



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

El Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana durante 2009



El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2009



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2009

Este informe tiene por objeto presentar los hechos más relevantes del mercado del café durante 2009, así como las principales acciones y programas desarrollados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café (FoNC y entidad representativa del gremio caficultor, durante el mismo período.

RESUMEN

El 2009 fue un año de muchos retos para la caficultura colombiana. Tanto el entorno internacional como el mercado interno exigieron de la FNC acciones oportunas tales como: el manejo prudente de los recursos y las políticas de manera que pudieran mitigarse los impactos en el ingreso del caficultor y las finanzas del FoNC asociados tanto a la menor disponibilidad de Café de Colombia, como a la coyuntura de precios altos derivada de dicha circunstancia.

En efecto, el comportamiento alcista del precio, ocasionado por una menor oferta de grano de origen colombiano, se convirtió en el escenario bajo el cual los instrumentos diseñados por la institucionalidad cafetera, para garantizar la comercialización y promoción del grano, fueron puestos a prueba y demostraron su pertinencia y eficacia.

En el mercado internacional la crisis financiera, que comenzó en 2008 y continuó en 2009, llevó a que los inversionistas buscarán activos refugio para minimizar el riesgo de sus inversiones, situación que atrajo la entrada de los fondos de inversión a los mercados de productos básicos como el café. Esta circunstancia aunada a las expectativas por el mejor desempeño de la economía mundial, tuvieron como consecuencia que el precio internacional del café alcanzara en mayo y agosto niveles altos por encima de 150 USD¢/ libra.

Paralelamente, los fundamentales del mercado reforzaron el comportamiento de los precios al alza. Después de una excelente cosecha 2008/2009 equivalente a 130 millones de sacos¹, los pronósticos para 2009/2010 señalan que la misma estará por debajo de 125 millones de sacos, lo cual ante un consumo estable producirá déficit en el mercado internacional del café y la consecuente desacumulación de inventarios. A finales de 2009, estas perspectivas contribuyeron a que los precios aumentaran y se mantuvieran por encima de los 135 USD¢/ libra.

Por su parte, el mercado interno enfrentó la mayor caída en la producción de los últimos años, lo que trajo como consecuencia un aumento sin precedentes en el diferencial de venta del café de Colombia. La menor producción se debió a la combinación de una serie de factores excepcionales tales como niveles de

¹ Sacos se refiere a sacos de 60 kg, de café verde equivalente.

lluvia 40% superiores al promedio histórico, la menor aplicación de fertilizantes como consecuencia del aumento de los precios del petróleo, el fósforo y el potasio durante 2008 y el incremento en los niveles de roya. Esta menor disponibilidad de grano colombiano, unido al grado de fidelización alcanzado por el café 100% colombiano en los mercados internacionales produjo un incremento de los diferenciales de compra. Como se verá más adelante, esto permitió que durante 2009 el 22% del precio interno estuviera explicado por el diferencial de venta, un comportamiento nunca antes visto.

En este marco, la FNC continuó aplicando las medidas necesarias para garantizar la estabilidad productiva de los caficultores colombianos y su rentabilidad. Desde el punto de vista comercial, continuó su estrategia de valor agregado mediante la puesta en marcha de programas para la producción de cafés especiales, la comercialización de café con servicios complementarios y el procesamiento de café en Buencafé Liofilizado de Colombia, entre otros. La estrategia adelantada permitió que en 2009 el valor de las ventas con valor adicional al café verde estándar realizadas por la institucionalidad cafetera fuera USD96 millones y que la participación de los cafés especiales e industrializados en las exportaciones de café pasara de 9%, al iniciar la década, a 35% al cierre de 2009.

El año anterior también se avanzó de manera significativa en la renovación del parque cafetero colombiano. Así al cierre de la vigencia se registro la renovación de 76,5 mil hectáreas, resultado directo de la iniciativa de los cafeteros, así como de los programas Permanencia, Sostenibilidad y Futuro y Competitividad de la Caficultura.

Asimismo, se ejecutó el programa Fertifuturo que brindó una alternativa eficaz para la fertilización oportuna de los cafetales. Como resultado, se estima que durante 2009 las ventas de fertilizante al sector cafetero incrementaron en un 40% respecto a 2008, cuando se presentó una disminución del 30% con respecto al año inmediatamente anterior.

Para mitigar oportunamente el impacto en el ingreso de los cafeteros, derivado de la caída en la producción, al finalizar el año el Comité Nacional adoptó un Plan de Choque que contenía las siguientes medidas:

- Modificación del reglamento de uso del Contrato de Protección de Precio para fomentar su utilización como instrumento para minimizar el riesgo asociado a la volatilidad del precio internacional y la tasa de cambio. Así, se divulgaron ampliamente sus beneficios y se disminuyó de dos meses a un mes el plazo para su adquisición, buscando que los cafeteros obtuvieran el mayor beneficio del incremento del precio de sostenibilidad (de \$600 a \$650 mil por carga) aprobado en abril de 2009. De esa manera, el caficultor puede cubrirse, previo a la entrega física del café, en el momento que las condiciones del mercado se le presenten más beneficiosas.
- Reforzamiento del control de la broca a través de una campaña ejecutada por el Servicio de Extensión para fomentar el “Re-Re”, como mecanismo principal para el control de esta plaga.
- Incremento del incentivo otorgado a través del Programa de Competitividad, para estimular que la caficultura tecnificada se mantenga en estado óptimo de productividad.

- Implementación de un programa de alivio crediticio en favor de 40 mil productores cafeteros, que se encuentran reportados como morosos en las centrales de riesgo. Con esta medida se les habilita para recibir la financiación necesaria para llevar a cabo la renovación de sus cafetales.

La FNC también obtuvo logros importantes en el campo social. Durante 2009, a través de los proyectos ejecutados se invirtieron \$863 mil millones equivalentes a la suma de los aportes recibidos del Gobierno Nacional, los gobiernos departamentales y municipales, la cooperación internacional y nacional, y los esfuerzos de los productores cafeteros. Gracias a ello, el índice de apalancamiento del FoNC fue ocho, indicando que por cada peso aportado, se gestionaron \$8 adicionales provenientes de otras fuentes. Como se detalla más adelante, estos recursos fueron invertidos en incrementar la productividad de los cafetales, mejorar la infraestructura comunitaria y domiciliaria, y aumentar la calidad y cobertura de la educación en el campo.

En cuanto a las acciones emprendidas en el contexto internacional por la FNC como representante de los intereses del sector cafetero, se destacan el acompañamiento al Ministerio de Comercio en las negociaciones del TLC con la Unión Europea, así como en las reuniones realizadas para la redefinición de las condiciones del TLC con México, luego del retiro de Venezuela del G-3 y el inicio de negociaciones de un Acuerdo de Alcance Parcial en Bienes y un Acuerdo en Servicios e Inversión con República Dominicana.

El año pasado trajo consigo excelentes resultados de la estrecha relación que existe entre la Federación y el Congreso de la República, gracias a la sanción de la Ley 1337 de 2009 o Ley de Honores de la Caficultura Colombiana, a través de la cual se establece junio 27 como Día Nacional del Café, y a la inclusión dentro de la Reforma Financiera (Ley 1328 de 2009) de un artículo para el alivio crediticio de los caficultores deudores del PRAN.

El 2009 también marcó un hito en el desarrollo de la función gremial de la FNC, debido a que por primera vez la totalidad de los departamentos cafeteros del país participaron con su voto en la escogencia del cargo administrativo más alto del gremio caficultor. Así, durante el LXXI Congreso Extraordinario Cafetero, llevado a cabo el 27 de agosto, se escogió como nuevo Gerente General, después de 19 años al servicio de la institucionalidad cafetera, al Dr. Luis Genaro Muñoz.

La promoción y publicidad de café en el mundo continuó efectuándose a través de la ejecución del programa 100% Café de Colombia, el patrocinio a reconocidos deportistas, entre quienes se destaca Camilo Villegas y el equipo de ciclismo “Café de Colombia – Colombia es Pasión”. Al igual que las apariciones del personaje Juan Valdez.

De otra parte, la coyuntura del mercado financiero ha sido sobrellevada con éxito gracias a las políticas de fortalecimiento del FoNC, tales como mantener una estructura óptima de endeudamiento y un cupo amplio en las líneas de crédito locales e internacionales, lo cual le ha permitido ejercer con efectividad la garantía de compra en un escenario de poca liquidez y altos precios del café. Igualmente, se han protegido los ingresos del Fondo, manteniendo relaciones únicamente con contrapartes crediticias sólidas, vendiendo los activos no estratégicos y llevando a cabo una administración unificada en los temas de tesorería e inversiones, entre la Oficina Central y los Comités Departamentales.

A pesar de todas las medidas anteriores, la menor oferta de café y las demás circunstancias del entorno económico afectaron los ingresos por contribución cafetera. Mientras en 2008, por este concepto el FoNC recibió recursos por \$173 mil millones, en 2009 el ingreso por contribución se redujo 26%, alcanzando tan sólo \$128 mil millones. En consonancia con lo anterior, la cuota de gestión que la FNC recibe por la administración del FoNC se redujo 15%. Incluso con esta menor disponibilidad de recursos la Federación continuó cumpliendo con su vocación de trabajar por el bienestar de los caficultores.

EL MERCADO DEL CAFÉ

1. Mercado internacional del café

En 2009, el precio internacional del café exhibió una tendencia ascendente y altamente volátil, soportada hasta mediados del año por factores especulativos y, durante el segundo semestre, por elementos fundamentales del mercado de grano. Este comportamiento significó una recuperación frente al desplome generalizado del mercado cafetero durante 2008, cuando los precios llegaron a niveles cercanos a 100 USD¢/libra.

En principio, la crisis financiera internacional que se desató en 2008 y continuó en 2009, condujo a que los inversionistas, en la búsqueda de alternativas para la minimización del riesgo, buscaran activos refugio, circunstancia que atrajo la entrada de los fondos de inversión al mercado de productos básicos. Esto impulsó la subida de los precios del café en mayo y agosto, coincidiendo con los momentos en los cuales los principales agentes del mercado tenían expectativas positivas respecto de la recuperación de la economía mundial. De este modo, los fondos cambiaron la percepción que tenían del mercado del café durante los últimos meses de 2008, y optaron por permanecer en 2009 con posiciones de compra en café.

En cuanto a la oferta, debe mencionarse que después de la buena producción obtenida durante el año cosecha 2008/2009 (130 millones de sacos), los pronósticos para 2009/10 señalan que la producción mundial no superará los 125 millones de sacos. Debido al efecto reducido de la crisis económica en el consumo de café, se espera que el balance para 2009/10 sea deficitario y en proporción mayor a la esperada. De este modo es factible que los inventarios continúen reduciéndose.

Estas perspectivas relacionadas con los fundamentales del mercado contribuyeron para que al finalizar 2009 los precios del café en la Bolsa de Nueva York registraran niveles superiores a 135 USD¢/libra y alcanzaran un nivel máximo a mediados de diciembre muy cercano a los 150 USD¢/libra.

1.1 *Balance Mundial Cafetero*

1.1.1 Producción

Según estimativos de USDA y Judith Ganes Consulting LLC, la producción mundial para el año cosecha 2008/09, fue de 130 millones de sacos, 6% más que en 2007/08. A pesar que la producción de Brasil fue la segunda más alta en la historia, la caída en la producción de Colombia y Centroamérica evitó

que la oferta mundial en 2008/09 alcanzara niveles récord. Por otro lado, las expectativas de producción mundial para la cosecha 2009/10 (125 millones de sacos) hacen prever una caída de 4%, debido a la cosecha bianual baja de Brasil (Cuadro 1).

Cuadro 1. Balance cafetero mundial

Años cosecha 2004/05 – 2009/10

Millones de sacos de 60 Kg.

	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ⁽¹⁾
Producción	122,6	117,0	133,6	122,2	130,0	125,2
Brasil	43,6	36,1	46,7	39,1	51,5	43,5
Vietnam	14,5	16,3	19,5	18,0	18,0	17,5
Otros	64,5	64,5	67,4	65,1	60,6	64,2
Consumo	119,3	126,1	128,2	128,3	125,7	131,5
Productores	29,9	30,6	33,2	34,2	35,6	36,5
Importadores	89,3	95,5	95,0	94,0	90,1	95,1
Balance	3,3	-9,2	5,3	-6,1	4,3	-6,3
Inventarios Finales	46,7	37,5	42,8	36,7	41,0	34,7
Productores	23,0	19,2	21,2	15,6	16,6	12,8
Importadores	23,7	18,3	21,7	21,1	24,4	21,9
% Inv./ Consumo	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3

(1) Pronóstico

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

Como se observa en el Cuadro 2, según USDA la producción de Brasil durante 2008/09 fue de 51,5 millones de sacos, cifra que excedió en cinco millones de sacos el pronóstico del gobierno brasilero de 46 millones de sacos. Con una demanda interna de 18,1 millones de sacos, los inventarios llegaron a 4,7 millones al inicio de la siguiente cosecha. De otro lado, los analistas, esperan que la cosecha 2009/10, que inició para Brasil en junio del año anterior, alcance los 43,5 millones de sacos y que presente problemas de calidad por efecto de las intensas lluvias en algunas zonas cafeteras. De esta manera, al terminar la cosecha se espera que las existencias lleguen a 2,5 millones de sacos, muy por debajo de las registradas durante los últimos años.

Cuadro 2. Balance cafetero - Brasil

Años cosecha 2004/05 – 2009/10

Millones de sacos de 60 Kg.

	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09 ⁽¹⁾	2009/10 ⁽²⁾
Producción	43,6	36,1	46,7	39,1	51,5	43,5
Importaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Oferta	43,6	36,1	46,7	39,1	51,5	43,5
Exportaciones	27,9	24,5	29,3	27,3	31,5	27,0
Consumo	15,5	15,9	16,7	17,4	18,1	18,7
Total Usos	43,4	40,5	46,0	44,7	49,6	45,7
Balance	0,2	-4,4	0,7	-5,6	1,9	-2,2
Inventario Inicial	11,8	12,0	7,6	8,4	2,8	4,7

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

Fuente: USDA

Según el Cuadro 3, la producción de Vietnam en el último año cosecha fue cercana a los 20 millones de sacos, cifra récord que produjo que los

inventarios fueran 1,7 millones de sacos. No obstante, se estima que para la cosecha 2009/10 la producción sólo llegará a 18,4 millones de sacos, cifra que será insuficiente para abastecer el mercado interno y las exportaciones, razón por la que se presentará una disminución en los inventarios.

Cuadro 3. Balance cafetero – Vietnam

Años cosecha 2002/03 – 2009/10

Millones de sacos de 60 Kg.

	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09 ⁽¹⁾	2009/10 ⁽²⁾
Producción	14,5	13,7	19,5	18,3	19,7	18,3
Importaciones	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Total Oferta	14,5	13,7	19,6	18,4	19,8	18,4
Exportaciones	14,0	13,0	18,6	16,3	18,8	18,5
Consumo	0,6	0,7	0,9	0,9	0,9	1,0
Total Usos	14,6	13,6	19,4	17,2	19,8	19,5
Balance	-0,1	0,1	0,2	1,2	0,0	-1,1
Inventario Inicial	0,3	0,2	0,3	0,4	1,7	1,7

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

Fuente: USDA

La cosecha 2008/09 que terminó en septiembre del año pasado, se tradujo para los productores centroamericanos² en una caída en la producción de 3%. La principal razón para este comportamiento se encuentra en las adversas condiciones climáticas imperantes en la región. Las estimaciones para la cosecha 2009/10, sugieren una leve recuperación en la producción, alcanzando niveles similares a los presentados en la cosecha 2007/08 (Cuadro 4).

Cuadro 4. Balance cafetero – Centroamérica⁽¹⁾

2004/035– 2009/10

Millones de sacos de 60 Kg.

Año	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09 ⁽²⁾	2009/10 ⁽³⁾
Producción	14,9	15,1	16,1	17,4	16,9	17,3
Importaciones	0,3	0,3	0,2	0,4	0,4	0,3
Total Oferta	15,2	15,5	16,3	17,7	17,3	17,6
Exportaciones	13,0	12,4	13,6	14,5	13,7	14,0
Consumo	2,2	2,8	3,1	3,4	3,5	3,5
Total Usos	15,2	15,2	16,7	17,9	17,2	17,6
Balance	0,0	0,3	-0,4	-0,2	0,1	0,1
Inventario Inicial	0,3	1,2	1,5	1,1	0,9	1,0

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

Fuente: USDA

1.1.2 Consumo

En 2009, el consumo mundial fue de 130,5 millones sacos producto de un crecimiento moderado de 1%, muy por debajo de la tasa promedio anual de 2% registrada en la última década. No obstante, lo anterior resulta ser un comportamiento positivo si se tienen en cuenta los adversos efectos de la crisis financiera y económica que afectó en mayor medida a los principales países consumidores de café. Así, en 2010 se espera que continúe la dinámica vista antes de la crisis, escenario en el cual el comportamiento del

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

consumo en los países productores y los mercados no tradicionales continuará jalonando el crecimiento del consumo mundial de café.

Cuadro 5. Consumo de café en países importadores

2000, 2007-2009

Millones de sacos de 60 Kg.

Región	2000	2007	2008	2009	Var 2008/2009	Var. anual 2000-2009
América del Norte	22	25	25	25	-0,2%	1,7%
Europa Occidental	36	36	37	37	0,2%	0,2%
Europa Central y Oriental	8	11	12	12	-2,2%	4,7%
África y Medio Oriente	5	7	7	8	2,8%	5,1%
Asia y Pacífico	10	12	13	13	1,8%	2,3%
Consumo Total	81	93	94	94	0,2%	1,7%

Fuente: LMC

Del análisis de las tendencias en el consumo en países importadores, se concluye que la dinámica de crecimiento en América del Norte continúa estando acorde con el crecimiento mundial del consumo (2%). Por su parte, en Europa Occidental, principal región consumidora, el crecimiento en la demanda se ha estancado. Finalmente, Europa Central, Europa Oriental, África y Medio Oriente, regiones no tradicionales en el consumo de café, registran crecimientos anuales equivalentes a 5%, muy por encima del crecimiento anual del consumo en el mundo (Cuadro 5).

1.2 Exportaciones

Cuadro 6. Volumen y valor de las exportaciones mundiales de café verde

2008 – 2009

Millones de sacos de 60 Kg.	2008	2009 ⁽²⁾	Var. 2008 - 2009
Arábicas	63,5	60,2	-5%
Suaves colombianos	12,2	9,3	-24%
Colombia	11,1	7,9	-29%
Otros suaves	22,5	20,9	-7%
6 países ⁽¹⁾	14,0	13,3	-5%
Brasil y otras arábicas	28,7	30,0	5%
Brasil naturales y arábicas	24,0	26,2	10%
Robustas	34,2	34,5	1%
Vietnam	16,1	17,1	6%
Brasil robustas	2,1	1,1	-46%
Total	97,7	94,7	-3%
Brasil total	26,0	27,4	5%
Valor (millones de US\$)	15.962,7	14.119,7	-12%

Fuente: OIC

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

(2) Datos provisionales

Según cifras de la OIC, las exportaciones mundiales en 2009 fueron de 94,7 millones de sacos, 3% menos que la cifra registrada el año anterior. Esta caída se explica en la disminución de embarques desde Colombia (-29%) y otros productores de cafés suaves (-7%). No obstante, Brasil y Vietnam incrementaron el volumen de sus exportaciones 5% y 6%, respectivamente (Cuadro 6). Por su parte, si se analizan las exportaciones por tipo de café, se

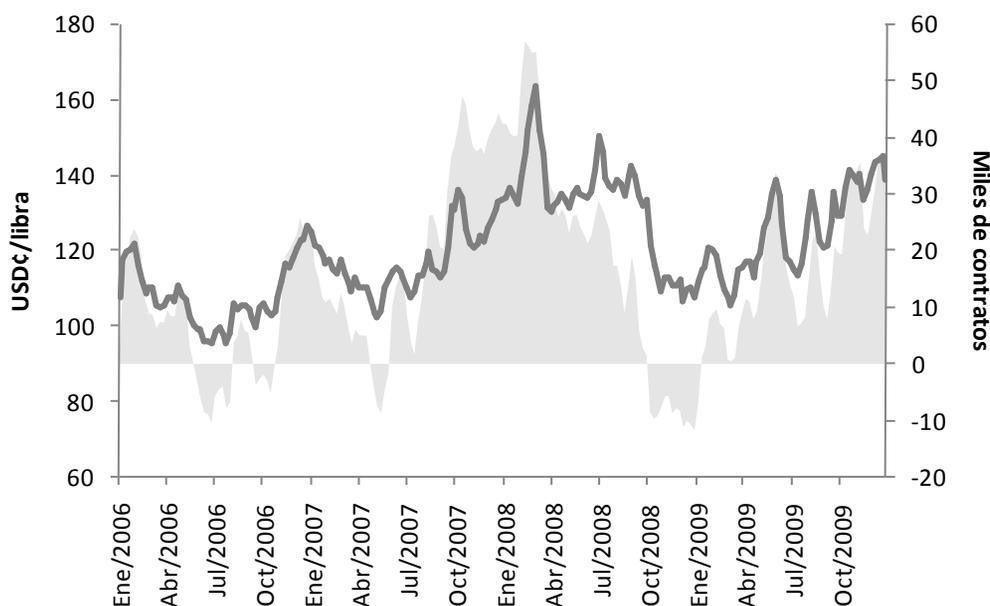
observa que las exportaciones de arábicas conservaron su participación de 66% en el mercado mundial, equivalente a 60,1 millones de sacos, mientras los embarques de robustas alcanzaron los 34,5 millones de sacos.

