

Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2011



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2011

En este informe se presentan los hechos más relevantes del mercado del café durante 2011, 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.

Contenido

Resumen	
Mercado del café	
1. Mercado internacional del café	4
2. Mercado interno	8
Acciones y programas de la Institucionalidad Cafetera	
3. Comercialización sostenible y con valor agregado	12
4. Competitividad e innovación de la caficultura colombiana	18
5. Programas de inversión social para el caficultor	25
6. Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario	29
7. Agenda cafetera para el país y mundo	32
8. Situación financiera del Fondo Nacional del Café	35

Resumen

El año 2011, fue uno de los más difíciles para el sector cafetero. Las alteraciones climáticas asociadas a un exceso de lluvias 33% promedio por encima de los niveles históricos, la disminución de 1 C° en la temperatura y de 13% en el brillo solar, afectaron considerablemente la ocurrencia y concentración de las floraciones responsables de la cosecha cafetera. Además, el mayor esfuerzo en los programas de renovación, produjo una disminución del área en edad productiva, con un impacto temporal sobre la producción registrada.

El objetivo es que las áreas renovadas se incorporen gradualmente al parque cafetero productivo y contribuyan a generar una curva de productividad más alta por cuenta de la mayor densidad, el uso de variedades resistentes y la implementación de medidas técnicas y fitosanitarias específicas por sitio para transformar la caficultura en una actividad climáticamente inteligente y estructuralmente mejor preparada para enfrentar los retos de la variabilidad.

El propósito de este informe es exponer los principales acontecimientos del sector cafetero colombiano durante 2011, en especial los aspectos relevantes del mercado a nivel nacional e internacional y las acciones de la institucionalidad cafetera en temas de comercialización, competitividad e innovación, inversión social, posicionamiento del Café de Colombia, agenda cafetera y situación financiera del Fondo Nacional del Café -FoNC.

En cuanto al mercado internacional, para el año cafetero 2010/11 la producción mundial registró uno de los mayores niveles históricos como resultado de la cosecha bienal alta de Brasil. Sin embargo, este crecimiento fue insuficiente para compensar la dinámica del consumo de café experimentada durante la última década y estabilizar los inventarios mundiales.

Adicionalmente, los precios internacionales presentaron una alta volatilidad debido a la incertidumbre política y económica mundial, así como a las difíciles condiciones climáticas. Las cotizaciones estuvieron por encima de 2 USD/libra, alcanzado un máximo de 3,04 USD/libra en mayo

de 2011, debido a las expectativas sobre la cosecha y a la demanda de los inversionistas en los mercados futuros de materias primas.

Respecto al mercado interno, la producción registró una reducción del 12%, como consecuencia de las alteraciones climáticas y el fortalecimiento de los programas de renovación. Sin embargo, el valor de la cosecha alcanzó un nivel record de \$4,9 billones gracias al buen comportamiento de los precios. El crecimiento del consumo mundial y la relativa escasez de oferta, ocasionó que las exportaciones constituyeran el 99% de la producción, con unas importaciones cercanas a 900 mil sacos destinadas a abastecer el mercado interno, que también se encuentra en crecimiento.

Por otra parte en cuanto a la gestión institucional, en 2011 la Federación a través de su política de comercialización, logró transferir 95% del precio internacional a los productores, reconociendo precios 4,6% por encima del precio promedio base de compra registrado durante el año. Adicionalmente, gracias al mayor número de caficultores vinculados a los programas de cafés especiales, las exportaciones de estos cafés crecieron 29% respecto al 2010.

En lo referente a competitividad e innovación de la caficultura nacional, en 2011 mediante los programas de apoyo para la renovación, los productores renovaron 117 mil hectáreas de las cuales 83% corresponden a nuevos cafetales sembrados en variedades resistentes. Así mismo, para mantener la sanidad de los cultivos afectados por el fenómeno de La Niña, con el apoyo de Colombia Humanitaria, se ejecutó un programa para la entrega de apoyos para la compra de fungicidas y fertilizantes por cerca de \$57 mil millones. Igualmente, para reducir aún más los riesgos de enfermedades, se fortalecieron los controles a las importaciones para uso industrial, se consolidó el Sistema de Alertas Tempranas de roya y broca y se desarrolló una segunda fase del Plan de Choque contra la roya. Todos estos esfuerzos lograron reducir la infección por roya, de niveles del 44% al 11% en promedio.

Así mismo, para garantizar la sostenibilidad ambiental y por ende la competitividad de la actividad cafetera, la Federación con el apoyo de diversas organizaciones nacionales e internacionales, desarrolló diversos proyectos de reforestación y biodiversidad, orientados a proteger y recuperar los recursos naturales en armonía con la actividad cafetera.

En materia de inversión social, en 2011 se ejecutaron recursos por \$936 mil millones, principalmente en programas de competitividad e infraestructura comunitaria. Además se destacan los esfuerzos y logros en programas educativos de la población cafetera y rural, los cuales contribuyen al fortalecimiento del capital humano y generación de mayores oportunidades para las familias cafeteras. Gracias a estos programas se capacitaron más de 24 mil cafeteros en gestión empresarial, 10 mil familias en convivencia familiar, 6.700 cafeteros en competencias laborales y 3.833 en empresarización para administración de sus fincas, entre otros.

Como parte esencial de la institucionalidad, el posicionamiento del Café de Colombia genera un mayor valor del café y por ende mayores ingresos para el caficultor colombiano. En este sentido durante 2011, el Programa 100% Café Colombiano superó los 100 tostadores licenciarios cuyos empaques llevan el logo distintivo de la marca ingrediente Café de Colombia y son comercializados en todo el mundo. Igualmente se logró una mayor penetración en los mercados asiáticos y europeos gracias a la firma de nuevos acuerdos comerciales con la Unión

Europea y diversas giras comerciales y promocionales a través de países como Turquía, Corea del Sur y China.

En lo concerniente a la agenda cafetera, se continuó trabajando con el Gobierno Nacional en los objetivos del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015, en función de una mayor competitividad y mejores condiciones de vida de las familias rurales. Así mismo se desarrollaron programas enfocados en atención a la población en condición de vulnerabilidad como “Huellas de Paz” y “Estabilización social e integración de las familias campesinas afectadas por el conflicto en algunos municipios del Cauca”. De otra parte la Federación acompañó al Gobierno Nacional en las negociaciones comerciales con países como Corea del Sur, Turquía, en los que se han identificado y salvaguardado los intereses de los productores, logrando condiciones de acceso preferenciales en dichos mercados.

Para finalizar, en 2011 como resultado de las medidas implementadas por la Federación se evidenció una mejoría de la situación financiera del FoNC. Entre estas acciones se destaca la gestión de recursos del Presupuesto General de la Nación, que permitió la financiación de programas para el beneficio de los cafeteros y sus comunidades, la modificación de la estrategia comercial a través de ajustes en el esquema de comercialización y el equilibrio en el margen de utilidad de Buencafé.

Por esta razón en 2012 se continuará con la política de consolidación y estabilización que ha otorgado resultados positivos para las finanzas del FoNC.

Mercado del café

1. Mercado internacional del café

En 2011, se registraron niveles de producción sin precedentes. Así, durante el año cosecha 2010/11 la producción se ubicó en 136,4 millones de sacos, como consecuencia de una cosecha bienal récord en Brasil de 54,5 millones de sacos. Igualmente durante el ciclo de cosecha bajo 2011/12 que inició a mediados del año también se registrarán niveles históricamente altos en Brasil, alcanzando 49,2 millones de sacos en un año de bienalidad baja.

A pesar del aumento en la producción mundial del grano, el balance entre oferta y demanda continuó siendo estrecho por el aumento en los niveles de exportación y consumo mundial, en donde se

destaca un aumento considerable en el consumo interno de los países productores y un nivel de exportación record que sobrepasó los 103 millones de sacos, con un crecimiento de 9,4%.

Esta situación contrastó nuevamente con un periodo de alta volatilidad en el precio. Las condiciones climáticas, así como la incertidumbre política y económica mundial fueron los determinantes para que la cotización internacional del café mostrara un comportamiento inestable en 2011, aunque se mantuvo en niveles superiores a los US\$ 2 dólares por libra de café.

1.1. Balance mundial cafetero

1.1.1. Producción

La producción mundial de café en 2011 estuvo enmarcada por: i) una cosecha récord en Brasil en

un año de bianualidad alta ii) precarios niveles de inventarios y iii) estrechez del balance mundial.

En efecto, como se observa en el Cuadro 1, la producción mundial de café durante el año cosecha 2010/11 fue de 136,4 millones de sacos, 8% mayor que el año anterior. El aumento en la oferta frente a una disminución de cuatro millones de sacos en el consumo, produjo un superávit en el balance cafetero de 5,2 millones.

A pesar de esto, se presentó una disminución en los inventarios mundiales, producto del aumento en las exportaciones y el consumo interno. Así, aunque se registró un nivel record de producción, los inventarios mundiales representan solamente el 19% del consumo mundial, lejos del nivel promedio de comienzos de siglo, cercano al 40%.

Cuadro 1. Balance cafetero mundial

Años cosecha 2006/07 – 2011/12.

Millones de sacos de 60 Kg.

	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12 (1)
Producción	131,8	122,2	134,1	126,7	136,4	133,8
Brasil	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5	49,2
Vietnam	19,5	18,0	17,0	18,5	18,7	20,6
Otros	65,6	65,1	63,8	63,4	63,1	64,0
Consumo	124,1	127,0	123,6	135,3	131,2	133,9
Productores	33,3	34,1	35,6	36,8	38,7	38,9
Importadores	90,8	92,9	88,0	98,5	92,5	95,0
Balance	7,7	-4,8	10,5	-8,5	5,2	-0,1
Inventarios	31,3	33,6	28,6	35,7	25,4	27,0
Productores	13,0	13,3	9,0	12,7	8,8	7,2
Importadores	18,2	20,3	19,7	22,9	16,6	19,7
% Inv./ Consumo	25%	26%	23%	26%	19%	20%

(1) Pronóstico

Fuente: J. Ganes Consulting, LLC. USDA

En los últimos cuatro años cosecha, Brasil ha alcanzado niveles de producción récord para los periodos bienales altos 2008/09 y 2010/11 (por encima de 53 millones de sacos), como en los periodos bienales bajos 2009/10 y 2011/12, con un volumen histórico de 44,8 millones de sacos en el primer año y un volumen esperado de 49

millones para el segundo. A pesar de lo anterior, los inventarios en Brasil están lejos de alcanzar los niveles anteriores a 2005, debido a que el consumo interno crece anualmente 4% y las exportaciones aumentan al ritmo de la producción (Cuadro 2).

Cuadro 2. Balance cafetero - Brasil

Años cosecha 2006/07 – 2011/12.

Millones de sacos de 60 Kg.

	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12 (1)
Producción	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5	49,2
Importaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total Oferta	46,7	39,1	53,3	44,8	54,5	49,2
Exportaciones	29,3	27,3	31,5	29,8	35,0	29,0
Consumo	16,7	17,4	18,0	18,8	19,4	19,8
Total Usos	46,0	44,7	49,5	48,5	54,4	48,8
Balance	0,7	-5,6	3,8	-3,7	0,1	0,4
Inventario Inicial	7,6	8,4	2,8	6,6	2,8	2,9

Años cosecha: julio - junio (1) Pronóstico

Fuente: USDA y Judith Janes

Por su parte, se estima que la producción de Vietnam en el año cafetero 2010/11 fue 18,8 millones de sacos, 7% más que el año anterior, pero dentro del rango promedio de los últimos años, equivalente a 18 millones de sacos. El consumo de café en este país crece a una tasa anual superior a 10%, situación que hace más estrecha

la disponibilidad del grano para exportación. Se espera que para el año cafetero 2011/12 la producción de este país aumente a 20 millones de sacos, lo cual le permitiría al país abastecer por completo el mercado interno y mantener los niveles actuales de exportación.

Cuadro 3. Balance cafetero – Vietnam

Años cosecha 2006/07 – 2011/12.
Millones de sacos de 60 Kg.

	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12 ⁽¹⁾
Producción	19,5	18,3	18,0	18,5	18,8	20,6
Importaciones	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Total Oferta	19,6	18,4	18,1	18,6	19,0	20,8
Exportaciones	18,6	16,3	16,4	17,9	19,0	19,3
Consumo	0,9	0,9	1,1	1,2	1,3	1,5
Total Usos	19,4	17,2	17,5	19,1	20,3	20,8
Balance	0,2	1,2	0,6	-0,5	-1,4	0,0
Inventario Inicial	0,3	0,4	1,7	2,3	1,8	0,4

Año cosecha octubre - septiembre (1) Estimado (2) Pronóstico
Fuente: USDA

Durante 2010/11, la producción de Centroamérica se recuperó tras las caídas registradas en los últimos dos años. Para el año 2011/12 se espera que la producción de café proveniente de esta región

llegue a 17,3 millones de sacos, generando que el volumen de inventarios se ubique en los 2,3 millones de sacos. (Cuadro 4)

Cuadro 4. Balance cafetero – Centroamérica (1)

2006/07– 2011/12.
Millones de sacos de 60 Kg.

	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11 ⁽²⁾	2011/12 ⁽³⁾
Producción	16,1	17,4	16,7	16,4	17,4	17,3
Importaciones	0,2	0,4	0,5	0,7	1,2	1,3
Total Oferta	16,3	17,7	17,2	17,1	18,6	18,6
Exportaciones	13,6	14,5	13,8	13,0	14,1	13,9
Consumo	3,1	3,4	3,5	3,5	3,6	3,6
Total Usos	16,7	17,9	17,3	16,5	17,6	17,6
Balance	-0,4	-0,2	-0,2	0,6	1,0	1,0
Inventario Inicial	1,5	1,1	0,9	0,8	1,4	2,3

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

1.1.2. Consumo

Durante el primer semestre de 2011, los precios del contrato “C” de la Bolsa de Nueva York presentaron una tendencia al alza sostenida hasta mayo cuando alcanzó un valor máximo de 3,06 USD/libra, producto de las expectativas de una mayor cosecha de mitaca en Colombia y algunos

brotos especulativos por factores climáticos en Brasil. Este nivel de precios logró mantenerse durante el año gracias a la devaluación mundial del dólar, que llevó a los inversionistas a refugiarse en materias primas como el café.

Cuadro 5. Consumo de café

2000, 2009-2011.
Millones de sacos de 60 Kg.

Región	2000	2009	2010	2011	Var 2010/2011	Var. anual 2000-2011
América del Norte	22	25	25	26	1,1%	15,5%
Europa Occidental	36	37	37	37	0,0%	2,9%
Europa Central y Oriental	8	12	12	13	3,6%	58,9%
África y Medio Oriente	5	8	8	8	3,4%	66,1%
Asia y Pacífico	10	13	13	13	0,6%	25,6%
Países productores	26	37	38	39	3,6%	51,3%
Consumo Total	107	131	133	136	1,9%	26,5%

Fuente: LMC

1.1.3. Inventarios

El desequilibrio entre oferta y demanda mundial de café ha generado una disminución de los inventarios tanto en los países productores como en los importadores. En el año cafetero 2010/11 esta desacumulación alcanzó los 10,2 millones de sacos, al pasar de 35,7 millones de sacos en

2009/2010 a 25,4 millones en 2010/11. A pesar que el año cosecha 2011/2012, es un año de producción bial baja en Brasil, se espera una recuperación de los inventarios en cerca de 1,5 millones de sacos.

1.2. Exportaciones

De acuerdo con cifras de la OIC, las exportaciones mundiales de café en 2011 ascendieron a 103 millones de sacos, 7% por encima del nivel del año anterior (96,8 millones de sacos), repunte que se vio reflejado en mayores embarques de los principales orígenes. Las exportaciones provenientes de Brasil aumentaron 17%, de Vietnam 24% y de Centroamérica 13%, mientras los embarques de Colombia se mantuvieron en 7,7 millones de sacos. Por su parte, al analizar las exportaciones mundiales por tipo de café se encuentra que el 36% de los

embarques correspondieron a café robusta, 31% a los naturales del Brasil y 32% a los cafés suaves.

Finalmente, el valor de la cuenta cafetera en 2011, obtenido como el producto entre el volumen de embarques y el precio promedio indicativo de la OIC para cada tipo de café, presentó un aumento de 51%, al pasar de USD 18.746 millones en 2010 a USD 23.336 millones en 2011, comportamiento explicado por el aumento generalizado en los precios del café.

