

El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2003



**FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS DE COLOMBIA**

El comportamiento de la industria cafetera colombiana durante 2003

El presente informe registra los principales aspectos de la industria cafetera colombiana durante el año 2003, y el desempeño de las instituciones del sector frente a las diferentes circunstancias que se presentaron en dicho período.

RESUMEN

El descenso en los precios de productos básicos, la sobreproducción mundial y la inequidad en la distribución de los beneficios de su comercialización, han sido las principales causas de la crisis cafetera internacional de los últimos años.

Sin embargo, la sobreoferta mundial del grano que ha estado explicada principalmente por el aumento de la producción en Brasil y Vietnam, comenzó a mostrar un cambio de tendencia. En conjunto, durante el 2003 la producción fue de 104 millones de sacos, un descenso cercano a los 12 millones frente a la producción del año anterior. Esta es la primera vez en cinco años que la producción total fue inferior al consumo, en aproximadamente cinco millones de sacos.

Al respecto, conviene resaltar que el panorama no se ha despejado totalmente, por cuanto el nivel de inventarios de café en el mundo sigue alto, y aún se enfrentan amenazas estructurales que atentan contra la actividad. Adicionalmente, el

restablecimiento de algún grado de equilibrio entre oferta y demanda produjo una mejoría nominal en los precios, que aún dista de representar siquiera una parcial recuperación de la severa pérdida de ingreso experimentada por los caficultores en la última década. Sin embargo, se ha recorrido un camino importante, el cual nos permite afirmar, que después de varios años de crisis profunda, la caficultura mundial en general, y la colombiana en particular, comenzaron a cambiar de rumbo.

En términos generales, los ingresos de los productores, medidos como precio interno, crecieron durante el año; la cosecha cafetera mostró un aumento en productividad y eficiencia. De igual forma, los programas de ajuste y saneamiento de las instituciones cafeteras arrojaron resultados positivos. Las principales variables que ilustran el comportamiento del Fondo Nacional del Café (FoNC) cambiaron de tendencia después de varios años de deterioro. En 2003 se observó un superávit de operaciones efectivas, menor endeudamiento y un crecimiento en el patrimonio. Los proyectos de valor agregado como las Tiendas Juan Valdez, la producción de cafés especiales, las actividades de la Fábrica de Café Liofilizado, las investigaciones de Cenicafé, la complementación de los ingresos cafeteros con el programa café-maíz-frijol, y la conquista de nuevos mercados, mostraron todos resultados y cifras alentadoras.

Adicionalmente, como apoyo fundamental a este proceso, el Gobierno Nacional, a pesar de las dificultades fiscales de la Nación, cumplió con los compromisos previstos para el 2003. Con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2003 – 2006, el 18 de julio de 2003, el Gobierno renovó, una vez, más el compromiso con la caficultura.

En el ámbito internacional, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), la Organización Internacional del Café (OIC), la National Coffee Association y la Specialty Coffee Association of America continuaron realizando gestiones para concretar el regreso de Estados Unidos y Canadá a la OIC. De otro lado, Colombia apoyó el Programa de Mejora en la Calidad (Resolución 407 de la OIC) encaminado a retirar del mercado mundial los cafés de mala calidad, lo que permitió retirar hasta el momento, cerca de cuatro millones de sacos de cafés de calidades inferiores.

Respecto al comportamiento de las variables cafeteras, el balance durante 2003 fue el siguiente:

En el último año el café sumó más de US\$ 911 millones para la economía; fue el tercer producto básico de exportación (después del petróleo y el carbón) y el primer producto de exportación agrícola del país representando el 1,56 % del PIB nacional y el 12,6% del PIB agropecuario. Adicionalmente, Colombia fue el segundo productor mundial de café, con una participación del 11,6% en el volumen total, el segundo exportador mundial según el valor de las exportaciones, con el 15,8% y el tercero de acuerdo con la cantidad de sacos exportados, 12,1%.

El precio promedio del café colombiano en los mercados internacionales en 2003 fue de US\$ 0,73 por libra, 2,8% por encima del observado en 2002. En total se exportaron 10,2 millones de sacos, un 0,2% inferior al año anterior.

El volumen de la cosecha se mantuvo durante 2003. Como resultado de una caficultura más joven e intensiva, la producción registrada alcanzó 11,6 millones de sacos, el 0,4% menos que en 2002. El valor de la cosecha fue de \$ 2,330 miles de millones, un aumento de 9,7% en términos nominales respecto del año anterior. El precio promedio recibido por el productor fue de \$335.730 por carga, un 10,1% por encima del año anterior.

En cuanto al FoNC, la aplicación de la Ley 788 de diciembre de 2002 y una agresiva estrategia de estabilización financiera, permitió mejorar las finanzas y revertir la tendencia ante la caída de su patrimonio. El patrimonio del FoNC en dólares, presentó una clara tendencia de estabilización y se generaron, después de varios años, utilidades en el ejercicio con lo cual pasó de US\$ 248 millones en 2002, a US\$ 348 millones en 2003.

El esfuerzo por alcanzar el saneamiento de FoNC también se vio reflejado en los resultados de las operaciones efectivas de caja, pues el FoNC pasó de un déficit de \$55 mil millones en 2002 a un superávit de \$26 mil millones en 2003 después de cuatro años consecutivos de déficit.

EL PANORAMA EXTERNO 2003

1. Precio externo

El precio promedio de facturación del café colombiano para todas las calidades pasó de US¢ 71/lb ex-dock en 2002 a US¢ 73/lb ex-dock en 2003, un 2,8% por encima del promedio del año anterior.

2. Volumen y Valor de Exportación

El volumen de la exportación de Café de Colombia en el 2003 fue de 10,24 millones de sacos de 60kg, por valor de US\$910 millones. Si bien, el volumen disminuyó en un 0,3%, con respecto al año 2002; su valor aumentó en un 3%.

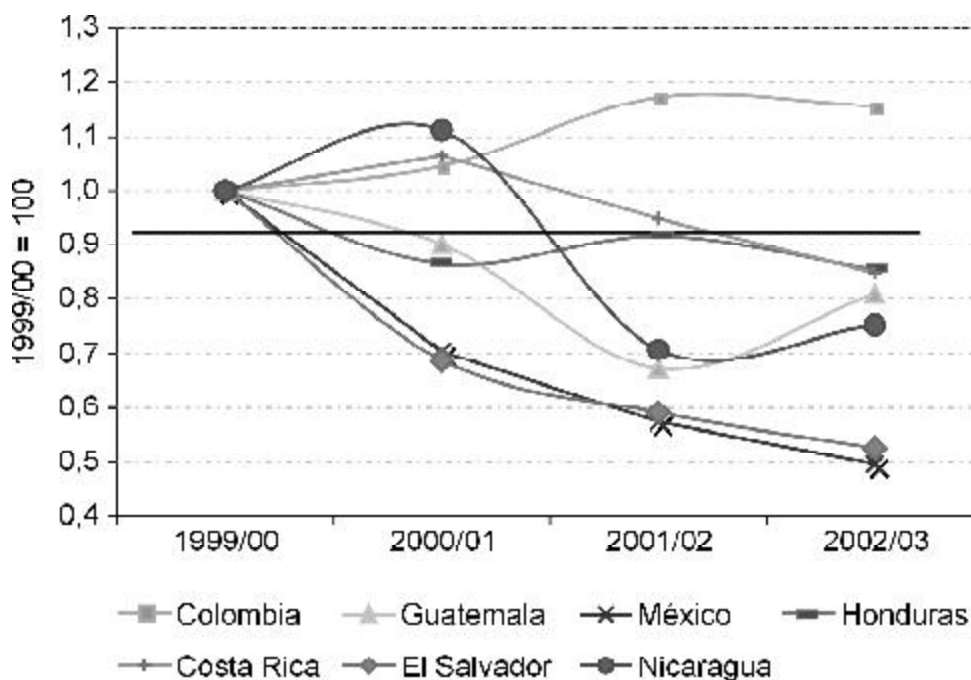
En 2003, y gracias a su política de calidad, Colombia fue el segundo exportador mundial de café, de acuerdo con su participación del 15,8% en el valor total de las exportaciones habiéndose ubicado en el tercer lugar después de Vietnam, con un 12% respecto al volumen total de exportaciones. De igual forma, por volumen de producción, Colombia ocupó el segundo lugar después de Brasil, con un 11,6%.