Finalmente, el valor de la cuenta cafetera en 2009, obtenido como el producto entre el volumen de embarques y el precio promedio indicativo de la OIC para cada tipo de café, presentó una caída del 12%, al pasar de USD 15.963 millones en 2008 a USD 14.120 en 2009. Este comportamiento se explica por la caída en los embarques de cafés suaves.

1.3 Precio Internacional del Café

Durante 2009, el precio del contrato “C” de la bolsa de Nueva York registró una tendencia al alza, que llevó los precios de niveles de 110 USD¢/libra en enero a precios cercanos a los 150 USD¢/libra en diciembre.

Figura 1. Precio de la bolsa y posición neta de fondos futuros
Enero 2006 – diciembre 2009



Fuente: ICE

El anterior comportamiento estuvo estrechamente relacionado con la entrada y salida del mercado del café de los fondos de inversión (Figura 1). En el primer semestre del año, la entrada de estos agentes estuvo asociada a factores especulativos debido a la búsqueda de mejores rendimientos en los mercados de materias primas. Para la segunda mitad del año, la situación de balance cafetero mundial, el crecimiento del consumo y las expectativas por posibles efectos climáticos sobre la cosecha de Brasil, impulsaron las cotizaciones de café y mantuvieron a los fondos activos en este mercado.

2. Mercado Interno

La caída en la producción cafetera colombiana y el consecuente incremento en el diferencial de venta del café de Colombia, fueron los principales factores que afectaron el comportamiento del mercado interno del café durante 2009.

En efecto, la ocurrencia de una serie de circunstancias excepcionales cuya combinación trajo consigo efectos adversos sobre la cosecha cafetera, dentro de los cuales se destacan unos niveles de lluvia 40% superiores al promedio histórico, la menor aplicación de fertilizantes como consecuencia del aumento de los precios del petróleo, el fósforo y el potasio en 2008 y el incremento en los niveles de roya, tuvieron efectos negativos sobre la productividad del cultivo.

A partir de octubre de 2008, la menor disponibilidad de café a lo largo del año produjo un incremento significativo en los diferenciales de compra, hasta llegar al máximo histórico de 99 USD¢/libra. Este comportamiento empezó a corregirse a la baja a partir de junio de 2009. No obstante, la poca producción registrada en los últimos meses del año, provocó un nuevo repunte en la prima del café colombiano hasta 47 USD¢/libra. Como consecuencia cuando se analiza la composición del precio interno del café, se observa que durante 2009 el 22% del mismo estuvo explicado por el diferencial de venta, un comportamiento nunca antes visto.

2.1 Balance Interno Cafetero

El 2009 fue un año difícil para la caficultura colombiana. Después de exhibir una relativa estabilidad durante la última década y haber alcanzado niveles superiores a los 12 millones de sacos, el año pasado la producción cafetera en Colombia cayó a 7,8 millones de sacos, 32% por debajo del nivel registrado en 2008. A pesar de lo anterior, el valor de la cosecha cafetera sólo disminuyó 11% con respecto a 2008, alcanzando \$3,4 billones.

Circunstancias excepcionales como el incremento en el precio de los fertilizantes, unos mayores niveles de precipitación en las zonas cafeteras y el consecuente aumento en los niveles de infestación por roya, explican la disminución del volumen de producción.

**Cuadro 7. Balance cafetero – Colombia
2003 – 2009**

Millones de sacos de 60 Kg.

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1. Producción e Importaciones	11,6	11,3	11,6	12,4	12,8	11,6	8,6
Producción	11,6	11,2	11,1	12,1	12,6	11,5	7,8
Importaciones⁽¹⁾	0,0	0,1	0,4	0,3	0,1	0,2	0,8
2. Expo y Consumo Int.	11,5	11,5	12,1	12,2	12,5	12,4	9,2
Exportaciones	10,3	10,3	10,9	10,9	11,3	11,1	7,9
Consumo interno	1,2	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3
3. Balance	0,0	-0,2	-0,5	0,3	0,3	-0,7	-0,6
4. Inventario Total	2,0	2,0	1,4	1,5	1,9	1,1	0,6

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

Desde 2007 los aumentos experimentados en las cotizaciones del petróleo, el fósforo y el potasio, se tradujeron en mayores precios de la urea, el fosfato diamónico y el cloruro de potasio, agroquímicos esenciales para la producción de café. Como resultado, en 2008 las ventas de agroquímicos para el sector cafetero cayeron 30% en volumen con respecto a su nivel en años anteriores. Las consecuencias de ello no se hicieron esperar y tuvieron mayores repercusiones debido a que la menor aplicación de fertilizantes se efectuó en momentos de mayor agotamiento de los cafetales, producto de las elevadas cosechas registradas en 2006 y 2007.

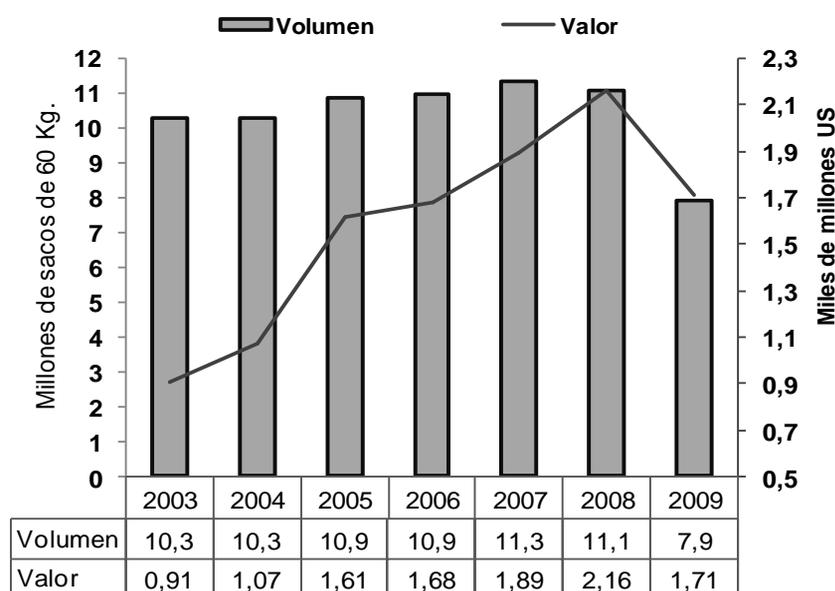
Con la llegada del fenómeno de la Niña en julio de 2007 y la prolongación de las lluvias hasta marzo de 2009, la floración de los cafetales se vio seriamente afectada. Registros de las estaciones climatológicas de Cenicafé indican que en las zonas cafeteras se presentaron precipitaciones 40% por encima de los promedios históricos y estudios comparativos indican que las floraciones disminuyeron en volumen y se presentaron de manera esparcida. La infortunada combinación de las anteriores circunstancias dejó los cafetales expuestos a enfermedades causadas por hongos, como la roya, que aunque en mínima proporción, también afectó la producción.

El consumo interno se mantuvo en niveles similares al año anterior, ocasionando. Por su parte, las importaciones crecieron significativamente llegando a 770 mil sacos debido a la caída en la producción. A su vez, los inventarios cerraron en 590 mil sacos, nivel mínimo de varios años, resultado de la desacumulación a lo largo de los últimos meses.

2.2 Exportaciones

En concordancia con la menor producción, los embarques de café hacia el extranjero sufrieron una caída de 29% (Figura 2), lo cual ocasionó que la participación de las exportaciones colombianas en el total mundial en 2009 disminuyera con relación al mismo período del año anterior. Como resultado, las exportaciones de Colombia representaron 8% de los embarques mundiales del grano.

Figura 2. Volumen y valor de las exportaciones de Café de Colombia 2003 – 2009

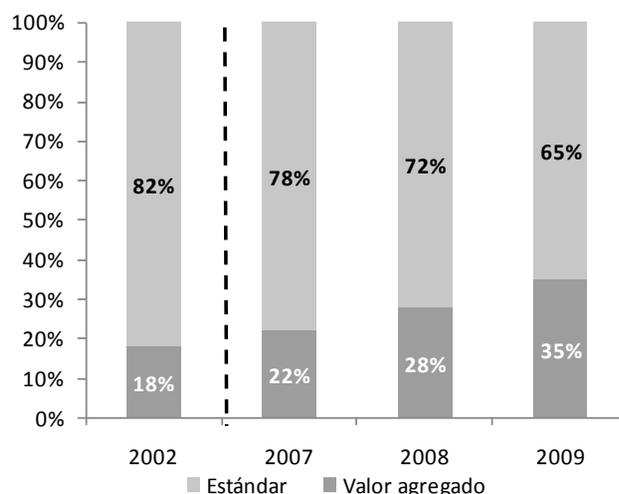


En este contexto de menor oferta de café colombiano, se produjo una menor caída en el valor de las exportaciones ubicándose en USD 1,71 mil millones, producto del avance logrado por la Institucionalidad Cafetera a través de la estrategia de valor agregado y la fidelización del consumidor mediante el Programa 100% Café Colombiano.

Cuando se mira la composición de las exportaciones con respecto a la relación con el cliente, el 45% de los embarques corresponden a café con destino a marcas pertenecientes al Programa 100% Café Colombiano y marcas de tostadores leales al origen Colombia.

Adicionalmente, como resultado de lo anterior, la estructura de las exportaciones de Café de Colombia se ha modificado. En efecto, a diciembre aproximadamente el 35% de los embarques correspondieron a cafés especiales, procesados e industrializados (Figura 3)

Figura 3. Participación de las exportaciones por tipo de café
2002, 2007-2009



En el Cuadro 8 se observan las exportaciones de grano colombiano por país de destino. No obstante la caída generalizada en los embarques de Café de Colombia a sus principales mercados, vale la pena destacar la fidelidad de clientes como Estados Unidos, Canadá, Japón y Corea, países cuya participación en el total de exportaciones colombianas pasó de representar el 58% a ser el 65%.

Cuadro 8. Exportaciones colombianas según destino

2002 – 2009

Millones de sacos de 60 Kg.

País / Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Var 2008-2009
Europa	4,3	4,0	4,3	4,5	5,0	4,3	2,4	-43%
Alemania	1,6	1,4	1,4	1,5	1,5	1,1	0,5	-60%
Bélgica / Luxemburgo	0,5	0,5	0,7	0,6	0,8	0,7	0,5	-27%
Italia	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,1	-64%
Reino Unido	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,3	-32%
Suecia	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	-29%
Países Bajos	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	-53%
España	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	-31%
Francia	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	17%
Otros Europa	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	0,4	-48%
Norteamérica	4,1	4,2	4,6	4,4	4,4	4,7	3,7	-23%
Estados Unidos	3,6	3,6	4,0	3,8	3,9	4,2	3,2	-24%
Canadá	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	4%
Asia	1,5	1,8	1,7	1,7	1,5	1,6	1,5	8%
Corea	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	13%
Japón	1,4	1,6	1,5	1,5	1,3	1,4	1,3	7%
Otros	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	13%
Total	10,3	10,3	10,9	10,9	11,3	11,1	7,9	-29%

Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC

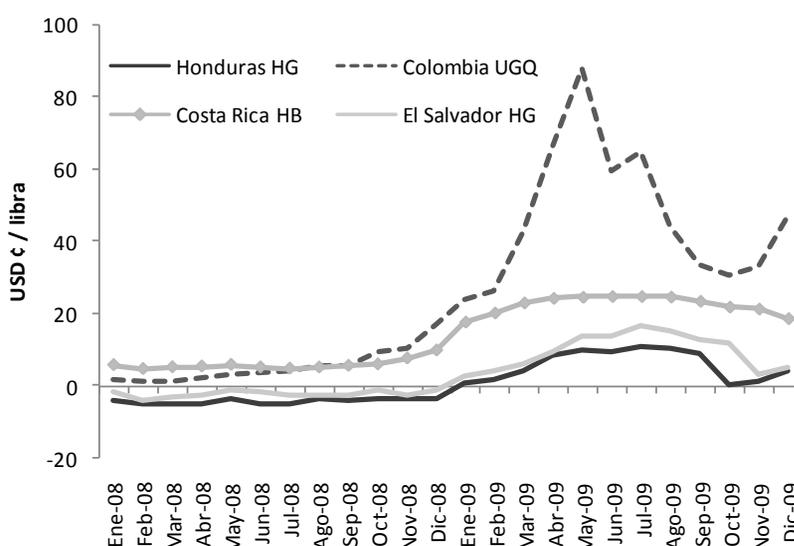
2.3 Precio Interno

Las variables internacionales que afectan en mayor medida el desempeño de la actividad cafetera colombiana son el precio internacional del café, la tasa de

cambio y la prima de precio pagada por la calidad del café colombiano, debido al papel que desempeñan en la determinación del precio interno de compra del café.

Debido a la escasez en las existencias del grano, los retrasos en los embarques y la menor producción, los diferenciales de venta del café colombiano en los mercados internacionales incrementaron significativamente. Este comportamiento inició en octubre de 2008 y en mayo de 2009, alcanzó el máximo histórico de 99 USD¢/libra (Figura 4).

Figura 4. Diferenciales FOB con respecto de la bolsa, pronto embarque
Enero de 2008 – diciembre de 2009



Deben señalarse dos consecuencias importantes del comportamiento exhibido por los diferenciales. En primer lugar, algunos clientes se vieron obligados a buscar sustitutos en otros orígenes para abastecer su demanda y esto ocasionó el aumento de los diferenciales de otros productores de cafés suaves. En segundo lugar, cuando se analiza la composición del precio interno del café, se observa que durante 2009, un importante porcentaje del mismo estuvo explicado por el diferencial de venta, un comportamiento nunca antes visto.

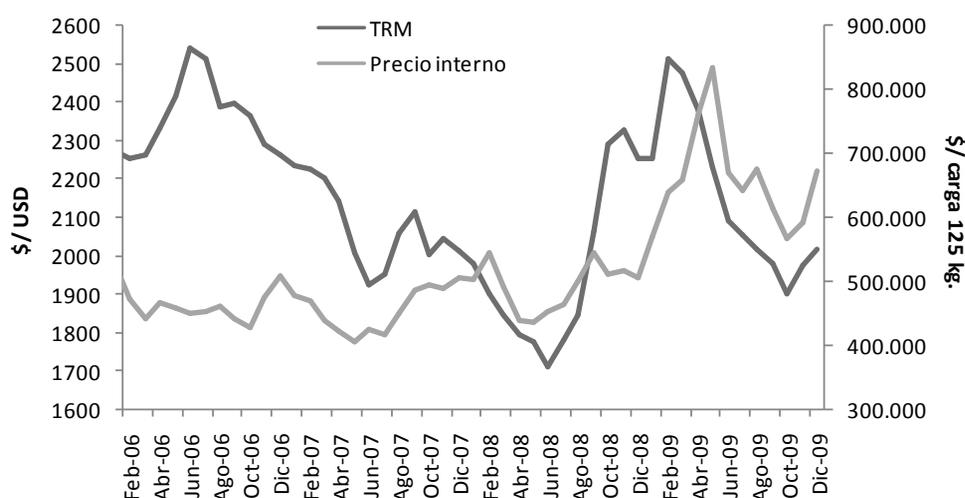
A partir de junio, diferentes factores condujeron a una corrección (a la baja) de la prima del café colombiano cercana al 40%. Entre ellos se encuentran: la disminución en los retrasos de los embarques y los menores compromisos nuevos por parte del sector exportador. No obstante, la poca producción registrada en los últimos meses del año, provocó un nuevo repunte en la prima del café colombiano hasta USD¢47/libra. Como consecuencia cuando se analiza la composición del precio interno del café, se observa que durante 2009, el 22% del mismo estuvo explicado por el diferencial de venta, un comportamiento nunca antes visto.

Aunque la tasa de cambio inició el año con una devaluación que la llevó a niveles de \$2.600 por dólar, las condiciones de debilitamiento de la moneda

americana frente a otras monedas, y el mejor panorama económico y de inversión en Colombia, han generado una revaluación del peso colombiano que a diciembre de 2009 dio cuenta de una tasa de cambio de \$2.018 por dólar.

Así la cosas, el precio interno, en mayo de 2009, alcanzó el valor de \$880 mil/carga, esto debido a la escasez de café colombiano y el respaldo de la demanda. La corrección del diferencial y la revaluación del peso, a diciembre, disminuyeron el precio hasta niveles que se encuentran alrededor de los \$650 mil/ carga (Figura 5).

Figura 5. Precio interno del café vs tasa de cambio en Colombia
Enero de 2006 – diciembre de 2009



ACCIONES Y PROGRAMAS DE LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

1. Comercialización sostenible y con valor agregado

Durante 2009, la política de comercialización del FoNC se vio sometida al mayor de los retos. En efecto, el entorno de altos precios ocasionado por una menor disponibilidad de café de Colombia, se convirtió en el escenario bajo el cual los instrumentos desarrollados por la institucionalidad cafetera, para garantizar la comercialización y promoción del grano, fueron puestos a prueba y demostraron su pertinencia y eficacia.

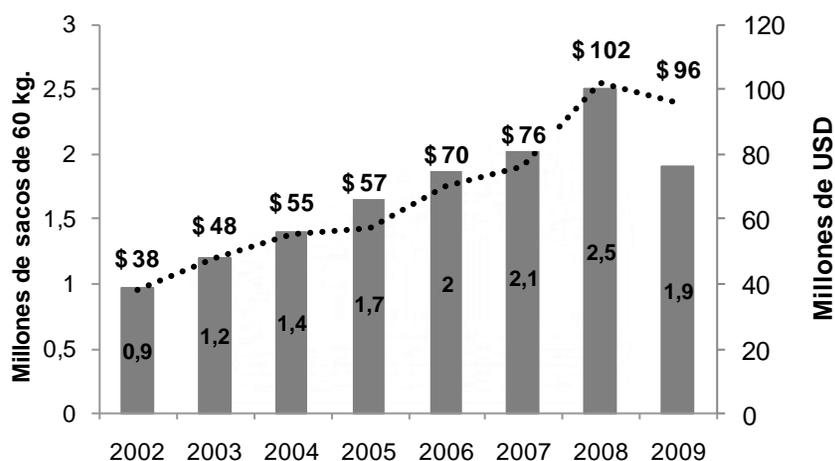
De tal manera, pese a las difíciles condiciones de mercado fue posible transferir el mayor porcentaje de precio al productor, continuar ejerciendo la garantía de compra y avanzar en la agregación de valor a lo largo de la cadena de comercialización del café con un portafolio innovador de productos y servicios. Gracias a todos estos esfuerzos el café de Colombia siguió consolidando su presencia en nuevos mercados.