Cuadro 6. Exportaciones mundiales de café verde 2010 – 2011

Millones de sacos de 60 Kg.	2010	2011	Var. 2010 - 2011
Arábicas	65,1	66,3	2%
Suaves colombianos	8,8	8,8	1%
Colombia	7,8	7,7	-1%
Otros suaves	23,0	25,3	10%
6 países ⁽¹⁾	13,3	15,0	12,7%
Brasil y otras arábicas	33,3	32,2	-3%
Brasil naturales y arábicas	27,7	27,9	1%
Robustas	31,8	37,3	18%
Vietnam	14,2	17,7	24%
Brasil robustas	1,2	2,7	128%
Total	96,9	103,7	7%
Brasil total	28,9	33,9	17%
Valor (billones de US\$)	16,7	23,5	41%

Fuente: OIC

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

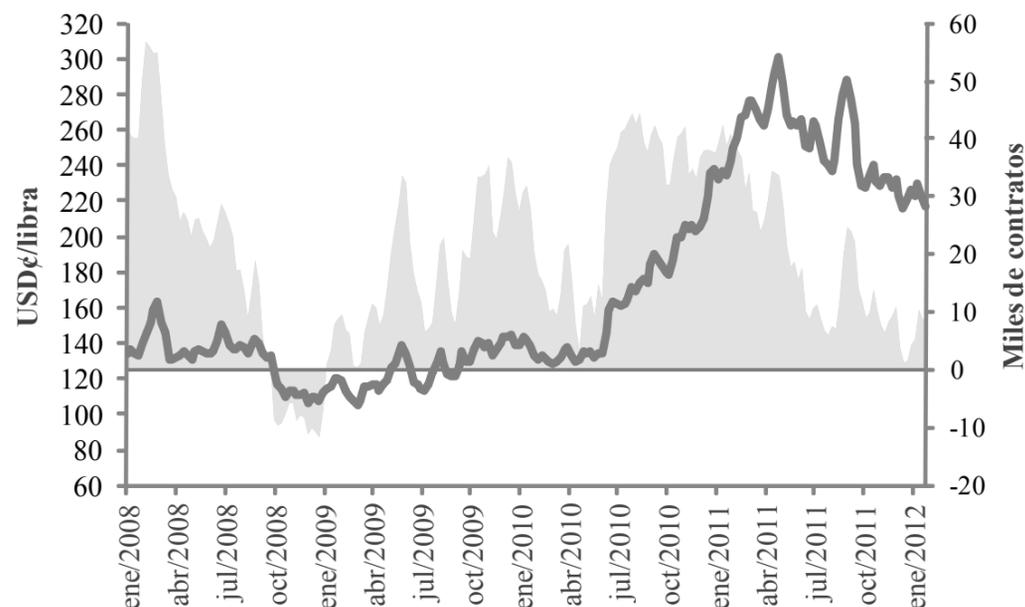
(2) Datos provisionales

1.3. Precio internacional del café

Según LMC, el consumo mundial en 2011 fue de 136 millones de sacos, de los cuales el 29% correspondió a la demanda de países productores y 71% a los países importadores. El incremento del consumo en países productores fue de 3,6% comparado con un 1,2% en los países importadores. Brasil y algunos países asiáticos como Vietnam, Indonesia, India y Tailandia, con consumos internos

boyantes, explican la mayor proporción de este comportamiento. En el cuadro 5 se observa la dinámica de la demanda en los principales países importadores. Así en 2011, a excepción de Europa Occidental todas las regiones importadoras presentaron incrementos en el consumo: África y Medio Oriente (3,4%), Europa Central y Oriental (3,6%), Asia (0,6%) y América del Norte (1,1%).

Figura 1. Precio de la bolsa y posición neta de fondos futuros
Enero 2008 – diciembre 2011



Fuente NYBOT

En el segundo semestre del año, el precio presentó una tendencia a la baja como consecuencia del alto nivel de producción en Brasil, lo que llevó los precios a niveles de 2,30 USD/libra. Sin embargo, durante el tercer trimestre del año, el precio del café estuvo fuertemente ligado a la crisis económica desatada por los países europeos,

al menor crecimiento económico y a la coyuntura política mundial especialmente en Medio Oriente, que ubicó nuevamente el precio del café en niveles de 2,90 USD/libra. Para el final del año, el precio del café se mantuvo estable alrededor de 2,35 USD/libra.

2. Mercado interno

2.1. Balance cafetero colombiano

En 2011, dos factores impidieron la recuperación de la producción cafetera colombiana. Por un lado, la temporada invernal acaecida entre finales de 2010 y mediados de 2011 configuró un nuevo periodo con presencia del Fenómeno La Niña, que además de intensas lluvias estuvo acompañado de caídas en los niveles de brillo solar y temperatura media adecuadas para el normal desarrollo del cultivo. De otra parte, el gran esfuerzo de renovación de cafetales, que alcanzó las 117 mil hectáreas en 2011 aumentando a 300 mil el número de hectáreas improductivas del parque cafetero nacional.

En consecuencia, la producción de café en Colombia alcanzó los 7,8 millones de sacos, 12% menor al nivel registrado en 2010. En contraposición, el valor de la cosecha alcanzó un nivel record de \$4,9 billones, 14% mayor al nivel de 2010. El bajo volumen de la cosecha se tradujo en un nivel de exportaciones cercano al 99% de la producción debido a una creciente demanda de los mercados internacionales. Esto a su vez, condujo a un incremento en las importaciones, cercano a los 300 mil sacos con el fin de satisfacer un mercado interno en aumento.

La dinámica cafetera nacional resultó en un balance ajustado, que arrojó al final del año un déficit cercano a 300 mil sacos de café, cifra similar

a la disminución en los inventarios de café con respecto al año anterior, los cuales en 2011 registraron un nivel de 669 mil sacos.

Cuadro 7. Balance Cafetero – Colombia

2007 – 2011

Millones de sacos de 60 Kg.

Año	2007	2008	2009	2010	2011
Importaciones	12,8	11,6	8,6	9,5	8,7
Producción	12,6	11,5	7,8	8,9	7,8
Importaciones ⁽¹⁾	0,1	0,2	0,8	0,6	0,9
2. Expo y Consumo Int.	12,5	12,4	9,2	9,2	9,1
Exportaciones	11,3	11,1	7,9	7,8	7,7
Consumo interno	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3
3. Balance	0,3	-0,7	-0,6	0,5	-0,3
4. Inventario Total	1,9	1,1	0,6	1,0	0,7

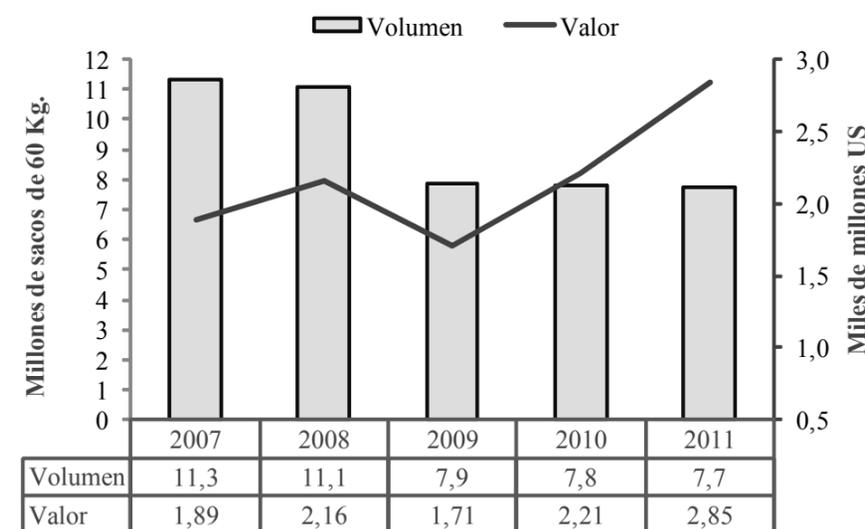
Fuentes: FNC (1) DIAN - Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

2.2. Exportaciones

Las exportaciones de Colombia presentaron una leve caída de 1,1% frente al año anterior como

consecuencia de la baja producción registrada durante 2011. (Figura 2).

Figura 2. Volumen y valor de las exportaciones de Café de Colombia
2007 – 2011

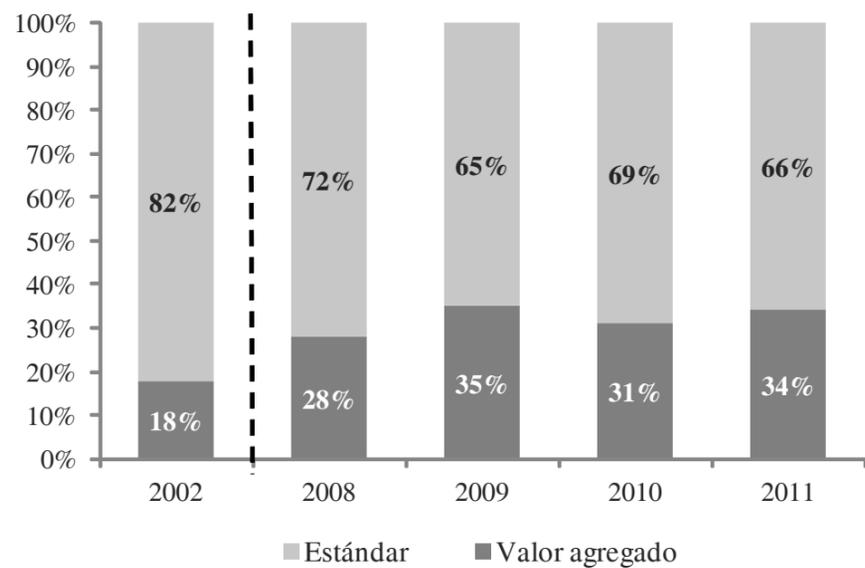


Al igual que con la producción nacional de café, el menor volumen exportado en 2011 contrastó con el valor de las exportaciones, que mostró un crecimiento del 29% con respecto al registrado en 2010. Este resultado fue posible gracias al avance logrado por la Federación a través de la estrategia de valor agregado y la fidelización del consumidor mediante el Programa Café 100% Colombiano. Ejemplo de ello es la preferencia que los mercados norteamericanos y el japonés siguen mostrando por el café de Colombia, destinos

cuya participación sigue siendo la más importante para los embarques de café.

Como se observa en la Figura 3, la estructura de las exportaciones colombianas, pese a la difícil coyuntura del mercado en 2011, muestra una tendencia a la consolidación y aumento de las exportaciones de cafés con valor agregado (cafés especiales y procesados e industrializados), las cuales en 2011 representaron 34% del total de embarques de café del país.

Figura 3. Participación de las exportaciones por tipo de café.
2002, 2008 - 2011



En 2011, a pesar del menor volumen de exportaciones colombianas de café el volumen de embarques con destino a Europa aumentó 9%. No obstante, los principales destinos del café de Colombia, conservan una importante participación de 42% para Estados Unidos y 12% para Japón.

Cuadro 8. Exportaciones colombianas según destino
2007 - 2011.

Millones de sacos de 60 Kg.

País / Año	2007	2008	2009	2010	2011	Var 2010-2011
Europa	4,8	4,1	2,3	2,1	2,3	9%
Alemania	1,5	1,1	0,5	0,3	0,4	27%
Bélgica / Luxemburgo	0,8	0,7	0,5	0,6	0,6	0%
Italia	0,4	0,4	0,1	0,1	0,1	12%
Reino Unido	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4	48%
Suecia	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	-12%
Países Bajos	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	-43%
España	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	20%
Francia	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	-31%
Otros Europa	0,6	0,5	0,3	0,3	0,3	-1%
Norteamérica	4,4	4,7	3,7	3,6	3,8	5%
Estados Unidos	3,9	4,2	3,2	3,1	3,3	7%
Canadá	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	-7%
Asia	1,5	1,6	1,5	1,7	1,2	-27%
Corea	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	7%
Japón	1,3	1,4	1,3	1,4	0,9	-34%
Otros	0,5	0,6	0,4	0,4	0,4	1%
Total	11,3	11,1	7,9	7,8	7,7	-1,1%

Fuente: Grupo de Información Comercial - FNC

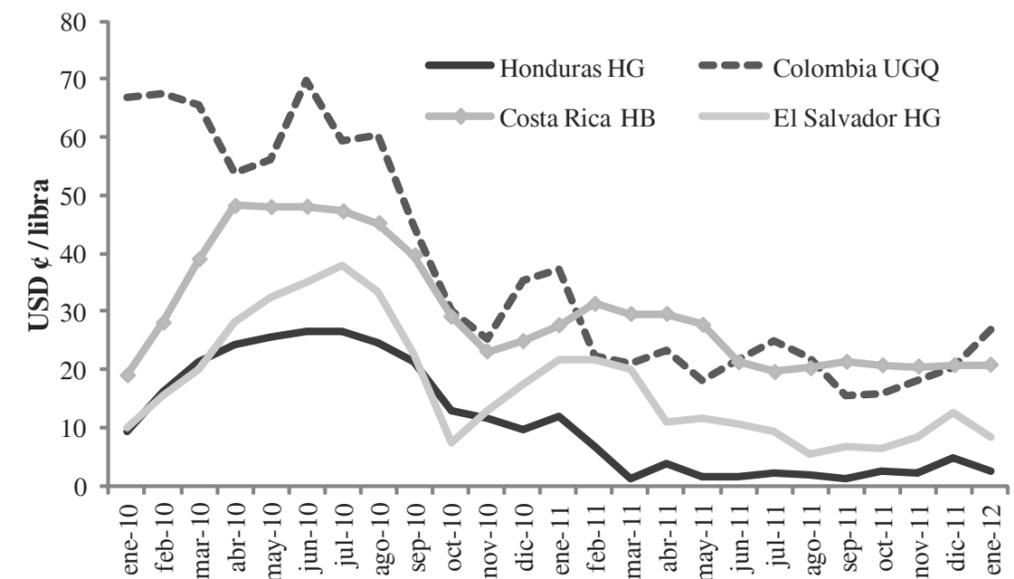
2.3. Precio interno

El precio interno de compra del café, esta en gran medida determinado por variables internacionales que a la vez afectan el desempeño de la actividad cafetera colombiana, tales como el precio internacional del café, la tasa de cambio y la prima de precio pagada por la calidad del café colombiano.

Durante 2011, el precio base de compra se ubicó durante varios meses por encima del millón de pesos por carga de 125 kg de c.p.s., lo cual produjo que el precio promedio base de compra se ubicara

en \$975 mil por carga de café, 29% superior al precio promedio registrado en 2010 (\$755 mil pesos). Durante 2010 los diferenciales de venta del café colombiano se mantuvieron en niveles altos, por lo que las expectativas de una mayor cosecha en el primer trimestre de 2011 permitieron que el diferencial del café colombiano disminuyera de niveles de 50 USD ¢/libra a 18 USD¢/libra en mayo. En el segundo semestre los diferenciales cayeron aún más alcanzando valores de 15 USD¢/libra entre septiembre y octubre (Figura 4).

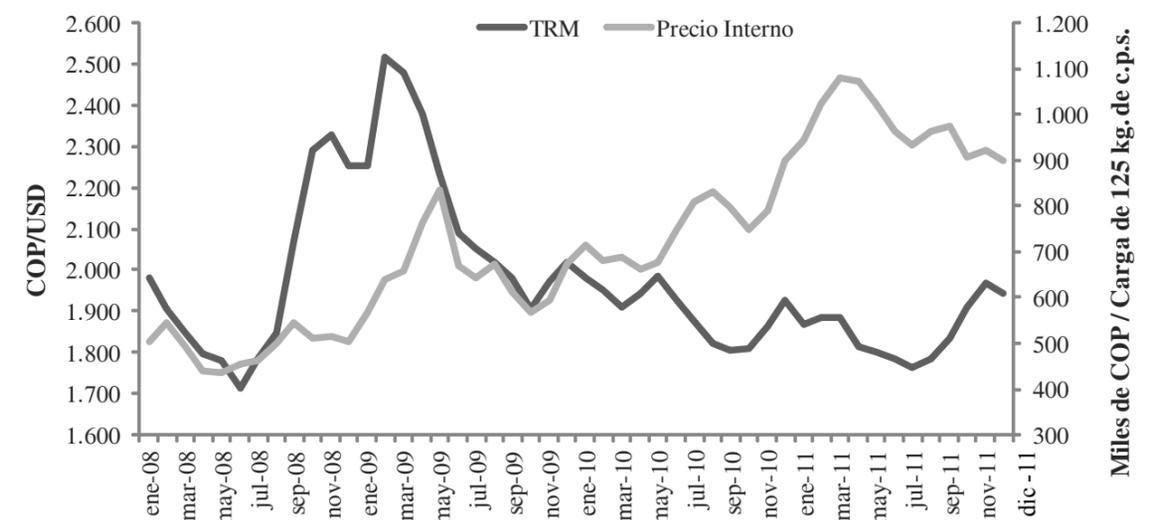
Figura 4. Diferenciales Colombia UGQ vs. Otros orígenes
Enero de 2010 - diciembre de 2011



Por su parte, en 2011 la revaluación del peso colombiano fue de 6%, motivo por el cual la tasa de cambio permaneció durante todo el año por debajo de \$2.000, alcanzando niveles mínimos de \$1.761 en julio. (Figura 5). Valga la pena

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

Figura 5. Precio Interno en Colombia Vs Tasa de Cambio
Enero de 2008 - diciembre de 2011



Acciones y programas de la Institucionalidad Cafetera

3. Comercialización sostenible y con valor agregado

La política de comercialización establecida por la Federación, articula diferentes objetivos para garantizar el bienestar al caficultor: garantizar la compra de café a los productores, agregar valor en cada eslabón de la cadena productiva del café y transferir el mayor precio posible al productor. Para el logro de estos objetivos, la Federación ha dispuesto mecanismos financieros modernos, servicios tecnológicos eficientes y un equipo humano capacitado.

