamentos cafeteros. Es así como once comités departamentales están por encima de la participación nacional y ocho de éstos lograron una participación superior al 70%.

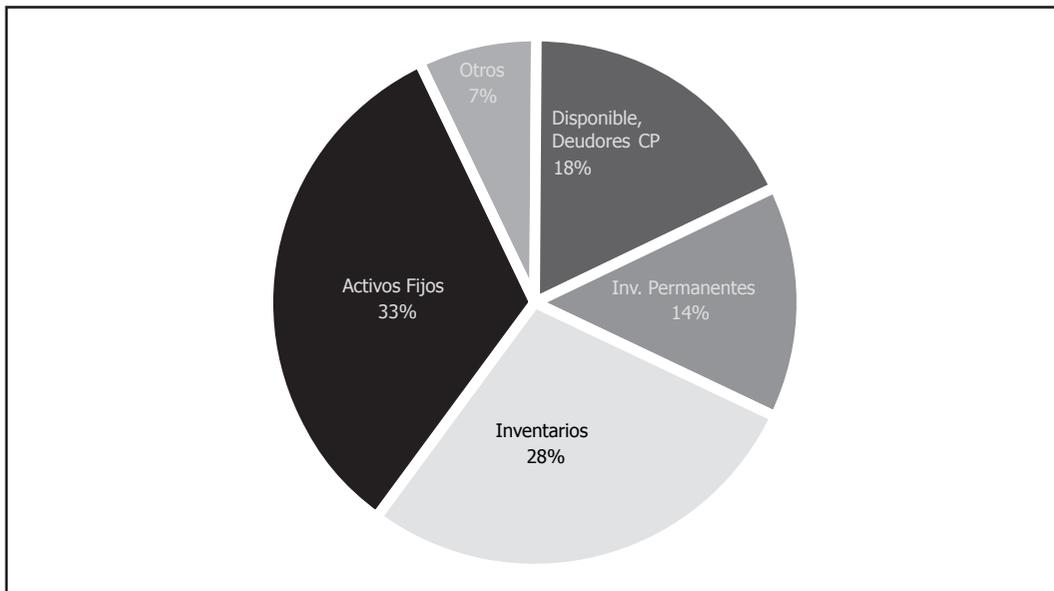
Sin duda, tanto el incremento de la base gremial como el de la participación electoral, consolidan a la Federación como la representante de los intereses de los caficultores colombianos.

Adicionalmente, las elecciones cafeteras se constituyeron, sin duda, en uno de los procesos electorales con mayor poder de convocatoria. Esto es evidente si se comparan los resultados con la participación alcanzada en las elecciones a Congreso de la República y Presidente llevadas a cabo durante este mismo año, en las que se alcanzó una participación del 40.6% y el 45.1% respectivamente. Estas cifras evidencian el fortalecimiento de la legitimidad del gremio, con una caficultura más participativa, donde más caficultores quieren ser actores de su propio destino.

11. Situación financiera del Fondo Nacional del Café

Al cerrar el 2006 los activos totales del FoNC fueron \$1.43 billones, equivalentes a US\$ 640 millones, lo cual representó un incremento del 4% frente al 2005. Como se aprecia en la Figura 18, los activos se dividen en un 49% en activo corriente y 51% activo no corriente. En el activo corriente se destacan los inventarios, los cuales alcanzaron los \$406.8 mil millones con un incremento del 12.6% frente al año anterior y representan cerca del 28% del total de los activos. El comportamiento de dicho rubro expresado en dólares muestra un crecimiento del 15% entre el 2005 y el 2006 (ver Anexo 2).