1.1 Ventas de café con valor agregado

En ejercicio de la función de comercialización, durante 2009 la FNC continuó fomentando la exportación de cafés con valor adicional al verde estándar a través de los proyectos que hacen parte de su estrategia de valor agregado (cafés especiales, productos innovadores, servicios complementarios y Buencafé).

Esta estrategia tiene como propósito fundamental lograr mayores retornos para el caficultor y fortalecer las finanzas del FoNC. Hacen parte de esta estrategia i) el desarrollo de nuevas oportunidades para la industrialización del café en la fábrica de café liofilizado, Buencafé, ii) el fomento a la producción de cafés especiales, iii) el desarrollo de productos innovadores que responden a las necesidades de clientes y consumidores a través de los cuales se potencializa la comercialización de café con servicios complementarios tales como VMI/VMD³ o la trazabilidad del grano a través de Bean Track.

Figura 1. Volumen y valor de las ventas de café con valor adicional* al verde estándar 2003-2009



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

Gracias a ello, el valor de las ventas con valor agregado del FoNC ha crecido 2,5 veces desde 2002, alcanzando en 2009 un valor equivalente a USD96 millones por ventas de 1,9 millones de sacos (Figura 1). Aunque el volumen transado con valor agregado fue 23% menor al registrado en 2008, el valor generado por este café fue sólo 6% menor. Este comportamiento se explica por el valor adicional generado por cada libra de café comercializada, el cual alcanzó un nivel récord de USD¢38.

Como resultado de esta estrategia se tiene que la participación de los cafés especiales e industrializados dentro de las exportaciones de café, ha incrementado en forma permanente como resultado de los esfuerzos de la Federación por aumentar el bienestar de los caficultores a través de los programas de valor agregado. En efecto, de representar el 9% a principios de la década, pasó en 2009 a ser el 35% de las exportaciones de café de Colombia corresponde a producto con valor agregado.

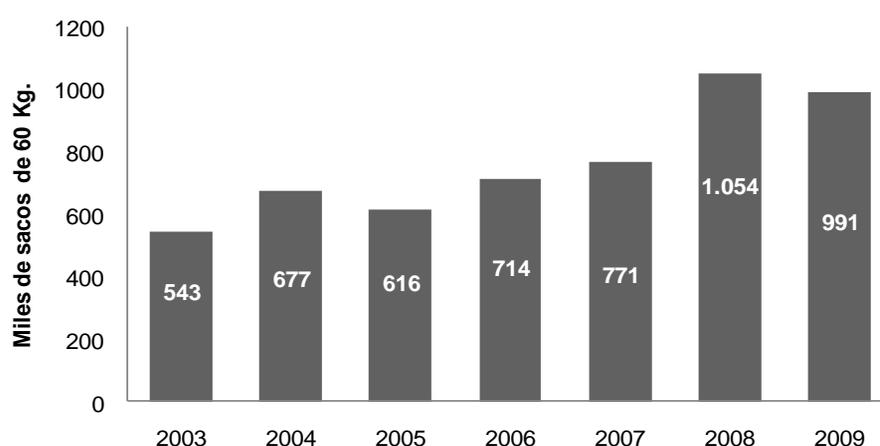
³ Vendor Manager Inventory/Delivery

A continuación se presentan los resultados más importantes alcanzados durante 2009 a través de los diferentes componentes de la estrategia de valor agregado promovida por la Institucionalidad Cafetera:

1.1.1 Cafés especiales

Las exportaciones de cafés especiales continuaron con ritmo ascendente pese a la disminución prevista en su demanda originada por la crisis económica internacional y la menor producción de café colombiano. Así, durante el año pasado las exportaciones de este tipo de café superaron los 990 mil sacos. Esta buena dinámica ha sido impulsada principalmente por el crecimiento de la producción de cafés sostenibles y la excelente acogida por parte de los tostadores y consumidores de los cafés certificados producidos en Colombia (Figura 2).

Figura 2. Exportaciones de cafés especiales de la Institucionalidad Cafetera 2003 – 2009



A diciembre de 2009 se consolidaron 90 programas de cafés especiales, de los cuales 54 corresponden a cafés sostenibles. En Colombia la producción de cafés especiales se realiza en un área de 213 mil hectáreas con una oferta potencial estimada en 3,1 millones de sacos, en la que intervinieron 74.927 caficultores, 50 mil más que en 2007.

Asimismo, en 2009 se generaron USD11 millones en valor adicional a través de la comercialización de cafés especiales, lo cual se tradujo en mayores ingresos para los productores y por ende en mejor calidad de vida y bienestar para sus familias.

En apoyo a la comercialización de los cafés especiales producidos a través de los programas respaldados por la Federación, en 2009 se llevaron a cabo varios eventos comerciales dentro de los cuales se destacan la VII Taza de la Excelencia y Expoespeciales Ibagué. En el primer evento, se inscribieron 374 lotes de 12 departamentos del país, de los cuales se escogieron como los mejores, 27 lotes provenientes de Caldas, Huila, Meta, Quindío, Risaralda y Tolima, que por sus características fueron subastados por la Internet como cafés gourmet. En esta versión todos los lotes se vendieron a un precio promedio de 6,8 USD/libra, destacándose el precio pagado al ganador de la competencia, 21 USD/libra. Con esta cotización, un caficultor del Meta rompió el récord pagado por una libra de café colombiano.

Por su parte, Expoespeciales Ibagué contó con la participación de más de 800 caficultores, 72 expositores, 32 compradores internacionales y más de dos mil visitantes. Dentro de los eventos realizados se destacan los talleres para la preparación de café y entrenamiento de baristas, así como tres concursos, dos sobre calidad de café y uno de catación. La premiación al mejor café de desarrollo alternativo contó con la presencia del Embajador de los Estados Unidos.

1.1.2 Comercialización de café con servicios complementarios y productos innovadores

La FNC ha venido desarrollando diferentes iniciativas que le permiten ofrecer a sus clientes servicios complementarios y productos innovadores.

Inventarios administrados por el proveedor VMI/VMD: a través de este servicio, la FNC mantiene la responsabilidad de la entrega hasta las fábricas de los clientes. Gracias a ello, en Europa se entregaron bajo esta modalidad 520 mil sacos, de los cuales un importante porcentaje corresponde a cafés especiales.

Sistema de trazabilidad Bean Track: mediante este sistema, la FNC puede suministrar información social, ambiental y económica, a sus clientes sobre el origen del café que compran. En la actualidad, Bean Track es utilizado en la comercialización de cafés sostenibles como el Orgánico, Rainforest Alliance, Comercio Justo, UTZ, AAA Nespresso y 4C.

Cafés con conceptos innovadores: la FNC ofrece al mercado cafés con conceptos innovadores que permiten el acceso a otros nichos de mercado y generan mayor valor a los productores. Ejemplos de este tipo de café son: i) los cafés del proyecto micro-lotes ofrecidos al mercado en pequeñas cantidades con características de calidad muy destacadas; ii) el lanzamiento en Japón de una edición limitada denominada “*Classic Colombia by DyDo*”, elaborada con café 100% Colombia Clásico, del cual 51% de los granos son de la variedad Típica; iii) el programa “*Georgia Emerald Mountain–GEMB*,” producto elaborado para Coca-Cola Japón, y cuya campaña publicitaria en 2008 se destinó al fortalecimiento de la marca de propiedad del FoNC; iv) los cafés de preparación especial.

Desarrollo de empaques especiales para exportación de café: este proyecto ofrece un servicio ajustado a las necesidades del cliente. En este segmento se destacan el empaque *Big Bags* (sacos de una tonelada) para la exportación de café Emerald Mountain con destino a Japón y el desarrollo de empaques al vacío para la exportación de volúmenes pequeños de cafés especiales, como son los micro-lotes de finca.

Cafecert: es la entidad certificadora independiente creada por la FNC encargada de certificar los cafés colombianos que opten por la utilización de la denominación de origen Colombia. Igualmente, gracias a la suscripción de un convenio con el *Coffee Quality Institute (CQI)*, Cafecert es la entidad encargada de administrar y supervisar el programa *Q-Grade* en Colombia, bajo el cual se certifican los cafés verdes colombianos de conformidad con los estándares para cafés especiales definidos por la SCAA.

1.1.3 Buencafé Liofilizado de Colombia

Debido al alto nivel tecnológico en sus métodos de producción y sistemas de empaque, Buencafé ha logrado un importante posicionamiento en el mercado, lo cual le ha permitido exportar un 98% de su producción al mercado internacional. Los principales destinos consolidados para los productos de la fábrica son: Alemania, Rusia, Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Canadá, Ecuador, Dinamarca, Corea del sur, Chile, entre otros.

En 2009 Buencafé produjo 8.225 toneladas de café liofilizado, de las cuales el 85% corresponde a café liofilizado estándar y el 15% a productos especiales. Dentro de estos últimos la mayor participación corresponde a liofilizado descafeinado con 7,1%, seguido por el fabricado para otras marcas (maquila) con 4,4%, el Fair Trade 2,3% y el Orgánico 1,3%.

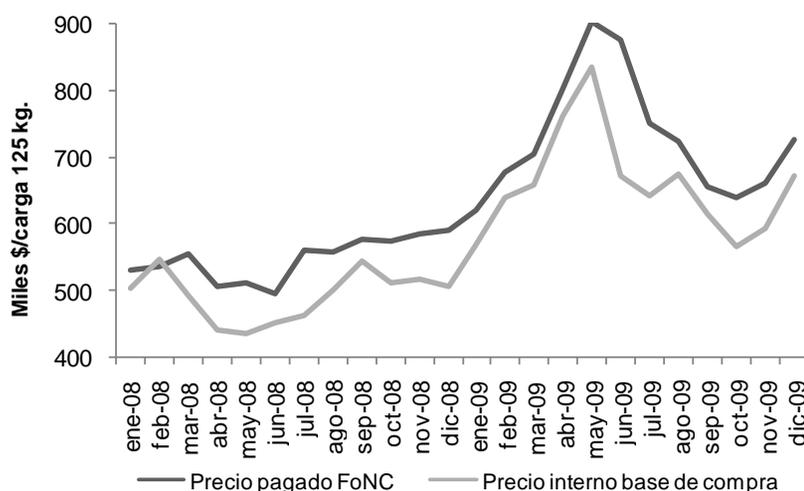
Por destino se destaca el volumen de café comercializado a Europa Oriental (32%), seguido de Europa Occidental (27%), Norteamérica (20%); Asia y el Pacífico (11%), Colombia (7%) y otros (3%).

Al concluir 2009 se tiene un cierre de ventas de 8.053 toneladas, 16% menos que en 2008 y una facturación equivalente a \$213 mil millones (USD99 millones). Este comportamiento está explicado por la dificultad enfrentada por los clientes de Buencafé para financiar sus actividades. Así, aunque el consumo mundial de café no disminuyó, si se produjo una desaceleración en las órdenes de pedido originada en un reacomodo de los niveles de inventario.

1.2 Transferencia de precio externo al productor

Durante 2009, gracias a los diferentes programas adelantados por la institucionalidad cafetera, el porcentaje de transferencia de precio internacional al productor continuó en niveles superiores a los exhibidos por cafés de otros orígenes. Lo anterior, en un entorno caracterizado por precios altos, fue posible gracias al esfuerzo financiero realizado por el FoNC para garantizar el mejor precio de compra al caficultor por su café.

Figura 3. Precio pagado por el FoNC vs. Precio promedio base de compra
Enero de 2008 – Diciembre de 2009



Asimismo, la política de comercialización ha permitido que el precio efectivamente pagado al caficultor por el café adquirido por el FoNC sea superior al precio promedio base de compra. En efecto, en 2009, el precio

promedio pagado por el FoNC fue de \$728 mil/carga, 11% mayor al precio promedio base de compra registrado en el mismo período (Figura 3).

Cuando se compara el nivel de precio pagado por el FoNC en 2009 con respecto a 2008, se obtiene que durante el año pasado, los caficultores que vendieron su café a través de la Institucionalidad Cafetera recibieron en promedio 33% más que en el mismo período de 2008, momento en el cual el precio promedio pagado fue \$547 mil/carga.

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

1.2.1 La compra relacional

La compra relacional es una nueva meta que se ha propuesto la institucionalidad cafetera. Entendida ésta, como que la garantía de compra no debe consistir únicamente en la transacción, sino que debe complementarse con las relaciones. De esa manera, la comercialización garantiza la maximización del ingreso caficultor.

En la búsqueda de este propósito, se han creado e implementado nuevas estrategias que buscan apoyar la transferencia del mayor precio al caficultor y aumentar la transparencia. A continuación se enumeran las principales:

Nuevo sistema de valoración de café para la compra al caficultor con base en almendra sana: esta estrategia propone al caficultor un sistema de valoración de café que sea transparente, simple (el caficultor puede calcularlo desde la finca) y ágil, que incentiva y premia la calidad y reconoce el precio de mercado por el café excelso y las pasillas. Su implementación y aplicación comenzó en marzo de 2009 y se ha posicionado como el sistema de compra en casi todas las Cooperativas de Caficultores.

Garantía de compra para los defectos en taza: en junio de 2009, se introdujo una nueva tabla de descuentos aplicables al momento de recibo de los cafés con problemas de taza. Su determinación se hizo teniendo en cuenta las posibilidades comerciales de ese tipo de cafés dependiendo de la frecuencia y el tipo de defecto. De esta manera, se mitiga el riesgo de acopio de las Cooperativas, a través de las capacidades comerciales y el conocimiento del proceso industrial del café adquirido por la institucionalidad cafetera.

Autorización de uso de la línea de financiamiento para la compra de café húmedo: en los últimos años, la comercialización del café húmedo ha marcado la pauta en algunas regiones. En aras de no excluirlas y poder ejercer la garantía de compra en estas zonas, se ha autorizado a algunas cooperativas para que utilicen los recursos de la línea de financiamiento para la compra de este tipo de café.

Obtención de eficiencias en el uso de materias primas y en los tiempos de la cadena de abastecimiento que generan mayor competitividad: esta estrategia se ha traducido en una disminución de costos superior a USD1,5

millones y a su vez ha generado una mayor transferencia de precio al productor.

1.2.2 cooperativas de caficultores

En 2009, operaron 35 Cooperativas de caficultores con una red de 516 puntos de compra, con presencia en todos los departamentos cafeteros. Estas organizaciones contaron con el apoyo del FoNC para cumplir con su rol en la comercialización de café. De esta forma, el 46% de las compras de café realizadas durante el año se realizó con recursos de la línea de financiamiento del Fondo.

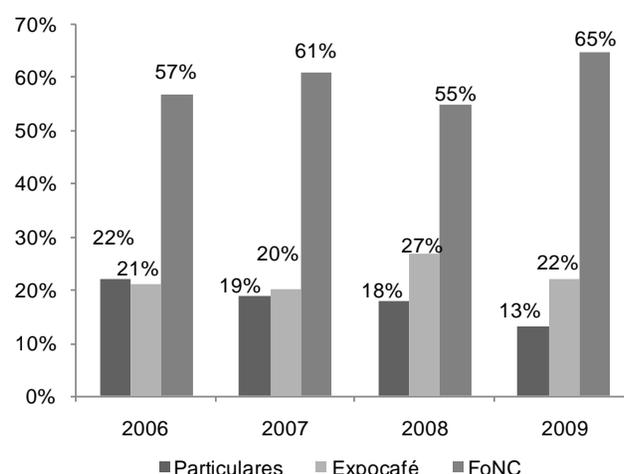
Asimismo, la FNC ha apoyado la labor de las cooperativas a través de la entrega de apoyos económicos en función del cumplimiento de las metas de entrega de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores. En 2009, estos incentivos representaron \$4.900 millones de ingresos adicionales para las Cooperativas.

Estos recursos significaron una gran diferencia ante la difícil coyuntura de producción presentada durante el año. Como resultado, en 2009, la participación de las compras de las cooperativas aumentó a 39% de la producción registrada (alrededor de 3 millones de sacos), nueve puntos porcentuales por encima de la registrada durante 2008.

Del total de dichas compras, el FoNC recibió el 65%, diez puntos porcentuales más que en 2008. Para el logro de este resultado fueron determinantes, entre otras cosas, la estrategia de compra relacional, el establecimiento de los coordinadores regionales de compra y el trabajo mancomunado.

En relación con su situación financiera, durante 2009 las Cooperativas de Caficultores arrojaron excedentes netos por la suma de \$6.052 millones, cifra 51% menor a la registrada durante 2008. Esta circunstancia se explica por el menor volumen de café comprado el año pasado y el sobrecosto en que debieron incurrir algunas de ellas ante el incumplimiento de los compromisos de café fijados a futuro por parte de los caficultores. Tal situación obligó a las cooperativas a reponer el café comprometido con el FoNC a precios más altos.

Figura 4. Participación del FoNC en las compras de las Cooperativas 2006 - 2009



De igual forma, a pesar de haber registrado una disminución de 3% en su patrimonio debido a la difícil situación del mercado, en 2009 las Cooperativas lograron mantener su capital de trabajo en niveles adecuados.

1.2.3 Almacafé

En 2009, a través de Almacafé se adquirió cerca del 30% del café comercializado internamente en el país.

Adicionalmente, Almacafé efectuó la revisión, control de calidad y expedición de guías de tránsito para 5,1 millones de sacos de café verde de propiedad de los exportadores particulares. Igualmente, gestionó la contratación y coordinó la movilización del café y empaques, desde los centros urbanos hasta el puerto, de 117.212 toneladas de café excelso, 20% menos que en 2008.

En 2009, la adopción del sistema de compra de café por almendra sana representó para Almacafé mayor eficiencia en el tiempo de recibo y el registro de la información.

Almacafé como responsable del proceso de transformación del café pergamino en café verde para atender los compromisos del FoNC, desde hace varios años adelanta el programa de Gestión de Trilla cuyo objeto es lograr el máximo aprovechamiento del café pergamino y la mayor calidad de los excelsos y co-productos. El indicador utilizado para medir esta gestión es la diferencia entre el rendimiento de compra del pergamino y el rendimiento obtenido en el proceso industrial. Este indicador pasó de 2,46 kg. en 2007 a 1,57 kg. en 2009, el mejor resultado de los últimos ocho años.

Igualmente, vale la pena destacar el buen comportamiento del porcentaje de excelso obtenido a partir de 100 kg. de café pergamino. Así, mientras en 2007 este indicador era 74,7%, al finalizar 2009 fue de 75,8%, lo cual indica un mejor aprovechamiento de la materia prima y la mayor calidad del grano colombiano.

Finalmente, en lo corrido de 2009, el factor de rendimiento en la trilla indica que para obtener 70 kg. de café excelso son necesarios 92,4 kg. de café pergamino.

1.3 Mecanismos para la gestión del riesgo

En los últimos años la institucionalidad cafetera se ha preocupado por ofrecer al caficultor, mecanismos de mercado que le permitan proteger su ingreso de los vaivenes del precio interno de compra y por ende recibir el mayor porcentaje del precio internacional reconocido por el café colombiano. Para ello se han desarrollado principalmente dos tipos de mecanismos cuyos resultados alcanzados en 2009 se describen a continuación:

1.3.1 Contrato de compra de café con entrega a futuro

Este instrumento comenzó a utilizarse en 2006 para mitigar el impacto de la volatilidad del precio del café sobre el ingreso del caficultor. A través de estos contratos, el productor puede vender con anticipación su cosecha a un precio determinado o determinable en el momento de la entrega del café.

Durante 2009, las ventas bajo esta modalidad presentaron un crecimiento importante. En efecto, los caficultores suscribieron contratos con las cooperativas por 47,5 millones de kg. de café pergamino a un precio promedio de \$659 mil/carga. Esto significó un mejoramiento en el ingreso del caficultor

equivalente a \$3 mil millones, cuando se compara con el precio del café para entrega inmediata vigente al momento de la venta del café.

El comportamiento exhibido por el diferencial en 2009 generó incentivos para que los caficultores, que habían comprometido previamente su café mediante esquemas de venta a futuro, consideraran no cumplir sus obligaciones. Así, con el ánimo de proveer un apoyo a la gestión de este riesgo, se organizaron reuniones con varias cooperativas para analizar su exposición y proponer alternativas para su administración.