En este sentido, el año 2011 presentó retos importantes ante la disminución de la producción, como resultado de las alteraciones climáticas asociadas a un excesivo nivel de lluvias, disminución de la temperatura promedio y de la luminosidad que

afectaron la floración de los cafetos. Así mismo, el gran esfuerzo de renovación realizado por los productores con apoyo de los programas de la Federación, redujo el área en edad de producción, mermando la capacidad productiva del parque cafetero.

A pesar de la escasez del grano, los diferenciales de precio del café colombiano no se afectaron y el precio del contrato C se mantuvo al alza por encima de los dos dólares durante todo el 2011, alcanzando un valor máximo de 3,04 USD/libra en mayo. Esto marcó un aumento del precio interno del café, que exigió a la Federación el diseño de estrategias comerciales orientadas al mantenimiento de los clientes en el mercado internacional.

3.1. Transferencia de precio al productor

En 2011, como resultado del esfuerzo financiero del FoNC para garantizar el mejor precio al caficultor por su cosecha, el porcentaje de transferencia del precio internacional al productor fue de 95%. Un nivel alto con relación a los niveles registrados por cafés de otros orígenes.

Así mismo, durante el año pasado la política de comercialización permitió que el precio efectivamente pagado al productor por el café adquirido por el FoNC fuera 4,6% superior al precio promedio base de compra registrado durante el año superando el millón de pesos por carga de 125 kg de café pergamino seco. De otra parte, cuando se compara el nivel de precio pagado por

el FoNC en 2011 con respecto al año anterior, se observa que los caficultores que vendieron su café a la institucionalidad cafetera, recibieron en promedio 27% más dinero que en 2010.

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

3.1.1. La compra relacional

Como parte de su misión de garantizar el bienestar al productor y su familia, la Federación concibe la Garantía de Compra de café como un bien público que se fundamenta en relaciones cooperativas y que sobrepasa el ámbito de una simple transacción

comercial. Con este sistema y el método de pago por almendra sana, la Federación adquirió a través de las cooperativas más de 1,8 millones de sacos de café, equivalentes al 23% de la cosecha cafetera del país en 2011.

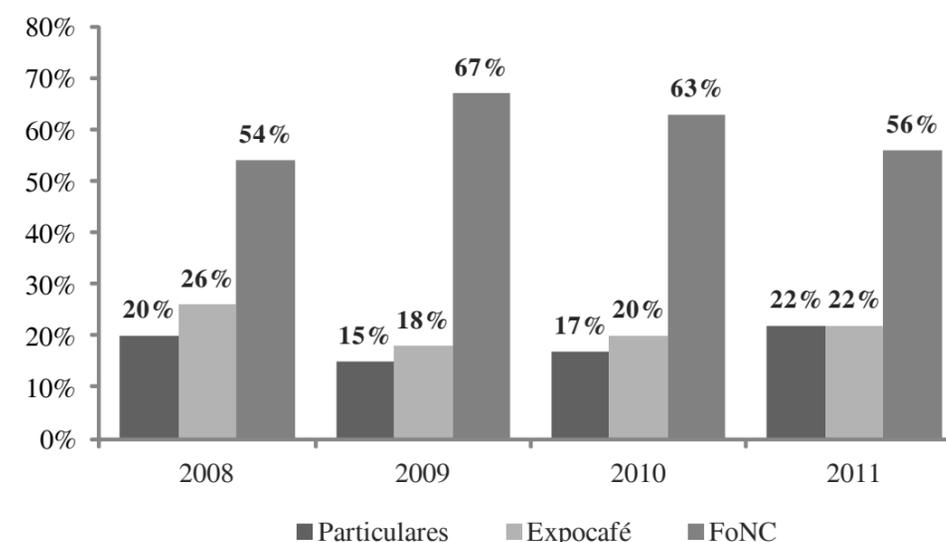
3.1.2. Cooperativas de Caficultores

En 2011, operaron 34 Cooperativas de Caficultores con una red de 540 puntos de compra distribuidos en todo el país cafetero. Estas organizaciones contaron con el apoyo del FoNC mediante una línea de crédito especial, para cumplir con la Política de Garantía de Compra del café, a través de la cual realizaron el 41% de las compras efectuadas durante el año.

compras de café por parte de las cooperativas que en total representó el 33% del total de la cosecha del país. Así mismo, el volumen entregado a la Federación también disminuyó (Figura 6), debido a que dichas entregas correspondieron al 56% del grano adquirido por las cooperativas, una participación 7% menor a la del año anterior.

Debido a la menor producción registrada en 2011, se observó una disminución en el nivel de

Figura 6. Participación del FoNC en las compras de las cooperativas 2008– 2011



Así mismo, el FoNC continuó apoyando la labor de las Cooperativas mediante incentivos económicos determinados en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores. En 2011, estos incentivos representaron \$4.700 millones en ingresos adicionales para estos órganos de la Institucionalidad Cafetera.

Además, gracias al apoyo de la Federación, cinco cooperativas de Antioquia y Caldas obtuvieron un importante avance tecnológico representado en su integración al sistema SAP para la administración y gestión del negocio. Este logro permitió a la Federación obtener el galardón de mejor portal SAP, entregado por la Asociación Colombiana de Usuario SAP-ASUG.

3.1.3. Almacafé

En 2011, como consecuencia de la menor producción registrada, Almacafé en cumplimiento de su función como operador logístico, adquirió un 19% menos café respecto al año anterior.

recibir la certificación bajo los estándares de la norma NTC ISO 9001:2008.

Sin embargo, a pesar de las menores compras, Almacafé alcanzó mejoras sustanciales en el aprovechamiento de la materia prima. En efecto, el factor de rendimiento en trilla, que mide el volumen de café verde obtenido en el proceso industrial a partir de una cantidad de café pergamino dada, se incrementó respecto al nivel de 2010, pasando de 73,2% a 76,9% en 2011.

Por su parte, la Oficina de Certificación de Café - CAFECERT, dependencia de Almacafé acreditada desde 2010 como organismo de certificación de café a nivel nacional e internacional, certificó durante 2011 alrededor de 70 cafés procesados, que corresponden a cinco tostados en grano, siete tostados y molidos, 55 solubles y tres extractos dentro del programa Indicación Geográfica Protegida y Denominación de Origen Protegida “Café de Colombia”. Adicionalmente, durante este año, la oficina obtuvo una ampliación en su alcance, con la facultad de certificar cafés protegidos con las Denominaciones de Origen Regional “Café de Nariño” y “Café de Cauca”.

Valga la pena destacar que Almacafé ha cumplido con los mayores estándares del sistema de gestión y excelencia en la prestación de servicios logísticos, condición que en noviembre de 2011, le valió

3.1.4. Estrategia para la administración del riesgo

Con el fin de manejar los impactos producto de las fluctuaciones en las variables de mercado, la Federación ha incluido en su actividad comercial el proceso de Gestión del Riesgo, que le permite establecer estrategias para administrar las altas volatilidades y desequilibrios que se puedan producir en el mercado, mediante el uso de instrumentos financieros.

Entre los instrumentos de cobertura utilizados, se destacan los contratos de compra con entrega futura de café. Este esquema le permite al productor fijar el precio y volumen de café para entrega y pago hasta con 6 meses de antelación. De esta manera, el mecanismo contribuye al proceso de programación del flujo de caja de los cafeteros, dándoles la posibilidad de asegurar niveles

de precio que les resulten favorables. Así pues desde su creación, este programa ha facilitado la compra de 88 millones de kg. de c.p.s. y durante 2011 los precios pagados por el café mediante esta modalidad, fueron 77% más altos frente al precio promedio ofrecido para las fijaciones de café de los últimos cinco años.

De otra parte, debido a la volatilidad observada en los diferenciales por calidad, que se traducen en una mayor fluctuación del precio que no puede ser cubierta mediante instrumentos financieros, la Federación negoció con sus clientes de forma tal que ellos se comprometen a asumir el riesgo asociado a los cambios en el diferencial.

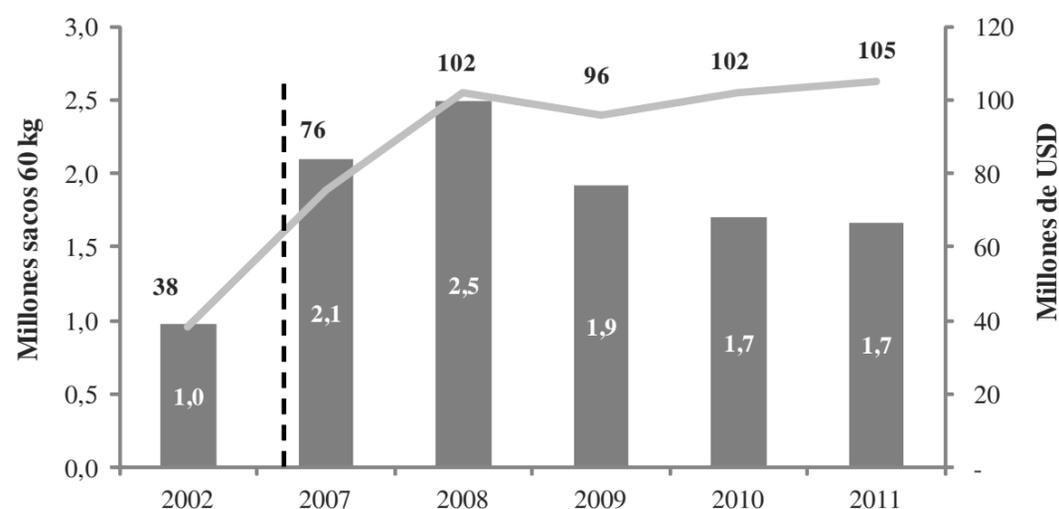
Actualmente importantes clientes como Nescafé e Illycaffè han aceptado este esquema de venta

3.2. Ventas de café con valor agregado

La estrategia de valor agregado busca ampliar la oferta de café del país, mediante la incorporación de métodos productivos novedosos, el desarrollo de procesos industriales y la garantía del origen del café. De esta manera ganan los productores debido a que perciben un mayor precio por su producto y ganan los consumidores gracias a la mayor calidad y oferta de café con servicios complementarios.

Como consecuencia, en 2011, el 34% de las exportaciones de café del país corresponden

Figura 7. Volumen y valor de las ventas de café con valor adicional* al verde estándar 2002, 2007 – 2011



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

Asimismo, en 2011 se generaron USD 7,7 millones adicionales por concepto de venta de cafés especiales, equivalentes a 4,9 USD¢/libra en promedio por encima del precio del café estándar. Este resultado es muy importante si

que se considera exitoso. Adicionalmente, gracias a mejoras en la distribución del café, el lapso que transcurre entre la compra y la venta de café se ha reducido, lo que ayuda a disminuir el riesgo asociado a los cambios en el diferencial.

La aplicación de estas medidas permitió una significativa recuperación en las finanzas del FoNC, ya que las utilidades derivadas de la comercialización de café durante el año se incrementaron en más del 180%.

En efecto, en 2011, se obtuvieron \$29,4 millones de utilidad en la actividad comercial, cifra que contrasta con el resultado negativo equivalente a \$7,2 millones en 2010.

a café con valor agregado (cafés especiales, procesados e industrializados), lo que significa un avance significativo si se tiene en cuenta que en 2000 la proporción de embarques de cafés con valor agregado no superaba el 9% del total exportado. En el caso de las exportaciones realizadas por el FoNC el incremento fue aún más notorio. Mientras en 2000 el 12% del total de las exportaciones correspondían a exportaciones con valor agregado, en 2011 ésta participación ascendió a 70%.

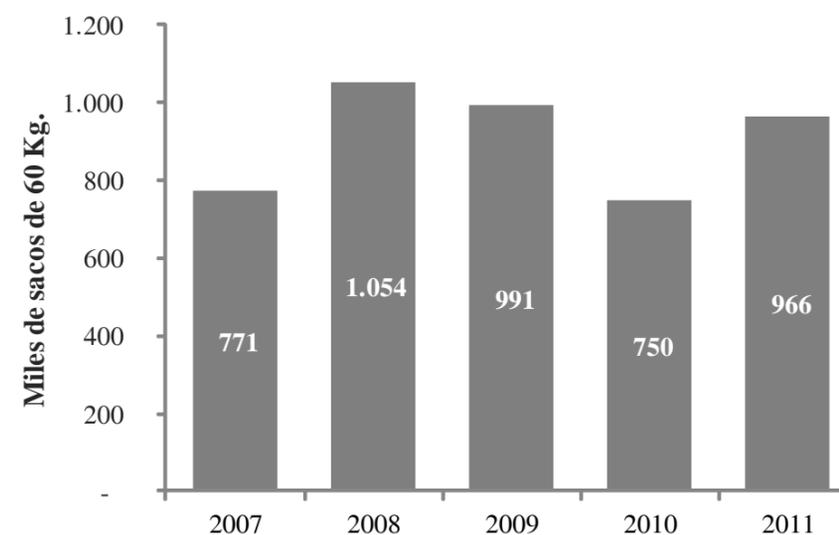
se tiene en cuenta que durante 2011, los altos niveles de precio del café estándar colombiano hicieron más difícil reconocer mayores niveles de precio a los productores de cafés especiales.

3.2.1. Cafés especiales

Durante 2011, la Institucionalidad Cafetera recuperó el nivel de exportaciones de cafés especiales gracias al envío de 966 mil sacos, lo que significó

un crecimiento de 29% frente al nivel registrado en 2010 (figura 8).

Figura 8. Exportaciones de cafés especiales de la Institucionalidad Cafetera 2007 – 2011



Al finalizar 2011 más de 109 mil caficultores estaban vinculados a los programas de producción de cafés sostenibles fomentados por la Federación, es decir 6 mil más que los registrados en 2010. Así, la mayor producción de cafés especiales se explica principalmente por un aumento en el número de caficultores vinculados, lo que permite esperar que la tendencia de producción sea al alza durante los años venideros.

A su vez durante 2011, los productores vinculados al programa de cafés especiales recibieron cerca de \$14.000 millones por concepto de sobrepagos por la venta de cafés especiales para un volumen de compra cercano a 1,1 millones de sacos. Los sobrepagos pagados al caficultor se definen como una prima que se paga directamente al caficultor en el momento de la compra de su café como reconocimiento a la producción de un café de calidad superior.

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

IX Taza de la Excelencia: En esta versión realizada en Santa Marta, se inscribieron 513 lotes de café de la cosecha del último semestre de 2010 y primer semestre de 2011, de los cuales 22 se seleccionaron como los mejores y fueron subastados a través de internet a diferentes compradores de café gourmet en el mercado internacional. En esta ocasión todos los lotes se vendieron a un

precio superior a USD 12,4 por libra. Así mismo, se destaca el precio pagado al productor de San Agustín (Huila) ganador de la competencia, quien recibió USD45 por cada libra de su café calificado con un puntaje de 94/100, lo cual le mereció ser considerado por los jurados como un grano de calidad excepcional.

Campeonato Mundial de Baristas y Feria ExpoEspeciales 2011: Colombia contó con el privilegio de reunir durante tres días a los mejores productores de café y baristas del mundo, entre otros actores del medio cafetero en Bogotá. Así en junio, se llevó a cabo la Feria ExpoEspeciales que contó con la participación de más de 19 mil visitantes de 50 países y más de 100 expositores nacionales e internacionales, lo que la convirtió en una de las ferias de café más grandes del mundo. La Feria sirvió como escenario para el desarrollo del Campeonato Mundial de Baristas 2011, que congregó a los mejores preparadores de café, quienes además de participar, tuvieron la oportunidad de exponer sus conceptos sobre el café, presentar las nuevas tendencias y preparaciones a base del grano. En la sección de Posicionamiento del café y su portafolio marcario se ofrece información más detallada sobre este evento.

3.2.2. Buencafé Liofilizado de Colombia

El incremento en el precio de la materia prima durante 2011 en un 40%, representó el principal reto para la Fábrica de Café Liofilizado Buencafé. No obstante, la fábrica continuó con su política de mejoramiento continuo y búsqueda de la competitividad y sostenibilidad, lo que le permitió mantener los niveles de exportación e incrementar sus ingresos.

Así mismo, en 2011 Buencafé tuvo una ligera disminución de 5% en su producción, al registrar 7.958 toneladas de café distribuidas de la siguiente manera: café liofilizado estándar (83%), café preparado para otras marcas (maquila, 5%), descafeinado (8%) y otros productos especiales (4%).

Por su parte, las ventas presentaron un comportamiento similar, dado que se presentó una disminución del 6% con respecto al año anterior. Sin embargo, el valor de dichas exportaciones ascendió a USD 121,3 millones, 9% por encima de lo registrado en 2010.

Estas exportaciones se distribuyeron alrededor del mundo de la siguiente manera: Europa Oriental

3.2.3. Comercialización de cafés con servicios complementarios y productos innovadores

La inestabilidad e incertidumbre presentada en los últimos años en el mercado del café, obligaron a la Federación a mantener una actitud prudente para el cumplimiento de sus compromisos comerciales. Así, a pesar de la menor disponibilidad de café, la Federación incrementó su base de clientes a 103 empresas, 13% más socios que en 2010. Para la consecución de este resultado, se dio prioridad a aquellos clientes considerados estratégicos y que incluyen tostadores y comercializadores a quienes se les ofrece un portafolio innovador, con productos adaptados a cada una de sus necesidades.