El Fondo Nacional del Café participó con un 27% y los Exportadores Particulares con un 73%. Los principales mercados fueron en su orden: Estados Unidos, 35%; Alemania, 16%; Japón, 14%; Bélgica, 5% y Canadá, 5%, países que en conjunto adquirieron el 75% del café exportado por Colombia.

En cuanto a la venta de cafés especiales, el volumen exportado por el FoNC y los Exportadores Privados fue de 107.577 y 36.592 sacos respectivamente, frente a los 104.136 y los 22.599 del año 2002. Al incluir las exportaciones de cafés supremos que ascendieron a 936.164 sacos, el total del volumen de cafés especiales exportado durante el año alcanzó los 1'080.333 sacos.

El sobreprecio pagado al productor estuvo entre \$30.000 y \$190.000 pesos por carga de 125 kilos de café pergamino seco, que representa entre el 9% y el 57% del precio de compra promedio durante ese año.

De igual forma, se destaca el hecho de que la caficultura colombiana sostuvo su nivel de exportaciones. Al observar las variaciones en el comportamiento de las exportaciones de los principales países productores de cafés arábicas lavados (1999/00 = 100) se destaca cómo Colombia mantuvo su nivel de exportaciones comparado con otros países. Sin duda, este hecho se debe, en parte, a la capacidad de las instituciones cafeteras para apoyar la sostenibilidad de la producción.



3. Diplomacia Cafetera

El liderazgo de la diplomacia cafetera colombiana ha permitido la apertura de un diálogo con los principales actores de la escena cafetera internacional y ha generado en la comunidad internacional un sentimiento de solidaridad por la actual crisis. La gestión internacional de la FNC se ha concentrado en los siguientes frentes:

Organización Internacional del Café –OIC

Desde la suscripción del nuevo Acuerdo Internacional del Café en el 2001, la OIC ha entrado en una nueva etapa enmarcada por la crisis mundial cafetera y una agenda de trabajo, orientada al mercado en tres áreas: (i) promoción de la calidad; (ii) promoción del consumo y (iii) sostenibilidad de la caficultura en el largo plazo.

Fortalecimiento de la OIC. Colombia, como uno de los principales productores y proveedores más confiables del grano, ha venido liderando el fortalecimiento de la OIC a través de gestiones tendientes a la ampliación de su membresía, con el ingreso de Estados Unidos en su calidad de principal consumidor, así como en las gestiones para que mercados con gran potencial como Rusia y China hagan lo propio. Gestiones que han dado como resultado la expedición de una Resolución del CIC invitando a dichos países a unirse a la OIC, así como a otros no miembros como Canadá y Perú.

Celebración de los 40 años de la OIC en Cartagena. En Cartagena, la OIC recibió un importante apoyo político internacional. La presencia de los presidentes de Colombia, Brasil y de Honduras, en representación de toda Centroamérica, le permitió a la organización fortalecerse como una entidad multi-lateral de gran importancia.

En las reuniones de Cartagena los tres presidentes hicieron un llamado para que las grandes multinacionales que comercializan y distribuyen el café adopten medidas que se traduzcan en el mejoramiento de los precios a los productores.

Ingreso de los Estados Unidos a la OIC

Uno de los elementos de la estrategia para responder a la crisis cafetera actual ha sido buscar que Estados Unidos se involucre de manera activa en todas las iniciativas encaminadas a la solución de esta crisis. Un importante número de países productores considera que como parte de esas iniciativas Estados Unidos debe regresar a la OIC. En

este sentido, se han hecho diversos acercamientos tanto con el Gobierno como con el Congreso de los Estados Unidos para lograr este objetivo.

Cooperación con Brasil

Desde la llegada al poder del Presidente Luis Inácio Lula Da Silva, Brasil ha tenido un cambio de actitud frente a la cooperación con los demás países productores. Hoy en día el clima de cooperación es inmejorable y la agenda de trabajo se encuentra en plena implementación.

Se acordó una agenda bilateral para la realización de encuentros técnicos y políticos con las diferentes instancias gubernamentales de Brasil, que incluyó reuniones con el Ministro de Agricultura, Roberto Rodrigues; con dos diputados cafeteros y con el Gobernador de Minas Gerais.

Acciones Conjuntas del Grupo de Países de Árabigos Lavados

El Grupo de Árabigos Lavados ha venido explorando alternativas para el mejoramiento de la situación cafetera mundial. Una de ellas tiene que ver con el diseño de un mecanismo de opciones de venta de café similar al que se encuentra en operación en Brasil. Al margen de las reuniones de Cartagena, el Grupo de Países de Árabigos Lavados se reunió para analizar una herramienta similar cuya aplicación sería de carácter regional (México, Centroamérica y Colombia) y que permitiría retener café, bajo un esquema de libre mercado, por un tiempo, en espera de un mejoramiento de los precios internacionales.

Frente Multilateral

Negociaciones Comerciales ALCA, TLC – Estados Unidos y Mercosur. En asocio del Ministerio de Comercio se viene trabajando para definir la posición de Colombia en las negociaciones comerciales que se adelantan actualmente. La propuesta, que ha tenido la mayor acogida del gobierno, es la de darle al café la categoría de bien sensible. Al dársele ese

carácter, el café proveniente de terceros países será sometido a cronogramas de desgravación de más largo plazo.

La propuesta del sector en materia de acceso a mercados, normas de origen y propiedad intelectual para todas las negociaciones comerciales, le permite al café ganar acceso más rápido en los mercados que actualmente tienen aranceles altos, establece una norma de origen estricta para defender el 100% café de Colombia y propone una serie de medidas para proteger la propiedad intelectual detrás de la producción del café de Colombia.