En este sentido, la FNC prestó asesoría acerca del uso de diversos instrumentos de cobertura del Contrato "C", logrando mitigar en parte el riesgo asociado a su volatilidad.

1.3.2 Contrato de Protección de Precio - CPP

Este instrumento contemplado por el Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011, le permite al caficultor garantizar un precio mínimo hasta para el 50% de su cosecha.

Buscando mitigar el impacto en el ingreso derivado de la caída en la producción cafetera en 2009, se disminuyó el plazo para la adquisición del Contrato de dos meses a un mes y se incrementó el precio de sostenibilidad de \$600 a \$650 mil/carga. Como se trata de medidas establecidas para mitigar los efectos negativos derivados de la menor producción en 2009, estas modificaciones estarán vigentes hasta que se recupere el nivel promedio de producción nacional calculado en 11 millones de sacos, o hasta que se agoten los recursos destinados por el Gobierno Nacional para el funcionamiento del CPP.

1.4 Programa de consumo interno

El año 2009 fue crucial para el desarrollo de este programa. Gracias a la alianza establecida con representantes de la industria, se desarrollaron los instrumentos de participación y cooperación que permitirán desplegar una estrategia de largo plazo. Dentro de estos instrumentos se destaca la creación de una fiducia para captar los recursos que se invertirán en el Programa y el nombramiento de un Coordinador Ejecutivo, quien estará a cargo de implementar la estrategia acordada por los miembros de la industria.

El programa se ha planteado una ambiciosa meta: convertir el café en la bebida más apreciada y consumida por los colombianos. Para cumplir este reto, durante 2009 se avanzó en la elaboración y aprobación del Plan Estratégico del Programa, la selección de la agencia de comunicaciones y la agencia de publicidad, la realización de talleres con tostadores medianos y pequeños, y la creación de una "Red de Apoyo", conformada por asociaciones, instituciones, gobierno y líderes de opinión.

Dentro del Plan Estratégico se definieron las siguientes líneas de acción:

- El desarrollo de campañas de comunicación de los beneficios del café a profesionales de la salud.

- La implementación de estrategias para hacer de la bebida un lugar común en diferentes ocasiones y sitios de consumo, buscando desarrollar un mayor interés por su distribución y atraer a los consumidores del futuro.
- El diseño y puesta en marcha de un plan de comunicación asociado con la Denominación de Origen, así como el establecimiento de alianzas para la formación de equipos de expertos en preparación de café.

2. Competitividad e innovación de la caficultura colombiana

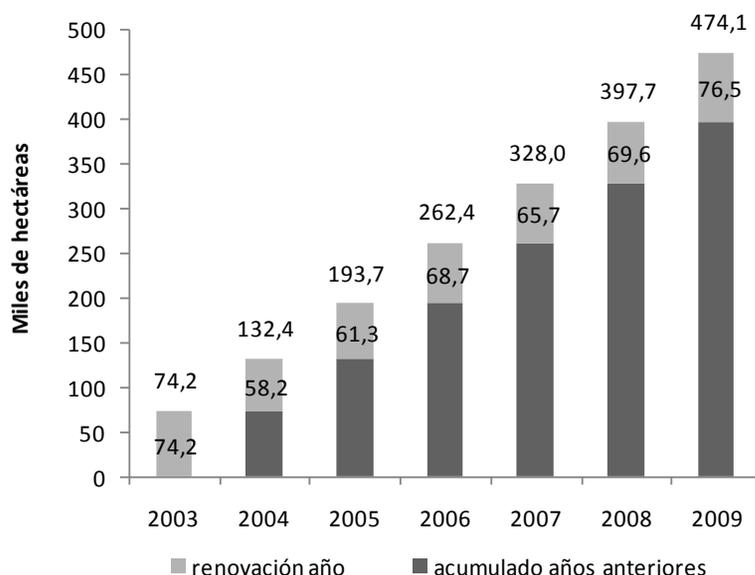
La Federación implementa diferentes programas cuyo objeto es mejorar la competitividad de la caficultura colombiana. De este modo, la renovación de la caficultura se encuentra a la orden del día para aumentar la productividad del cultivo y al mismo tiempo incrementar el ingreso del caficultor y su familia.

Igualmente, la institucionalidad cafetera continúa desarrollando otros programas que tienen por objeto mantener la fertilización en niveles adecuados, generar y transmitir nuevas técnicas de cultivo, proteger el medio ambiente y fomentar el acceso al crédito y a la tierra.

2.1 Programas para la renovación de la caficultura

En los últimos años, la FNC ha implementado programas tendientes a incrementar la productividad de los cafetales tradicionales y mantener los logros en productividad alcanzados en los cultivos tecnificados. Para ello, con el apoyo del Gobierno Nacional, la Federación entrega incentivos para la renovación, que junto con el esfuerzo de los caficultores han permitido la renovación de 474 mil hectáreas durante los últimos siete años, (Figura 5). En particular, entre 2008 y 2009, se intervinieron más de 146 mil hectáreas en los diferentes departamentos cafeteros.

Figura 5. Área renovada (Acumulado)
2003 – 2009



2.1.1 Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro

Este programa, cuya ejecución inició en 2007, está enfocado a la renovación de cafetales tradicionales o envejecidos y permitirá triplicar el ingreso que más de 360 mil caficultores reciben por el cultivo de café. El programa opera por

medio de créditos otorgados a pequeños caficultores, que brindan amplios beneficios para el caficultor, pues están respaldados por un ICR equivalente al 40% del monto del crédito y el valor total de los intereses causados durante la vida de la obligación es asumido por el FoNC.

Como resultados del programa se tiene que entre 2007 y 2009, los cafeteros solicitaron 39.620 créditos por \$149 mil millones para la renovación de 27,2 mil hectáreas. Adicionalmente, durante 2009, se incluyeron las siguientes mejoras al programa:

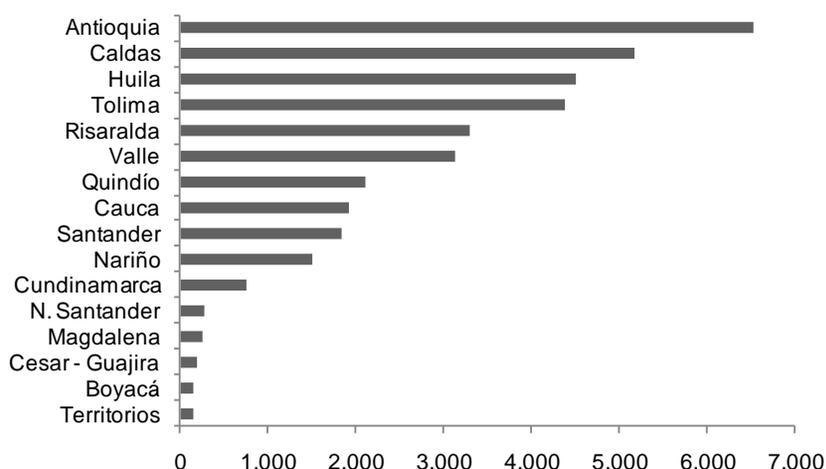
- Para darle mayor dinamismo al proceso de trámite y desembolso de los créditos, además del Banco Agrario, se incorporaron al programa dos bancos privados, Davivienda y el Banco de Bogotá.
- Con el objeto de acompasar el valor otorgado por el programa al incremento en los costos de implementación del cultivo, también el año pasado se incrementó el valor del crédito de \$4,5 millones a \$6 millones por hectárea.
- Para facilitar las labores de siembra se creó un fondo para la prefinanciación de esta actividad, que permite que el caficultor cuente con los recursos necesarios con anterioridad a la aprobación del crédito y el primer desembolso. En 2009, mediante este mecanismo se efectuaron 1.694 anticipos de prefinanciación por valor de \$1.344 millones.
- Para ampliar el alcance del programa a más caficultores, se eliminó la clasificación por tamaño de caficultor aplicada por la FNC (asociado al número de hectáreas cultivadas con café), con lo cual ahora sólo se aplica el límite patrimonial establecido por FINAGRO para el pequeño productor (Para 2009, \$54 millones – 110 SMMLV). Como medida adicional, y con el objeto de fomentar la sustitución de variedades susceptibles por variedades resistentes, se permitió el ingreso al programa de aquellos cafetales que en 2009 se vieron fuertemente afectados por roya, sin importar la edad del cultivo.

2.1.2 Programa de Competitividad de la Caficultura

Este programa está orientado a estimular el mantenimiento de la caficultura tecnificada en estado óptimo de producción. En 2009, se proporcionaron incentivos para la renovación de 36 mil hectáreas, cuya distribución por departamento se presenta en la Figura 6. El valor de los incentivos otorgados asciende a \$29 mil millones que se distribuyeron entre 56 mil caficultores. Vale la pena destacar que 85% de los beneficiarios de este programa son pequeños caficultores con menos de cinco hectáreas en café.

La volatilidad presentada por el mercado de la urea en 2008 y 2009, como consecuencia del comportamiento presentado en el precio del petróleo, hizo necesario que la FNC modificara la denominación del incentivo. Así, a partir de noviembre se reconoce un incentivo tasado en \$140 por árbol. Esta medida se aplicó de manera retroactiva a todos los caficultores beneficiados por el programa durante el 2009.

Figura 6. Hectáreas renovadas con incentivo
2009



Adicionalmente, si el productor siembra maíz, frijol o tomate de manera intercalada con café o en un lote independiente dentro de la misma finca, se entregan por hectárea hasta 150 Kg. adicionales de fertilizante.

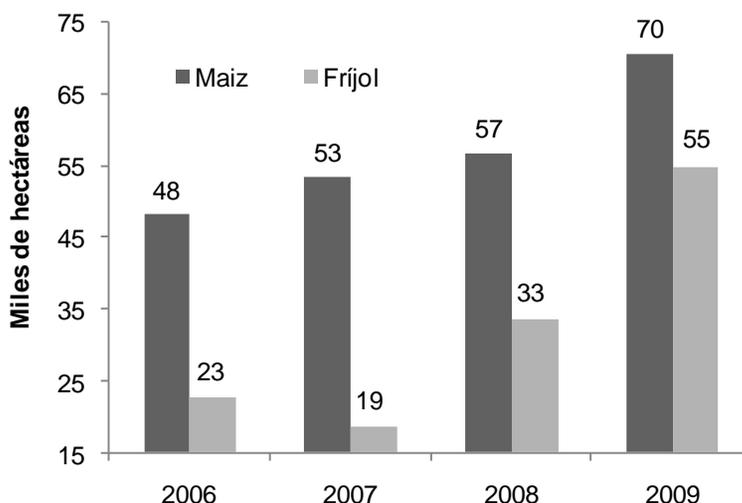
2.2 Programas para la complementación del ingreso del caficultor

El cultivo de maíz o frijol contribuye a elevar la productividad de la tierra, al mismo tiempo que se constituye en una alternativa para incrementar y diversificar los ingresos y afianzar la seguridad alimentaria. Por estas razones, la FNC recomienda su siembra intercalada en periodos de renovación.

2.2.1 Programa Café y Frijol

En vista de las bondades inherentes al cultivo y con el ánimo de estimular las siembras de frijol en la zona cafetera colombiana, en 2002 el Ministerio de Agricultura puso en marcha el Programa Café y Frijol. Para su funcionamiento se estableció un incentivo a la comercialización equivalente a \$150 mil por tonelada de frijol vendida con factura.

Figura 7. Siembras de maíz y frijol en zona cafetera
2003 - 2009



Gracias a lo anterior, durante 2009 se sembraron 55 mil hectáreas de frijol en zona cafetera, (Figura 7). Por su parte, a través del Programa de Competitividad, se entregó fertilizante por \$521 millones para la siembra de 3.770 hectáreas de frijol y tomate.

2.2.2 Programa Café y Maíz

En 2002 la FNC suscribió un convenio con Fenalce que se ha constituido en un importante dinamizador de las siembras de maíz tecnificado en zona cafetera. Este convenio ha permitido que las siembras se realicen con los híbridos FNC3056 blanco y FNC318 amarillo, altamente productivos y resistentes a enfermedades.

En 2009 se sembraron 70 mil hectáreas en maíz, (Figura 7). Por medio del Programa de Competitividad se otorgaron incentivos en fertilizante por \$1.569 millones para la siembra de 11.416 hectáreas de maíz.

2.3 Fertifuturo

En vista del incremento experimentado por los precios de los fertilizantes en 2008 y al efecto negativo de esta circunstancia en la productividad del cultivo (debido a la menor aplicación), en 2009, la FNC y el Ministerio de Agricultura suscribieron un convenio por \$20 mil millones para la puesta en marcha de un programa para el fomento a la fertilización. Como resultado se diseñó Fertifuturo que permitió a los caficultores adquirir fertilizantes durante 2009, de dos maneras:

- Sin pagar intereses mediante un contrato de compra de café con entrega futura suscrito con la cooperativa de caficultores. A través de esta opción, el caficultor cancela el valor del fertilizante en el momento que entrega el café comprometido a través del contrato.
- Por la compra de contado, mediante la cual el caficultor obtiene un descuento sobre el valor de la factura que es abonado a través de la Cédula o la Tarjeta Cafetera Inteligente.

En octubre, con el objeto de estimular la fertilización de los cafetales, se incrementó el valor del descuento de 7,5% a 20%, el cual aplicó tanto a la opción de compra de contado como a la asociada a la compra a futuro de café.

Igualmente y con el fin de recuperar los cafetales infectados con roya, se reconoció a los productores afectados 50% de descuento por la compra de fertilizantes, previa evaluación por parte del Servicio de Extensión, del nivel de infestación y necesidades de fertilización.

Así, durante 2009 Fertifuturo benefició 90.808 caficultores con la compra de fertilizante por \$130,5 mil millones, gracias a lo cual, se estima que las ventas de fertilizante al sector cafetero aumentaron 40% durante 2009. Cifra que contrasta con la caída de 30% ventas registrada en 2008, ocasionada por el aumento del precio de los fertilizantes.

2.4 Modelos Innovadores - Jóvenes Agricultores

Este proyecto, liderado por la FNC con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, busca brindar oportunidad de adquirir tierras y demás factores

productivos a jóvenes caficultores. Para ello, se apalancan recursos del sector financiero privado y se incentiva la asociación, innovación y la tecnificación en la siembra de café.

En 2009, se ejecutaron proyectos en nueve departamentos cafeteros, por medio de los cuales se ha logrado la vinculación de 256 jóvenes, futuros propietarios de 1.601 hectáreas, (Cuadro 1). También durante el año, se impulsó el fortalecimiento técnico y la gestión empresarial, con miras a incrementar la productividad y adoptar prácticas de planeación y seguimiento.

También se obtuvo el aval del BID para la ejecución de la segunda fase del proyecto, la cual busca desarrollar un esquema que permita al caficultor adulto mayor, acceder a una opción de retiro digno apalancado en valor de su tierra, al mismo tiempo que se generan oportunidades para que los jóvenes se conviertan en propietarios de las mismas.

Cuadro 1. Resultados del programa Modelos Innovadores – Jóvenes Caficultores
2007 - 2009

Departamento	Jóvenes	Hectáreas	Valor de la Tierra (millones \$)	Créditos de Renovación (millones \$)
Antioquia	42	244	1.700	176
Tolima	17	112	500	108
Santander	24	124	1.700	216
Risaralda	21	118	1.320	71
Quindío	28	159	770	198
Magdalena	44	240	850	243
Norte de Santander	50	406	450	243
Caldas	9	56	450	N/A
Valle	21	142	800	N/A
Total	256	1.601	8.540	1.255

2.5 Crédito Cafetero

La FNC desempeña un rol importante como agente dinamizador del crédito entre los caficultores, motivo por el cual promueve los créditos con garantía complementaria Fogacafé, ICR, al igual que gestiona ante el Gobierno Nacional el establecimiento de programas para alivio crediticio. A continuación se presentan los resultados alcanzados para el logro de este propósito durante 2009.

Línea de crédito para beneficiaderos ecológicos: esta línea de crédito le permite al caficultor acceder a un ICR de 40% del capital. De esta manera, se incentiva la aplicación de prácticas que mejoren la calidad del café y contribuyan a la sostenibilidad ambiental. En 2009, a través de la misma se entregaron incentivos por \$8,1 mil millones a 2.928 productores para la construcción de beneficiaderos ecológicos.

Garantía Fogacafé: los pequeños cafeteros tienen la posibilidad de acceder a créditos para renovación, sostenimiento de cafetales y beneficiaderos ecológicos donde además de contar con la garantía FAG para el 80% del capital, obtienen el respaldo de Fogacafé por el 20% del capital restante.

A diciembre de 2009, se entregaron recursos de Fogacafé por \$40,1 mil millones para complementar la garantía de 48.986 créditos. En particular, como ayuda para mitigar los efectos de la ola invernal, se expidieron 2.723 certificados de garantía por \$2,4 mil millones.

Cuadro 2. Créditos para pequeños caficultores con garantía de Fogacafé
(Millones de pesos)
2009

Concepto	Renovación	Sostenimiento	Beneficiaderos	Total
Número de certificados	\$ 26.233	\$ 20.627	\$ 2.126	\$ 48.986
Valor de certificados	\$ 19.944	\$ 17.984	\$ 2.191	\$ 40.118
Valor desembolsado	\$ 99.719	\$ 44.956	\$ 10.954	\$ 155.630

PRAN Cafetero: para ofrecer nuevos periodos de gracia a las personas beneficiarias del PRAN Cafetero, se tramitó el Decreto 4430 de 2008, gracias al cual 8.656 caficultores se verán beneficiados.

Adicionalmente, dentro de la Reforma Financiera aprobada por la Ley 1328 de 2009, se incluyó un artículo que ofrece la posibilidad de cancelar las obligaciones refinanciadas a través del PRAN Cafetero y el Programa de Alivio Cafetero por el valor que resulte mayor entre el 30% del saldo inicial de la obligación, y el pagado por FINAGRO al momento de su adquisición. Con esta medida podrán beneficiarse cerca de 55 mil caficultores.

Programa de alivio crediticio: en la actualidad, cerca de 47 mil productores cafeteros (9% del total del país) que se acogieron al PRAN Cafetero, se encuentran reportados ante las centrales de riesgo por incumplimiento en sus pagos. Dentro de este grupo cerca de 40 mil tienen deudas menores a \$3,5 millones, que de acuerdo con la Ley 1328 de 2009 no son susceptibles de cobro jurídico, lo que dificulta su pago e impide el acceso a nuevas líneas de crédito.

Al finalizar 2009, con el objetivo de normalizar la cartera y posibilitar que estos caficultores se conviertan en beneficiarios del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, se implementaron, con la aprobación de Comité Nacional, medidas especiales para la cartera PRAN administrada por FINAGRO. Así, aquellos productores cuyas deudas no requieren pago de capital se beneficiaron a través de la cancelación de su deuda por parte del FoNC. Para ello, se destinaron \$39 millones equivalentes al monto adeudado por concepto de seguros de vida de las obligaciones de 13.445 caficultores.