Adicionalmente, la Federación fomenta las visitas de los clientes en las regiones cafeteras colombianas para promover su fidelidad y dar a conocer lo que hay detrás del Café de Colombia. Durante 2011, se recibieron cerca de 100 personas de diferentes países del mundo, provenientes de 61 compañías dedicadas a la comercialización y/o procesamiento de café.

Inventarios administrados por el proveedor VMI/VMD: Mediante este servicio, la Federación mantiene la responsabilidad de la entrega desde el puerto de exportación hasta las fábricas de sus clientes en el exterior. Gracias a ello durante el año, el 52% de las ventas se pactó bajo condiciones más allá del FOB. Dada la coyuntura del mercado durante el año, el gremio enfocó sus esfuerzos en

(27%), Europa Occidental (26%), Norteamérica (22%), Asia-Pacífico (13%), Colombia (8%), Centro y Sur América (4%).

En 2011, gracias a su buena gestión, Buencafé recibió dos importantes galardones: el Premio Nacional a la Excelencia otorgado por ARP SURA en la categoría de Gestión en Salud Ocupacional y el premio como Mejor Proveedor de Marcas Propias otorgado por la cadena de supermercados Walmart en Chile.

En cuanto al manejo del riesgo, producto de las fluctuaciones de los mercados mundiales y la tasa de cambio, Buencafé continuó con su estrategia de cobertura cambiaria, que le permitió durante el año obtener \$4.107 millones como compensación por la utilización de estos instrumentos financieros. Adicional a esto, la Fábrica continuó con su estrategia de apertura de nuevos mercados a través de la participación en Ferias y Eventos en Europa, Asia y América, lo que ha representado un crecimiento del 6% en el consumo en mercados no tradicionales como Asia y Suramérica.

la comercialización de cafés especiales y cafés vendidos a través de una cadena de suministro extendida, lo que permite escalar en la cadena de valor.

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

- Micro-lotes de café: se trata de embarques de café con características de calidad destacadas, que son ofrecidos al mercado en pequeñas cantidades. Por tal circunstancia, están orientados a clientes que aprecian la alta calidad y están dispuestos a pagar un precio extra por ella. En 2011 a través de esta modalidad, se exportaron 66 micro-lotes, con sobrepuestos que oscilan alrededor de 1,6 USD/libra. Vale la pena destacar que los sobrepuestos pagados por los compradores han sido trasladados completamente por la Federación a los productores.

- Nuevos productos: el café de Colombia participa en los segmentos más innovadores del consumo de café a través de nuevos productos. Se destacaron en 2011 los siguientes: i) El café Emerald Mountain en lata desarrollado por Coca-Cola para el mercado coreano, ii) La identificación y desarrollo de perfiles de café en asocio con

Nespresso iii) El desarrollo de productos individuales (Capsulas y pods) con el café colombiano como origen principal, iv) La utilización del

sistema de empaque GrainPro, para la provisión de micro-lotes de café, el cual permite que el café “respire” sin que ingrese aire desde el exterior.

3.3. Penetrar nuevos mercados para el café de Colombia

La Federación continúa con el desarrollo de alianzas y programas para el fomento del consumo de café, al igual que la ampliación del portafolio de productos para penetrar y consolidar nuevos mercados y así aprovechar las oportunidades que ofrecen los países denominados emergentes para el consumo de café.

El 2011 fue el año de la consolidación de Buencafé y sus productos de café liofilizado en los mercados de Europa Oriental con especial énfasis en: Rusia, Ucrania, Bielorrusia, Polonia y los países Bálticos. Como resultado, ya se encuentran disponibles en estos mercados las marcas de Café 100% Colombiano como Esmeralda, Papa de Colombia, Cafemania, Gold Supremo, Tierra de Café, Ambassador y Chomaya Karta, las cuales han sido comercializadas con gran éxito.

En Asia, la Federación logró un acuerdo de provisión con Coca-Cola Corea, para la fabricación de la bebida Emerald Mountain, producto cuyas ventas han superado las expectativas fijadas inicialmente. A final de 2011, el acuerdo se extendió para proveer productos de café a Coca-Cola para la elaboración de un producto orgánico con valor agregado empaquetado en frascos y que estará disponible en los

3.4. Programa de consumo interno

En 2011, la Federación continuó con el programa Toma Café, que se ejecuta de manera conjunta con la industria cafetera del país, y está enfocado al desarrollo y crecimiento del mercado interno, mediante diferentes pautas promocionales y de educación sobre la cultura del café. En la agenda establecida se realizaron un sinnúmero de actividades de promoción y divulgación para el fomento del consumo bajo las siguientes líneas estratégicas:

Publicidad. En 2011 se lanzó la campaña “Colombianos con más cuerda”, mediante la cual se vincularon los valores positivos de jóvenes talentos de la música a los atributos más representativos del café, como la autenticidad, la vitalidad, la energía, la diversidad y el orgullo de ser colombiano. Esta campaña se lanzó a través de medios masivos de comunicación como radio y televisión con mensajes en los que se informa sobre los diferentes motivos para consumir café y se presenta como una bebida joven y actual.

Durante el año, se escogió junio como el mes del café, para el lanzamiento de la campaña “¡dile al mundo que en Colombia hay cuerda para rato!” en la que se destacan los valores de solidaridad y emprendimiento (“La cuerda”) que caracterizan

canales de distribución de un importante supermercado local a inicios de 2012. Cada una de las bebidas RTD (Listas para tomar) producidas dentro del convenio, cuentan con el logo de Café de Colombia en cada uno de sus envases.

Como consecuencia de la menor disponibilidad del café de colombiano que se presentó durante el año, la Federación se vio en la necesidad de aumentar sus esfuerzos para que los licenciarios de las marcas de Café 100% Colombiano renovaran sus contratos, al mismo tiempo que atraía nuevos licenciarios. Como resultado, durante 2011 se vincularon nuevos tostadores y se renovaron las licencias de marca ingrediente a 53 tostadores en todo el mundo.

Paralelamente, en el marco del Programa Café 100% Colombiano, la Federación continuó desarrollando iniciativas orientadas a maximizar la distribución del café de Colombia en los mercados tradicionales, emergentes y al interior del país. Gracias a ello, el volumen de café colombiano exportado hacia los mercados emergentes ha crecido a una tasa de 8% anual y en 2011 aumentó un 10% con relación al nivel alcanzado en 2010.

al colombiano, junto con el papel del gremio cafetero, al apoyar los esfuerzos de reconstrucción posteriores a la ola invernal que afectó al país durante 2010 y 2011.

En el marco de la Copa Mundial sub 20 FIFA 2011 y la Copa América 2011, se desarrolló la campaña “El jugador con más cuerda”, que asoció el consumo de café al buen desempeño deportivo de los jugadores más destacados en cada partido.

En mayo de 2011, también se promocionó el café como un símbolo de cariño y orgullo, lo que lo convierte en un excelente obsequio para las ocasiones especiales; “el café, nuestro orgullo para ti mamá” en el mes de la madre, los accesorios para la preparación y los cafés especiales para el día del padre, el disfrutar de un buen momento junto a una taza de café en el día del amor y amistad, y en navidad la promoción de anchetas de productos de café y ediciones especiales de café.

El café y la ciencia. Entre las noticias más importantes que difunde el programa “Toma café” se encuentran los últimos hallazgos sobre los beneficios del café en la salud. En este sentido, se realizaron siete congresos dirigidos a cardiólo-

gos, nutricionistas, enfermeras, médicos internistas y médicos generales en cinco ciudades del país, y que ha contado con la participación de la comunidad científica nacional y del extranjero.

En especial se destaca el simposio “Café y Corazón” que se desarrolló en el marco del Congreso Interamericano de Cardiología, que contó con la presencia de más de 300 destacados médicos del continente.

De manera paralela, los principales hallazgos científicos se dieron a conocer en cuatro seminarios sobre el café y la salud dirigidos a periodistas. Estos eventos permitieron divulgar, en 16 ciudades del país, los aspectos positivos del café y el deporte y sirvieron como escenario para desmitificar algunas creencias erradas sobre la bebida.

Comercialización. En alianza con la Federación Nacional de Comerciantes- Fenalco se desarrolló en siete ciudades la línea estratégica “El negocio con más cuerda: venda café” a través del cual se capacitaban dos mil tenderos en prácticas de exhibición y venta de café, al igual que se compartieron estrategias para elevar el tráfico y la rentabilidad de sus establecimientos.

Para el canal Horeca (hoteles, restaurantes y cafés) el programa Toma Café desarrolló la primera

Guía de Capacitación para Baristas, con toda la información necesaria sobre el proceso de producción del café, la preparación de bebidas y el mantenimiento de los equipos. Esta guía cuenta con ilustraciones y videos en cada una de sus secciones que facilitan el aprendizaje a través de métodos didácticos e interactivos. Durante 2011, gracias a estos medios se logró formar 40 jueces en normas de competencia y los primeros Baristas en normas de competencia laboral. Por su parte, y para satisfacer la demanda de cursos de formación complementaria cerrada se formaron 30 instructores y se iniciaron cursos de 40 horas cada uno.

De acuerdo con la firma de consultoría Nielsen, es posible inferir que todas estas medidas han tenido un efecto positivo en el consumo de café en el país. Efectivamente, el volumen de venta estimado de una muestra de más de 200 mil establecimientos en el país, indica un incremento en las ventas del 2%, cifra que en tazas de café corresponde a más de cuarenta millones, lo que motiva a continuar, paso a paso, en el posicionamiento del café en Colombia, como la bebida más apreciada por sus ciudadanos.

4. Competitividad e innovación de la caficultura colombiana

La competitividad de la caficultura nacional, es un objetivo estratégico de la institucionalidad afetera, más aún en un entorno cambiante que demanda enormes retos en materia de adaptación de la actividad a las alteraciones generadas como consecuencia del cambio climático. En este contexto, los programas relacionados con la renovación de cafetales, el mejoramiento de la

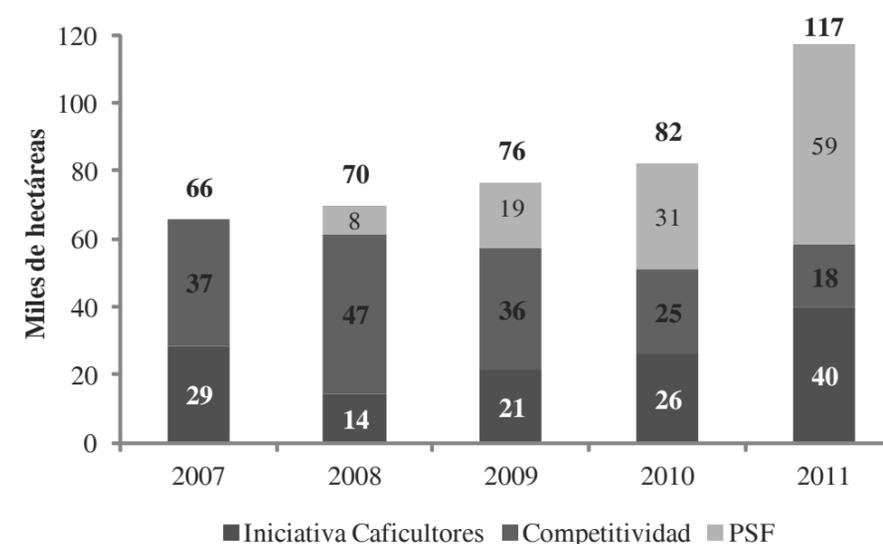
sanidad vegetal, el acceso al crédito, la diversificación de la producción, la agregación de valor, la investigación y la transferencia del conocimiento, son especialmente relevantes para promover la transformación productiva hacia una caficultura climáticamente inteligente.

4.1 Programas para la renovación de la caficultura

Con el propósito de recuperar la productividad del parque cafetero, la Federación continuó fomentando la renovación de cafetales a través de los programas de apoyo para la renovación, conforme a los requerimientos de cada tipo de caficultura, estos son el Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) y el Programa de Competitividad. En 2011, gracias a la efectividad de estos programas y a la cultura empresarial de los productores, se renovaron 117 mil hectáreas, para un acumulado de 480 mil hectáreas renovadas desde 2006.

Del total renovado en 2011, cerca de 59 mil hectáreas fueron intervenidas con recursos de crédito del programa PSF, 18 mil con incentivos del programa Competitividad y 40 mil gracias a la iniciativa de los cafeteros. Por grado de tecnificación, las renovaciones correspondieron a 64 mil hectáreas de cafetales tecnificados jóvenes, 27 mil de tecnificados envejecidos y 11 mil de cultivos tradicionales. Las restantes 15 mil hectáreas corresponden a nuevas siembras.

Figura 9. Área renovada 2007 -2011



4.1.1. Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro - PSF

Este programa está orientado a promover la renovación por siembra de variedades resistentes de los cafetales tradicionales y tecnificados envejecidos, caracterizados por densidades de siembra y productividades bajas, que afectan la rentabilidad del cultivo.

Como mecanismo para facilitar la aprobación de los créditos y dinamizar la ejecución del programa se realizaron brigadas de crédito, en las cuales los Comités de Cafeteros se apoyaron en el SICA para identificar y priorizar los potenciales beneficiarios. Así en 2011 se celebraron 123 brigadas que permitieron la colocación de 15.524 créditos, correspondiente al 24% del resultado del año.

Lo anterior sumado a las labores adelantadas por el Servicio de Extensión en las zonas cafeteras, permitieron que durante el año se gestionaran 64.972 créditos, 58% más que en 2010. El valor de estos créditos asciende a \$353.770 millones, 89% más que el año anterior, para la reconversión de 59.043 hectáreas. Valga la pena resaltar, que desde el inicio del programa en 2008 hasta 2011 se han colocado más de 145 mil créditos por \$ 691 mil millones para la renovación de cerca de 118 mil hectáreas.

Adicionalmente, a través del Fondo de Prefinanciación para la Siembra se beneficiaron 1.067 productores con recursos por \$1.971 millones.

4.1.2. Programa de competitividad

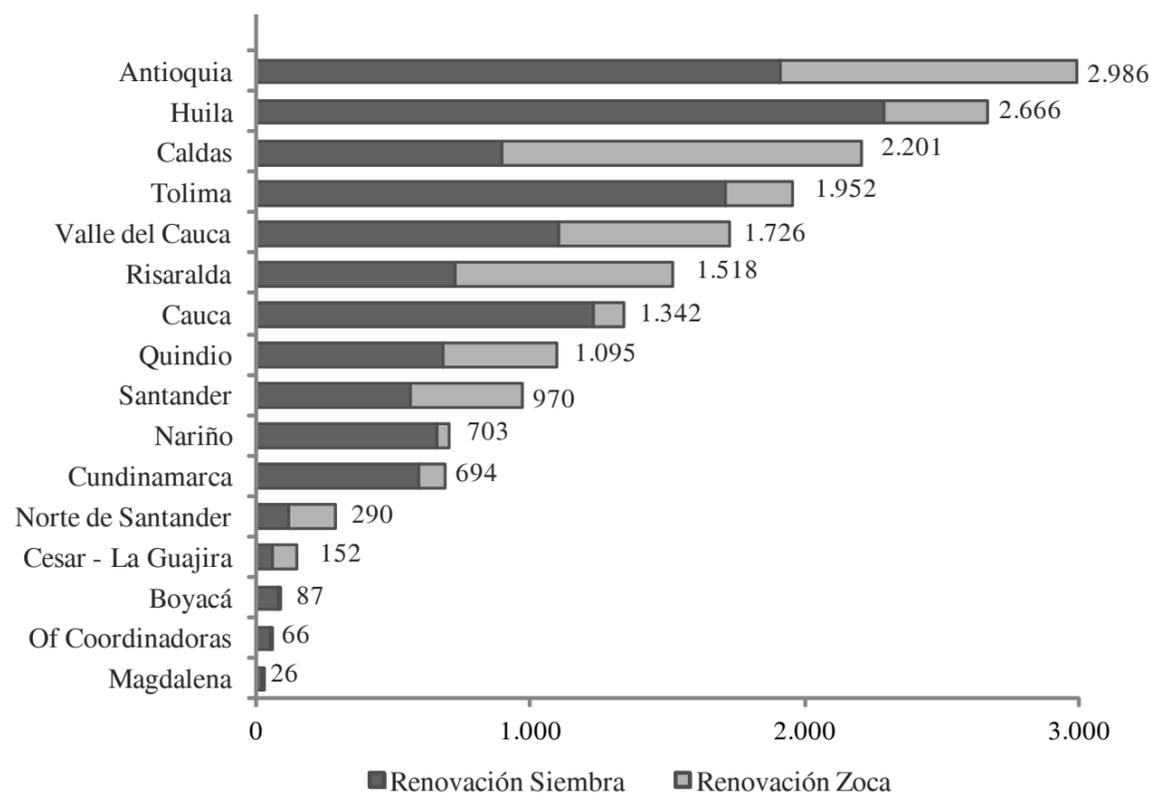
Este programa incentiva la renovación de cultivos tecnificados jóvenes mediante la entrega de apoyos en fertilizante para mantener la productividad en niveles óptimos, asociados a una edad promedio del cafetal de cinco años y una densidad media de entre seis y siete mil árboles por hectárea.