Organización Mundial del Comercio. Ante un proyecto del gobierno de Alemania encaminado a establecer límites máximos de contenido de Ochratoxina A -OTA en el café, la Federación inició una intensa labor diplomática con el gobierno Nacional para que Alemania no aprobara la medida, dado que podría convertirse en un impedimento para las exportaciones de café a Europa. En el mismo frente, la Embajada de Colombia en Berlín logró que el Congreso de Alemania pospusiera su decisión de expedir dicha legislación, mientras evalúa toda la información sobre los efectos de la misma en la producción y exportación de café a ese país.

EL PANORAMA INTERNO 2003

1. Precio pagado al productor

El precio interno refleja: las variaciones diarias del café en los mercados internacionales, el apoyo Gubernamental al precio interno - AGC y el comportamiento de la tasa de cambio. Adicionalmente, asociado con estas variables, se determinan 16 precios de referencia a lo largo de todo el país de acuerdo con la cercanía al puerto de embarque.

Durante el año 2003, el café se compró en las bodegas de Almacafé a un precio promedio de \$335.730 por carga de

pergamino, el cual representa un incremento del 10.1% respecto al 2002, cifra que incluye entre otros, a los cafés especiales. De esta cifra, el Apoyo del Gobierno a la Caficultura Colombiana, AGC, representó \$10.250 por carga.

El Fondo Nacional del Café, busca en cada transacción la mayor prima sostenible del Café de Colombia con el fin de trasladarle el mejor precio posible al productor, después de cubrir sus costos y generar un margen para los riesgos propios de la operación comercial.

Para entregar al productor el precio interno más alto posible, a partir de un amplio proceso de consenso y construcción colectiva con todos los actores institucionales, la Gerencia General al finalizar el año expidió una nueva política de comercialización que introdujo importantes ajustes al sistema de garantía de compra.

Entre las principales medidas adoptadas están las tendientes a garantizar la transferencia de un mayor precio al productor. Así pues, se determinó un nuevo precio base del Fondo Nacional del Café para la compra al productor, que incluye la bonificación por taza limpia.

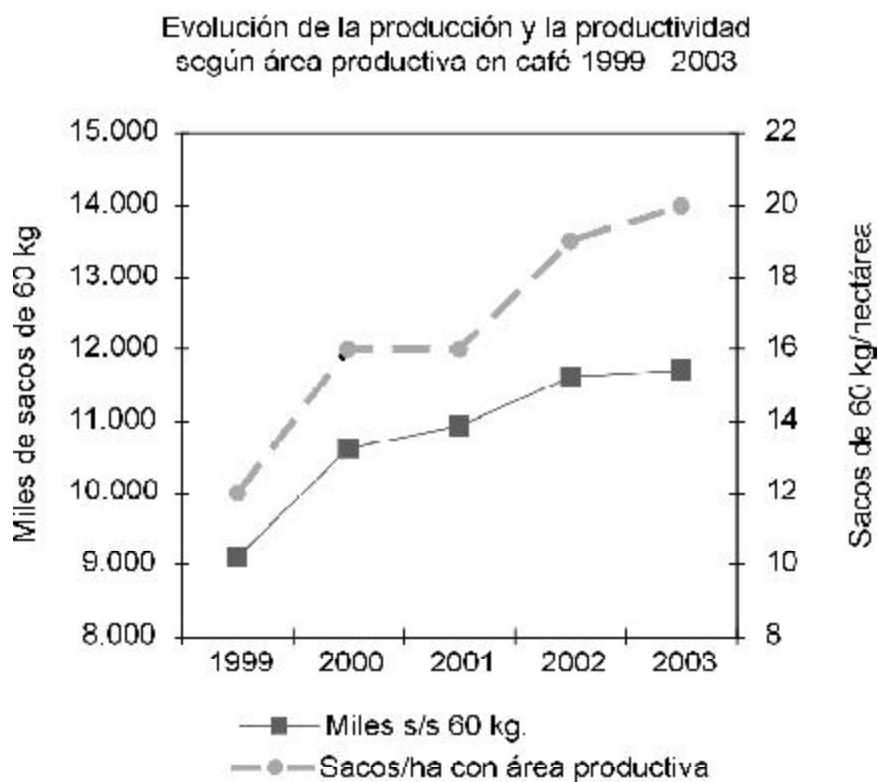
Esta medida se propuso teniendo en cuenta que por el alto volumen de operaciones en los puntos de atención de las Cooperativas de Caficultores, es prácticamente imposible realizar la prueba de taza en todas las compras. Por este motivo, el riesgo de taza lo asume el productor, cuando sólo recibe el precio base en el momento de la compra, o la Cooperativa, cuando decide pagarle al productor la bonificación por taza, y someterse al riesgo de que el café no tenga taza limpia, al momento de su entrega en Almacafé. Es decir, se trasladó a la Institucionalidad ese riesgo que hasta entonces estaba en cabeza del productor.

2. Volumen y Valor de la Cosecha Cafetera

La producción durante 2003 fue de 11,57 millones de sacos de 60kg de café verde, un 0,4% inferior al registrado el año previo. El valor de esta producción fue de \$2.330 miles de millones, incluyendo el Apoyo Gubernamental a la Caficultura Colombiana, por un valor cercano a los \$71 mil millones.

El Fondo adquirió el 24% de la cosecha, 2,83 millones de sacos de 60 kilos, por un valor de \$554 mil millones, que incluyen las ventas para entrega futura, monto que no incorpora el valor del AGC.

Los cafeteros han mostrado que poseen las ventajas comparativas y competitivas potenciales que tiene el café de Colombia hacia el futuro en el mercado internacional. En tal sentido, se registra un incremento de la productividad en finca en el curso de los últimos años. De acuerdo con los cálculos basados en el área productiva, el promedio actual se sitúa en aproximadamente 20 sacos de 60kg por hectárea, con lo cual se ha logrado mantener el volumen de producción en una menor área cultivada y aumentar la competitividad del sector.

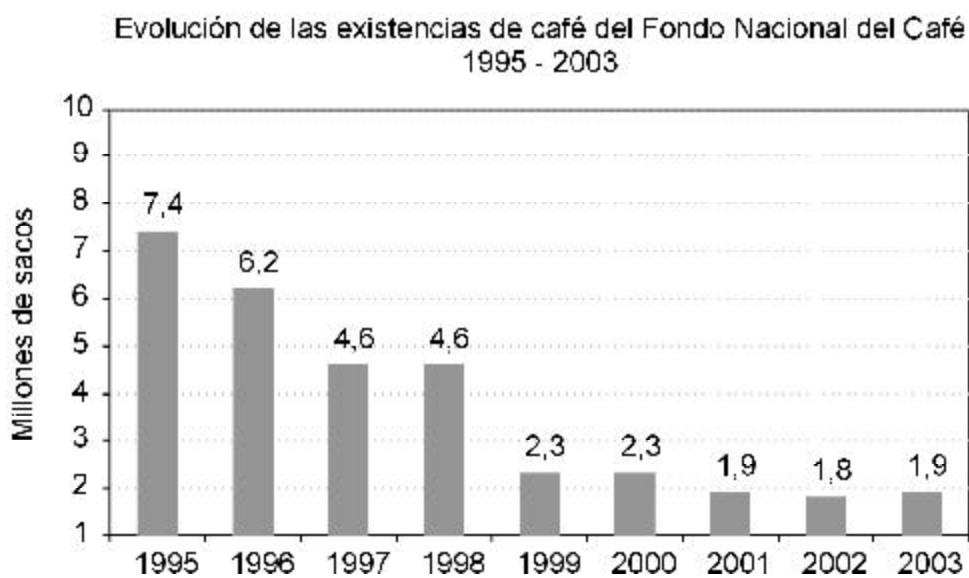


3. Consumo Interno e Inventarios de Café

El consumo interno se estima en 1,24 millones de sacos, inferior en 5% con respecto al año anterior. Esta reducción, hace parte de una caída continua en la demanda doméstica del grano observada en los últimos años. En respuesta a este fenómeno, y como parte de un plan de acción para la promoción del consumo