Adicionalmente, el FoNC adquirirá los pagarés que al vencimiento de la Ley 1328 de 2009 se encontraban vigentes en FINAGRO y cuyo valor individual es hasta \$3,5 millones. Los beneficiarios de este programa de alivio crediticio verán saneada su situación ante las centrales de riesgo, convirtiéndose de nuevo en sujetos de crédito. En particular, para todos aquellos que cumplan con los requisitos exigidos, se buscará promover su vinculación al Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

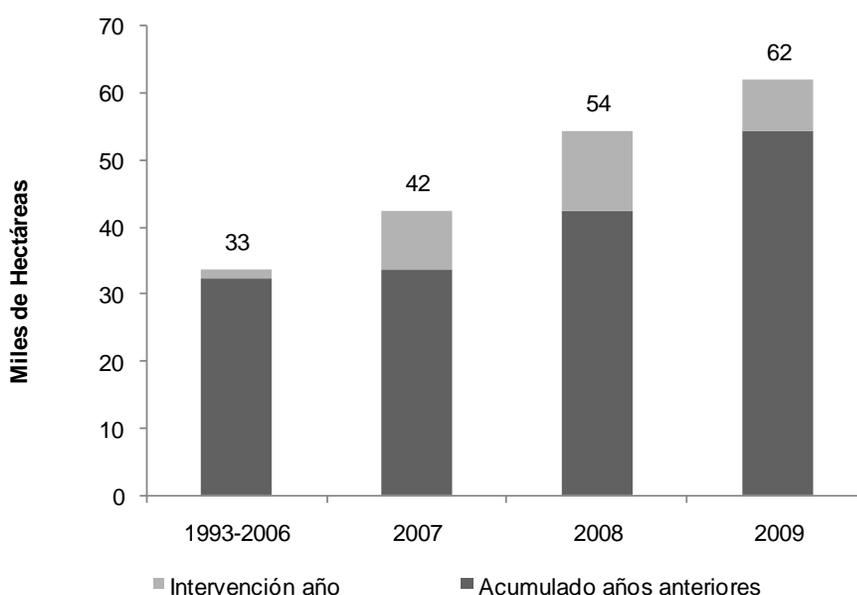
2.6 Programas con impacto positivo en el medio ambiente

La FNC desarrolla actividades forestales para contribuir a la estabilización del balance hídrico y la reducción de la erosión en sub-cuencas prioritarias de la cuenca media y alta del Río Magdalena, a través del incremento del uso forestal sostenible, la recuperación y la conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas. Para ello ha venido ejecutando el Programa de Silvicultura como Alternativa de Producción, el cual recibió entre 2007 y 2009, recursos de MIDAS por \$5 mil millones.

Desde su implantación en 1993, los resultados de este programa dan cuenta de 62 mil hectáreas intervenidas a diciembre de 2009 (Figura 8), y se espera totalizar 70 mil en 2012. El número de familias cafeteras vinculadas en 2009 fue de 1.404, que sumadas a los 6.691 hogares que ya formaban parte del programa, equivalen a 8.095 familias favorecidas. Igualmente, se culminó la construcción del segundo Centro Asociativo de Transformación de Madera.

En agosto de 2009, se suscribió un nuevo convenio para la entrega de €3,5 millones, que permitirán, a partir del año 2010, mejorar el manejo de la biodiversidad por parte de los agricultores beneficiarios del programa. Con este componente se intervendrán 5.659 hectáreas bajo la modalidad de corredores biológicos estratégicos y se mejorará la eficiencia en el uso del agua del proceso post-cosecha del café.

Figura 8. Hectáreas intervenidas acumuladas
1993-2006, 2007- 2009



Por su parte, el Programa Mejoramiento Ambiental y Fortalecimiento de la Calidad del Café manejado por la FNC, apoya a 2.880 caficultores del Programa de Familias Guardabosques por medio de talleres de capacitación, mejoramiento de la infraestructura de beneficio y secado y la recuperación de bosques y/o áreas protegidas. En 2009, se capacitaron 288 familias en buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales, secado solar del café, organización comunitaria y convivencia, entre otros.

El proyecto, que se ejecuta en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander, es financiado por Mitsubishi Corporation, Acción Social y la FNC con \$3.468 millones ejecutables en diez años a partir de 2009.

2.7 Acciones adelantadas para mantener la sanidad vegetal

Durante 2009, como medida de choque para evitar una mayor difusión de los brotes de roya identificados a lo largo del país, el Comité Directivo aprobó extender los beneficios de Fertifuturo a los caficultores con cultivos afectados por esta enfermedad. Así, previa visita del Servicio de Extensión, el productor presentando la factura de compra, recibió a través de la Cédula o la Tarjeta Cafetera Inteligente descuentos hasta por el 50% del valor del fertilizante

necesario para recuperar el cafetal. Durante 2009, los cafeteros presentaron 13.772 facturas que obtuvieron descuentos superiores al 20%, como apoyo a la fertilización de cafetales con roya. De los anteriores, 5.469 obtuvieron el mayor descuento posible, equivalente al 50%. En total, los recursos destinados a través de esta iniciativa alcanzaron los \$3.863 millones.

Adicionalmente, para fomentar la sustitución de variedades susceptibles a la roya, se permitió adelantar la renovación de los cafetales no recuperables a través del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, sin importar la edad que presentaran.

De otra parte, como resultado de las intensas lluvias presentadas en 2009, el porcentaje de infestación por broca aumentó considerablemente a partir de agosto, pasando de 1,2% en julio a 4,5% en noviembre. Sin embargo, la acción rápida de la Federación hizo posible que este porcentaje se redujera considerablemente en diciembre a 3,2%, gracias a lo cual este indicador al cierre de 2009, fue 3,1%.

Para controlar la proliferación de esta plaga, se realizó una campaña intensiva enfocada a incentivar la aplicación de buenas prácticas agrícolas asociadas a la intensificación de la recolección de los frutos maduros, sobre maduros y secos. La divulgación de la campaña se efectuó por medio de afiches, un boletín técnico y volantes, que a su vez fueron utilizados como avisos de prensa en los periódicos regionales, programas radiales y en el canal del Servicio de Extensión (web 2.0), además de las actividades cotidianas del Servicio de Extensión. Así mismo se mantuvo un comercial permanente en la televisión asociado a las emisiones de Las Aventuras del Profesor Yarumo, programa que dedicó dos entregas a este tema.

Adicionalmente, para garantizar la compra de todo el café producido en el país y mantener la sostenibilidad financiera del FoNC, se simplificó la aplicación de los descuentos por defectos en taza para el café brocado, facilitando así la labor de comercialización de este café.

2.8 Programas para la producción de cafés especiales

La promoción de la producción de cafés especiales, ha permitido que las exportaciones de este tipo de cafés hayan aumentado de manera importante en los últimos años y se hayan consolidado como el rubro de exportación con valor agregado más importante para el café colombiano. A continuación se describen los resultados alcanzados a través de estas iniciativas durante 2009.

2.8.1 Agronegocios y PyMes

A través de los dos componentes de este programa se brinda apoyo a 25 mil pequeños caficultores en la producción de cafés especiales en 30 mil hectáreas en plantaciones tradicionales y envejecidas, ubicadas en 199 municipios del país (diez departamentos).

El componente de Agronegocios beneficia a 12.500 caficultores, con la renovación por siembra de 15 mil hectáreas y la generación de 22.500 empleos al año. Para ello, se cuenta con recursos del Programa MIDAS por \$4.350 millones.

Hasta diciembre de 2009, se han renovado 16 mil hectáreas, de las cuales 5,4 mil hectáreas corresponden a lo ejecutado durante la presente vigencia. Con estos resultados se favorecieron 31.277 caficultores, de los cuales 7.713 fueron vinculados en 2009. Con estos resultados, se logró involucrar casi 19 mil caficultores adicionales a los inicialmente planificados por cubrir con este componente.

Por su parte, el componente PyMes brinda asistencia técnica especializada a 25 mil caficultores en la producción de cafés especiales certificados, para lo cual cuenta con \$4.168 millones ejecutados a través de la Fundación Manuel Mejía y 60 extensionistas que atienden los beneficiarios del proyecto. En 2009, se capacitaron los extensionistas contratados y los caficultores del proyecto y de la región. Complementariamente, se generaron 30.972 auto - empleos.

2.8.2 Mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la calidad del café

Este programa apoya a 2.880 caficultores del Programa de Familias Guardabosques por medio de talleres de capacitación, mejoramiento de la infraestructura de beneficio y secado y la recuperación de bosques y/o áreas protegidas.

El proyecto, que se ejecuta en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander, es financiado por Mitsubishi Corporation, Acción Social y la FNC con \$3.468 millones ejecutables en diez años a partir de 2009.

En 2009, se capacitaron 288 familias en buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales, secado solar del café, organización comunitaria y convivencia, entre otros.

2.8.3 Producción sostenible de café AAA

Se encuentra orientado a mejorar las condiciones de vida de 3.839 familias productoras de café, vinculadas al programa de calidad sostenible AAA Nespresso en Cauca y Nariño, con el mejoramiento de la infraestructura productiva y la descontaminación de las fincas cafeteras. El convenio cuenta con recursos por \$8.753 millones de Nespresso, la Federación y la comunidad.

En 2009 se beneficiaron 581 familias cafeteras de los municipios de La Florida, Sandoná y Consacá (Nariño) gracias a la mejora de la infraestructura de beneficio ecológico y el fortalecimiento de los procesos de asistencia técnica y comercialización.

2.8.4 Proyectos de cafés especiales como alternativa para la generación de condiciones de paz

Además de los programas anteriormente mencionados, la FNC desarrolla diversos proyectos encaminados a la superación de la pobreza y la generación de condiciones de paz, por medio de la promoción del cultivo de cafés especiales. Estos apoyan a 1.685 caficultores y se presentan en el Cuadro 3. En total, por medio de las diversas iniciativas que se desarrollan en asocio con diversas entidades, principalmente de cooperación internacional, se benefician a más de 1.500 familias en diferentes regiones del país. El valor de estos convenios supera los \$13 mil millones.

Cuadro 3. Otros proyectos de cafés especiales
1993 – 2009

Proyecto	Actividades	Beneficiarios	Duración
Laboratorio de paz - Modelos innovadores	Mejora la infraestructura productiva, implementación de tecnologías para el fortalecimiento de la calidad del café al igual que el fomento de la seguridad alimentaria y nutricional	185 caficultores de Antioquia, Cauca, Santander y Tolima	2009 - 2010
Laboratorio de paz - Componente Meta	Aseguramiento de la calidad y la certificación socio ambiental de la producción	300 familias desplazadas del Meta	2009 - 2010
Comunidad Paéz	Mejora de la infraestructura de beneficio, secado y manejo de aguas residuales. Apoyo de la producción y comercialización de café orgánico.	500 familias Indígenas Páez	2008 - 2010
Serranía Perijá - Good Inside	Mejora de infraestructura, renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	100 familias de la Serranía del Perijá	2008 - 2009
Colombia Cafetera Sostenible	Mejora de la infraestructura, renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	600 familias afectadas por la violencia en la Serranía de la Perijá	2009 - 2012

2.9 Servicio de Extensión

Nunca antes en la historia de la FNC, el Servicio de Extensión ha tenido un número tan significativo de técnicos. En 2009 la planta de personal alcanzó las 1.545 personas, cifra que se incrementa si se tienen en cuenta los pasantes y el personal con contratos de corto plazo.

La gestión realizada por el gremio cafetero ha logrado que esto sea una realidad, lo cual ha redundado en una mejora en la calidad del servicio y la percepción de los caficultores respecto de la asistencia técnica que reciben. De la cifra anterior, 333 corresponden a los técnicos que prestan asistencia a los beneficiarios del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, cuyo costo es financiado por el Gobierno Nacional a través del Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011. Otro grupo significativo fortalece la asistencia a los caficultores vinculados a los programas Nespresso, USAID y KfW, entre otros. Finalmente, 1.112 técnicos corresponden al personal habitual del Servicio de Extensión, incluidos los auxiliares administrativos.

Labores educativas: durante 2009, el Servicio de Extensión continuó brindando apoyo, asesoría y acompañamiento a los caficultores. Las metodologías de extensión individuales, grupales y masivas fueron las herramientas utilizadas para alcanzar la mayor cobertura posible. Gracias a ello, en 2009 se efectuaron 530 mil eventos individuales, de los cuales 229 mil fueron visitas a finca y 301 mil atenciones en oficina. Por medio de metodologías grupales se realizaron 33 mil eventos, cada uno con 15 participantes en promedio, como reuniones, giras y días de campo, entre otros.

Capacitación: para la FNC uno de los temas prioritarios es la formación de todos aquellos que brindan asistencia técnica a los caficultores. Por ello, desde 2003 se inició el Programa de Capacitación Virtual que busca formar permanentemente en temas tecnológicos, económicos, sociales, gremiales, informáticos y de sistemas de información a los miembros del Servicio de Extensión. En 2009 se efectuaron 3.297 capacitaciones para el personal del Servicio de Extensión.

Labores de aplicación: son aquellas actividades ejecutadas por los productores en los lotes de café que han cumplido su ciclo de producción y

deben renovarse, ya sea por zoca o por siembra, así como las nuevas siembras de café. El registro de estas áreas es prioritario para el Servicio de Extensión, pues gracias a ellas el SICA contiene información precisa de la caficultura colombiana

2.10 Cenicafé

Cenicafé desarrolla su agenda de investigación con el fin de continuar ofreciendo soluciones a corto, mediano y largo plazo para los cambiantes retos de la Caficultura y fortalecer los esquemas de validación e interacción entre los caficultores, el Servicio de Extensión y la investigación científica. A continuación se presentan los principales avances de 2009.

2.10.1 Productividad agronómica

Mejoramiento genético: se desarrollaron marcadores ligados a la resistencia contra la roya que se están validando sobre líneas de variedad Castillo® a partir de la huella genética. Igualmente, se seleccionaron 22 progenies altamente resistentes a la roya y la llaga macana, con buena productividad y características de grano.

Fisiología: se determinó que para la floración del cafeto son más importantes los cambios en la humedad del aire que aquellos en la humedad en el suelo.

Renovación: al comparar cinco formas de implantar los sistemas de manejo de cafetales, se encontró que sembrar dos quintas partes el primer año, dos quintas partes el segundo y una quinta parte el tercero, para seguir soqueando una quinta parte por año, genera la mejor producción media de café a través del tiempo.

Producción de semilla: en 2009 fueron entregados 86.287 Kg. a los Comités de Cafeteros. A cooperativas y asociaciones de productores se suministraron 610 Kg.

2.10.2 Viabilidad económica del café

Cosecha, beneficio y secado: en el área de beneficio se ensamblaron los componentes de la máquina separadora de frutos por color, desarrollado con el apoyo de Colciencias. Se observó una alta eficacia en la separación de flores (>98%), y frutos en racimos (100%), alta eficacia en la detección de frutos de café verde, pintones, maduros y sobremaduros (>90%).

Para determinar el punto de lavado del café en proceso de fermentación se diseñó un dispositivo que permite medir la remoción de mucílago.

En cuanto al secado del café, se avanzó en el diseño de tecnología para medir en línea la humedad del café durante el secado en silos secadores por diferencias de peso. Así mismo, se desarrolló un controlador de caudal de aire y temperatura del aire de secado que permite mantener el consumo específico de combustible sin importar la altura de la capa a secar. Se observaron reducciones en los costos de secado hasta del 10%.

Cafés especiales: en estudios relacionados con la determinación de los componentes del aroma en el café tostado y molido, proveniente de diferentes sitios de producción, se encontró que 15 de estos compuestos, permiten

discriminar la procedencia del café, con una confianza de la predicción superior al 80%. Lo anterior convierte, esta metodología en una herramienta de interés para contribuir a determinar el origen de la muestra.

2.10.3 Conocimiento estratégico

Genómica del café: se seleccionaron 117 materiales de la colección por características sobresalientes en compuestos químicos, análisis sensorial, tamaño de gran y comportamiento espectral. Se encontraron asociaciones significativas entre marcadores y las características arquitectura de la planta, tamaño y peso de grano, y compuestos químicos asociados al perfil sensorial y resistencia a la roya, importantes para procesos de producción de variedades mediante selección asistida.

Genómica de resistencia a la broca: en resistencia a la consulta broca, los niveles de disminución de oviposición se mantuvieron significativos en dos introducciones de Etiopía (15-17%), cuatro de C. Libérica (21-23%) y tres de las progenies Kawisari (arábica x liboerica) con 22-24%. Igualmente, se identificó un genotipo etíope de C. Arábica con actividad inhibitoria de la mananasa.

En el conocimiento de la broca, estudios citológicos y genéticos evidenciaron que los machos de *H. Hampei* contienen información genética adicional, y por lo tanto tienen potencial de transmitirla a sus descendientes, lo que puede ser relevante para una estrategia de control genético.

Divulgación y transferencia: se desarrolló un módulo de diagnóstico fitosanitario de consulta en el portal de Cenicafé. Actualmente, contiene diagnósticos 33 enfermedades distintas.

2.11 Investigación Participativa

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

Nuevas variedades: en 2009, se continuó la validación de las variedades Castillo® General y Regional en 141 parcelas demostrativas en 95 municipios cafeteros. Adicionalmente, se efectuaron 154 actividades educativas con la participación de 5.324 personas. En cada departamento se seleccionó una variedad a comparar, una vez sembradas tales variedades, existe una retroalimentación de información entre productores y extensionistas.

Maíz: con el establecimiento de 31 parcelas de maíz en ocho departamentos cafeteros, se quiere validar los materiales híbridos investigados por el Cimmyt y Fenalce. Adicionalmente, estas parcelas cumplen con la función educativa de compartir con los productores la tecnología aplicada para llegar a productividades por encima de siete toneladas por hectárea que generan ingresos importantes para los caficultores. Dentro de las metodologías utilizadas vale la pena destacar las reuniones (11), los días de campo (7) y las demostraciones en campo (9).

Los materiales validados han sido fundamentalmente el FNC3056 blanco y el H318 amarillo, cuyas bondades de alta productividad y resistencia a enfermedades son interesantes para los productores.

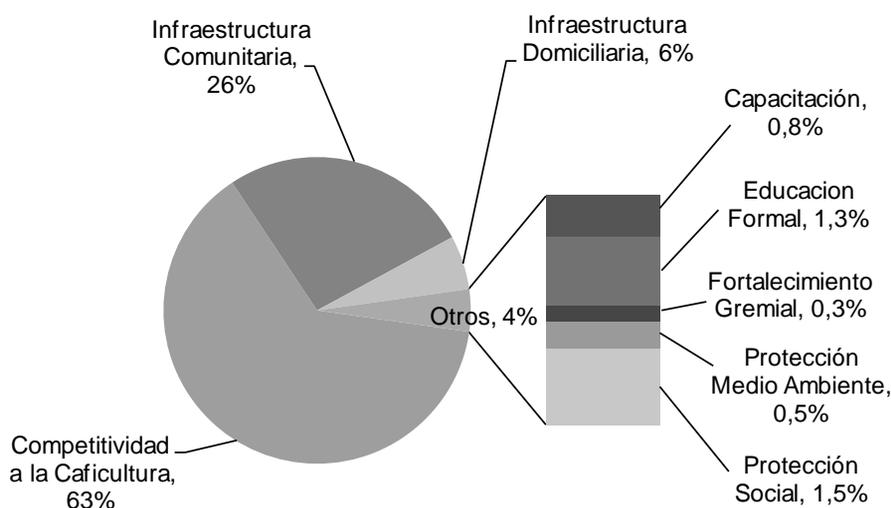
3. Programas de Inversión Social para el caficultor

La reconocida capacidad de gestión del gremio cafetero, se ha convertido en su mayor fortaleza. En 2009 se lograron invertir en proyectos desarrollados por la FNC \$863 mil millones, gracias a los aportes del Gobierno Nacional, los gobiernos departamentales y municipales, la cooperación internacional y nacional, y los esfuerzos de los productores cafeteros. Gracias a ello, el índice de apalancamiento del FoNC fue ocho, indicando que por cada peso aportado, se gestionaron \$8 adicionales provenientes de otras fuentes.

Con el objetivo de fortalecer el bienestar y el desarrollo económico y social de las familias cafeteras, el 63% de estos recursos se ejecutaron en el área de competitividad para la caficultura. Dentro de este rubro vale la pena destacar los siguientes programas: Competitividad, que genera incentivos para la renovación de la caficultura tecnificada; Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, que fomenta la renovación de cafetales envejecidos; y Fertifuturo, el cual brinda estímulos económicos para que los productores efectúen la fertilización adecuada de sus cafetales.

Igualmente, sobresale el monto de inversión para la construcción de infraestructura comunitaria (27%), rubro en el cual sobresalen los proyectos de mejora de infraestructura vial, en particular el proyecto Vías del Sur del Tolima, y las realizadas para el mejoramiento de escuelas en el sector rural.

Figura 9. Distribución de recursos invertidos en proyectos de FNC 2009



Por su parte, el tercer gran rubro es el de infraestructura domiciliaria (6%), el cual es fundamental para mejorar la calidad de vida de las familias caficultoras. A través de la construcción y adecuación de acueductos, redes eléctricas y sistemas de saneamiento básico, se logra un impacto inmediato en el bienestar de las personas.