En 2011, mediante este programa los productores que renovaron por siembra recibieron \$160 por árbol y \$70 quienes renovaron por zoca. Estos recursos se desembolsaron a través de la Tarjeta o Cédula Cafetera Inteligente con destino único a la compra de fertilizante.

Como resultado se entregaron apoyos por \$13.225 millones para la renovación de 18.442 hectáreas

de cafetales tecnificados jóvenes, de las cuales 12.684 hectáreas se renovaron por siembra de variedades resistentes y el resto mediante zocas efectuadas a cafetales jóvenes en variedades resistentes.

Figura 10. Área renovada con incentivo 2011 (hectáreas)



Valga la pena resaltar que este programa contó con recursos por \$14.363 millones provenientes del Gobierno Nacional para otorgar apoyos diferenciales dependiendo del tipo de renovación (por siembra o zoca) y se estableció como requisito para la entrega de apoyos que la labor fuera realizada con variedades resistentes. Esto debido a que la productividad de un cafetal con variedad

resistente está entre 20% y 60% por encima de un cafetal zoqueado y que el margen obtenido de un cultivo tecnificado en variedades resistentes es en promedio 60% superior al de una zoca de variedad susceptible.

4.2. Plan de Emergencia para la Ola Invernal

Como consecuencia del fenómeno de La Niña 2010/2011, los registros de lluvia de las estaciones climáticas de la Federación evidenciaron que las precipitaciones en la zona cafetera estuvieron 33% por encima de la media histórica, llegando incluso en algunas regiones a incrementos entre 48% y 57%. Además, el brillo solar disminuyó en promedio 13% y la temperatura media cayó 1°C con consecuencias sobre la floración, el desarrollo de las cerezas y el crecimiento de los árboles.

Ante este panorama y con el apoyo del Gobierno Nacional a través de Colombia Humanitaria, se implementó un plan de emergencia por valor de \$57 mil millones para recuperar la sanidad vegetal de cafetales tecnificados con edades entre 2 y 7 años sembrados en variedades susceptibles y salvaguardar el ingreso de los cafeteros damnificados. Este programa entregó apoyos por hectárea equivalentes a 1 litro de fungicida y 200 kg. de fertilizante, según las recomendaciones del Servicio de Extensión.

Así, en 2011 se entregaron \$15.221 millones en fungicidas para beneficiar a 174.711 cafeteros con 157 mil hectáreas. Por su parte, en fertilizantes se entregaron recursos por \$40.842 millones que beneficiaron a 178.926 cafeteros propietarios de 172 mil hectáreas sembradas en café.

Como resultado de esta estrategia, se logró reducir el porcentaje de infección por roya, pasando de una media nacional de 44% en mayo de 2010 a 11% en noviembre de 2011. De manera consistente con la ejecución de este programa, las ventas de fertilizantes al sector cafeto se incrementaron cerca de 11% en 2011.

4.3. Acciones para el mantenimiento de la sanidad vegetal

La caficultura colombiana enfrenta continuamente desafíos para prevenir y mitigar el impacto de plagas y enfermedades sobre la competitividad y productividad del cultivo, las cuales han incrementado el riesgo ante las alteraciones climáticas recientes.

Por esta razón, durante 2011 con el apoyo del ICA se implementaron mecanismos para fortalecer el control de las importaciones de café sin tostar para uso industrial (Resolución 3295 de 2011) y asegurar la custodia de las importaciones por parte de la autoridad fitosanitaria colombiana hasta el proceso final en las plantas torrefactoras, de manera que se mitigue el riesgo de ingreso y propagación de plagas exóticas que puedan afectar la sanidad del cultivo, como por ejemplo, el CBD, la traquimicosis, *Fusarium xylarioides*, los chinches de los géneros *Antestiopsis* spp y *Lygus coffeae*, entre otras.

Con relación a la broca, se destaca el nivel de infestación en café pergamino seco que se ubicó en 1,3%, nivel registrado más bajo de los últimos años. Este comportamiento encuentra su explicación en las condiciones climáticas desfavorables

para el insecto y aunado a la adopción de buenas prácticas de recolección.

Sistema de alertas tempranas de roya y broca: en 2011, se consolidó en toda la zona cafetera el Sistema de Alertas Tempranas que le permite al Servicio de Extensión conocer por distrito el comportamiento de la roya y la broca, mediante un ejercicio estadístico que comprende la toma de información en más de 4 mil lotes, así como la información histórica del clima, el ciclo de la cosecha, la fenología del cultivo y la distribución de la cosecha.

Plan de Choque contra la roya: para contener el avance de la roya, se desarrolló una segunda fase de este plan dirigido a cultivos inferiores a 10 hectáreas, para los que se destinaron \$7.625 millones, de los cuales el 63% fueron para semilla y colinos de variedades resistentes, el 33% para control con fungicidas y 4% para promoción y capacitación.

4.4 Crédito cafetero

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

A continuación se presentan las diferentes alternativas de crédito y los logros alcanzados en 2011:

Línea de crédito para beneficiarios ecológicos: esta línea de crédito le permite al caficultor acceder a un ICR de 40% para incentivar prácticas que mejoren la calidad del café y contribuyan a

la sostenibilidad ambiental. En 2011, se entregaron recursos por \$7.059 millones en beneficio de 2.076 cafeteros de los cuales el 97% son pequeños productores.

Garantía Fogacafé: este fondo de patrimonio autónomo operó hasta diciembre de 2011, con el fin de brindar alternativas para la complementación de garantías reales con miras a facilitar el acceso a diferentes líneas de crédito para café. Durante este año se emitieron garantías por \$69.051 millones para 66.800 créditos tramitados, de los cuales el 75% (\$53.052 millones) se destinó a renovación, el 23% a sostenimiento y el restante 2% a beneficiarios ecológicos.

Cuadro 9. Crédito para pequeños caficultores con garantía Fogacafé 2011 (millones de pesos)

Concepto	Renovación cafetales	Sostenimiento	Beneficiarios ecológicos	Total
Número Créditos	50.410	15.316	1.074	66.800
Valor Crédito	\$ 265.262	\$ 36.705	\$ 6.582	\$ 308.549
Valor Garantía	\$ 53.052	\$ 14.682	\$ 1.316	\$ 69.051

PRAN Cafetero y Programa Alivio a la Deuda Cafetera: este programa fue establecido en 2009 con miras a ofrecer condiciones favorables para el repago de las deudas del PRAN Cafetero y del PRAN Alivio Deuda Cafetera. Así mediante la Ley 1328/09 se determinó que los deudores pueden extinguir la obligación a su cargo, pagando de contado el mayor valor entre el 30% del saldo inicial

4.5. Programa forestal

Con el fin de contribuir a la protección y recuperación de los recursos naturales en la zona cafetera, la Federación ha desarrollado este programa en 58 municipios de 8 departamentos, encaminados a incrementar el área forestal, estabilizar el balance hídrico y proteger los bosques naturales en las zonas cafeteras.

Componente forestal: en 2011, se alcanzó una cobertura de 36.400 hectáreas, que junto con el programa Río Magdalena acumulan un total de 64.612 hectáreas reforestadas.

Componente seguridad alimentaria y nutricional: en 2011 a través del Servicio de Extensión se continuó con la intervención educativa integral a través del intercambio de experiencias y se fortalecieron las capacidades en temas como rotación, intercalamiento y escalonamiento de alimentos en las huertas.

Componente biodiversidad: se realizó un diagnóstico de los sistemas de producción existentes en las áreas de influencia del programa, con el fin de evaluar el desempeño ambiental y priorizar acciones de conservación de la biodiversidad.

4.6. Programas para la producción de cafés especiales

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad ambiental en su producción. Esta diferenciación es atractiva para los consumidores en el mundo y por ello están dispuestos a pagar un mayor precio.

En 2011, la cobertura del programa de cafés especiales fue de 109 mil productores, de los cuales 45 mil han logrado la certificación de 148 mil hectáreas y 64 mil la verificación de 178 mil hectáreas adicionales.

Mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la producción de café de calidad (Familias Guardabosques): este proyecto es financiado por Mitsubishi Corporation, Acción Social y la Federación, con recursos por \$3.468 millones a 10 años, para el fortalecimiento de la producción de café de calidad por parte de 2.880 caficultores pertenecientes al Programa Familias Guardabosques -PFGB en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander. En los tres años que lleva el proyecto, se han ejecutado recursos por \$1.240 millones para

de la obligación a su cargo y el valor pagado por FINAGRO en el momento de adquisición de dicha obligación. Estas condiciones fueron luego extendidas por las Leyes 1380/10 y 1504/11. Durante 2011, se acogieron a los beneficios de estas leyes, 32.209 productores que pagaron \$40.930 millones para la cancelación de sus pagarés.

Así mismo, durante 2011 se continuó con la ejecución del proyecto “Incorporación de la Biodiversidad en el sector cafetero de Colombia” cuya área de influencia está constituida por 13 municipios de los departamentos de Nariño, Valle y Quindío. Este proyecto es liderado por la Federación, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF) que con socios locales como la Gobernación de Nariño, la Corporación Autónoma Regional de Nariño (CORPONARIÑO), la Universidad de Nariño y el SENA, consolidan la estrategia de aunar esfuerzos interinstitucionales para promover la conservación y las alternativas de uso sostenible de la biodiversidad en los paisajes cafeteros que contribuyan al sustento de las poblaciones locales y a los beneficios ambientales globales.

Hasta 2011, se han certificado 9.637 hectáreas de café que favorecen la prestación de servicios de 120 hectáreas de corredores de conservación. Además se produjeron 118 mil plántulas de especies nativas para el manejo del paisaje en dichos corredores.

capacitar 864 familias en cerca de 780 talleres, en temas de buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales, secado solar del café, organización comunitaria y convivencia. Además se construyeron 15 beneficiaderos ecológicos y 20 secadores solares, así como adecuaciones en la infraestructura productiva en 864 fincas.

Fede-Nest - Creando valor compartido con los caficultores del Valle: este proyecto cuenta con recursos por \$5.750 millones provenientes de Nestlé y la Federación, cuyo objetivo es fortalecer la posición económica de 1.200 familias caficultoras de Andalucía, Bugalagrande, Sevilla y Tulúa (Valle), a través de apoyos directos para mejorar el rendimiento y calidad de su café.

Prospesso - Producción de café sostenible en Cauca y Nariño: este programa cuenta con aportes de Nespresso y la Federación por valor de \$3.640 millones, para mejorar la calidad de vida de 27 mil familias en 15 municipios de Cauca y 29 de Nariño, impulsando la sostenibilidad de la

producción de cafés a través del mejoramiento de la productividad, la calidad y la creación de capacidades locales. En 2011, se llevaron a cabo 2.650 actividades de formación con 27 mil familias cafeteras de este clúster Nespresso AAA, quienes recibieron asistencia técnica para la producción de cafés sostenibles y la certificación de mil predios bajo el protocolo Rainforest Alliance.

Programa de cafés especiales (USAID): este programa es operado por ACIDI/VOCA con el apoyo del Gobierno Nacional y la Federación, y busca apoyar el mejoramiento de la cadena productiva de café en las comunidades indígenas de

la Sierra Nevada de Santa Marta, mediante cuatro componentes: renovación, mejoramiento de la infraestructura, gestión comercial y calidad y certificación (orgánica y comercio justo).

En 2011 se beneficiaron cerca de 1.600 familias indígenas con una inversión de \$4.934 millones. Hay que resaltar en el marco de este programa se realizó en mayo de 2011 el concurso “El Mejor Café de la Sierra Nevada de Santa Marta”, en el que el ganador fue un pequeño caficultor del municipio de Ciénaga (Magdalena), cuyo café fue ofrecido por la Federación en el mercado internacional.

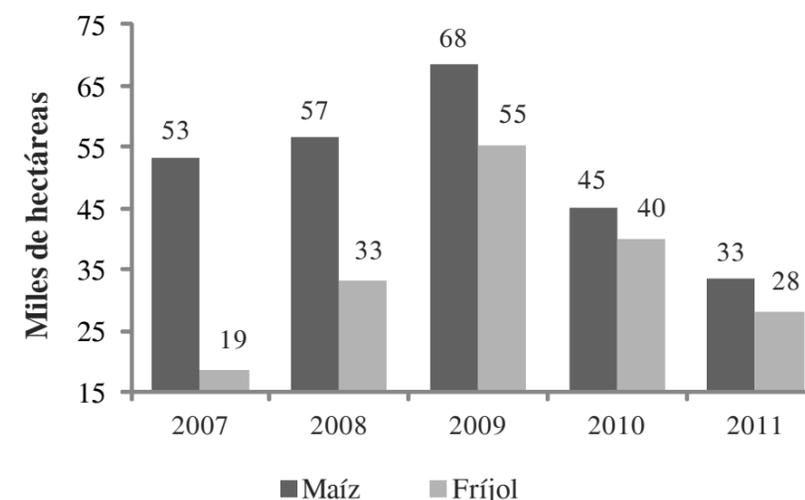
4.7. Programas para la complementación del ingreso del caficultor

Con el objetivo de mejorar las condiciones de seguridad alimentaria de las familias cafeteras, la Federación y el Gobierno Nacional han incentivado estos programas como alternativa productiva y de diversificación del ingreso para los productores en zona cafetera cuyos cultivos se encuentran en etapa de renovación o en monocultivo.

te labor educativa con los cafeteros para difusión de la tecnificación del cultivo de este cereal y para fomentar la siembra de variedades híbridas altamente productivas y resistentes a plagas y enfermedades. Gracias a esta iniciativa durante 2011 se motivó la siembra de más de 33 mil hectáreas de maíz y 28 mil de frijol en zona cafetera.

Programa Café y Maíz - Frijol: en 2011, Cenicafé y el Servicio de Extensión desarrollaron una eficiente

Figura 11. Siembra de maíz y frijol en zona cafetera 2007-2011



4.8. Modelos Innovadores - Jóvenes caficultores

Con el fin de brindar mayores oportunidades de ingreso y fomentar la seguridad alimentaria y nutricional, la Federación en alianza con entes internacionales desarrolló tres programas productivos que contribuyen a la sostenibilidad de la caficultura colombiana.

en ocho municipios de Antioquia. El programa cuenta con una inversión de \$860 millones provenientes de cooperación de la Comunidad de Madrid y el Comité de Cafeteros de Antioquia.

Programa para el desarrollo de futuras generaciones de caficultores: esta iniciativa busca contribuir a la reducción de la pobreza y la generación de oportunidades de ingreso a 150 jóvenes caficultores entre 15 y 35 años asentados

Jóvenes caficultores emprendedores: este programa contó con una inversión de \$247 millones provenientes del Ministerio Alemán de Cooperación (BMZ), mediante el cual se implementaron proyectos productivos y de seguridad alimentaria en las parcelas de 100 jóvenes caficultores del norte de Antioquia.

Laboratorio de Paz III - Componente Modelos Innovadores: este programa tiene por objeto fomentar el relevo generacional y la permanencia en el campo de mujeres y jóvenes caficultores, a través de acciones integrales que les permitan aumentar sus ingresos, brindándoles una proyección

4.9. Servicio de Extensión

El personal del Servicio de Extensión continuó con su labor de atención a los cafeteros del país, manteniendo su estructura organizacional. Para ello contó con recursos aportados por el FoNC, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y FINAGRO para la prestación de servicios de asistencia técnica a los beneficiarios del PSF.

En 2011, el equipo de campo estuvo constituido por 1.428 técnicos entre los que se incluyen 749 extensionistas de programas nacionales, 333 del Incentivo a la Asistencia Técnica financiado por el Ministerio de Agricultura y 346 profesionales entre líderes, coordinadores de programa y apoyo administrativo.

Además, el Servicio de Extensión se complementa con otros 377 técnicos de programas especiales como aquellos destinados al programa desarrollado conjuntamente por la Federación y Nespresso, KfW y otros de gestión propia de los Comités Departamentales, toda esta estructura suma en total 1.805 personas al servicio directo del caficultor.

4.10. Cenicafé

Con el fin de contribuir a la generación de tecnologías y nuevos conocimientos, Cenicafé

4.10.1. Dimensión económica

Suelos y nutrición: se encontraron resultados en torno a la fertilización y zoqueo. Se avanzó en la evaluación de la aplicación de técnicas que permiten identificar la deficiencia de nitrógeno a través de índices espectrales (agricultura de precisión).

Enfermedades del café: finalizó la evaluación de la generación F5 de plantas con resistencia a la roya y a la llaga macana. Los materiales resultantes se seleccionaron por calidad de grano y taza.

Pos-cosecha: se desarrolló una metodología eficaz y económica para la remoción rápida del mucilago de café con enzimas pectinolíticas.

4.10.2. Dimensión ambiental

En conjunto con el ICONTEC se diseñaron herramientas normativas para el cálculo y gestión de la huella de carbono. Además se desarrolló una tecnología para el lavado de café con mucilago

de vida ajena a la violencia. El programa contó con recursos por \$1.500 millones aportados por la Comisión Europea y la Federación, para apoyar los procesos productivos de 116 jóvenes caficultores en Tolima, Santander, Antioquia y Cauca.