interno, la Federación, con algunos de los principales representantes de la industria procesadora nacional, como la Compañía Nacional de Chocolates (Café Sello Rojo), Colcafé y Aguila Roja, lanzaron una Campaña de Promoción con una inversión conjunta por \$6.000 millones. El objeto es aumentar en 25% el consumo nacional en los próximos cinco años.

De otra parte, las existencias, del Fondo Nacional del Café se mantuvieron en 1,9 millones de sacos, aproximadamente.



4. Plan de apoyo a la caficultura

Con la aprobación del Plan Nacional de Desarrollo 2003 – 2006, el pasado 18 de julio, el Gobierno Nacional renovó una vez más su compromiso con la caficultura. A través de la Ley 817, el Congreso de la República aprobó la política cafetera del Presidente de la República doctor Alvaro Uribe Vélez, la cual se describe a continuación:

“El Gobierno continuará su apoyo al sector cafetero a través de:
a) incentivos directos a la actividad cafetera; b) programas de acceso al crédito y la continuación del Programa de Reactivación Agropecuaria (PRAN); c) cofinanciación de programas de asistencia técnica e investigación científica; d) ajustes institucionales y de marco legal vigente, particularmente la separación contable de las funciones del Fondo Nacional del

Café; e) programas de reconversión y desarrollo social, y f) gestiones diplomáticas tendientes a buscar mejoras en los precios internacionales para beneficio de los caficultores.”

Dentro de este marco, se renovaron los compromisos adquiridos el 2 de septiembre de 2002, fecha en la que el Gobierno del Presidente Uribe acordó entregar un apoyo temporal a la caficultura, por considerar que “el sector cafetero continúa siendo estratégico para el país, no sólo por su efecto sobre el empleo rural, sino por su prominencia social y regional” y, adicionalmente, por el hecho de que “la caficultura es un sector con ventajas competitivas internacionales, que enfrenta una coyuntura adversa sin precedentes”¹.

a. Incentivos directos al precio interno

Con base en lo dispuesto en la Ley 101 de 1993, el Gobierno otorgó un apoyo directo a los caficultores como complemento al precio interno (AGC), programa que comenzó el 28 de septiembre de 2001. Este incentivo se ha manejado en función del precio externo y de la tasa de cambio, teniendo en cuenta la disponibilidad fiscal de la Nación.

En total, se han apropiado \$292.101 millones para el AGC que cubren las cosechas comprendidas entre finales de septiembre de 2001 y diciembre de 2003; \$61.300 millones en 2001; \$160.800 millones en 2002, y \$70.000 millones para 2003.

Durante el Programa, se han pagado 989 cuentas de cobro presentadas por 64 exportadores de café, incluyendo al Fondo Nacional del Café, por un valor total de AGC de \$261.502 millones, correspondientes a las compras de 1.634,1 millones de kilos de café pergamino.

Del total pagado, \$64.079 millones fueron para Almacafé, por compras de 379,3 millones de kilos de café pergamino, y \$197.422 millones para los Exportadores Privados, por compras de 1.254,7 millones de kilos de café pergamino.

Las compras de café objeto de AGC con la producción de café

¹ Acuerdo Entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional del Cafeteros. Septiembre 02 de 2002.

registrada en el Sistema de Información de la Federación Nacional de Cafeteros, para el período comprendido entre octubre de 2001 a diciembre de 2003, ascendieron a 26,1 millones de sacos de 60 kilos de café verde, frente a una producción registrada de 27,2 millones de sacos.

A pesar de la reducción del AGC en el 56% para el 2003, el precio de compra del FNC – que incluye el AGC – mostró un incremento del 10,1% con respecto al promedio del año inmediatamente anterior.

b. Financiación de programas de asistencia técnica e investigación científica

Para el año 2003, y con recursos del Fondo Nacional del Café en cuantía de \$36 mil millones, se financió el funcionamiento del Servicio de Extensión de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros del país. Adicionalmente, se destinaron \$11.800 millones para Investigación científica y Transferencia de Tecnología dentro de las funciones del Centro Nacional de Investigaciones de Café, Cenicafé.

Con estos recursos, fue posible atender a los caficultores en los diferentes programas que adelanta el gremio para la transformación y mejoramiento del proceso productivo que se deriva de este servicio. Entre ellos está el Crédito Cafetero con programas como el PRAN Cafetero (Programa de Reactivación Agropecuaria Nacional), la Asistencia Técnica, la Renovación de Cafetales, la organización de la comunidad, los programas de Gestión Empresarial y todas las demás actividades que desarrolla el Servicio de Extensión de la Federación Nacional de Cafeteros en cada uno de los Comités Departamentales.

Dentro del rubro de atención al caficultor, los componentes se dividieron en renovación de cafetales con 56.300 cafeteros, Crédito Cafetero (PRAN y Asesoría) con 28.460 solicitudes atendidas, Gestión Empresarial destinada a capacitar 18.198 caficultores y Transferencia de Tecnología que llegó a un total de 268.519 personas involucradas en actividades individuales y grupales.

c. Programa de Renovación de Cafetales

Con el objeto de completar el Programa de Renovación de Cafetales, que viene adelantando la Federación Nacional de Cafeteros desde 1998, orientado a incrementar la productividad agronómica por mayor densidad de siembra y menor edad promedio de los cafetales tecnificados, el Comité Nacional de cafeteros determinó dar continuidad al programa de Incentivos a la Renovación de cafetales durante el año 2003, con la aprobación de una partida de 30.000 millones de pesos en el presupuesto con recursos del Fondo Nacional del Café.

Durante el 2003 se atendieron 76.344 cafeteros y se renovaron más de 250 millones de árboles, en un área de 50.768 hectáreas, con lo ejecutado en este período se alcanza un total de 340 mil hectáreas de las 350 mil hectáreas propuestas entre 1998 y 2003. Los resultados obtenidos por este programa en productividad fueron exitosos. La edad promedio de los cafetales pasó de 7,5 años en 1998 a 5,1 años en 2003 y la densidad del cultivo aumentó de 4.868 a 5.252 árboles por hectárea durante el quinquenio.

d. Programas de acceso al crédito cafetero

Las medidas relacionadas con el crédito apuntalarán tres temas principales: i) PRAN cafetero; ii) Programa de Refinanciación de la Cartera A y B de Bancafé, y iii) Estructuración del Plan Florescencia.