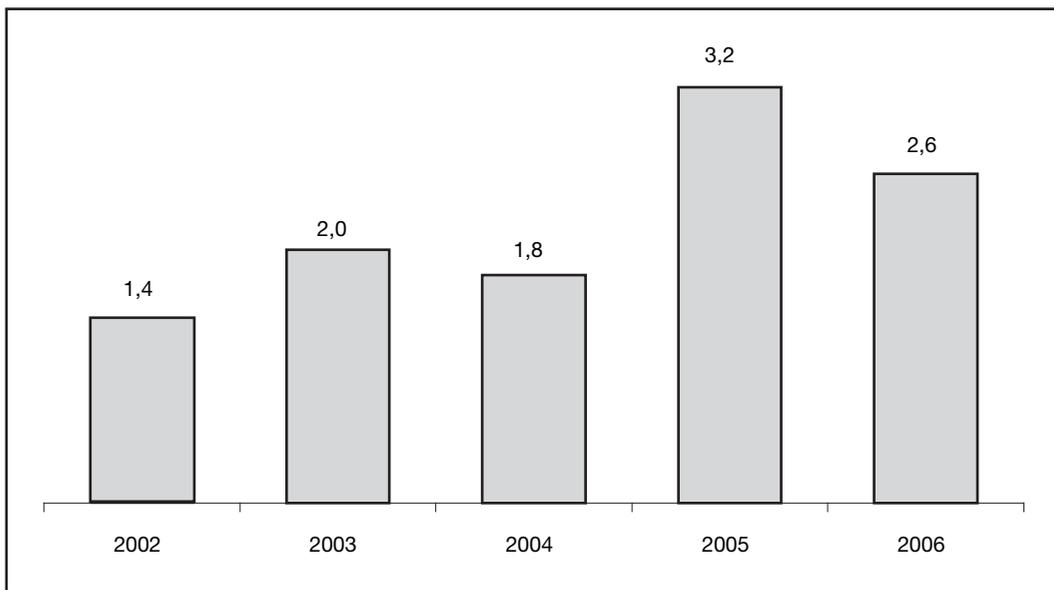
Otro rubro significativo dentro del activo corriente es la Cuenta de Deudores, la cual presentó una reducción por \$17.329 millones, pasando de \$152.757 millones a \$135.428 millones. Dicho comportamiento obedece principalmente a una mayor eficiencia en el recaudo de cartera comercial.



Fuente: FNC

Figura 18. Fondo Nacional del Café - Composición del Activo Total (%)

Complementando el análisis del activo corriente, es importante señalar la evolución de la razón corriente del FoNC. Este indicador, que determina la capacidad para respaldar las obligaciones a corto plazo, ha tenido una evolución positiva durante los últimos cuatro años, como lo demuestra la Figura 19. Es así como por cada peso del pasivo de corto plazo se tienen cerca de 2,6 pesos del activo corriente para respaldarlo.



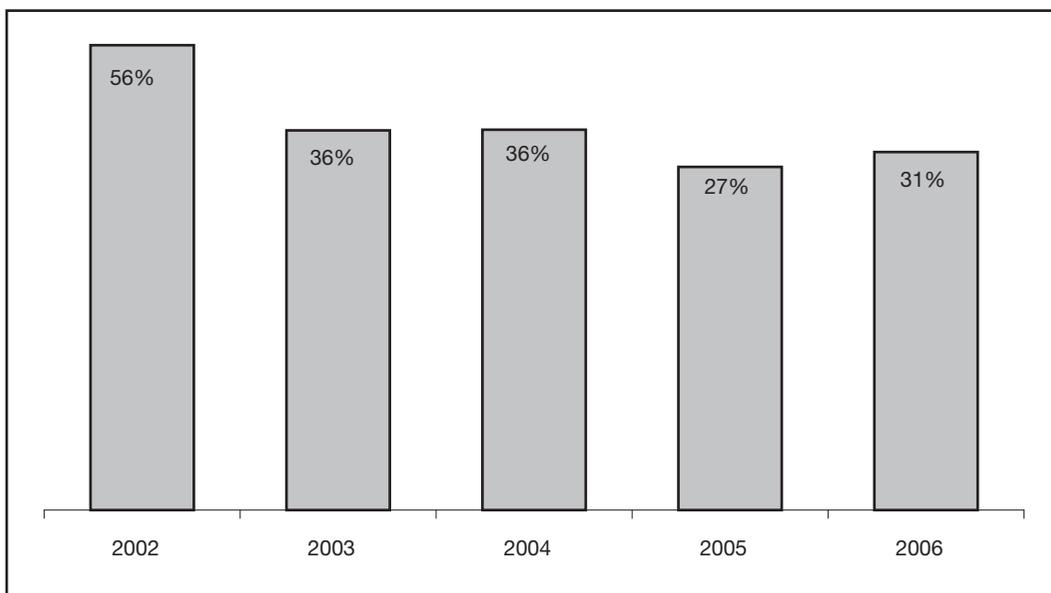
Fuente: FNC

Figura 19. Razón Corriente Fondo Nacional del Café

En cuanto a los activos no corrientes que equivalen a \$736.142 millones, se destaca el rubro de Propiedad, Planta y Equipo por \$130.804, el cual presenta un incremento del 13% frente