Labores de educación: en 2011, las labores de asesoría y apoyo por parte del Servicio de Extensión estuvieron enmarcadas dentro de los objetivos institucionales de mitigar el efecto producido por la roya en los cafetales susceptibles y fomentar las labores de renovación para la recuperación de la producción. Para ello se realizaron 908 mil atenciones individuales de las cuales el 30% consistieron en visitas a finca, otros 536 mil cafeteros se atendieron en cerca de 35 mil eventos grupales.

Capacitación virtual: este programa se orientó a desarrollar una serie de cursos-talleres de seis semanas sobre temas específicos. De esta forma, en 2011 se capacitaron 297 extensionistas en el taller Fertilización de Cafetales, 598 en Manejo Integrado de la Roya y 648 en Cafetales Productivos. Adicionalmente se llevó a cabo un taller sobre el SICA para reforzar las habilidades de 1.241 extensionistas en las labores cotidianas de actualización de la información cafetera de su distrito.

adelantó acciones apropiadas, competitivas y sostenibles para el desarrollo de la caficultura.

Calidad: se estructuraron los Pliegos de Denominación de Origen para los departamentos de Nariño y Cauca, los cuales fueron aprobados por la Superintendencia de Industria y Comercio, el 11 de febrero de 2011 y el 10 de agosto de 2011, respectivamente.

Producción de semilla: en 2011, Cenicafé realizó la producción y distribución de 83 mil kilogramos de semilla, los cuales el 66% correspondió a la Variedad Castillo® General y el 33% a Variedades Castillo® Regional. Adicionalmente, las Estaciones Experimentales han venido capacitándose e ingresando información en el Sistema de Trazabilidad de la Semilla-Seedtrack, que permitirá mantener el registro de las actividades realizadas.

degradado, con mínimo consumo de agua y requerimiento de energía eléctrica, que en principio se ha denominado ECOMILL.

4.10.3. Dimensión social

En las actividades de capacitación de las Estaciones Experimentales, participaron 7.134 personas, de las cuales el 65% fueron caficultores, el 18% estudiantes, y 17% técnicos y extensionistas. Se destaca la realización de trece días de campo con 2.952 participantes. Para la divulgación del conocimiento y la tecnología, se publicaron los Avances Técnicos 400 al 409 y la Revista Cenicafé Vol. 61 Nos. 1, 2, y 3.

4.10.4. Conocimiento estratégico

Genómica del café: los mapas genético y físico del genoma de la especie *Coffea Arabica* fueron generados con marcadores moleculares y secuenciación de ADN, lo que permite a los mejoradores la determinación de las relaciones entre los genes y las características agronómicas de interés, como la producción y la calidad, entre otras.

Genómica de la broca: se avanzó en la secuenciación del genoma del insecto, donde ya se tienen 14 mil genes predichos con el fin de identificar genes clave en la broca, que juegan un papel vital en su nicho ecológico, en su habilidad para consumir

También se entregaron los Boletines Técnicos No. 36 y 37, sobre la Roya del café en Colombia y la enfermedad Ojo de Gallo o Gotera, respectivamente. Además, con el fin de fortalecer la producción de semilla en fincas particulares, Cenicafé evaluó 34 fincas sembradas con la Variedad Castillo® que cumplen con los requisitos.

café y en su capacidad de respuesta ante el ataque del controlador biológico *Beauveria bassiana*.

Alertas tempranas: Cenicafé, conjuntamente con el Servicio de Extensión y el soporte de información del SICA, aplicó en febrero, mayo, julio y noviembre del 2011, un plan de muestreo para estimar los niveles de broca y roya en cafetales tecnificados. A través de todas las evaluaciones, el promedio de infección por roya por lote disminuyó del 27,6% en la primera medición a 11% en noviembre, y la infestación por broca pasó del 8,1% al 1,3% en diciembre de 2011.

4.10.5. Impacto de los fenómenos climáticos en la producción de café

Se cuantificó la relación entre la reducción en la floración del café y los factores abióticos representados en humedad del suelo (exceso hídrico), brillo solar y temperatura del aire. Con esto se desarrollaron índices que se pueden emplear en la zonificación y monitoreo del área cafetera frente a la amenaza de la variabilidad climática (Fenómenos

El Niño y La Niña) y la consecuente reducción de la floración. En el caso del Fenómeno La Niña, se encontró que los efectos no se deben exclusivamente al aumento de las lluvias, sino que se producen como resultado de la interacción entre el tipo de suelo, la disminución en la temperatura y el brillo solar.

4.11. 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.

En 2011, la estrategia IPA permitió validar la transferencia de tecnología y la adopción de variedades resistentes a la roya, así como reforzar el programa de producción y distribución de semilla

de la Variedad Castillo® y Castillo® Regionales. Para lo cual, fueron capacitados en la Fundación Manuel Mejía, Cenicafé y la Granja Experimental Naranjal, 40 caficultores líderes y 13 extensionistas que son la base para la producción de semillas mejoradas genéticamente, cumpliendo el protocolo de Cenicafé, para atender la renovación durante 2012, año en que se han calculado necesidades de semilla de 252 mil kilogramos, de los cuales Cenicafé espera producir cerca de 95 mil.

5. Programas de inversión social para el caficultor

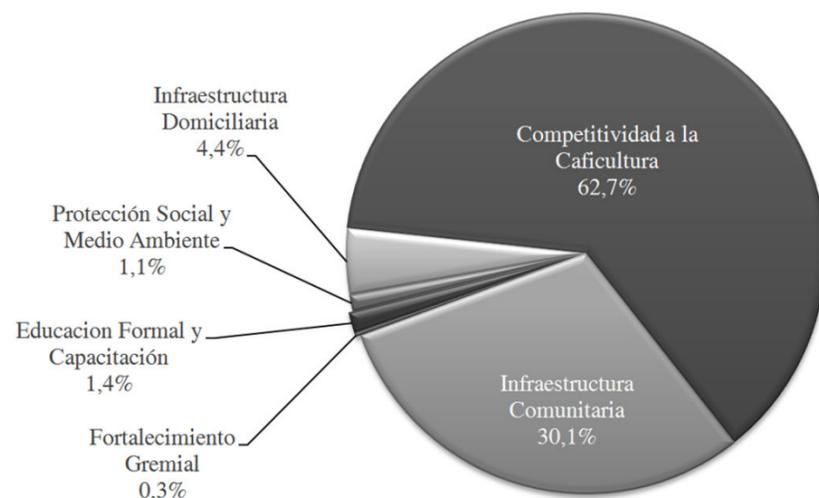
Para la Federación el desarrollo integral de las regiones cafeteras ha constituido uno de sus mayores compromisos, es así que los recursos aportados por el FoNC y los recursos gestionados provenientes de entes nacionales e internacionales son utilizados en obras de interés social y comunitario bajo los criterios de eficacia, eficiencia y transparencia.

En este sentido se establecieron alianzas con 42 socios internacionales provenientes de 12 países en Europa, Norte América y Asia para la realización de 49 proyectos de desarrollo social. Además se ha contado con el apoyo del Gobierno Nacional, entidades del orden departamental y municipal y organismos de cooperación nacional. Gracias

a estas alianzas se incrementaron los recursos disponibles para el desarrollo de programas de inversión social por parte del FoNC, por lo que en 2011, el indicador de apalancamiento fue de 1:6,8 indicando que por cada peso proveniente del FoNC, se gestionaron \$6,8 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación.

En 2011, estas alianzas le permitieron a la Federación ejecutar recursos de inversión social por \$937 mil millones, de los cuales el 62,7% se destinó a programas de competitividad para la caficultura, esto es programas de apoyo para la renovación y un 30,1% se invirtió en Infraestructura comunitaria.

Figura 12. Distribución de los recursos de inversión social 2011



Así mismo, el 7,2% restante se destinó al desarrollo de programas de infraestructura domiciliaria, protección social y medio ambiente, educación formal y capacitación y fortalecimiento gremial.

A continuación se destacan los resultados de los principales programas:

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

5.1.1. Gestión empresarial

Con el propósito de fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera, se continuó desarrollando el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial, mediante dos niveles de formación (básico y avanzado).

En 2011, se capacitaron 24.092 cafeteros, 42% más que en 2010, con lo cual se alcanzó un total de 135 mil personas capacitadas desde el inicio del programa en 2002. Adicionalmente, estos

cafeteros fueron motivados a fortalecer los activos productivos de su empresa cafetera, a través de la renovación de plantaciones y modernización de quipos, para el mejoramiento de la productividad.

Lo anterior se evidencia en que cerca del 50% (10.513 personas) de cafeteros que hicieron parte del programa en 2011 (24.092 personas) también participaron en programas de renovación como el PSF y Competitividad y 7% (1.652 personas) hicieron renovación con recursos propios.

5.1.2. Programas educativos de la FMM

La Fundación Manuel Mejía –FMM continuó desarrollando programas orientados a facilitar el acceso al conocimiento por parte de la población rural, haciendo énfasis en las comunidades establecidas en las zonas cafeteras. Gracias a esto se llegó a 25.334 personas, entre cafeteros y colaboradores del sector, a través de programas, tales como:

Viviendas con Bienestar Rural: con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las familias cafeteras, la Federación, la FMM y el ICBF suscribieron un convenio para desarrollar un programa de formación orientado a mejorar la convivencia familiar, promover hábitos de vida saludable, mejorar las condiciones de habitabilidad de los hogares, proteger los derechos de los niños e implementar acompañamiento psicosocial a las

familias. En 2011, con este programa se beneficiaron 10 mil familias en 300 municipios cafeteros y se contó con el apoyo de 47 educadores de la FMM.

Formación de cafeteros para administrar y producir con calidad: en asociación con el SENA, las Cooperativas de Cafeteros y los Comités Departamentales de Antioquia y Tolima, la FMM desarrolló un programa para capacitar 6.700 cafeteros en competencias laborales y certificarlos como auxiliares y técnicos. Los temas abordados fueron: aseguramiento de la calidad del café, manejo empresarial de la finca cafetera y producción de cafés especiales.

Programa de empresarización con organizaciones de productores agropecuarios: en convenio con el Ministerio de Agricultura, la FMM desarrollará el programa de empresarización del proyecto Apoyo a Alianzas Productivas Fase II, que busca consolidar el capital social de pequeños productores, formándolos en la administración de sus fincas e implementado un plan de transferencia de competencias, que asegure que las prácticas y hábitos empresariales se incorporen a su labor diaria. Este programa tiene una cobertura de 3.833 productores del sector, entre los que se encuentran seis asociaciones de cafés especiales con 344 cafeteros.

5.1.3. Alianzas para la educación

Con el fin de fortalecer los proyectos educativos de la comunidad cafetera, la Federación ha gestionado convenios de cooperación nacional e internacional orientados a elevar la calidad y el acceso a la educación y mejorar la infraestructura educativa en las zonas rurales.

Sostenibilidad y TIC's para la Escuela Rural: con el apoyo del Gobierno de Bélgica, la Fundación EFICO, el Comité de Cafeteros de Santander, la Alcaldía de Puente Nacional, se estableció un proyecto por valor de \$383 millones, en beneficio de 211 niños y niñas, cuyo propósito es implementar el uso de las TIC's en el Colegio las Delicias, mediante la aplicación de componentes de pedagogía y tecnología y capacitación de docentes.

Educación y participación de la comunidad para el desarrollo sostenible: este proyecto tiene por objeto proporcionar a 500 niños y jóvenes y

Actividades educativas presenciales: la FMM adelantó giras educativas, en las que se atendieron cerca de 1.286 cafeteros de diferentes regiones del país, en temas sobre tecnología del cultivo y manejo integrado de la roya.

Desarrollo de competencias informáticas en madres comunitarias: con el fin de desarrollar competencias informáticas que permitan emprender proyectos productivos autónomos a través de las TIC's, se firmó un convenio con el ICBF mediante el cual se brindó capacitación virtual a 2.919 personas, entre madres comunitarias y agentes educativos, así como a 150 profesionales del ICBF.

Estrategia de formación para docentes en instituciones con enfoque agrícola: con el apoyo de varios organismos de cooperación internacional, la FMM está desarrollando una estrategia de formación a docentes y directivos docentes de instituciones educativas técnicas agropecuarias para mejorar la calidad y pertinencia de la educación, a través del desarrollo de Proyectos Pedagógicos Productivos. El proyecto se desarrolla en Arauca y Cundinamarca, y cuenta con la participación de 53 docentes y 543 estudiantes.

36 docentes de la Institución Educativa Minipí de Quijano en La Palma (Cundinamarca), el acceso a la educación igualitaria y pertinente. El convenio cuenta con aportes de la Fundación Costa, la Gobernación de Cundinamarca, el Comité de Cafeteros de Cundinamarca y la Alcaldía de la Palma por \$1.429 millones para desarrollar dos componentes: reconstrucción de la infraestructura educativa y establecimiento de programas de formación virtual para estudiantes y docentes mediante el uso de TIC's.

Aula Virtual Fundación José María Obando: con recursos por \$36 millones del Nordic Barista Cup, se adecuó un aula virtual que facilita el acceso a las TIC's de 940 alumnos y 44 docentes caficultores de la Fundación para la Educación Agropecuaria José María Obando ubicada en el Tambo (Cauca).

5.2. Mejoramiento de infraestructura comunitaria

5.2.1. Mejoramiento vial

Obras de mejoramiento vial: en convenio con Acción Social y el Fondo de Inversión para la Paz –FIP se inició la construcción de 65 obras de infraestructura en 32 municipios de Norte de Santander, Santander, Huila y Tolima. El valor total de las obras asciende a \$12 millones de los cuales en 2011 se entregaron diez obras.

Vías Sur del Tolima: en el marco del convenio suscrito con el DAPRE - Fondo de Programas Especiales para la Paz, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Acción Social, y la Federación de Cafeteros, se continuó la ejecución de las obras para el mejoramiento de las vías de cuatro municipios del sur del Tolima, que beneficia más

de 113 mil habitantes de la región. En 2011, se ejecutó el 57% de convenio con una inversión superior a los \$32 mil millones correspondientes a 11,7 km. del corredor vial Ataco. Planadas y 9 km. de la vía Chaparral-Rio Blanco.

Programa Caminos de Prosperidad: este convenio celebrado entre Inviás y la Federación, busca

desarrollar proyectos de mantenimiento de la red vial terciaria del país, generando empleo formal para los cafeteros bajo la figura de “camioneros” como ejecutores de las obras de mantenimiento de la red vial terciaria. Para este proyecto se priorizaron 140 municipios de seis departamentos para la realización de 49 vías y la contratación de 558 camioneros.

Cuadro 10. Programa Caminos de Prosperidad 2011

Departamento	Municipios intervenidos	Vías con obras	Camioneros
Cauca	37	19	128
Caldas	26	3	62
Cundinamarca	35	8	70
Magdalena	13	5	31
Santander	3	1	7
Valle	26	13	260
Total	140	49	558

5.2.2. Mejora en el acceso al agua potable

El acceso al agua potable es fundamental para el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias rurales, por lo que la Federación suscribió los siguientes convenios:

Huellas de paz: este proyecto cuenta con el apoyo de la Agencia Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo, cuyo propósito es contribuir a la paz, la estabilización social y la integración de grupos étnicos afectados por el conflicto armado. Este proyecto busca beneficiar a 4.308 familias de pequeños caficultores en 22 municipios de los departamentos de Antioquia, Cauca, Nariño y Valle con una inversión proyectada de \$15 mil millones, mediante la implementación de sistemas rurales que fomente la convivencia armónica y la aplicación de buenas prácticas sociales, ambientales y económicas.

En 2011, se construyeron 42 sistemas individuales de tratamiento residual in situ en tres municipios del Valle (Riofrio, Bugalagrande y Sevilla). Igualmente

con una inversión de \$389 millones se inició la construcción de la planta de tratamiento de agua y el acueducto de la vereda La Cibeles en el municipio de Betulia (Antioquia), obra que será culminada en 2012.

Estabilización social e integración de familias campesinas afectadas por el conflicto en Bolivia (Cauca) mediante el acceso al agua potable: en asociación con la Fundación Humanismo y Democracia de España, se busca generar condiciones de arraigo dentro de 400 familias cafeteras, consideradas altamente vulnerables, mediante la mejora en el acceso al agua potable. Para esta iniciativa, se cuenta con \$323 millones destinados a mejorar el acueducto y la construcción de una planta de tratamiento de aguas, así como brindar capacitación a la comunidad para la gestión de las obras construidas y el fortalecimiento de sus estructuras sociales en otros aspectos de la vida comunitaria, como son la equidad de género y la convivencia pacífica.

5.3. Programas para la mujer cafetera

La Federación se ha comprometido con la promoción de los derechos de la familia cafetera con especial énfasis en la mujer, mediante la incorporación de programas con enfoque de género. En este sentido, desde 2005 el Programa Mujeres Cafeteras ha trabajado para lograr una mayor visualización y participación de la mujer en el gremio cafetero.