En diciembre de 2002, el Señor Presidente de la República, Álvaro Uribe, creó la Comisión de Seguimiento al Crédito Cafetero, para garantizar el éxito del proceso.

PRAN cafetero: El Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria (PRAN) Cafetero, permite la refinanciación de la cartera de pequeños y medianos productores de café y de otros productores agropecuarios, que tienen obligaciones a favor de la Federación Nacional de Cafeteros, CISA, Caja Agraria en Liquidación, y otros intermediarios Financieros, según las condiciones y requisitos previstos en los Decretos 967 de 2000, 1257 de 2001 y 931 de 2002.

Durante el 2003 este programa atendió 21,688 usuarios de pagarés para refinanciar y asesoró a 6,772 caficultores, el FoNC destinó para este programa 4.500 millones de pesos.

Consolidación de Pasivos - Cartera A y B de Bancafé: Al igual que en el caso del PRAN, durante 2003 se emitieron resoluciones que sirvieron de soporte para llevar a cabo este programa de refinanciación de la cartera con calificación A y B de Bancafé. En efecto, la Comisión Nacional de Crédito Agropecuario (C.N.C.A.) expidió la resolución No. 01 de febrero de 2003 que establece la posibilidad de respaldar con el Fondo Agropecuario de Garantías (FAG), aquellos créditos que ya habían sido reestructurados con anterioridad a este nuevo proceso. El FAG otorgado para el respaldo de estos créditos sería hasta del 50% para pequeños, 40% para medianos y 30% para grandes productores. A los deudores cuyos créditos no habían sido reestructurados antes de este proceso de consolidación de pasivos, se les había permitido previamente el acceso a FAG en los términos definidos por FINAGRO para créditos ordinarios.

Este proceso de consolidación de pasivos estuvo reglamentado –durante 2003- mediante las circulares normativas 229 de 2002, 036 y 211 de 2003. Esta última estuvo vigente hasta el 30 de diciembre de 2003.

Créditos Nuevos: la C.N.C.A. emitió la Resolución No. 09 del 27 de diciembre de 2002, la cual permite el acceso al Fondo Agropecuario de Garantías (FAG) para créditos agrícolas otorgados con recursos propios, ampliando así la norma que lo supeditaba a aquellos otorgados con recursos redescontados con FINAGRO.

Plan Florescencia: Como parte de la política de financiación del sector cafetero, se puso en marcha, en febrero de 2003, el Plan Florescencia que busca que los caficultores vendan su café anticipadamente por intermedio de la Bolsa Nacional Agropecuaria.

Este mecanismo le permitió al caficultor vender anticipadamente hasta el 20% de su cosecha. En él participaron la Bolsa Nacional

Agropecuaria y la Federación Nacional de Cafeteros con la garantía de cumplimiento de la Cámara de Compensación de la misma Bolsa. Cada cafetero pudo negociar desde 1 hasta 5 contratos de 200 @s cada uno, es decir, desde 200 hasta 1.000 arrobas de café pergamino seco.

En el país, 8 de los 15 comités departamentales realizaron transacciones de ese tipo, 305 cafeteros negociaron 666 contratos con un total de 1.665.000 kilos, equivalentes a 133.200 arrobas de café pergamino seco tipo Federación de calidad exportable.

e. Convenio de Asistencia Técnica e Investigación para el Desarrollo y Diversificación del Sector Cafetero a Nivel Nacional. No 065/02.

Este convenio se suscribió con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y se basó en las directrices del Plan Operativo determinado por el Comité Directivo de la Federación de Cafeteros y teniendo como referencia el documento CONPES 3139 de noviembre 15 de 2001.

Se realizaron actividades para reforzar o ampliar cobertura del incentivo a la Renovación de Cafetales, Crédito cafetero y apoyo a la diversificación rural.

Con el Incentivo a la Renovación se atendieron 6.170 caficultores, equivalentes al 100% de la meta propuesta y una inversión de mil millones de pesos. En el componente de Crédito Cafetero (PRAN), se atendieron 6.250 usuarios, con una ejecución presupuestal de mil millones y el cumplimiento de la meta programada en el 100%. El apoyo a la diversificación en actividades diferentes a café, se tradujo en 200 millones de pesos, concentrados en los Departamentos de Quindío y Risaralda.

f. Café y Maíz

Este convenio se desarrolló conjuntamente entre la Gerencia Técnica de la Federación Nacional de Cafeteros, la Federación Nacional de Cultivadores de Cereales y leguminosas FENALCE y el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo

CIMMYT, con la coordinación del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Durante 2003 se promovió la siembra de maíz y frijol en aquellos lotes de café renovados, recibiendo el agricultor un incentivo adicional al de la renovación de café, de 10 pesos más por árbol renovado.

Su propósito fue el de diversificar e incrementar el ingreso de los caficultores que sembrarán maíz técnicamente, mediante el apoyo de toda la cadena, desde la promoción inicial del programa, a través de la capacitación sobre la tecnología del cultivo y finalmente, facilitando la comercialización del producto. El gobierno estableció un precio de sustentación de 495.000 pesos para la tonelada de Maíz.

Si bien, el objetivo inicial era sembrar 15.000 Hectáreas de maíz intercaladas entre los cafetales renovados, los 43.856 caficultores participantes en dicho programa alcanzaron las 29.405 hectáreas, es decir un 96% más de lo esperado. Es importante resaltar que, en promedio, se lograron productividades de 3,4 toneladas por hectárea, cuando el promedio nacional está en 1,7 toneladas, es decir, en el área cafetera se duplicó la productividad promedio que reporta el país en ese cultivo.

g. Ajustes al marco legal de la Contribución Cafetera

En diciembre de 2002 el Gobierno Nacional sancionó la Ley No.788 de Reforma Tributaria mediante la cual redefinió la contribución cafetera en tres aspectos: la primera, para bienes públicos y otros gastos institucionales, equivalente al 5% del precio representativo del suave colombiano, estableciendo un mínimo de US¢ 2/lb y un tope de US¢ 4/lb; la segunda, que estará vigente entre 2003 y 2005 para el saneamiento financiero del FoNC, igual a US¢ 2/lb siempre que el precio del suave colombiano sea superior a US¢ 60/lb; y la tercera, a partir de 2006, con la conformación de un Fondo de Estabilización, equivalente a US¢ 3/lb, siempre que los precios superen los US¢ 95/lb.

De esta manera, hoy en día se tiene una Contribución Cafetera previsible de estimar y adaptada a las nuevas circunstancias del mercado, además de haberse mejorado sustancialmente su

recaudo, y consultar los intereses de todos los actores del negocio cafetero. En general, los principales beneficios de esta medida se pueden sintetizar en dos: i) la reducción de la volatilidad de la contribución al establecer una regla sin discrecionalidad y todos lo que esto implica para los participantes en la cadena, y ii) la consecución de los recursos que el FoNC necesitaba para su estabilidad financiera.

Sin duda, estos recursos han sido fundamentales para revertir la tendencia de detrimento patrimonial registrada en la última década. En 2003 los ingresos provenientes del 5% del precio ascendieron a \$124.609 millones, mientras que la Contribución para saneamiento financiero representó \$69.321 millones, para un total de \$193.930 millones.

