

# Prosperidad Cafetera



Informe del Gerente General

# LXXV

Congreso Nacional de Cafeteros

2010





# Prosperidad Cafetera

**Cenicafé**  
CENTRO DE DOCUMENTACION





**Gerente General**

Luis Genaro Muñoz Ortega

**Secretario General**

Guillermo Trujillo Estrada

**Gerente Administrativo**

Luis Felipe Acero López

**Gerente Comercial**

Andrés Valencia Pinzón

**Gerente Financiero**

Julián Medina Mora

**Gerente Técnico**

Ricardo Villaveces Pardo

**Gerente de Comunicaciones y Mercadeo**

Luis Fernando Samper Gartner



**Coordinación Editorial**

Marcela Urueña Gómez  
Óscar Mauricio Bernal Vargas  
Nidyan Pinzón Ruíz  
Mario Bríñez Ramírez

**Fotografías**

Archivo digital FNC  
Patricia Rincón Mautner  
David Bonilla Abreo

**Diseño y Diagramación**

*Formas Finales Ltda.*  
Consuelo Lozano González  
mconsuelolozano@hotmail.com  
www.formasfinales.com



# Contenido

PAG 6

Lo más destacado de 2010

PAG 10

Carta del Gerente General



PAG 14

El mercado del café

- Mercado Internacional
- Mercado Interno



PAG 24

Comercialización sostenible y con valor agregado

- Transferir el mejor precio posible al productor
- Continuar el ascenso en la cadena de valor
- Ofrecer a clientes y consumidores un portafolio innovador que se adapte a las necesidades del consumidor
- Penetrar y consolidar nuevos mercados
- Fomentar el consumo de café en el mercado interno



PAG 42

Competitividad e innovación

- Lograr una caficultura joven, productiva y rentable
- Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz
- Mejorar la calidad del café desde la finca
- Liderar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente
- Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes





# Contenido



PAG 68

## Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

- Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad
- Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación
- Acercar el cliente/consumidor a la caficultura colombiana utilizando las herramientas tecnológicas y de información



PAG 78

## Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

- Contribuir a mejorar los procesos educativos en la comunidad cafetera
- Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores
- Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad
- Impulsar el desarrollo integral de la mujer cafetera



PAG 92

## Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

- Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de la caficultura
- Aumentar la penetración global del programa 100% colombiano
- Fortalecer la lealtad entre el cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas
- Avanzar en la diferenciación del café de Colombia como origen de calidad superior





PAG 106

## Agenda cafetera para el país y el mundo

- Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales
- Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo
- Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural colombiano



PAG 124

## Eficacia, legitimidad y democracia

- Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial
- Asegurar la calidad del capital humano al interior de la organización
- Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados
- Optimizar la gestión del conocimiento



PAG 134

## Sostenibilidad Financiera

- Contexto económico nacional
- Fortalecer financieramente el FoNC, la FNC y sus entidades relacionadas
- Optimizar la estructura de capital del FoNC y la FNC
- Mantener las mejores prácticas en la administración financiera



PAG 146

## La caficultura mundial y colombiana en cifras



# Lo más destacado de 2010



## El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015: Un pacto por la sostenibilidad

Tan sólo 19 días después de su posesión, el Presidente Juan Manuel Santos Calderón suscribió con los cafeteros este marco de política, en el cual se establecen las bases para la recuperación, estabilización e incremento de la producción; la generación de prosperidad democrática en las zonas cafeteras y la consolidación de la caficultura como el motor principal de la locomotora agrícola.

En 2011, a través del Acuerdo el gobierno destinará \$300 mil millones para la ejecución de programas cafeteros.

# Prosperidad Cafetera

Recuperación, estabilización y aumento  
de la producción cafetera

Condiciones de vida digna para  
las familias cafeteras

Mejor infraestructura vial, mayores  
oportunidades para la educación, la  
capacitación y el relevo generacional

Empresarios cafeteros con seguridad  
social para ellos y sus familias

Comunidades cafeteras con  
mejor calidad de vida

Fortaleza financiera para  
el FoNC







## Sostenibilidad

**Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para todos los cafeteros de Colombia**

Buscando expandir los beneficios de la renovación por siembra a todos los cafeteros, se amplió a 5 hectáreas el área máxima permitida para los pequeños caficultores. Además, se autorizó la entrega de un ICR del 30% para los medianos cafeteros especiales y del 20% para los medianos con destino a la renovación del 20% del área sembrada, hasta un límite anual de 10 hectáreas por productor.

**Un plan de choque para contener el avance de la roya**

Frenar el avance de la roya resulta prioritario para defender la cosecha de 2011. Recursos por \$10 mil millones fueron destinados para la aplicación de fungicidas en 57.470 hectáreas de cafetales con perspectivas de producción en el primer semestre de 2011 y para el establecimiento de almacigos comunitarios o individuales con destino a la renovación de 22.576 hectáreas de cafetales no recuperables.