Adicionalmente, por medio de la construcción de infraestructura productiva se mejoran los procesos de pos-cosecha del café, con importantes resultados sobre la calidad del grano y los ingresos de las familias cafeteras. (Figura 9)

3.1 Programas para la educación de la población cafetera y rural

3.1.1 Gestión empresarial

En 2009, se continuó ejecutando a través del Servicio de Extensión, el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial, cuyo propósito es la capacitación de los cafeteros en el establecimiento de empresas exitosas y competitivas. El programa tiene dos niveles. En el nivel básico, los participantes reciben capacitación dentro de un proceso participativo sobre el conocimiento de la empresa. En el nivel avanzado, se espera que el caficultor profundice en el aprendizaje y adopción de las herramientas administrativas que le permitan obtener el mayor margen posible en su empresa.

Desde 2002 este programa ha permitido capacitar alrededor de 95 mil cafeteros con una inversión de \$11.514 millones, de los cuales la FNC aportó 82%, y el SENA, la SAC y el Ministerio de Agricultura el restante 18%. En 2009 se logró capacitar 14.048 caficultores.

3.1.2 Computadores para educar

El programa tiene por objeto la donación masiva de computadores que han cumplido con su vida útil en las entidades públicas y las empresas privadas. Estos son reacondicionados y entregados a escuelas públicas de todo el país. La Federación, en convenio con la Asociación Computadores para Educar del Ministerio de Comunicaciones, brinda acompañamiento a las instituciones educativas, desde la capacitación de docentes, hasta la promoción para el uso de los recursos de informática.

En la FNC, el programa inició en 2001 y a 2009, ha permitido la entrega de más de 3.580 computadores puestos al servicio de 62 mil estudiantes en 396 instituciones educativas ubicadas en municipios cafeteros de todo el país. En 2009, se asignaron 182 computadores a 38 instituciones educativas con destino a la educación de 2.341 alumnos en Antioquia, Cauca, Nariño, Norte de Santander, Santander y Tolima.

3.1.3 Fortalecimiento de la población en el eje cafetero

El programa “Educación y Gestión para el Fortalecimiento de la Población Rural del Eje Cafetero Colombiano 2007-2010” se desarrolla con fundamento en el convenio suscrito por la FNC con la Fundación Humanismo y Democracia de España. El presupuesto asignado para su ejecución equivale a \$4.031 millones financiados en su mayoría por la Comunidad de Madrid y la Fundación Humanismo y Democracia. En sus inicios se estimó una población objetivo equivalente a 9.638 personas asentadas en la zona rural de Risaralda, Caldas y Quindío.

A diciembre de 2009, el programa invirtió \$3.452 millones para el beneficio de 20.003 personas, lo cual indica que se ha superado ampliamente la meta inicialmente programada. Adicionalmente, con la dotación de 45 escuelas

rurales y la implementación de las metodologías de postprimaria Escuela Nueva y Escuela y Café, se beneficiaron 3.047 estudiantes y 94 profesores. Paralelamente, 18.811 pequeños caficultores y 51 extensionistas se favorecieron con la dotación de infraestructura tecnológica y material educativo en 24 Centros Rurales de Entrenamiento y Gestión (CREG's). Igualmente, han recibido capacitación empresarial para la mejora de los procesos de toma de decisión, manejo financiero y aumento de productividad en las fincas.

3.1.4 Programas educativos de la FMM

En 2009, más de 57 mil personas se beneficiaron de las actividades de la Fundación Manuel Mejía, de los cuales 39.080 fueron cafeteros. A su vez, los programas de formación de la Fundación lograron una amplia cobertura al ser implementados en 338 municipios.

Gestión Administrativa de la Empresa Cafetera: en 2009, con la implementación del módulo impreso “La Empresa Cafetera”, se capacitaron en gestión administrativa 9.361 caficultores de Boyacá, Huila, Magdalena, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Tolima y Valle.

Programa de Seguridad Alimentaria: se desarrolló en coordinación con el Comité de Cafeteros de Cundinamarca, para capacitar en seguridad alimentaria a 3.467 familias del departamento, 180 líderes departamentales y 30 técnicos del Servicio de Extensión.

Educación a distancia: se continuó con las actividades del convenio suscrito por la FNC, el SENA y la Fundación para el desarrollo de cuatro programas de educación a distancia a través de los cuales se otorga a los caficultores una certificación como auxiliares. Los programas desarrollados son: i) Seguridad alimentaria: volvamos a mercar en la finca; ii) La economía solidaria, una alternativa para el desarrollo del campo colombiano; iii) Gestión integral hacia la calidad del café; iv) Gestión administrativa y financiera de la empresa agropecuaria. Mientras en 2008 se capacitaron a distancia 6.505 caficultores en ocho departamentos, durante 2009, gracias a la ampliación de la cobertura a 15 departamentos, se capacitaron 22.955 caficultores.

Aula virtual: el objeto de este programa es capacitar a los caficultores en competencias tecnológicas básicas. Durante 2009, se capacitaron 3.257 caficultores, en 143 salas de informática de 118 municipios cafeteros, y 221 extensionistas en la metodología y estrategia de operación de este sistema.

3.1.5 Alianzas internacionales para la educación

En la ejecución de proyectos educativos, el apoyo de diversas organizaciones internacionales es fundamental para la FNC. Por este motivo, ha suscrito convenios de cooperación con organizaciones de siete países, a través de los cuales se trabaja para elevar la calidad de la educación y mejorar la infraestructura de las escuelas en la zona cafetera colombiana. Algunos de estos proyectos se presentan en el Cuadro 4.

Cuadro 4. Proyectos educativos en zona cafetera 2009

Proyecto	Financiador	País	Valor (Millones)	Línea de Acción	Periodo de Ejecución	Niños Beneficiados
Mejoramiento de la educación básica en Toledo (N. de Santander) - HOGAR JUVENIL TOLEDITO	Community Coffee Company	U.S.A.	48	Dotación Escolar	junio 2008 - marzo 2009	80
Mejoramiento de la educación para niños de familias pobres en áreas rurales colombianas - TAMBORES	Universidad de Rotterdam RMS EMBA	Holanda	204	Mejoramiento de la Infraestructura escolar y educación	abril 2007 - junio 2009	200
Mejoramiento de las condiciones para la educación en Quinchía (Risaralda) - Escuela de la vereda San Juan	Tchibo / Eduscho	Áustria	84	Mejoramiento de la Infraestructura escolar	diciembre 2008 - abril 2010	70
Recreación y Deporte Escolar en el corregimiento de Encimadas - Samaná, Caldas	Sawai Coffee	Japón	10	Dotación Escolar	junio 2008 - agosto 2009	524
Dotación de tres centros de cómputo en la zona sur del Tolima.	RGC Coffee Inc y Reunion Island Coffe	Canadá	45	Dotación Escolar	noviembre 2009 - 2010	Municipios de Planadas y Chaparral.

3.2 Protección social en salud

El bienestar de las personas depende en gran medida de la posibilidad de acceder a los servicios de salud. De acuerdo con la Encuesta de Condiciones de Vida de los Hogares Cafeteros de 2005, el 73% de las familias cafeteras no tienen acceso a seguridad social en salud y por esto se implementó el Programa de Protección Social en Salud.

Desde 2004, gracias a este programa y a través de varios convenios suscritos con FOSYGA y entidades territoriales, se han logrado vincular de manera permanente 109.448 caficultores al régimen subsidiado de salud. En 2009, se están beneficiando 47.163 caficultores con recursos por \$12.638 millones correspondientes al valor de su vinculación al régimen. De estos recursos, FOSYGA aporta 67,5%, la FNC 20% y las entidades territoriales 12,5%. Estos productores hacen parte de la ampliación de cobertura aprobada para el programa hasta 2011.

3.3 Actualización de la base de datos del SISBEN

El Gobierno Nacional adelanta la actualización de los criterios para la determinación, identificación y selección de los beneficiarios de los programas sociales del Estado, a través de la implementación del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales – SISBEN III. Este es el principal instrumento para el reconocimiento de las familias pobres y vulnerables, y por lo menos ocho instituciones y 31 programas gubernamentales lo utilizan actualmente.

En 2009, la FNC suscribió un convenio de asociación con el DNP para apoyar el proceso de actualización del SISBEN en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país, que permitió el cubrimiento de más del 80% en zonas rurales y 95% en los municipios cafeteros colombianos. En el convenio se establecen mecanismos de cooperación y colaboración para: i) intercambiar la información que permita depurar la base de datos del SISBEN; ii) apoyar el

proceso de actualización del instrumento en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país.

El DNP compartirá con la FNC información detallada sobre las condiciones sociales de los cafeteros contenidas en la encuesta SISBEN, la cual a su vez alimentará la base de datos SICA para ser utilizada como herramienta de planeación de políticas y programas de la institucionalidad cafetera. Se espera que finalizado el primer semestre de 2010 el DNP entregue a la FNC la base de datos del SISBEN III.

3.4 Mejoramiento de infraestructura comunitaria

3.4.1 Vías Sur del Tolima

En 2008, la FNC suscribió un convenio marco de cooperación con el DAPRE-Fondo de Programas Especiales para la Paz, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Acción Social y la cooperación internacional, con el objeto de adelantar proyectos de desarrollo social para generar condiciones tendientes al logro y mantenimiento de la paz en comunidades vulnerables. En desarrollo de este convenio se ejecutan obras viales en 52 km. en la vía Chaparral-Rioblanco y en 77 km. entre Ataco-Planadas, cuyo valor asciende a \$64.130 millones, de los cuales a diciembre, se ejecutaron \$63 mil millones. Gracias a las gestiones adelantadas en diciembre de 2009, se adicionaron \$24,7 mil millones a este convenio.

3.4.2 Mejora en el acceso a agua potable

El proyecto “Mejorando el acceso de agua potable a viviendas de cuatro municipios del Departamento de Cauca 2008-2010” se lleva a cabo en Timbío, Santander de Quilichao, Caldono y Jambaló. Su objetivo es mejorar las condiciones de salud de las comunidades cafeteras a través del mejoramiento del acceso a agua potable y la capacitación en temas de gestión, administración y operación de la infraestructura que se proyecta entregar.

El convenio para la realización de este proyecto se suscribió en 2008, con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Fundación Humanismo y Democracia para ser ejecutado en tres años. Los recursos para la ejecución del proyecto provienen en su mayoría de AECID (69%), así como en menor proporción de las alcaldías municipales, la FNC y la comunidad.

En 2009, las inversiones realizadas impactaron 62.230 personas con el mejoramiento de la infraestructura de dos redes de distribución en Caldono y Timbío, la construcción de un acueducto en Jambaló y una planta de tratamiento en Santander de Quilichao, por \$612 millones.

Igualmente, se efectuaron charlas con la comunidad sobre prácticas de vida sana, conservación ambiental, liderazgo y fortalecimiento de las juntas administradoras, equidad de género y convivencia.

4. Posicionamiento del Café de Colombia y su Portafolio Marcario

Un elemento central para asegurar la competitividad del café de Colombia en el largo plazo, consiste en mantener una imagen y diferenciación del producto

de cara a clientes y consumidores. Es por esta razón que la Federación se ha comprometido con diferentes estrategias diseñadas para cautivar nuevos consumidores que aprecien y estén dispuestos a pagar precios superiores por el grano producido en Colombia.

4.1 Programa 100% café de Colombia

Con el objetivo de impulsar el programa y mantener su relevancia entre los miembros del Programa, la FNC continuó desarrollando una serie de iniciativas orientadas a maximizar la exposición del café de Colombia y a fortalecer su presencia en diversos mercados. A continuación se presentan las más importantes:

Durante 2009, conscientes del potencial del mercado chileno para el Programa 100% Café de Colombia, la FNC trabajó en el diseño de una estrategia de comunicación integral para fortalecer su posicionamiento en este mercado. Durante el último trimestre del año se implementó el plan de medios, con el cual se busca posicionar el café colombiano como una alternativa relevante para el consumidor chileno.

Por otra parte, en Asia se continuó con una activa labor de seguimiento a los licenciarios del Programa 100% Café Colombiano y se logró la firma de cinco nuevos contratos de licenciamiento: tres en Japón (*Unicafé, Art Coffee y Mitsumoto*), uno en China (*Beijing Horst Coffee*) y uno en Corea (*Korea McNulty's*). Con la firma de estos nuevos contratos el número de licenciarios en Asia asciende a un total de 20.

Complementariamente, en el marco del apoyo a los tostadores miembros del Programa 100% Café Colombiano, los Comités Directivo y Nacional aprobaron el diseño y lanzamiento de una campaña dirigida a los consumidores norteamericanos de café de Colombia. Esta iniciativa dirigida a los consumidores de clase media de los Estados Unidos, está desarrollada en torno al concepto "*See what's behind Colombian coffee*" (Descubre qué hay detrás del Café colombiano) con los siguientes objetivos: i) recordar a los tostadores acerca del valor y las razones por las cuales resulta importante participar en el programa 100% Café Colombiano, y ii) recalcar a los consumidores porque el café 100% colombiano es el mejor del mundo y las razones por las cuales pagan una prima por él.

Adicional a los medios tradicionales, la nueva campaña en Norteamérica también tendrá un componente digital consistente con las nuevas páginas de Internet de la institucionalidad cafetera que se lanzarán a comienzos de 2010.

4.2 Patrocinios y alianzas

4.2.1 Deportistas

Durante 2009, el Café de Colombia mantuvo su estrategia de vincular su actividad promocional a deportistas colombianos de alto perfil. Así, se continuó con el apoyo al golfista Camilo Villegas y al automovilista Steven Goldstein, entre otros. Adicionalmente, Café de Colombia se vinculó nuevamente al ciclismo con el objeto de llegar a la audiencia de países claves como España, Francia, Alemania e Italia. De esta manera, se busca obtener exposición en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales.

La participación como patrocinador del equipo de ciclismo “Café de Colombia - Colombia es Pasión” se constituye en un programa piloto que podrá complementarse con otras iniciativas similares.

4.2.2 Agenda Juan Valdez

Participación de Juan Valdez en actividades promocionales: como instrumento fundamental para apalancar la comunicación de los principales elementos de la estrategia de diferenciación del café de Colombia, Juan Valdez continuó apoyando durante 2009 diversas actividades de promoción, impactando ante los medios de comunicación e importantes personalidades nacionales e internacionales, lo cual permitió maximizar su presencia en diversos escenarios.

La agenda de Juan Valdez incluyó la presencia del personaje en múltiples eventos como el Festival Iberoamericano de la Publicidad en Argentina, *Summer Streets* en Nueva York, el *Tour de l’Avenir* en Francia, el programa de televisión en los Estados Unidos, *The Balancing Act*, y otros eventos destacables como la 50 Asamblea del Banco Interamericano de Desarrollo en Medellín y el evento de Colombia es Pasión-Gira de Corazones en Washington y Nueva York, el saludo a distintas delegaciones extranjeras que visitaron el país y muchas otras presentaciones nacionales.

Asimismo, y como complemento a las actividades publicitarias y de promoción a los licenciarios de las marcas asociadas con el Café de Colombia, Juan Valdez también estuvo presente apoyando diversas iniciativas comerciales, como es el caso de la convención de representantes de ventas de Coca-Cola “*The International Foodservice Marketplace*” en Chicago, que se celebró en mayo de 2009.

Adicionalmente, el año pasado el personaje Juan Valdez fue elegido dentro de los 40 iconos publicitarios más distinguidos que han dejado huella en Iberoamericana, y pasó a integrar el Salón de la Fama celebrado en el mes de mayo en Buenos Aires (Argentina).

Juan Valdez en la Internet: con el objetivo de fortalecer la imagen de Juan Valdez como símbolo de calidad y de los valores de los caficultores colombianos, se construyó la página oficial para el personaje Juan Valdez (www.juanvaldez.com). En ella se incluyeron nuevos contenidos llamativos e interactivos, que permitirán a los visitantes conocer más sobre el personaje y los caficultores que representa.

Esta página Web corresponde a uno de los ejes temáticos de la nueva arquitectura Internet y tiene como objetivo establecer un canal directo entre consumidores y el personaje. Con el lanzamiento de la página en febrero de 2010, se espera que los visitantes puedan conocer más sobre la historia del personaje y lo que hay detrás de él, más allá del ícono publicitario.

Durante 2009, como parte del proyecto Internet 100% Café de Colombia, se habilitó el perfil de Twitter de Juan Valdez en donde sus seguidores están atentos a escuchar lo que el símbolo de los caficultores dice y el contenido que él quiera compartir. La información de este perfil gira alrededor del Café de Colombia, de los valores de los caficultores y el concepto 100%: 100% calidad, 100% montañas de Colombia, 100% comprometidos con la sostenibilidad.

4.3 Otras iniciativas en los mercados del mundo

4.3.1 Estados Unidos

Evento Summer Streets en Nueva York: en 2009 Café de Colombia participó, nuevamente, en este multitudinario evento. Al *Summer Streets* asisten, durante tres sábados en el mes de agosto, dos millones de personas cada día. Este evento que replica el modelo de las ciclovías de Bogotá y París, contó con la asistencia de Juan Valdez. El símbolo de los caficultores colombianos recibió una gran acogida, pues más de 2.000 personas se tomaron fotos con él y más de 6.000 consumidores degustaron el café que fue repartido en forma gratuita.

4.3.2 Japón

Campañas Publicitarias para Emerald Mountain: las campañas de promoción del Café de Colombia en Japón enfocadas particularmente en el *Emerald Mountain*, continuaron realizándose en sus formatos tradicionales: i) A bordo de los aviones de *SkyNet*, la segunda aerolínea de Japón. Para ello, se inició a mediados de octubre y por dos meses, una nueva campaña que complementa la entrega de café a bordo, con elementos como los apoyacabezas de los asientos con el logo de Café de Colombia y *Emerald Mountain*; ii) En las cafeterías de *Sapporo Ueshima Coffee*.

Curso de especialistas en café: en 2009 se graduó una nueva promoción de japoneses en el curso de especialistas de Café de Colombia. Con esta ya son cinco las promociones y más de 60 especialistas certificados. En el marco de la Feria de Cafés Especiales SCAJ se realizó un curso de renovación para 40 participantes a los que estaban por expirarles sus certificados.

4.3.3 China

Patrocinio de eventos: la oficina de Beijing participó como invitado de honor y copatrocinador de tres campeonatos nacionales de baristas de café en diferentes ciudades de China. En el marco de estos eventos, se dictaron conferencias a los mejores baristas del país y a los representantes de la industria del café sobre el Café de Colombia.

Adicionalmente, se participó en eventos culturales y diplomáticos, como la visita del Buque Gloria, la exhibición de Museo de Oro en *Shanghai*, y el evento "*Love Knows No Borders*" organizado por el gobierno chino, donde se dio visibilidad a la marca Café de Colombia entre los medios de comunicación, el cuerpo diplomático y personalidades del gobierno.

4.4 Nuevas estrategias para la diferenciación del origen

4.4.1 Regalías por el uso de la marca Juan Valdez®

Desde su creación la licencia de la marca Juan Valdez ha representado ingresos al FoNC por \$14,3 mil millones por concepto de regalías, que se reinvierten en proyectos de impacto social y económico para el beneficio de 527 mil familias caficultoras del país.

4.4.2 Denominaciones de origen regional

La evolución del mercado internacional hacia cafés diferenciados por origen específico se constituye en una de las grandes oportunidades de agregar valor a un gran número de productores colombianos. En este sentido, la FNC ha venido trabajando desde 2005 en una estrategia para el establecimiento de la Denominación de Origen para el Café de Colombia y una estrategia paralela asociada a Denominaciones de Origen Regional. Esto con el fin de segmentar la oferta colombiana a través de un portafolio de cafés regionales con primas superiores, que logren el posicionamiento del café colombiano en su conjunto.

Durante 2009, se consolidó la información necesaria de los estudios técnicos y legales para identificar y documentar las denominaciones regionales de Nariño y Cauca. En la medida en que los estudios técnicos indicaban que las fronteras políticas de los departamentos no necesariamente coincidían con la oferta ambiental de las zonas de origen del café, los Comités Departamentales respectivos llegaron a un acuerdo para definir los límites de cada una de estas denominaciones.