5. Acciones y Programas de la Institucionalidad cafetera

a. Obras y Servicios a la Comunidad ejecutadas por los Comités de Cafeteros

En el año 2003 los Comités Departamentales de Cafeteros desarrollaron obras y servicios en beneficio de la comunidad cafetera por \$105.610 millones. Estos recursos tuvieron varias fuentes, entre las cuales se cuentan el Fondo Nacional del Café, los recursos propios de los Comités de Cafeteros, el Gobierno Nacional, la comunidad y entidades externas.

Del total ejecutado, \$41.321 millones, (39%), se dirigieron a Programas de Apoyo al Caficultor y que corresponden principalmente a asistencia técnica. Así mismo, en construcción y mejoramiento de vías y puentes se ejecutaron \$12.543 millones (12%), en acueductos y alcantarillado \$13.509 millones (13%), en vivienda rural cafetera \$6.259 millones (6%), en establecimientos y campañas educativas \$11.269 millones (11%) y \$4.518 millones en electrificación rural (4%).

Igualmente se ejecutaron obras y servicios relacionados con salud, administración rural, reforestación, manejo de microcuencas y otros.

b. Cenicafé

En atención a las recomendaciones de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, se contrató una evaluación sobre Cenicafé con la organización internacional ISNAR. El informe destacó la importancia de ese Centro de Investigación y formuló una serie de recomendaciones sobre sus futuros trabajos y sobre la transferencia de tecnología a los caficultores.

Adicionalmente, en 2003 se dio comienzo a uno de los principales proyectos en los 66 años de historia del Centro: el estudio del Genoma del Café y de la broca, con recursos del Gobierno que superan los 7.000 millones de pesos. Además, con el apoyo económico del Ministerio del Medio Ambiente se iniciaron trabajos de investigación sobre la biodiversidad para lo cual el Gobierno Nacional aportó la suma de \$4.000 millones. Estos trabajos hacen parte de los más de 741 experimentos que en diferentes disciplinas desarrolla el centro en todo el país

c. Almacafé

A través de Almacafé S.A. el Fondo Nacional del Café participó de la comercialización interna durante el año 2003 con un 27,5%, con lo que recibió de las Cooperativas de Caficultores y por compras directas cerca de 2,8 millones de sacos de verde de 60 Kg; lo cual significó un aumento con relación al año 2002 del 2%.

Del total de 2,7 millones de sacos de 60 kilos de verde exportados por el FoNC durante el año 2003; 2,2 millones de sacos fueron trillados bajo el control de Almacafé, 0,2 millones fueron adquiridos en excelso a las Cooperativas y el resto hacían parte del inventario al finalizar el 2002.

Al cierre del año 2003 las existencias en bodegas de Almacafé fueron casi iguales a las del cierre del año anterior, esto es, del orden de 1,6 millones de sacos de 60 kilos.

En este año se efectuó la revisión y el control de calidad, así como la expedición de guías de tránsito a 7,4 millones de sacos de 60 kilos de café excelso de propiedad de los exportadores particulares, 1% más que el año anterior.

Almacafé movilizó 335.592 toneladas de café por todo concepto (urbano, entre almacenes y hacia los puertos); si las comparamos con las 416.535 toneladas del año 2002, representan una disminución del 19%. El valor total de los fletes causados por la movilización del grano alcanzó la suma de 14.218 millones de pesos, un 11% inferior al del año 2002.

d. Fábrica de Café Liofilizado

Durante 2003 se atendieron compromisos por 5.853,3 toneladas de café liofilizado, la cifra más alta en la historia de la Fábrica. El volumen de ventas facturado presentó un incremento del 11,4% con relación al desempeño del año 2002.

La producción de café liofilizado fue de 5.797 toneladas, cifra que incluye cafés orgánico, *fair trade* y descafeinado. En el año se consumieron 16.424 toneladas de café verde, equivalentes a 262.794 sacos de 62,5 kg.

Los ingresos por ventas de café liofilizado en el mercado externo fueron de US\$51 millones. El precio de venta promedio fue de US \$9,07 por kilogramo.

En el mercado nacional los ingresos fueron \$3.168 millones, lo que corresponde a la venta de 122 toneladas, que representan un incremento en las ventas del 60%.

El costo promedio de producción del año fue de \$16.232 por kilogramo de café liofilizado y de \$4.328,84 por kilogramo de extracto concentrado.

La utilidad neta en Fábrica para el Fondo Nacional del Café fue de \$41.870 millones.

Los principales países compradores de café liofilizado fueron:

PAIS	TONELADAS
República Checa	1,586
Estados Unidos	958
Alemania	756
Japón	656
Reino Unido	444
Bélgica	352

Con la marca Buendía®, el café liofilizado ha continuado su posicionamiento en los mercados de Inglaterra, Estados Unidos, Japón, Ecuador y Colombia.

El segmento de marcas privadas se ha orientado a las principales cadenas de autoservicio en el mundo en países como España, México y Estados Unidos.

El portafolio de productos ofrecido a los clientes se ha diversificado con la inclusión de productos en base láctea, cafés de alta tostión, orgánicos, *fair trade* y saborizados. Por su parte, en el área de los cafés especiales se han concretado negocios significativos de café orgánico en el Japón y los Estados Unidos; así mismo para los cafés *fair trade* en Inglaterra. La materia prima utilizada en la elaboración de estos productos representa a sus productores una prima del 30%, aproximadamente.

En noviembre la Fábrica de Café Liofilizado se hizo merecedora al Premio Iberoamericano de la Calidad 2003 en la categoría Organización Privada Grande.

El Premio Iberoamericano de la Calidad es el reconocimiento a las organizaciones líderes de la Comunidad Iberoamericana, por su competitividad y excelencia en la gestión. Este galardón es un estímulo para que estas organizaciones se constituyan en modelos de referencia a seguir por las empresas del tejido empresarial iberoamericano.

Para la Fábrica de Café Liofilizado y su café Buendía® el premio representa un importante instrumento para la comercialización y la competitividad en el mercado mundial.

e. Tiendas de Café

La FNC inició, a instancias del Gobierno Nacional en el año 2002, una estrategia para escalar en la cadena de valor agregado del café, la cual incluyó la formulación de una nueva política respecto del patrimonio marcario del FoNC, con el establecimiento de regalías como contrapartida por el uso en nuevos segmentos y aplicaciones. Dicha estrategia se basa en las recomendaciones de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera respecto a que la institucionalidad cafetera debería participar en distintos segmentos de mercado que puedan generar nuevas fuentes de

ingresos y en el Acuerdo entre el Gobierno y la FNC (sept /02) donde se establece que se aprovechará el patrimonio de marcas ya existente mediante un incremento en actividades destinadas a la venta de café con valor agregado.

En aras de consolidar la expansión a nivel nacional e internacional del proyecto, la FNC con su patrimonio privado creó las Tiendas Juan Valdez para relanzar la marca que lleva su nombre. En este caso la FNC, mediante una sociedad comercial de la cual es matriz y controlante, debidamente autorizada por el Gobierno Nacional, usa las aplicaciones de marca desarrolladas para el concepto de tiendas Juan Valdez a cambio de una remuneración, en condiciones comerciales, de acuerdo con los estudios que vienen haciendo firmas internacionales independientes y cuyos resultados definitivos se esperan prontamente.