En 2011, la Red de Mujeres Cafeteras como parte

del Consejo Intergremial de Género de la Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, participó en la construcción de la Política Pública Nacional para la Mujer junto con otras doce organizaciones como la SAC, Fedepalma, Fenalco, la ANDI y Confecámaras entre otras, logrando posicionar dentro de la política diferentes temas con enfoque de género como construcción de paz, autonomía económica e igualdad laboral, ciudadanía, participación, salud integral, derechos

sexuales y reproductivos, acceso a tecnologías y educación, entre otros.

Observatorio de mujer rural y familia en las zonas cafeteras: desde 2010, con la asesoría técnica de la Comisión Andina de Juristas, la Federación diseñó el observatorio como una herramienta que permite investigar, documentar, sistematizar y analizar la situación de los derechos de la mujer y la familia en los 20 departamentos cafeteros del país. Este trabajo permitió construir un Sistema de Indicadores en materia de derechos tales como: una vida libre de violencia, reproductiva, sexual, derecho a la salud, a la vivienda, al trabajo, a la seguridad social y a la educación.

En 2011, se llevó a cabo la etapa de implementación del observatorio, lo que ha permitido fortalecer la política de género, analizar los avances de difusión y aplicación de la Ley de Mujer Rural y generar recomendaciones en materia de planes, programas y proyectos de cooperación que permitan fortalecer el rol de la mujer y la familia entorno a la empresa cafetera.

Con base en esto, se formularon convenios de cooperación como el Programa Vivienda con Bienestar Rural en el que la Federación, el ICBF y la Fundación Manuel Mejía sumaron esfuerzos para atender cerca de 10 mil familias en programas de formación, orientados a mejorar la convivencia familiar y de pareja.

6. Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario

6.1. Agenda Juan Valdez

Desde hace más de 50 años, Juan Valdez se ha encargado de conectar al productor con el consumidor, apoyando el reconocimiento de la marca de Café 100% Colombiano en todo el mundo, para esto recorre diversos países en representación de más de 563 mil familias cafeteras colombianas. La presencia de Juan Valdez en diversos escenarios del mundo es un recordatorio del origen y el esfuerzo que conlleva producir el “mejor café del mundo”. Por ello su presencia es una estrategia fundamental para fortalecer la imagen del Café de Colombia y los valores de los productores colombianos ante sus consumidores.

En el primer semestre de 2011, Juan Valdez viajó a Norte América para promocionar el Café de Colombia, en este viaje visitó varios supermercados en Nueva York y Nueva Jersey. En junio, representó a Colombia como invitado de honor, en el Smithsonian Folklife Festival 2011, considerado uno de los eventos culturales folclóricos más importantes de los Estados Unidos. En esta oportunidad asistieron más de un millón de visitantes, contando con un cubrimiento en medios de comunicación que alcanzó una audiencia de más de 40 millones de personas en todo el mundo. El Smithsonian Folklife Festival se realizó bajo el lema “Colombia: La Naturaleza de la Cultura”, donde se mostró la riqueza hídrica, ambiental y la diversidad cultural del país, por lo que los visitantes

tuvieron la oportunidad de conocer de cerca la caficultura colombiana y algunas actividades conexas como el agroturismo, la arquitectura a base de guadua y bambú, la tejeduría de las canastas para la recolección del café y el transporte del café en “yipaos” y mulas.

Así mismo, Juan Valdez hizo presencia en el Grocery Showcase West -GSW, una de las ferias de productos para supermercado más importantes en Canadá y en julio visitó Inglaterra. A finales de este mes acompañó en un recorrido por la zona cafetera a los presentadores del programa de televisión Fotonautas, del Canal History Channel Latinoamérica. También dentro de la agenda de su visita al Reino Unido, se destaca la participación del representante de los cafeteros en la delegación oficial del Presidente Juan Manuel Santos durante su primera visita oficial al país.

Adicionalmente, en 2011 tuvo la oportunidad de compartir con reconocidos personajes como el vicepresidente de Estados Unidos Al Gore en su visita a Bogotá; el Ex primer ministro del Reino Unido Tony Blair en su visita a Barranquilla; el Ex Presidente de Brasil Luis Ignacio Lula da Silva en su encuentro con empresarios colombianos y brasileños en Bogotá, y la Infanta Elena de Borbón de España y Grecia en su visita a Bogotá y Cartagena.

6.2. Juan Valdez en Internet

La presencia de Juan Valdez en internet se incrementó de manera considerable en el último año, gracias a la traducción de su página oficial al japonés y al mandarín. Adicionalmente mediante el lanzamiento del blog de Juan Valdez (<http://blog.juanvaldez.com/>) se logró ampliar la cobertura para dar a conocer la faceta humana del personaje. En este espacio se publicaron fotografías, videos y textos de Juan Valdez, donde le cuenta a sus seguidores historias, su experiencia como caficultor,

sus viajes y algunas anécdotas. En su cuenta en Twitter (@juanvaldez) ha doblado el número de seguidores hasta alcanzar más de 14 mil personas. En Facebook, ya superó el millón de seguidores,

convirtiéndose en la primera marca colombiana en llegar a esta cifra, lo que la ubica dentro de las primeras cinco marcas más reconocidas en Latinoamérica y entre las primeras 300 a nivel mundial.

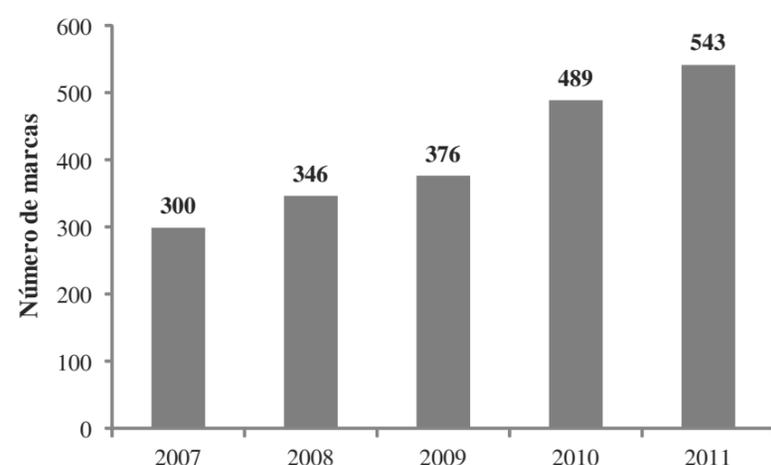
6.3. Programa Café 100% Colombiano

En 2011 mediante este programa se logró superar los 100 tostadores licenciarios, cuyas 543 marcas de café comercializadas alrededor del mundo, llevan el logo Café de Colombia en sus variadas presentaciones y empaques. Este hecho es el resultado de las diferentes actividades de promoción dirigidas a mantener la lealtad a pesar que en los últimos años, los dueños de marcas de Café 100% Colombiano comercializadas en canales tradicio-

nales han enfrentado importantes retos para mantener sus volúmenes de venta, dado el incremento del precio del grano colombiano.

Debido a lo anterior, el programa se planteó como meta renovar los contratos vigentes y suscribir acuerdos que debían renovarse en 2011 y se logró ampliar la vigencia hasta 2013.

Figura 13. Marcas registradas en el programa Café 100% Colombiano 2007-2011



En el marco de la estrategia de penetración de los mercados asiáticos, Corea incrementó el número de marcas pertenecientes al programa Café 100% Colombiano a través de las bebidas listas para consumir o Ready to Drink-RTD, producidas por Coca-Cola bajo la marca Georgia-Emerald Mountain en Corea.

Igualmente, se destaca la vinculación de los tostadores lituanos Sviezia Kava, empresa especializada en el canal institucional de hoteles, restaurantes y cafeterías (Horeca), que con su marca propia y con el respaldo del logo Café de Colombia ha iniciado la comercialización de su producto en Bielorrusia, Lituania, Eslovenia y otros países bálticos y eslavos.

6.4. Campeonato Mundial de Baristas

Por primera vez un país productor de café como Colombia fue el anfitrión del Campeonato Mundial de Baristas, considerada la competencia internacional más importante de preparación de bebidas hechas a base de espresso, y cuyo objetivo es promover la excelencia del café como materia prima

y promocionar el barismo en todo el mundo. Este campeonato se dio dentro del marco de la Feria ExpoEspeciales liderada por la Federación, en la que asistieron los 53 mejores baristas del mundo, provenientes de igual número de países, con sus respectivas delegaciones. Asistieron al evento 43

jurados internacionales, 150 voluntarios nacionales e internacionales y más de 19 mil visitantes. Adicionalmente, se invitaron a más de 130 visitantes internacionales entre baristas, entrenadores, acompañantes y empresarios a la zona cafetera central de Colombia, para compartir con ellos la experiencia detrás del café colombiano.

Para dar cubrimiento al Campeonato, se contó con diferentes medios de comunicación en todo

el mundo, se publicaron más de 260 mil artículos en internet y más de 39 mil personas siguieron el evento en vivo a través del live stream. Países como Estados Unidos, Australia y China publicaron artículos relacionados con la competencia y del viaje a los orígenes del Café de Colombia. Así mismo se implementó una estrategia de relacionamiento digital con los líderes de este segmento, que son los principales formadores de opinión en el segmento de café de alta gama en el mundo.

6.5. Estrategias para la diferenciación del origen

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

Las regalías recibidas por el FoNC por la licencia de la marca Juan Valdez se han incrementado desde su introducción a comienzo de la década pasada, acumulando ingresos por valor de \$26 mil millones derivados de la implementación de

esta estrategia de agregación de valor y que se reinvierten en programas de impactos social y económico para el beneficio de 563 mil familias cafeteras del país.

6.5.2. Denominación de origen Café de Colombia

Con base en el reconocimiento otorgado a la Federación por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y el Organismo Nacional de Acreditación (ONAC) para autorizar el uso de la Denominación de Origen Protegida “Café de Colombia”, en 2011 se invitó formal-

mente a trilladores y tostadores a formar parte del grupo de industriales autorizados para utilizar la Denominación de Origen en sus productos. Al finalizar 2012 se espera que la gran mayoría de los integrantes de la industria interna del café cuenten con esta certificación.

6.5.3. Denominación de origen Regional

En 2011, la Federación obtuvo significativos avances en su estrategia de promoción y protección de los orígenes regionales. A partir de los análisis aplicados a numerosas muestras, unido al cuidadoso examen de la incidencia de los factores humanos y ambientales en las características organolépticas del café de los departamentos de Nariño y Cauca, se presentaron ante la SIC los pliegos de solicitud individual para las Denominaciones de Origen Regional “Café de Nariño” y “Café de Cauca”. Después de una cuidadosa

evaluación la SIC declaró mediante las resoluciones No. 06093 de 2011 y la No.41788 de 2011, la protección del “Café Nariño” y el “Café Cauca”, respectivamente.

Adicionalmente, durante 2011 la Federación elaboró y puso a consideración del Comité Nacional, el Reglamento de Uso de las Denominación de Origen Regional “Café de Nariño”, documento que posteriormente fue radicado en la SIC y el cual comprende las normas aplicables a su uso.

6.5.4. Huella espectral del infrarrojo cercano

La Federación en conjunto con la Universidad de la Rioja de España, desarrolló nuevos protocolos tecnológicos para detectar infracciones al origen del café colombiano, estos desarrollos complementan los controles de calidad en puerto y permiten verificar el cumplimiento de la política de Denominación de Origen.

La tecnología empleada para esto se conoce como Espectroscopia en el Infrarrojo Cercano –NIRS (Near InfraRed Spectroscopy), la cual proporciona la huella espectral que identifica de forma inequívoca la procedencia del café tanto en el ámbito regional como en el mundial. Para poder

utilizar esta tecnología, Cenicafé desde 2004 inició la construcción de una base de datos de los espectros de café de todas las regiones de Colombia y el mundo. A partir de 2006 la recolección y análisis ha contado con la financiación y cooperación del Banco Interamericano de Desarrollo –BID, a través de su Fondo Multilateral de Inversiones –FOMIN. De este modo, la Federación puede garantizar al consumidor que el café que toma es realmente de origen colombiano.

Adicionalmente, Almacafé en el marco del proyecto Denominación de Origen evaluó 1.402 muestras en su perfil sensorial mientras que Ceni-

café lo hizo bajo la técnica NIRS y de contenido de compuestos químicos. Estas muestras provie-

nen de diversas zonas cafeteras colombianas y algunas de otros países productores de café.

6.6. Defensa del patrimonio marcario de los caficultores colombianos

En 2011, se mantuvo la estrategia proactiva de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos. Se detectaron en total 25 infracciones en varias partes del mundo, principalmente de las marcas Juan Valdez y el logo Café de Colombia, estos infractores recibieron cartas de reclamo y en los casos necesarios demandas civiles con solicitud de medidas cautelares y la interposición de denuncias penales por el delito de usurpación marcaria.

Unos de los tantos ejemplos exitosos son los de Java Medic en Estados Unidos con su café Colombian Premium Roast-CPR, y de Paraguas de Alto Impacto en Colombia que producía sombrillas con la marca Juan Valdez. En ambos casos se logró que las empresas descontinuaran el uso no autorizado de los derechos de propiedad intelectual del

FoNC. Vaga la pena destacar que durante 2011, se presentaron 29 oposiciones al registro de marcas con calificativos alusivos al café colombiano. Así mismo, la Federación llegó a dos acuerdos de coexistencia marcaria, que es una medida económica y eficiente en casos en los que existen derechos de terceros anteriores a los del FoNC. Estos casos corresponden al de La Huerta de Juan Valdés en España, resuelta a favor de los cafeteros colombianos y al acuerdo de coexistencia de alcance mundial con la empresa bielorrusa Karavan, para impedir el registro de la marca Papa de Columbia ante la OMPI, Bielorrusia, Bulgaria, Lituania y Rumania.

En cuanto a los registros marcarios, en 2011 se presentaron 56 nuevas solicitudes de marca en Colombia y en el exterior.

7. Agenda cafetera para el país y el mundo

7.1. Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera -APC 2010-2015, ratifica el papel de la caficultura como capital social estratégico del país, cuya estructura productiva califica de irremplazable e identifica como una alternativa de generación de empleo y de prosperidad para los habitantes de las zonas rurales cafeteras.

Hay que señalar que durante la etapa de negociación de las prioridades y metas del Acuerdo, se amplió el alcance de los programas de renovación ejecutados por la Federación para ampliar el número de beneficiarios y se incluyeron nuevos proyectos con base en los objetivos del actual gobierno.

Finalmente, se acordó trabajar de manera conjunta en torno a los siguientes principios:

- Crear prosperidad democrática en el campo.
- Erradicar la pobreza en las zonas cafeteras.
- Mejorar la competitividad de la caficultura colombiana.
- Fortalecer las finanzas del FoNC.
- Consolidar la caficultura como una locomotora que jalone el crecimiento en todo el agro colombiano.
- Formalizar el empleo y contribuir a la política de al menos un empleo formal por familia.

En cumplimiento de los lineamientos planteados por el Acuerdo, el Gobierno Nacional transfirió \$310 mil millones para apoyar la caficultura

colombiana. De este valor, \$160 mil millones corresponden a los subsidios por el Incentivo a la Capitalización Rural (ICR), que contempla el programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF). Otro rubro lo constituyó el apoyo a los caficultores afectados por la ola invernal, donde el Gobierno Nacional entregó recursos por \$57 millones, para la fumigación y fertilización de 161 mil hectáreas de cafetales tecnificados. Así mismo, el Gobierno otorgó \$40 mil millones para financiar las labores del Servicio de Extensión, el funcionamiento de las Cooperativas de Caficultores, Cenicafé, los Programas de Cafés Especiales y el Programa de Competitividad para la renovación de cafetales tecnificados.

Adicionalmente, de acuerdo con el artículo 81 de la Ley 1420 de 2010, se facultó al Gobierno Nacional para transferir directamente al FoNC \$40 mil millones con el propósito de financiar gastos específicos del Servicio de Extensión, debido a la importancia de la tecnificación del cultivo. Igualmente se desembolsaron \$10 mil millones correspondientes al Incentivo a la Asistencia Técnica -IAT, los cuales se utilizaron para la contratación de 333 técnicos que hacen parte del PSF.

Finalmente el Gobierno Nacional contribuyó con \$8.000 mil millones para la ejecución del Programa de Silvicultura, cofinanciado por KfW, y \$5.000 millones para el desarrollo de las investigaciones sobre el genoma del café, adelantado por Cenicafé.

Impactos derivados del APC 2010-2015: este acuerdo tendrá un impacto positivo tanto en el ingreso de las familias cafeteras como en el recaudo por contribución cafetera. Igualmente tendrá efectos sobre la economía regional dinamizada a través del consumo de las familias cafeteras. Estimaciones de la Federación, indican que con los resultados de la tecnificación e inclusión de nuevas aéreas la cosecha cafetera alcanzará niveles de producción similares a los promedios históricos,

teniendo en cuenta los efectos en la productividad asociados al incremento en el régimen de lluvias para los próximos años.

En consecuencia se presentará un aumento de las exportaciones tanto de café estándar como de cafés especiales y se espera que el valor de la cosecha se incremente y por ende el ingreso de la población cafetera y toda su cadena.