Gracias a lo anterior, en abril de 2009 se radicó en la Superintendencia de Industria y Comercio, el pliego de peticiones para el reconocimiento de la Denominación de Origen Nariño. En octubre se radicó el documento correspondiente a la Denominación de Origen Cauca.

Adicionalmente, con el apoyo del BID, se desarrolló un programa de implementación agresivo que incluye elementos tecnológicos, de protección y comunicación a clientes y productores. Este proyecto tiene una duración de tres años.

4.5 Defensa del patrimonio marcario de los caficultores colombianos

En 2009, se mantuvo la estrategia agresiva de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos en todo el mundo, la cual incluye la detección de infracciones mediante el análisis de muestras recolectadas en todos los continentes, la revisión y seguimiento de los casos de infracción, la búsqueda de soluciones extrajudiciales para los casos detectados y las acciones legales pertinentes.

Durante el año se detectaron 20 infracciones de marca sobre las cuales se adoptaron acciones legales como: el envío de cartas de reclamación a los presuntos infractores, demandas para la nulidad y cancelación de registros marcarios que utilizan indebidamente el origen colombiano, e investigaciones penales por la usurpación de marcas.

Dentro de las acciones legales más notorias se encuentran las adelantadas en España en contra de “La Huerta de Juan Valdez” y “Comercial Chocolates la Casa” por denigración de la marca Juan Valdez®, y competencia desleal, respectivamente. Igualmente, en Colombia se produjeron acciones para evitar la comercialización de prendas de vestir falsas y la venta de café Juan Valdez® re envasado o por fuera de los canales comerciales autorizados.

En cuanto a los registros marcarios, se presentaron más de 20 oposiciones a registros efectuados por terceros en Colombia y en el exterior, con resultados satisfactorios. Así, en España se negó el registro de dos marcas con

fundamento en la normativa correspondiente y la Indicación Geográfica Protegida “Café de Colombia”. En Estados Unidos se obtuvo el retiro de la solicitud de registro de una marca que utilizaba la expresión Colombian. Y en Colombia, se obtuvieron negaciones de registro a una marca por hacer alusión a Juan Valdez y la renuncia de registro de dos marcas con la expresión colombiano. Asimismo, a principio del año se logró un acuerdo con el caricaturista norteamericano que utilizó la imagen de Juan Valdez afectando su imagen y reputación.

5. Agenda Cafetera para el país y el mundo

En cumplimiento de la misión de asegurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una organización gremial, democrática y representativa y la eficiente y eficaz administración de los recursos del FoNC, la Federación representa en diferentes escenarios nacionales e internacionales a la comunidad cafetera. Gracias a ello, en 2009 se continuó con la ejecución del Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011 y se logró la sanción de la Ley 1337 de 2009 o Ley de Honores de la Caficultura Colombiana, así como la inclusión en la Reforma Financiera (Ley 1328 de 2009) de un artículo para el alivio crediticio de los caficultores deudores del PRAN. Igualmente, la FNC continuó fomentando a lo largo y ancho del territorio colombiano el modelo gubernamental de paz, equidad y desarrollo del sector rural colombiano mediante la ejecución de diferentes programas y proyectos.

En el ámbito internacional, durante 2008 se trabajó intensamente en la diplomacia cafetera, herramienta fundamental para el fortalecimiento de la competitividad y el posicionamiento de la caficultura colombiana en los escenarios internacionales. Gracias a este liderazgo, se alcanzaron importantes resultados dentro de los que se destacan la participación en las reuniones del Consejo Internacional del Café, máximo órgano rector de la OIC, y en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea.

5.1 Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011

El Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011 es el segundo instrumento de política de este tipo suscrito entre el Gobierno Nacional y el gremio caficultor. El año 2009 fue especialmente prolífico para la ejecución del Acuerdo. Los principales resultados alcanzados son los siguientes:

Sostenibilidad del ingreso del caficultor

- **Contrato de Protección de Precio:** reconociendo que el comportamiento de los diferenciales del café de comienzos del 2009 obedeció a un fenómeno coyuntural producido por la menor producción de grano y que los costos de la caficultura se han incrementado, el precio sostenibilidad del CPP se modificó de \$600 mil/carga a \$650 mil/carga.

Adicionalmente, con el objeto de fomentar la adopción del CPP, la FNC emprendió diversas acciones de comunicación y divulgación del reglamento de uso y los beneficios asociados a su utilización como instrumento de cobertura ante la volatilidad del precio del café.

- **Programas de renovación de cafetales:** durante 2009, a través de los programas de Competitividad y Permanencia, Sostenibilidad y Futuro se

entregaron incentivos a 36.074 hectáreas de cafetales tecnificados y se efectuaron trámites para la renovación de 20.923 hectáreas de cafetales envejecidos.

- **Programas para la complementación del ingreso caficultor:** las siembras intercaladas de maíz y frijol representan una opción importante para la generación de ingresos complementarios al café. Durante 2009, se sembraron en zona cafetera un total de 125 mil hectáreas en maíz y frijol.
- **Defensa de la garantía de compra:** durante el cuarto trimestre de 2009, a través de las cooperativas se comercializó el 46% de la cosecha cafetera. De esta porción, el 65% fue adquirido por el FoNC.
- **Mecanismos alternativos de compra y fijación de precios:** el 2009 marcó la consolidación de los contratos de compra con entrega futura de café como instrumento financiero para la fijación de precios. Durante el año pasado, 47,5 millones de kg. fueron adquiridos a través de este mecanismo, más del doble del volumen transado en la vigencia anterior.

Asistencia técnica: durante 2009 se culminó el proceso de contratación de 333 nuevos técnicos del Servicio Extensión que brindan asistencia técnica a los beneficiarios del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

Bienes públicos: con el apoyo del Ministerio de agricultura, Cenicafé adelanta desde 2002 la investigación del genoma del café y la broca. Resultados importantes alcanzados por estas investigaciones ubican a Cenicafé a la vanguardia de esta temática y le han permitido ocupar un lugar sobresaliente en espacios de intercambio científico internacional como la Red Internacional del Genoma.

Valor agregado y cafés especiales: como parte de las metas planteadas por el Acuerdo se definió que antes de finalizar su vigencia, el 40% del total de las exportaciones del país se llevarían a cabo con algún tipo de valor agregado y para ello se involucrarían 10 mil nuevos caficultores a los programas de cafés especiales de la FNC. En la actualidad, aproximadamente el 35% del café se exporta con valor agregado y 50 mil nuevos caficultores participan en programas de cafés especiales.

5.2 Relaciones con el Congreso de la República

En cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos ante el Congreso de la República, durante 2009 la FNC obtuvo los siguientes resultados:

Ley 1337 de 2009: conocida como la Ley de Honores de la Caficultura Colombiana, a través de ella se rinde homenaje a los productores de café en Colombia. Su trámite y aprobación fue promovida por los Ministerios de Hacienda y Agricultura y en ella se establecen una serie de medidas tendientes a la promoción de la actividad cafetera en el país:

- La declaración del 27 de junio de cada año, día de la creación de la Federación, como “Día Nacional del Café”.
- La autorización al Gobierno Nacional para apropiar recursos destinados a la investigación y promoción de nuevas tecnologías que incentiven la

producción, exportación y consumo nacional del café colombiano de alta calidad, la creación de una biblioteca del café, la ejecución de proyectos para el desarrollo socioeconómico de las regiones cafeteras y la sostenibilidad del ingreso caficultor.

- La permanencia de la contribución cafetera, en los términos definidos por la Ley 1551 de 2007.
- La elaboración por parte de RTVC de un documental sobre la tradición caficultora en el país.

La sanción de la Ley se produjo en un acto especial realizado en Casa de Nariño que contó con la presencia del Presidente Álvaro Uribe, el Gerente General, funcionarios del nivel directivo de la Federación y los miembros del Comité Directivo, entre otros.

En el evento, realizado el 17 de septiembre de 2009, el Presidente de la República resaltó el significado de la caficultura colombiana como capital social estratégico para el país y su importancia como actividad económica.

Reforma Financiera 2009: con el fin de que 47 mil caficultores con deudas vencidas de los programas PRAN Cafetero y Alivio Cafetero, sanearán su condición financiera ante las centrales de riesgo, a través del Artículo 93 de la Ley 1328 de 2009 o Ley de la Reforma Financiera, se acordaron las siguientes medidas:

- La posibilidad de cancelar sus obligaciones dentro del año siguiente a la expedición de la Ley. Para ello, se estableció que los caficultores deberán cancelar el mayor valor entre el 30% del saldo inicial de la deuda y el valor que FINAGRO pagó para adquirir el respectivo pagaré.
- La exigencia a FINAGRO de abstenerse de efectuar el cobro jurídico de aquellas obligaciones cuyo valor es menor a \$3,5 millones. Para el saneamiento de las deudas cuyo saldo es menor a \$3,5 millones, la FNC realizará las siguientes acciones:
- Adquirir a FINAGRO los pagarés de las deudas de 13.445 caficultores que no requieren pago de capital. Para ello, se destinaron \$39 millones equivalentes al monto adeudado por concepto de seguros de vida.
- Adquirir a FINAGRO los pagarés de las de las deudas que al vencimiento del plazo estipulado por la ley 1328 de 2009 se encuentren vigentes y cuyo valor individual sea hasta \$3,5 millones.

Así las cosas, los beneficiarios de este programa de alivio crediticio verán saneada su situación ante las centrales de riesgo, convirtiéndose en sujetos de crédito. En particular entre todos aquellos que cumplan con los requisitos exigidos, se buscará promover su vinculación a los programas de renovación. Mayor detalle acerca de esta estrategia se encuentra en la sección 2.5 de este documento.

5.3 50° Asamblea del BID

El Café Colombia fue uno de los protagonistas de la 50ª Asamblea de Gobernadores del BID que se realizó en Medellín entre el 27 y el 31 de marzo de 2009.

En efecto, la tienda Café de Colombia instalada en Plaza Mayor, epicentro de la Asamblea, fue el centro de atracción y el principal lugar de encuentro de las más de 3 mil personas que asistieron al evento. Juan Valdez también se hizo presente en la Asamblea y estuvo disponible para que las autoridades económicas de todo el mundo se tomaran una foto con el representante de las 527 mil familias cafeteras de Colombia.

Modelos Innovadores - Jóvenes Caficultores: previo al inicio formal de las sesiones de la Asamblea, el Presidente del BID, Luis Alberto Moreno, junto con el gerente de la FNC y el Ministro de Hacienda, visitaron la Finca El Silencio en Salgar (Antioquia), la cual hace parte de este programa. En esta finca que se entregó en 2007 a 42 jóvenes cafeteros, el Presidente del BID destacó las bondades de Modelos Innovadores-Jóvenes Caficultores y se comprometió a entregar USD 10 millones adicionales para apoyar el modelo que hoy beneficia a 256 familias de jóvenes campesinos. Con esta suma la FNC podrá apalancar los recursos necesarios para que cafeteros mayores y familias de jóvenes caficultores puedan asegurar un ingreso para sí mismos y sus familias.

Recursos para promoción del Café de Colombia: durante la Asamblea, el Fondo Multilateral de Inversiones del BID - FOMIN aseguró la entrega de USD1,7 millones, con los cuales la FNC ejecutará un programa cuyo costo total asciende a USD3,4 millones encaminado al desarrollo de sofisticados instrumentos para la defensa y el posicionamiento del café colombiano y las regiones productoras.

Banca Móvil: Telefónica Movistar, la FNC y el Banco de Bogotá, con el apoyo del BID, presentaron los resultados de este proyecto desarrollado en Santander, Caldas y Risaralda y con el cual se beneficiará a más de 300 mil caficultores de todo el país. A través de él, los caficultores podrán realizar transacciones financieras con su Cédula Cafetera Inteligente y consultar el precio del café a través del teléfono celular, sin desplazarse del lugar donde se encuentran.

5.4 LXXII Congreso Extraordinario Cafetero

Durante el LXXI Congreso Extraordinario Cafetero, celebrado en agosto 6 de 2009 y como resultado de su designación como Ministro de Defensa, el Dr. Gabriel Silva presentó su informe de gestión y renuncia formal al cargo de Gerente General de la FNC, el cual desempeñó durante siete años.

En su informe de gestión, el Dr. Silva mostró cómo a través de la planeación estratégica, la austeridad financiera, la innovación y los encuentros frecuentes con los caficultores de todas las regiones del país, la caficultura recobró protagonismo en la economía nacional y mundial, y se consolidó como un capital social estratégico para la estabilidad del país y la seguridad de las áreas rurales. El balance presentado por el saliente Gerente recibió pleno respaldo de la dirigencia cafetera y los representantes del gobierno con asiento en el Comité Nacional de Cafeteros.

Posteriormente, en sesión de agosto 19 el Comité Nacional elaboró la terna de candidatos al cargo y determinó que la elección del nuevo Gerente General se llevaría a cabo el 27 de agosto de 2009. Tres condiciones fueron definidas y catalogadas como clave para la elección del nuevo Gerente: consenso, continuidad y unidad.

Así, en cumplimiento del reglamento establecido en los Estatutos de la FNC aprobados en 2002, durante el LXXII Congreso Extraordinario Cafetero fue elegido como nuevo Gerente General el Dr. Luis Genaro Muñoz Ortega. A través de esta elección se produjo que por primera vez la totalidad de los departamentos cafeteros del país participaran con su voto en la designación del cargo administrativo más alto del gremio caficultor.

El Dr. Luis Genaro Muñoz Ortega y quien es administrador de empresas egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, con estudios en Diseño y Evaluación de Proyectos y Programas de Desarrollo Directivo, ha estado vinculado por 19 años al sector cafetero.

5.5 Organización Internacional del Café

En este campo la FNC continúa ejerciendo liderazgo y protagonismo en las deliberaciones que se producen en el seno de este organismo multilateral, razón por la cual ha sido defensora de los Acuerdos Internacionales del Café (AIC). El más reciente de estos Acuerdos fue convenido por los países miembros de la OIC en septiembre de 2007, y en la actualidad se encuentra en etapa de firma y ratificación. Dentro de las acciones adelantadas por la FNC para la entrada en vigor del AIC 2007 se destacan las siguientes:

- El trámite, conjuntamente con los Ministerios de Relaciones Exteriores y Agricultura de una Ley ante el Congreso para la aprobación del AIC 2007. En la actualidad, gracias a la expedición del Decreto 4298 de 2008, Colombia aplica provisionalmente el Acuerdo.
- La participación activa en el análisis, discusión y aprobación de los reglamentos de la OIC y los órganos asesores y subsidiarios del Consejo Internacional del Café.
- La intervención en el Grupo de Trabajo para Documentos Estratégicos establecido para el análisis de la “Estrategia de Desarrollo del Café”, mediante la cual se plantean las prioridades en cuanto a la financiación de proyectos a través del Fondo Común de Productos Básicos, y el “Plan de Acción estratégico 2009-2014” de la OIC.

Complementariamente, la FNC participó en las siguientes actividades:

Seminario de Broca del Café: en vista del liderazgo científico y los avances logrados en la materia, Cenicafé hizo parte del selecto grupo de panelistas internacionales invitados al seminario que tuvo lugar durante las reuniones de la OIC realizadas en marzo.

Políticas Nacionales del Café: la Federación presentó al Consejo Internacional del Café las estrategias y programas que hacen parte del Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011 y planteó cómo gracias a los programas de Competitividad y Permanencia, Sostenibilidad y Futuro,

Colombia estará en la capacidad de aumentar su producción significativamente.

Taller de trabajo para el Foro Consultivo de Financiación del Sector Cafetero: la creación de este espacio de discusión, es quizá una de las principales innovaciones del AIC 2007. Conocedores de los riesgos inherentes al mercado del café, los cuales afectan en mayor proporción a pequeños y medianos productores, los países miembros de la OIC concibieron este Foro para la búsqueda de soluciones encaminadas a minimizar los impactos de la volatilidad de los precios y la disminución de los términos de intercambio.

En septiembre de 2009, la OIC realizó un taller de trabajo para avanzar en las preparaciones de la primera reunión del foro a través de la discusión de las temáticas a considerar, los arreglos necesarios para su implementación y las alternativas existentes para la financiación de proyectos. Debido a los resultados alcanzados en el diseño de instrumentos para la administración del riesgo, tales como el CPP y los contratos de venta a futuro de café, la FNC buscará liderar este espacio de discusión.

5.6 Cooperación con países productores y consumidores

5.6.1 Código Común para la Comunidad Cafetera – “4C”

Existe una fuerte tendencia mundial hacia la fijación de estándares para la producción y comercialización de todo tipo de productos, que garanticen su sostenibilidad en las dimensiones social, económica y ambiental. Con ello, se busca no solamente que los productos sean de alta calidad, sino que los procesos de producción fomenten la mejora en la calidad de vida de los productores y los trabajadores involucrados en el sector y que se apliquen prácticas que contribuyan a la conservación del medio ambiente. Con base en lo anterior, se creó en 2006 la Asociación del Código Común de la Comunidad Cafetera, iniciativa en la que Federación ha participado activamente desde su inicio.

En diciembre de 2009, la Asociación 4C cumplió tres años de actividades y cuenta con 132 miembros provenientes de los principales países productores y consumidores. Sus órganos de decisión cuentan con representación de los productores, la industria, el comercio y la sociedad civil.

Se calcula que la oferta potencial de café 4C asciende a 10,2 millones de sacos provenientes de 20 países miembros. En Colombia, gracias al apoyo de la FNC, 36 mil productores operan con este sistema de los cuales 25 mil obtuvieron sus licencias a finales de 2008. Igualmente, 23 cooperativas, 134 trilladoras y 10 bodegas operan bajo este sistema.

En el año cafetero 2008/09, para la difusión del estándar se realizaron más de 300 talleres de capacitación para los productores y los extensionistas. Asimismo, se adelantan proyectos 4C en Antioquia, Caldas, Cundinamarca, Norte de Santander, Risaralda, Santander y Valle del Cauca y se cuenta con unidades en proceso de licenciamiento en Huila, Tolima y Quindío, en las cuales participarán 10 mil caficultores adicionales.

5.6.2 Asociación del café sostenible – Sustainable coffee partnership⁴

Dentro de los proyectos implementados por la Asociación se destaca el Comité de Evaluación en Sostenibilidad – COSA el cual consta de una serie generalizada de indicadores a través de los cuales se aplica un análisis multi-criterio del costo-beneficio asociado a la implementación de las diferentes certificaciones de sostenibilidad del café disponibles en el mercado.

En Colombia, gracias al apoyo decidido de la FNC, en la actualidad se trabaja en la implementación de un proyecto bajo la metodología COSA con el apoyo técnico e investigativo del CRECE. El proyecto cuenta con el apoyo de los Comités de Caldas, Nariño, Santander y Huila y la cooperación de ACDI-VOCA y ADAM, y está orientado a medir bajo la metodología COSA, la sostenibilidad económica, social y ambiental de seis modalidades de sellos y códigos de conducta para la producción de cafés especiales.

En particular, durante 2009 se ha aplicado la encuesta a cerca de 2 mil fincas certificadas y de control, en los cuatro departamentos y se ha procesado la información para construir los primeros indicadores y efectuar los análisis comparativos entre las fincas que producen algún tipo de café especial y las fincas de control que producen café estándar.

5.7 Negociaciones comerciales

Durante 2009, en apoyo a la estrategia del Gobierno Nacional para la internacionalización de la economía colombiana, la FNC participó activamente en las negociaciones para la redefinición de las condiciones del TLC con México, luego del retiro de Venezuela del G-3, en siete rondas negociación para la suscripción de un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea y en el inicio de negociaciones de un Acuerdo de Alcance Parcial en Bienes y un Acuerdo en Servicios e Inversión con República Dominicana.

5.8 Programas para la atención de población en condiciones de vulnerabilidad

Al amparo del modelo de parafiscalidad cafetera, son numerosos los proyectos y programas que avanzan exitosamente para lograr el desarrollo, progreso y bienestar social de los cafeteros y sus familias.