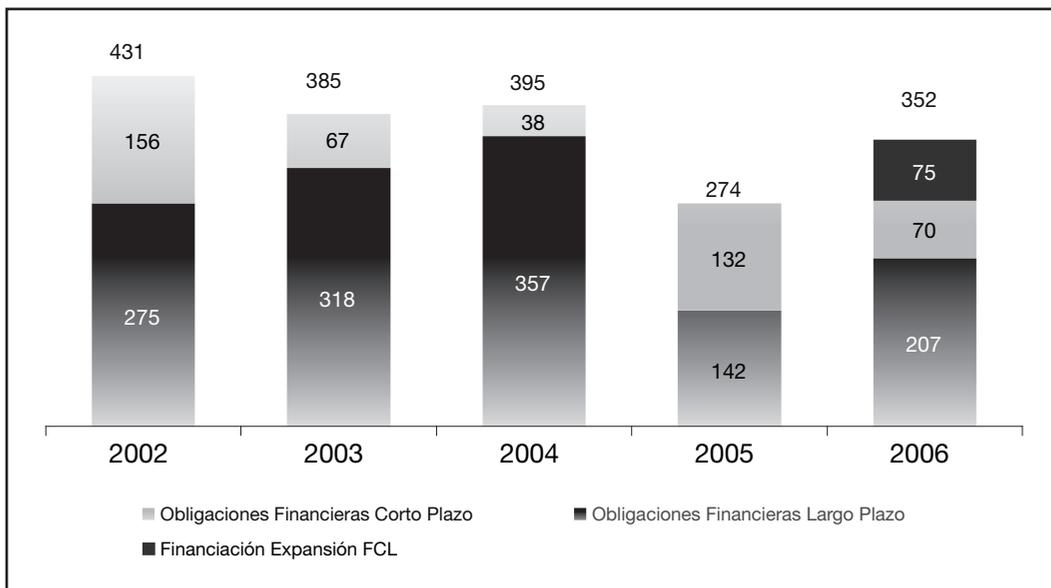
al año anterior, debido principalmente a las inversiones que se comenzaron a hacer en el proyecto de Ampliación de la Fábrica de Café Liofilizado.

Los pasivos totales pasaron de \$382.428 millones a \$439.789 millones, con lo cual el nivel de endeudamiento para el 2006 se ubica en el 31%, Figura 20. El nivel de los pasivos está determinado principalmente por el comportamiento del pasivo financiero, el cual incluye la contratación del crédito de largo plazo para el proyecto de Ampliación de la Fábrica de Café Liofilizado, como se señaló anteriormente y como se muestra en la Figura 21.



Fuente: FNC

Figura 20. Endeudamiento Total

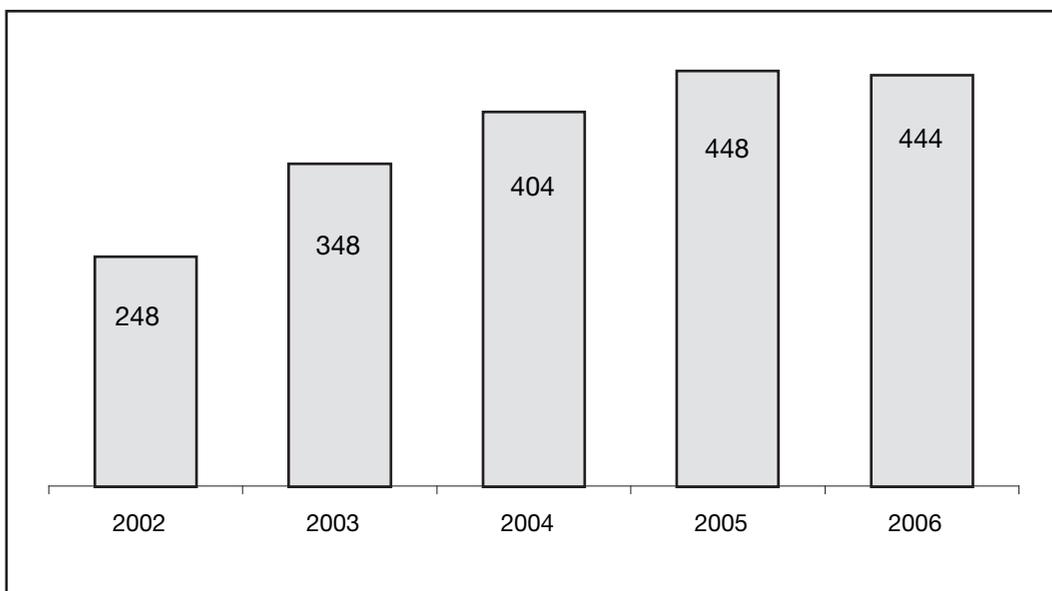


Fuente: FNC

Figura 21. Composición de la deuda financiera total (miles de millones de \$)

La deuda financiera incluye también los créditos de corto plazo contratados para financiar el capital de trabajo requerido para cumplir con la garantía de compra del FoNC. En tal sentido, durante 2006 estos alcanzaron \$424 mil millones, que representan una reducción del 5% respecto a los niveles observados en el año inmediatamente anterior.