7.2. Relaciones con el Congreso de la República

La Federación, en cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos ante el Congreso de la República, estuvo atenta al curso de los proyectos de ley que afectan directa e indirectamente la caficultura nacional, tales como:

Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropiedades para 2011: mediante el artículo 81 de la Ley 1420 de 2010, se autoriza al Gobierno Nacional a transferir al FoNC recursos del Presupuesto General de la Nación para fortalecer la sostenibilidad del ingreso de los caficultores y sus familias. Gracias a esta Ley, el FoNC recibió una transferencia por \$40 mil millones para financiar la nómina del Servicio de Extensión.

Plan Nacional de Desarrollo: la ley 1450 de 2011, por medio de la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, trata varios temas relacionados con el sector agrícola y en los cuales existen posibilidades de acción para la Federación. Específicamente el Subsidio Integral de Reforma Agraria, que puede cubrir hasta un 100% del valor de la tierra y del valor del establecimiento de proyectos productivos. Esta ley también contempla temas relacionados con la trazabilidad de los productos, las prácticas agrícolas, el comercio ilegal de productos y la generación de mayor información para disposición de los consumidores, entre otros.

7.3. Organización Internacional del Café -OIC

Nuevo director ejecutivo: durante el 107° Periodo de Sesiones de la OIC, el Consejo Internacional del Café, máximo órgano decisorio de la OIC, eligió por unanimidad, al señor Robéiro Oliveria Silva, como su Director Ejecutivo, para un periodo de cinco años que concluye en 2016. El señor Oliveria Silva, con 18 años de experiencia en el sector cafetero, es un economista que ha trabajado en cargos de alta responsabilidad relacionados con el sector agrícola. Así mismo fue Director Ejecutivo de la Organización de Países Productores de Café -OPPC y Director del Departamento de Café del Ministerio de Agricultura de Brasil.

Creación de comités: con el objeto de asegurar el correcto y eficiente funcionamiento de la OIC, y

Reforma al Sistema General de Seguridad Social en Salud: a través de la Ley 1438 de 2011 se establece que los trabajadores temporales o jornaleros con salarios inferiores a un salario mínimo mensual, podrán continuar en el régimen subsidiado. Por su parte, el patrono deberá efectuar los aportes correspondientes a salud al Fosyga en vez de al régimen contributivo. Esta disposición afecta en gran medida la actividad cafetera debido a que se realiza con una fracción importante de mano de obra contratada en tiempos parciales, especialmente durante la época de recolección. La Federación considera que esta Ley contribuye al cuarto principio del Acuerdo por la Prosperidad 2010-2015, el cual se encuentra dirigido a la formalización del empleo rural.

Otras Leyes y Reformas: en su función de representar los intereses de los caficultores colombianos, la Federación realiza un cuidadoso seguimiento a otros proyectos de ley tales como: la Ley 1421 de 2010 que presenta disposiciones para convivencia y la eficiencia de la justicia, la Ley 1425 de 2010 referente a acciones populares en su artículo 88, la Ley 1429 de 2010 relacionada con la formalización del empleo y la Ley 1474 que dispone el estatuto anticorrupción.

para facilitar la toma de decisiones en el seno del Consejo Internacional del Café, el AIC-2007 creó cuatro comités: Proyectos; Finanzas y Administración; Estadísticas; y Promoción y Desarrollo del Mercado. Estos comités cuentan con la participación mayoritaria de los países productores. Colombia aseguró su puesto e inclusión en todos ellos, buscando garantizar los intereses y sostenibilidad de la actividad cafetera y de sus 563 mil familias productoras.

Los países consumidores también participan en los comités, entre éstos se destacan las delegaciones de Estados Unidos, la Unión Europea y Suiza. Y se busca la participación de Turquía, recientemente vinculada al AIC 2007, con el objetivo

de mejorar el entendimiento de las dinámicas del mercado y las tendencias de consumo presentes en los denominados países emergentes para el café.

Foro Consultivo de Financiación para el Sector Cafetero: con el fin de afrontar los retos relacionados con el manejo del riesgo en el sector cafetero, en especial de aquellos que afecten la sostenibilidad económica de las pequeñas y medianas explotaciones cafeteras, se realizó en septiembre de 2011 el primer Foro en el que se discutieron temas relativos al manejo del riesgo asociado a la volatilidad del precio del café y se revisaron posibles instrumentos para el manejo del riesgo como la introducción de nuevos tipos de contratos entre tostadores, cooperativas y productores.

7.4. Negociaciones comerciales

La Federación ha venido acompañando al Gobierno Nacional en las negociaciones con diferentes países, en los que se han identificado y salvaguardado los intereses de los productores, logrando condiciones de acceso preferenciales en dichos mercados. A continuación se presenta los resultados alcanzados durante 2011:

Unión Europea: Las negociaciones para lograr el Acuerdo de Libre Comercio finalizaron en el primer semestre de 2011 y a finales de ese mismo año, se aprobó el texto por el Consejo de la Unión Europea. En las conversaciones el café colombiano logró consolidar las preferencias arancelarias que tiene en materia de acceso a la Unión Europea y salvaguardar mediante excepciones al trato nacional, la contribución cafetera y los controles a la calidad del café de exportación. Al finalizar 2011 quedó pendiente la presentación del tratado al Parlamento para su ratificación.

Corea del Sur: En octubre y en el marco de la negociación del tratado, se realizó la V Ronda de Negociaciones en Seúl. Dicha ronda se llevó a cabo posterior a la visita oficial del Presidente Santos, logrando avances relevantes para un próximo cierre previsto en 2012. En las negociaciones se ha

7.5. Programas para la atención de población en condición de vulnerabilidad

Colombia Cafetera Sostenible: Este proyecto busca desarrollar en la Serranía del Perijá (Cesar), 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. Este proyecto inició en septiembre de 2009, con vigencia de tres años, suscrito en el marco de la estrategia de Alianzas Público-Privadas para la financiación de proyectos de la Embajada del Reino de los Países Bajos en Colombia.

Este proyecto cuenta con recursos por \$8.988 millones, de los cuales durante 2011 se ejecutaron \$5.700 millones. Mediante estas inversiones se conformaron 32 Comités Veredales de Cafeteros y se capacitaron 32 gestores de convivencia, quienes a su vez capacitaron a 600 nuevas familias en las temáticas de convivencia pacífica, buen gobierno y resolución de conflictos. Las familias

buscado el acceso real e inmediato al país asiático y una norma de origen para los productos de café colombiano.

Turquía: la Ronda de Negociaciones para un Tratado de Libre Comercio-TLC, trajo consigo importantes logros para la caficultura colombiana y sus productos, mediante la obtención de acceso inmediato libre de aranceles para el café colombiano.

Estados Unidos: luego de cuatro años de cierre de las negociaciones, el TLC fue aprobado en octubre por el Congreso de Estados Unidos. En dicha aprobación, resultó clave la participación del Dr. Gabriel Silva Luján, Embajador de Colombia en este país. Con ello se provee certeza jurídica al acceso del café colombiano al mercado norteamericano de manera inmediata y sin ninguna carga arancelaria. Se espera que el acceso preferencial se obtenga antes del segundo semestre de 2012.

EFTA: en julio entró en vigor el TLC con Suiza y Lichtenshtein cuyas negociaciones se cerraron en 2008. Noruega e Islandia aún se encuentran en el proceso de aprobación por parte de sus parlamentos.

beneficiadas firmaron el gran manifiesto por la convivencia armónica y recibieron capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas –BPA's y obtuvieron apoyo para la renovación de 700 hectáreas de cultivos de pancoger para la seguridad alimentaria y la protección de mil hectáreas de bosque. Adicionalmente, como resultado de la ejecución del proyecto, 347 cafeteros obtuvieron la certificación UTZ.

Huellas de Paz: este proyecto tiene por objeto mejorar la estabilización social e integración de grupos étnicos afectados por el conflicto armado a través del acceso al agua potable, la generación de ingresos y la sostenibilidad ambiental en comunidades rurales asentadas en 22 municipios de los departamentos de Cauca, Nariño, Valle del Cauca y Antioquia.

Este proyecto se ejecutará desde 2011 hasta el

2014, en alianza con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AE-CID, la Fundación Humanismo y Democracia (H+D) y las administraciones departamentales y municipales, correspondientes. Para la ejecución del proyecto se cuenta con una inversión proyectada de €5.9 millones (\$15 mil millones) que beneficiaran a 18.869 personas.

De estos recursos, durante el 2011 se destinaron cerca de €654 mil (\$1,7 mil millones) para la ejecución de varias acciones entre las que se destaca la puesta en marcha de un Sistema Integrado de Gestión Rural (SIGR) y actividades encaminadas a la implementación de un programa sobre Cultura de Paz, en el cual se capacita a los campesinos en conocimientos, competencias y destrezas para ser ciudadanos activos.

8. Situación financiera del Fondo Nacional del Café

En Europa, la crisis desatada en 2010 por el alto nivel de endeudamiento de algunos de sus países continuó, a pesar de las medidas tomadas por los países de la zona y que hasta el momento han sido insuficientes, esto limita las posibilidades de pago de las deudas y como consecuencia el mercado mundial ha tenido un alto grado de incertidumbre.

Por su parte, el crecimiento económico de Estados Unidos mostró signos de desaceleración y su panorama al finalizar el año no es claro. Por un lado se observan buenos resultados en los indicadores industriales y empresariales, los cuales contrastan con las expectativas negativas en el consumo, la inversión, el crecimiento, el empleo y la inflación.

En el sector agropecuario colombiano, el efecto de la ola invernal 2010/2011 y el cambio climático se han hecho sentir en los procesos productivos del sector.

Estos fenómenos generaron un aumento en el impacto de enfermedades como la roya, y tuvo efectos

8.1. Sostenibilidad ante la crisis

En 2011 las acciones para la mejora de las finanzas del FoNC comenzaron a dar sus primeros frutos. Efectivamente, el perfil de riesgo mejoró ante las entidades financieras, lo que le permitió ampliar sus líneas de crédito. No obstante, la coyuntura por la que atraviesa la caficultura presentó retos importantes, principalmente por la menor disponibilidad del grano, la elevada volatilidad en el precio, la revaluación de la tasa de cambio y el aumento en el nivel de plagas y enfermedades.

A continuación se presentan diferentes líneas de acción ejecutadas en este sentido.

Igualmente, se construyó un sistema de medición económica del Capital Social que permite el análisis de la efectividad de las intervenciones sociales. Así mismo, se realizaron obras de infraestructura tendientes a la mejora de las condiciones de salubridad, mediante el suministro de agua potable y la construcción de una planta de tratamiento de agua y un acueducto para el municipio de Betulia (Antioquia).

Adicionalmente se realizaron obras dirigidas a fortalecer la productividad en las fincas, tales como la instalación de trampas de grasa, la construcción de secadores solares, tanques tina para el beneficio ecológico del café y de fosas para la recolección de pulpa del café para minimizar su impacto en las fuentes de agua.

destruictivos sobre la infraestructura del país y el parque cafetero. En consecuencia, el sector cafetero se vio fuertemente afectado y como resultado la cosecha cafetera de 2011 fue 12% menor que la de 2010.

El precio del contrato C, fundamental para la formación del precio interno de café, mostró niveles altos e históricos en 2011, producto de la constante estrechez de oferta y factores de carácter especulativo. Así, la menor disponibilidad de café y el vigor del consumo, acompañados de una mayor participación de los fondos de inversión en el mercado de productos básicos, generó el alza en el precio que alcanzó un máximo en el mes de mayo.

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

- La gestión de recursos del Presupuesto General de la Nación, que permitió la financiación de programas para el beneficio de los cafeteros y sus comunidades. Durante el año se gestionaron importantes recursos directamente con la Nación y a través de convenios de cooperación firmados con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

- La modificación de la estrategia comercial, a través de ajustes en el esquema de comercialización que permitieron la estabilización del margen neto de la actividad comercial. Esto incentivó la implementación de estrategias de gestión del riesgo

asociado al diferencial del café, el volumen de inventarios representados en café con problemas de taza, la volatilidad de la tasa de cambio y el precio internacional del café, entre otros.

- El margen neto de Buencafé se encuentra en equilibrio, a pesar de la coyuntura de precios altos como consecuencia de la menor disponibilidad del grano, este resultado se logró gracias a la operación de una serie de eficiencias operativas, que le permitieron a la planta de café liofilizado mantener sus márgenes de utilidad estables.

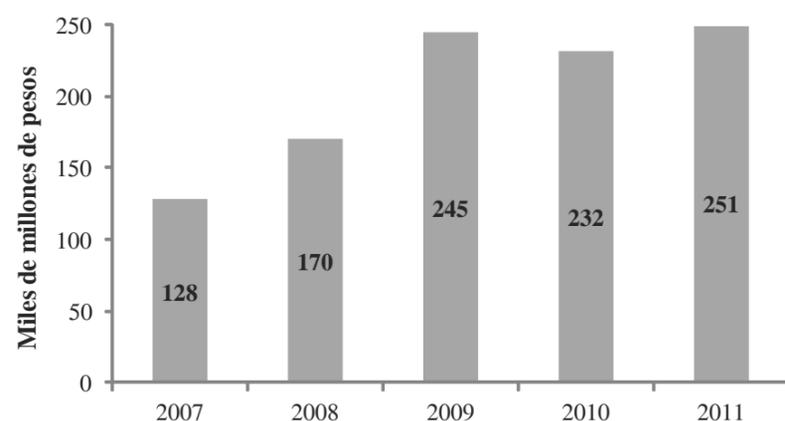
- Al finalizar el año, los flujos de caja del FoNC fueron positivos. Éste superávit de caja se destinó completamente para la atención de obligaciones financieras y fue producto de la recuperación de la inversión en capital de trabajo que se realizó a lo largo de 2010, para la adquisición de inventarios de café para el cumplimiento de los compromisos de venta.

8.2. Recursos disponibles para inversión

La Federación en su papel de administradora del FoNC, ha priorizado las inversiones teniendo como objetivo principal el bienestar de los productores y sus familias. Lo anterior, debido a que los incrementos en calidad de vida y productivi-

dad del cultivo, se traducen en un mayor volumen de exportaciones e ingreso de las familias cafeteras, y por ende en mejores ingresos por contribución cafetera para el FoNC.

Figura 14. Aportes de terceros a programas de inversión social 2007 – 2011



Gracias a la buena labor de los Comités Departamentales para la ejecución de programas de inversión social, ha sido posible gestionar recursos provenientes de diversos actores públicos y privados, interesados en ejecutar proyectos para mejorar el bienestar y la calidad de vida presente en las zonas cafeteras del país.

Así en 2011, esta gestión trajo como resultado, aportes provenientes de terceros para la ejecución de programas de inversión social por \$251 mil millones, casi dos veces más que lo registrado en 2007 (Figura 14).

8.3. Estructura de endeudamiento del FoNC

Durante 2011 se continuó el proceso de “debida diligencia” permanente de contrapartes, lo que ha permitido mejorar el balance entre activos y pasivos del FoNC y así garantizar el cumplimiento de las obligaciones financieras. En consecuencia, la banca nacional e internacional amplió los cupos de crédito de la Federación hasta en un 37% respecto al nivel de 2010 y dos veces superior, si se compara con el nivel de 2007.

Adicionalmente, la ampliación de las líneas de crédito le permitió a la Federación manejar las condiciones del mercado interno, marcadas particularmente por un alto nivel de precios del café. Así, la mayor disponibilidad de crédito le permitió a la Federación ejecutar con solvencia la Garantía de Compra, el principal bien público de la institucionalidad cafetera que beneficia a los cafeteros colombianos.

8.4. Estrategia de coberturas

En 2011, se continuó la aplicación del esquema de cobertura de los ingresos por contribución cafete-

ra iniciado en 2007 y con la estrategia de cobertura para Buencafé para los costos fijados denominados

en pesos que inició en 2010. Estas estrategias consisten en la combinación de diferentes instrumentos financieros gratuitos, que le permitieron al FoNC recibir en 2011 \$6,8 mil millones, de los cuales \$2,7 mil millones corresponden a las coberturas de los ingresos por contribución cafetera y \$4,1 mil millones a las coberturas de Buencafé.

En cuanto a la cobertura de la tasa de cambio en la comercialización del café, continúa en marcha el modelo de cobertura natural, mediante el cual se utiliza deuda en dólares para

la prefinanciación de exportaciones como mecanismo para mitigar las variaciones en la tasa de cambio.

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

8.5. Políticas para el manejo financiero en 2012

En 2012 la consolidación y estabilización de las Finanzas del FoNC y la Federación será regida por los siguientes lineamientos:

- Mantener alianzas estratégicas con el Gobierno Nacional para desarrollar proyectos conjuntos que garanticen la prosperidad y desarrollo del sector rural colombiano.
- Mantener el equilibrio financiero en la actividad comercial mediante la gestión de riesgo y la depuración de activos improductivos y demás prácticas que ya se encuentran en curso.

- Implementar una estrategia que le permita a Buencafé alcanzar el equilibrio financiero en los próximos años y que le permita sobrellevar las condiciones desfavorables del mercado y ampliar su portafolio de productos.

- Continuar con el esquema de coberturas siempre buscando obtener el mayor beneficio a un menor costo, mediante la utilización de diferentes alternativas en instrumentos de cobertura.

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