Para alcanzar estos resultados, la Federación de Cafeteros ha desarrollado una estrecha y constructiva relación de cooperación y trabajo conjunto con las autoridades del orden nacional y territorial, encaminada a reforzar su papel como promotor del modelo gubernamental de paz, equidad y desarrollo para el sector rural colombiano. Dentro de las actividades desarrolladas en este campo vale destacar el papel que como ejecutor ejerce la Federación en los programas que a continuación se describen.

5.8.1 Red Juntos para la superación de la pobreza

Gestado en 2008, este proyecto de cooperación con Acción Social permite que la FNC intervenga como entidad ejecutora de la Red Juntos. Su objeto es poner en marcha una estrategia integral para apoyar a la población más pobre

⁴ Lanzada en 2003 bajo el patrocinio de la Iniciativa para Productos Básicos Sostenibles, el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible – IISD y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo - UNCTAD, esta asociación trabaja en pro del establecimiento de una estrategia global para la sostenibilidad en el sector cafetero.

y vulnerable del país que se encuentra inmersa en las denominadas trampas de la pobreza. Igualmente, se promueve el mejoramiento de sus condiciones de vida, mediante el fortalecimiento y la construcción de capacidades para promover su propio desarrollo.

Entre 2008 y 2009 se suscribieron convenios con Acción Social, para la operación del programa en Risaralda y Cauca. Para su ejecución se utiliza el personal del Servicio de Extensión y la experiencia de los Comités Departamentales de Cafeteros.

Por medio del acompañamiento familiar y comunitario, un equipo de cogestores sociales coordinados por el Servicio de Extensión, efectúa visitas domiciliarias para el levantamiento de la información socioeconómica de las familias y luego las orientarán en la construcción de su proyecto de vida. Estas familias también accederán a programas y servicios de salud, nutrición, educación, vivienda, entre otros.

En 2009, se atendieron 34.600 familias en 31 municipios, para lo cual fueron contratados 228 cogestores. El valor del convenio fue de \$4.668 millones.

5.8.2 Generación de condiciones para la paz

En 2008 la Federación suscribió con la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, el DAPRE - Fondo de Programas Especiales para la Paz, Acción Social y la cooperación internacional, un convenio para adelantar el “Programa de Generación de Condiciones Propicias para la Paz, la Seguridad y el Desarrollo”.

A través de este programa se ejecutaron 121 obras de infraestructura en los sectores vial, eléctrico, social y de saneamiento básico, en 17 departamentos, con el apoyo de nueve Comités Departamentales de Cafeteros. El presupuesto del proyecto ascendió a \$75.896 millones, de los cuales \$4.733 millones se ejecutaron en 2008 y el resto en 2009.

Adicional a las obras de infraestructura, los Comités de Cafeteros llevaron a cabo un acompañamiento social con las comunidades beneficiadas y vecinas de las obras para generar conocimientos y procedimientos que aseguraran el uso y sostenibilidad de las mismas mediante la participación comunitaria.

5.8.3 Gestión comunitaria – Obras para la paz:

Este programa se ejecuta con recursos de Acción Social y tiene por objeto apoyar las comunidades afectadas por la violencia y los municipios más pobres del país mediante la construcción de obras de infraestructura. Para el efecto, desde 2006 se han suscrito tres convenios cuyo valor total asciende a \$9,8 mil millones, de los cuales en 2009 se invirtieron \$8,8 mil millones.

Dentro de las obras ejecutadas se destacan: i) en Magdalena, la construcción de la primera etapa del Mercado Campesino de Fundación; ii) en Boyacá la ejecución de obras viales; iv) en Norte de Santander, la construcción de la segunda etapa del Hogar Juvenil de El Tarra; v) la construcción de los polideportivos de La Montañita (Caquetá), Colosó (Sucre) y San Miguel (Putumayo); vi) el mejoramiento de infraestructura comunitaria en las poblaciones de Bahía Cupica y Bojayá (Chocó); vii) La construcción de infraestructura comunitaria para población desplazada en Santa Bárbara de

Iscuandé y El Charco (Nariño); viii) la construcción de Centros Comunitarios en San Miguel (Putumayo), Rovira (Tolima) y Algeciras (Huila).

5.8.4 Laboratorio de Paz III

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

Para el cumplimiento de estos objetivos, los beneficiarios recibirán por dos años apoyo del programa Modelos Innovadores – Jóvenes Caficultores. Con el proyecto se busca apoyar los procesos productivos de ocho fincas que agrupan a 185 mujeres y jóvenes caficultores en Antioquia, Cauca, Santander y Tolima, a través del mejoramiento de la infraestructura productiva, el mejoramiento de la calidad del café, y el fomento de la seguridad alimentaria y nutricional. Para su ejecución se cuenta con \$1.600 millones, de los cuales 57% corresponde al aporte de la Unión Europea y el resto a recursos de la FNC y la FMM.

Complementariamente, este proyecto cuenta con un componente desarrollado en el Meta a través del cual se busca mejorar las condiciones de vida de 300 familias cafeteras desplazadas del Meta, a través del aseguramiento de la calidad y la adopción de la certificación Rainforest Alliance. El programa se ejecutará por dos años hasta 2010 y cuenta con recursos por \$1.865 millones aportados por la Unión Europea, la FNC, CAFIMETA y otras asociaciones de productores.

1.7.5 Café sostenible para la comunidad indígena Páez

Ejecutado a través de un convenio suscrito con FUNDESO para mejorar el rendimiento y la producción de café orgánico para la sostenibilidad de la comunidad indígena Páez en Cauca. Este convenio, por \$940 millones, cuenta con aportes de la Comunidad Autónoma Regional de Murcia (España), Café Mundi (España), la Fundación Colombia Nuestra, la FNC y la comunidad.

Con su ejecución se busca fortalecer las capacidades de 500 familias indígenas de la Asociación Fondo Páez por medio de la capacitación, el mejoramiento de infraestructura de beneficio, secado y manejo de aguas residuales y la producción y comercialización de café orgánico certificado. Como resultado de este proyecto, 338 familias obtuvieron la certificación de producción orgánica y 567 familias la de comercio justo, gracias a lo cual se esperan aumentar la productividad y los ingresos percibidos por las familias en pro de su calidad de vida y bienestar.

5.8.5 Serranía del Perijá – Good Inside

Dado que la producción de cafés especiales constituye una alternativa para reconstruir el tejido social y fomentar el arraigo, el Comité de Cafeteros del Cesar– Guajira desarrolló este proyecto para promover la adopción del código UTZ Certified por parte de 100 familias. El proyecto cuenta con financiación de Douwe Egberts Foundation (Holanda), la FNC y la comunidad cafetera y en 2008 se enmarcó dentro de la Alianza Público Privada “Colombia Cafetera Sostenible”. En 2009 se invirtieron cerca de \$465 millones en capacitación en

gestión sostenible, buenas prácticas agropecuarias y organización comunitaria.

Asimismo, se mejoró la infraestructura productiva de 100 fincas, se renovaron 177 hectáreas de cafetales envejecidos y protegieron 135 hectáreas de bosque para la creación de un corredor ambiental.

5.8.6 Colombia cafetera sostenible

El objetivo de este programa es desarrollar condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la convivencia pacífica, el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza y el ejercicio pleno de sus derechos, en la Serranía del Perijá. El proyecto fue aprobado por la Embajada del Reino de los Países Bajos en el marco de la estrategia de Alianzas Público-Privadas para la financiación de proyectos.

La iniciativa, cuyos antecedentes se remontan al proyecto “Serranía del Perijá - Good Inside”, gestiona acciones en beneficio de 600 familias adicionales a las 100 que fueron cubiertas en 2009 y que se caracterizan por ser afectadas por la violencia armada, un alto grado de vulnerabilidad, pobreza o miseria.

La ejecución del proyecto se extenderá por tres años hasta 2012, y cuenta con recursos por \$8.988 millones de la Embajada del Reino de los Países Bajos, la FNC la Fundación Douwe Egberts y la gobernación del Cesar.

6. Situación Financiera del Fondo Nacional del Café

La crisis económica internacional que se gestó en 2008, trajo consigo secuelas que se sintieron a lo largo de 2009. En efecto durante este año, se registraron caídas hasta de 29% en las cotizaciones de las principales bolsas del mundo y las señales de estancamiento en las economías desarrolladas se manifestaron el crecimiento negativo de la inflación, los altos niveles de desempleo y la disminución en el consumo de los hogares.

No obstante, todas estas condiciones del mercado mundial y cafetero fueron afrontadas por la institucionalidad cafetera a través de la aplicación de las medidas financieras más adecuadas. Como se presenta a continuación, el FoNC y la FNC han conducido con éxito una estrategia de fortalecimiento de sus finanzas.

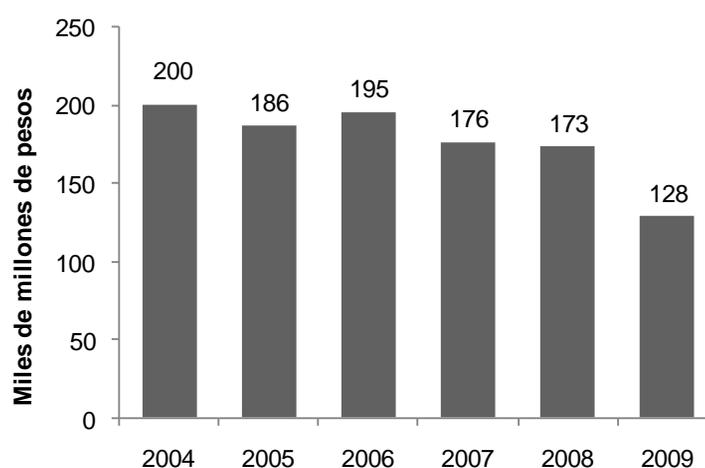
6.1 Sostenibilidad ante la crisis

La coyuntura del mercado financiero ha sido sobrellevada sólidamente gracias al fortalecimiento financiero del FoNC, el cual se ha basado en las siguientes políticas:

- Mantener una estructura óptima de endeudamiento ajustada al perfil de riesgo y capital de trabajo del FoNC.
- Mantener un cupo amplio en las líneas de crédito con los bancos locales e internacionales, lo cual ha permitido ejercer con efectividad la garantía de compra en un escenario de poca liquidez y altos precios del café.

- Proteger los ingresos del FoNC mediante el uso de instrumentos financieros ajustados a su perfil de riesgo y a las realidades del mercado global.
- Mantener relaciones únicamente con contrapartes crediticias sólidas.
- Generar valor al interior del gremio gracias a sinergias entre las distintas dependencias de la Federación.
- Venta de activos no estratégicos tanto en la Oficina Central como en los Comités Departamentales.
- Lograr entre la Oficina Central y los Comités Departamentales una administración unificada y concertada de los temas de tesorería e inversiones.

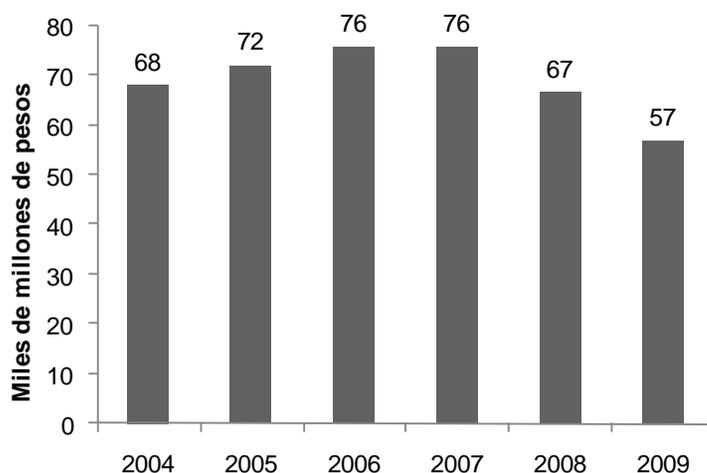
Figura 10. Contribución cafetera recaudada
2004 - 2009



A pesar de todas estas medidas, la menor oferta de café y todas las circunstancias mencionadas afectaron los ingresos por contribución cafetera, los cuales se causan en el momento de la exportación de café. Así mientras en 2008, por este concepto el FoNC recibió recursos por \$173 mil millones, en 2009 el ingreso por contribución cafetera se redujo 26%, alcanzando tan sólo 128 mil millones.

En consonancia con lo anterior, en 2009 se redujo la cuota de gestión que la FNC recibe por la administración del Fondo Nacional del Café (Figura 11). En efecto, en 2009 los ingresos percibidos por la FNC por concepto de cuota de administración disminuyeron 15% con respecto al año anterior.

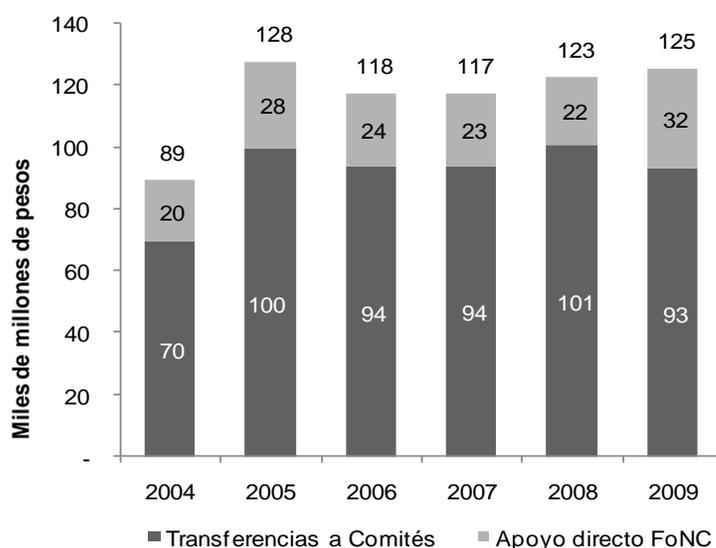
Figura 11. Cuota de Gestión Federación Nacional de Cafeteros 2004-2009



6.2 Recursos disponibles para inversión

La FNC como administradora del FoNC ha priorizado las inversiones teniendo como objetivo principal el bienestar de los caficultores y sus familias. Esa mejor calidad de vida se traduce en una mayor productividad del cultivo de café y por ende en una mejora en los ingresos del FoNC por contribución cafetera. Para ello, a través de las transferencias a los Comités Departamentales, se han destinado mayores recursos de inversión social para los productores. Así, mientras en 2007 se destinaron \$117 mil millones para el desarrollo de diversos programas para el mejoramiento de la productividad del sector, tales como el programa de competitividad, la afiliación al sistema de seguridad social en salud subsidiado, entre otros, durante 2009 se apropiaron \$125 mil millones, lo que equivale a un crecimiento de 7% (Ver Figura 16).

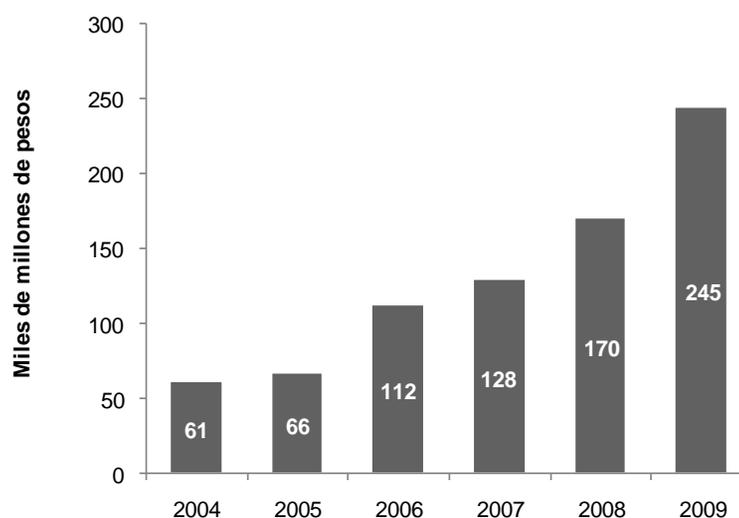
Figura 12. Recursos disponibles para programas en beneficio del caficultor 2007 – 2009



6.3 Gestión de recursos adicionales

La FNC gracias a la labor de los Comités Departamentales de Cafeteros, se ha esforzado en conseguir nuevas fuentes de recursos que permitan apalancar los diferentes programas de inversión social. Gracias a ello, los aportes de terceros para programas de inversión social son hoy dos veces superiores a los de 2007 (Figura 13).

Figura 13. Aportes de terceros para programas de inversión social
2007 – 2009



6.4 Fortalecimiento patrimonial del Fondo Nacional del Café

La gestión de activos y pasivos del FoNC ha permitido reconvertir en activos estratégicos los activos no relacionados con su operación. Gracias a esta política, el patrimonio del FoNC se ha estabilizado en los últimos años y su evolución es muestra del fortalecimiento emprendido por la institucionalidad cafetera desde 2002. Por ello, pese a la difícil situación vivida en 2009, las finanzas del FoNC mantienen una estructura sólida.

6.5 Estructura de endeudamiento del FoNC

El FoNC ha mantenido un adecuado nivel de endeudamiento en rangos controlables por debajo del 40%, lo que le ha permitido financiar correctamente la operación comercial y los proyectos de inversión asociados a Buencafé.

La estrategia se ha enfocado en mantener una estructura de deuda balanceada entre largo plazo y corto plazo, reduciendo así los riesgos de refinanciación y de incremento en las tasas de interés en un contexto financiero desafiante.

De otra parte, la gestión de activos y pasivos, así como la generación interna de recursos con los Comités Departamentales, han permitido que el endeudamiento financiero de la FNC haya disminuido drásticamente, hasta el punto de tener un nivel de deuda mínimo con el sector financiero. La generación interna de recursos ha producido ahorros por más del 30% entre costos y rendimientos financieros para la FNC. Esta sinergia se ha creado gracias a la participación activa y creciente de los Comités Departamentales de Cafeteros.

6.6 Estrategia de coberturas

El FoNC como exportador está expuesto al riesgo asociado a las variaciones en la tasa de cambio. Mientras que los ingresos por ventas de café así como la contribución cafetera están expresados en dólares, el precio del grano adquirido a los caficultores está denominado en pesos colombianos. Esto significa un desbalance en la estructura de ingresos y costos del FoNC, en la cual el comportamiento de la tasa de cambio es un factor determinante de los resultados financieros de la organización.

En 2009, se continuó aplicando el esquema de cobertura de los ingresos por contribución cafetera iniciado en 2007. Por otra parte, se adoptó una nueva estrategia para cubrir los ingresos de Buencafé con el fin de garantizar márgenes de rentabilidad, mediante un esquema novedoso y diversificado de instrumentos de cobertura como *forwards* y opciones asiáticas, productos desarrollados con base en las necesidades específicas del FoNC.

En cuanto a la cobertura de la tasa de cambio en la comercialización del café, se ha venido desarrollando un modelo de cobertura natural, en el cual se utiliza deuda en dólares para prefinanciación de exportaciones como mecanismo para mitigar las variaciones en la tasa de cambio. Este esquema ha permitido generar eficiencias en el proceso comercial, ya que a diferencia de los instrumentos financieros, es más flexible en cuanto a tiempos, se adapta al ciclo del negocio y genera ahorros en costos transaccionales por más del 50%.

6.7 Manejo de contrapartes crediticias

El incremento en el riesgo de contraparte ha significado un reto importante para la administración.

Como resultado de la crisis financiera, se cambió la visión y adelantó un proceso de *“due diligence”* permanente de las contrapartes con el fin de determinar con quienes se deben realizar operaciones, inversiones y mantener un balance de activos y pasivos. En consecuencia, se hicieron modificaciones contractuales para garantizar que el FoNC y la FNC tengan herramientas para protegerse de los efectos de la crisis sobre sus contrapartes.

El fortalecimiento financiero del FoNC ha permitido ampliar las líneas de crédito, pese a las restricciones en el acceso a éste y al reemplazo de algunas contrapartes riesgosas. Hoy las líneas de crédito abiertas y disponibles son tres veces mayores que en el 2004 y aunque se cuenta con menos contrapartes, estas son más sólidas y mejor calificadas.

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.



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**