Se definió el año 2003 como el año de diseño, difusión y desarrollo de diversos formatos de Tienda. Lo anterior con el fin de ofrecer en el mercado, un modelo de Tienda “Juan Valdez” atractivo para el público. Originalmente, se tenía proyectado para el 2003 abrir en el país 5 tiendas ese año. Sin embargo, esta meta se superó y en diciembre de 2003 se abrió la novena tienda.

f. Propiedad Intelectual y Protección de la Marcas

Durante el mes de Agosto del 2003 el Comité Ejecutivo autorizó a la Gerencia la creación de la Dirección General de Propiedad Intelectual, con el fin de apoyar a la Gerencia en el desarrollo de políticas de protección y aprovechamiento de las ventajas competitivas que la institucionalidad cafetera provee directa o indirectamente a los productores.

La propiedad intelectual del gremio incluye las marcas, los desarrollos tecnológicos, el conocimiento de la industria no fácilmente replicable o los derechos sobre publicaciones. Bajo esta definición, se incluyen elementos de competitividad que puedan hacer, o actualmente hacen más rentable el cultivo del café en Colombia en el largo plazo mediante el incremento en los ingresos percibidos (en el caso de una aplicación eficiente de la estructura marcaria) o la reducción de costos de producción (mediante el aprovechamiento de tecnologías adecuadas y protegibles).

De esta forma la Federación se convirtió en una de las primeras empresas que otorga en el país a la propiedad intelectual la relevancia organizacional necesaria para adoptar políticas consistentes de creación y uso de sus ventajas competitivas en servicio de sus agremiados.

La nueva área se concentró, durante los últimos tres meses del año 2003, a realizar los estudios necesarios para adoptar la arquitectura marcaria que permita optimizar el retorno de la inversión institucional en este campo, con el fin de establecer las políticas y procesos a seguir en las diferentes aplicaciones de marca para clientes, nuevos proyectos de valor agregado, nuevos productos y eventuales socios estratégicos.

6. Plan Estratégico 2003 - 2008

La institucionalidad cafetera definió el nuevo rumbo de la caficultura mediante el diseño de un Plan Estratégico 2003 - 2008, para asegurar el redireccionamiento de sus objetivos y actividades hacia el bienestar del productor. Esto se llevó a cabo mediante un ejercicio de construcción colectiva y como esfuerzo conjunto que abrió espacios para aportes, comentarios y validación de las diferentes instancias del engranaje cafetero nacional. Paralelamente se definieron los Planes Estratégicos del área de Cafés Especiales, Cenicafé y la Fabrica de Café Liofilizado; además del trabajo que se desarrolló con el sistema de Cooperativas Cafeteras, para asegurar un sistema articulado e integrado que garantice el alcance de la visión propuesta.

Las Grandes Definiciones del Plan Estratégico fueron:

MISIÓN

Asegurar el bienestar del caficultor colombiano mediante una efectiva organización gremial, democrática y representativa.

VISIÓN

Lograr una caficultura competitiva y sostenible; fortalecer el tejido social en las zonas cafeteras y mantener al café colombiano como el mejor del mundo.

ÁREAS CLAVES FEDERACAFÉ - FoNC

1. Relaciones con Autoridades.
2. Comercialización Café Colombiano.
3. Política Internacional del Café.
4. Publicidad y Promoción
5. Valor Agregado.
6. Competitividad de la Caficultura.
7. Educación para Desarrollo y Bienestar Social.
8. Estructura Gremial e Institucional.
9. Financiera.

7. Situación Financiera del Fondo Nacional del Café

En el año 2003 el Fondo Nacional del Café registró un superávit de operaciones efectivas de caja por \$26 mil millones, frente a un déficit de \$55 mil millones del año inmediatamente anterior.

El resultado positivo se produjo por varios factores, entre ellos, la aplicación de la Ley 788 de diciembre de 2002, con la cual se garantizó una contribución cafetera permanente que equivale al 5% del precio representativo por libra de café suave colombiano que se exporte y una contribución de US\$ 2 para el saneamiento financiero del Fondo, que estará vigente por tres años, a partir de 2003. Adicionalmente, se puso en marcha una agresiva estrategia financiera para reducir los pasivos externos.

El Fondo recaudó \$124.609 millones por concepto de contribución permanente (5%), los cuales, junto con otros ingresos, aplicó a la atención de bienes públicos, tales como Asistencia Técnica a los cafeteros, investigación científica, renovación de cafetales, obras y servicios a la comunidad a través de los Comités, publicidad en el exterior, manejo de inventarios de café y otros egresos.

De igual manera, en el año 2003 el recaudo de la contribución cafetera para saneamiento financiero le representó ingresos por \$69.321 millones, los cuales fueron aplicados, junto con otros ingresos del Fondo, a la amortización de créditos y gastos financieros de la operación.

En desarrollo del programa de estabilidad financiera, la Federación de Cafeteros inició un proceso de reestructuración del endeudamiento del Fondo, orientado a cancelar los créditos de largo plazo y obtener financiación de corto plazo, acorde con los ciclos de cosecha y exportación del café, con el fin de lograr una estructura financiera que garantice la viabilidad del Fondo a mediano y largo plazo. Con base en una agresiva estrategia en 2003 fue posible reducir los pasivos externos en 37%.

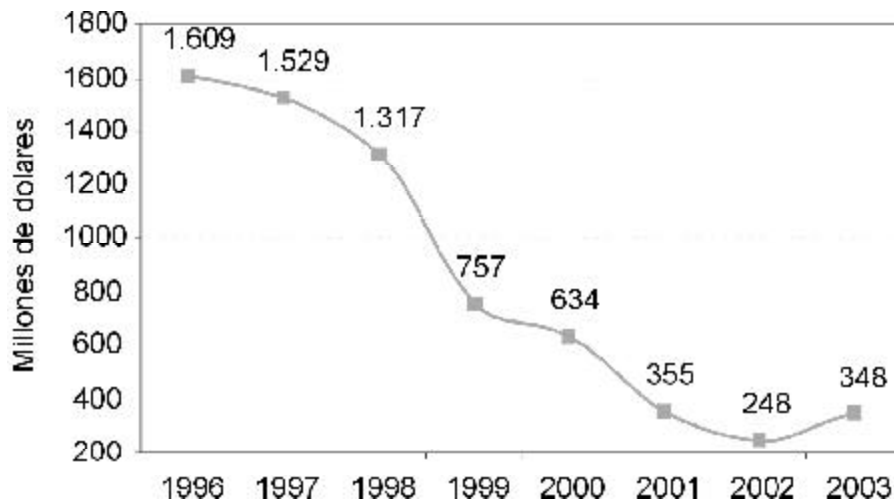
El 78% de los ingresos de caja del Fondo se originaron en ventas de café al exterior, el 15% en la Contribución cafetera pagada por los exportadores particulares y el 7% en otros ingresos.