En cuanto al patrimonio del FoNC, éste se redujo en 1% en el 2006 como resultado de inversiones adicionales de \$47.707 millones en bienes y servicios suministrados a todos los caficultores del país. El incremento en los servicios prestados se presentó aun cuando el nivel de ingresos se mantuvo prácticamente estable y el comportamiento de la tasa de cambio afectó negativamente los ingresos recaudados por el FoNC. Sin embargo, al analizar el patrimonio histórico en dólares, Figura 22, se evidencia la tendencia creciente de este rubro.



Fuente: FNC

Figura 22. Fortalecimiento Patrimonial FoNC, US\$ Miles

Finalmente, es importante señalar que durante el 2006 se adelantaron las gestiones para la venta de las Compañías Agrícolas de Seguros, lo cual contribuirá al fortalecimiento patrimonial del FoNC, y cuyo resultado se verá reflejado en los Estados Financieros del año 2007.

Por su parte, la contribución cafetera percibida en el año 2006 ascendió a \$194.920 millones, de los cuales \$129.947 millones corresponden a la contribución cafetera permanente y \$64.973 millones corresponden a la contribución de saneamiento.

Anexo 1

Fondo Nacional del Café

Diciembre 2003 - Diciembre 2006

Comportamiento variables cafeteras años civiles

		2003	2004	2005	2006	% Variación 2005/2006
Exportación Total País	Miles sacos/ 60 kg	10.289	10.263	10.871	10.945	0,7%
Valor de las Exportaciones Total Industria	Millones de US\$	909	1.074	1.612	1.677	4,0%
Precio representativo	US\$ / Lb	0,65	0,81	1,16	1,17	0,8%
Producción Cafetera	Miles sacos/ 60 kg	11.568	11.240	11.119	12.078	8,6%
Compras FoNC	Miles sacos/ 60 kg	2.828	2.746	2.667	2.818	5,7%
Valor Cosecha*	Millones de \$	2.330.167	2.710.905	3.507.786	3.852.158	9,8%
Precio de compra base	\$ por carga	307.388	351.511	456.876	465.921	2,0%
Inventario Total (fin del período)**	Miles sacos/ 60 kg	2.040	1.985	1.410	1.490	5,7%
Variación de Inventarios	Miles sacos/ 60 kg	92	-206	-401	79	-119,7%
Tasa de Cambio Promedio	\$ / US\$	2.876	2.628	2.321	2.359	1,6%

*Para el cálculo del valor de la cosecha se utiliza una nueva metodología a partir del 2006.

**Incluye el café en puerto de los otros exportadores

Anexo 2

Fondo Nacional del Café Diciembre 2003 - Diciembre 2006

BALANCE GENERAL Millones de dólares

ACTIVO	2003		2004		2005		2006		Var. % 2006/2005
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
Efectivo	65	12,0%	93	14,8%	45	7,3%	53	8,3%	18%
Cuentas por Cobrar	62	11,4%	60	9,5%	69	11,2%	64	10,0%	-7%
Inventarios	131	24,2%	159	25,2%	158	25,6%	182	28,4%	15%
Inversiones y Fiducia	82	15,1%	87	13,8%	121	19,6%	105	16,3%	-13%
Activo Fijo	50	9,2%	55	8,7%	51	8,3%	58	9,1%	15%
Otros Activos	152	28,0%	176	27,9%	172	27,9%	178	27,8%	3%
Total Activos	542	100,0%	630	100,0%	616	100,0%	640	100,0%	4%
PASIVO									
Corriente	139	25,6%	181	28,7%	88	14,3%	122	19,0%	38%
Largo Plazo	55	10,1%	45	7,1%	79	12,9%	74	11,6%	-6%
Patrimonio	348	64,2%	404	64,1%	448	72,8%	444	69,3%	-1%
Total Pasivo y Patrimonio	542	100,0%	630	100,0%	616	100,0%	640	100,0%	4%

*Balance reclasificado para efectos de análisis
Datos de 2005 actualizados con los Estados Financieros definitivos

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.