Con respecto a los egresos, la compra de la cosecha, los costos internos y externos y el manejo del café representaron el 71% de los ingresos, y los servicios de apoyo al caficultor ascendieron al 11% de los ingresos, dentro de los cuales se encuentran el programa de renovación de cafetales, el sistema de información cafetera, los servicios de asistencia técnica, la experimentación científica y los recursos destinados al desarrollo de obras y servicios a la comunidad; de otra parte, los gastos financieros y las obligaciones derivadas de la compra de activos a la Compañía de Inversiones de la Flota representaron el 7% de los ingresos y el superávit del ejercicio el 3%; la diferencia, corresponde a otros egresos.

En cuanto a los activos del Fondo, expresados en dólares, éstos pasaron de US\$ 562 millones en el año 2002 a US\$ 542 millones en 2003, con una reducción del 4% (Ver el Anexo 1).

El patrimonio del Fondo que venía descendiendo desde 1996, presentó un cambio en su tendencia y registró un incremento en el año 2003; es así como pasó de \$248 millones al finalizar el año 2002 a US\$ 348 millones en diciembre de 2003, generando, después de varios años, una utilidad cercana a los \$41 mil millones (Ver Gráfica adjunta).

FONDO NACIONAL DEL CAFÉ - Patrimonio en Dólares 1996 - 2003



8. Cooperativas de Caficultores

Como resultado del proceso de integración que viene apoyando la Federación Nacional de Cafeteros, se ha logrado la depuración del Sistema Cooperativo Caficultor, al finalizar el año 2003 con un total de 38 Cooperativas patrocinadas por la Federación Nacional de Cafeteros, las cuales operaron con una red de 488 puntos de compra de café, ubicados dentro de toda la zona cafetera del Territorio Nacional.

Las Cooperativas de Caficultores compraron durante el año 2003 un total de 4,3 millones de sacos, equivalentes al 37,32% de la producción registrada, lo que representa un leve incremento de 0,55% con relación al volumen comercializado durante el año 2002. Del café adquirido por las Cooperativas de Caficultores durante 2003, entregaron a Almacafé, con destino al Fondo Nacional del Café, un total de 2,8 millones de sacos, equivalentes al 68% de las entregas, destinaron a la exportación a través de Expocafé 688 mil sacos, equivalentes al 17% de las entregas, y entregaron a particulares 602 mil sacos, equivalentes al 15%.

Dentro de la nueva visión de la Federación Nacional de Cafeteros, el servicio de la garantía de compra es considerado como un bien público, el cual viene siendo ejercido por las Cooperativas de Caficultores en un mercado libre, valorado como el servicio más significativo que la Institucionalidad brinda a los Caficultores.

La nueva realidad del mercado, llevó a la Gerencia de la Federación a profundizar en el análisis y redefinición de la garantía de compra en su instrumentación, y es así como a finales del año 2003, después de un amplio proceso de consenso y construcción colectiva con todos los actores institucionales, se adoptaron medidas tendientes a:

- Garantizar la transferencia del mayor precio posible al productor.
- Simplificar los procedimientos para el acopio, entrega del café y mejorar la competitividad de las Cooperativas.
- Garantizar la viabilidad financiera de la red de puntos de compra de las Cooperativas de Caficultores.

Gerencia General, Federacafé, mayo de 2004

ANEXO 1

FONDO NACIONAL DEL CAFÉ Diciembre 2001 - Diciembre 2003 Comportamiento variables Cafeteras Años Civiles

		2001	2002	2003	% Variación 2002/2003
Exportacion total país	Miles sacos/60 Kg	9.974	10.274	10.244	-0,29%
Valor facturación industria	Millones de US\$	893	891	911	2,19%
Precio externo de facturación promedio industria ex-dock	Us\$ / lb	0,76	0,71	0,73	2,82%
Produccion cafetera	Miles sacos/60 Kg	10.936	11.614	11.568	-0,40%
Valor cosecha	Millones de \$	1.964.351	2.124.929	2.330.167	9,66%
Precio interno promedio	\$ por carga	303.006	304.941	335.730	10,10%
Inventario fin período	Miles sacos/60 Kg	1.859	1.761	1.853	5,22%
Variación de inventarios	Miles sacos/60 Kg	-411	-98	92	
Reintegros cafeteros monetizados	Millones de US\$	887	832	876	5,29%
Pasivos financieros a dic. 31	Millones de US\$	118	151	139	-7,95%
Patrimonio a dic. 31	Millardos \$	814	710	967	36,20%
Patrimonio a dic. 31	Millones de US\$	355	248	348,0	40,32%
Tasa cambio promedio ponderado	\$ / us\$	2.299	2.503	2.873	14,79%

Balance General

Millones de Dolares

ACTIVO	2001*		2002*		2003*		% Variación 2002/2003
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
Efectivo	65	10,3%	65	11,6%	65	12,0%	0,00%
Cuentas por Cobrar	158	25,1%	182	32,4%	62	11,4%	-65,93%
Inventarios	181	28,7%	125	22,2%	131	24,2%	4,80%
Inversiones y Fiducia	84	13,3%	69	12,3%	82	15,1%	18,84%
Activo Fijo	58	9,2%	41	7,3%	50	9,2%	21,95%
Otros Activos	84	13,3%	80	14,2%	152	28,0%	90,00%
Total Activos	630	100,0%	562	100,0%	542	100,0%	-3,56%
PASIVO							
Corriente	233	37,0%	259	46,1%	139	25,6%	-46,33%
Largo Plazo	42	6,7%	55	9,8%	55	10,1%	0,00%
Patrimonio	355	56,3%	248	44,1%	348	64,2%	40,32%
Total Pasivo y Patrimonio	630	100,0%	562	100,0%	542	100,0%	-3,56%

* Balance reclasificado para efectos de análisis

Estado de Rendimiento Económico

Millones de Dolares

INGRESOS	2001		2002		2003		% Variación 2002/2003
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
Ventas de Café	359	86,1%	242	78,8%	281	74,1%	16,12%
Contribuciones y Transferencias	28	6,7%	44	14,3%	70	18,5%	59,09%
Financieros	25	6,0%	15	4,9%	20	5,3%	33,33%
Otros	5	1,2%	6	2,0%	8	2,1%	33,33%
Total Ingresos	417	100,0%	307	100,0%	379	100,0%	23,45%
GASTOS							
Costo del Café	384	62,5%	208	60,1%	224	62,2%	7,69%
Gasto de operac. y cialización Café	69	11,2%	26	7,5%	37	10,3%	42,31%
Transferencias de Ley	56	9,1%	35	10,1%	0	0,0%	-100,00%
Admon. y Serv. por Fedecafé	36	5,9%	17	4,9%	24	6,7%	41,18%
Programas de apoyo al caficultor	9	1,5%	3	0,9%	32	8,9%	966,67%
Financieros	47	7,7%	48	13,9%	22	6,1%	-54,17%
Otros	13	2,1%	9	2,6%	21	5,8%	133,33%
Total Gastos	614	100,0%	346	100,0%	360	100,0%	4,05%
Ajustes Vigencias Anteriores	-9		-3		-4		
Resultado	-206		-42		15		

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**