**Un esquema de vacunación para inmunizar la caficultura contra la roya**

Para el logro de este propósito la FNC estableció un programa para la producción y distribución de semilla de la variedad Castillo® y sus variantes regionales; incluyó como condición para la entrega de apoyos de renovación, la siembra de variedades resistentes y estableció una mesa de expertos internacionales en el manejo de la enfermedad.

## Solidaridad

**El apalancamiento de recursos, base para el fortalecimiento del tejido social del café**

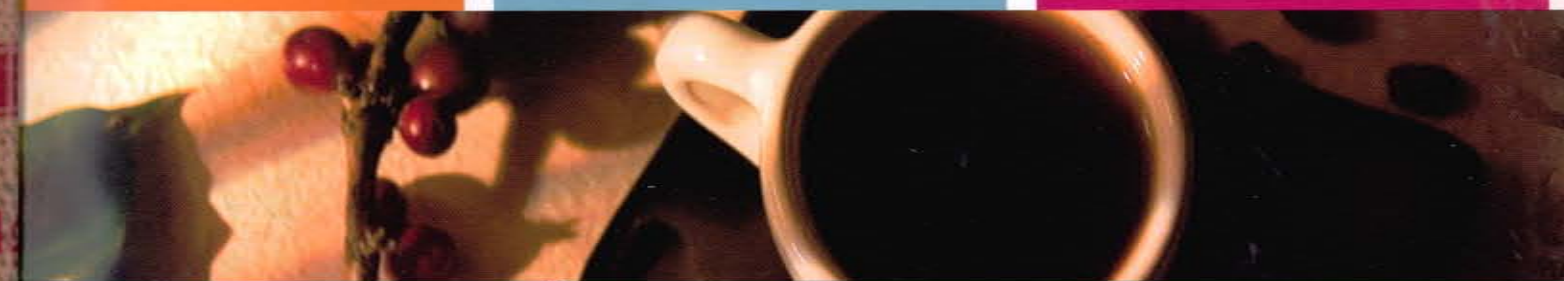
La reconocida capacidad de gestión y la transparencia, eficacia y eficiencia en la ejecución de recursos de los socios estratégicos de la caficultura, permitieron que la FNC multiplicara 1:11 los recursos del FoNC. Así por cada peso, se gestionaron \$11 adicionales provenientes de otras fuentes.

**Conectividad en las zonas rurales para facilitar su integración al avance global**

La FNC con el apoyo del BID-FOMIN, dio comienzo al proyecto para la puesta en funcionamiento de 68 centros de conectividad en ocho departamentos cafeteros que brindarán acceso a internet a 15 mil caficultores y oportunidades de formación virtual a 2.500 productores en competencias relevantes para la actividad cafetera.

**Las Cartas del Gerente: Un canal para la unidad gremial**

A través de sus cartas electrónicas semanales, el Gerente estableció un canal permanente de comunicación y retroalimentación con la dirigencia cafetera. En ellas, se tratan temas de interés gremial, se comparten noticias sobre la actividad cafetera y se informa sobre los adelantos en la gestión.



## Futuro

**Juan Valdez: Todo un camino por delante**

La celebración de los 50 años se convirtió en la ocasión ideal para recordar que el personaje representa a 553 mil cafeteros y sus familias, comprometidos con la paz en el campo y la producción del mejor café del mundo, y que ha sido pieza clave en el reconocimiento y mejor precio del que goza el café de Colombia en los mercados internacionales.

**Expo Shanghai 2010: Una vitrina al mundo para el Café de Colombia**

El Café de Colombia participó activamente en esta gigantesca exposición que duró seis meses y por la que circularon 73 millones de personas, de las cuales 3 millones pudieron conocer las experiencias detrás del café colombiano. Dos mil tazas diarias fueron deleitadas por los visitantes de la Tienda Café de Colombia instalada dentro de la feria.

**La defensa del origen: Clave para la diferenciación y el posicionamiento**

El 2010 marcó la consolidación de esta estrategia: La FNC fue delegada para implementar las autorizaciones de uso de la Denominación de Origen Café de Colombia; se lanzó una estrategia web para la promoción de cafés regionales y Almacafé fue certificado bajo las normas ISO/IEC 17025:2005 e ISO/IEC 65:1996

## Alto desempeño

**La Federación dentro de la Élite Empresarial del país**

En la encuesta publicada por el diario Portafolio, los empresarios colombianos catalogaron la FNC como una de las empresas más admiradas y mejor gerenciadas. Por su parte Juan Valdez, la marca de los cafeteros de Colombia, fue seleccionada como una de las más recordadas y de mayor calidad.

**La excelencia caracteriza los desarrollos tecnológicos de la FNC**

En 2010, Almacafé recibió el premio internacional "RFID Journal 2010" en la Categoría al Mejor Uso, por la implementación de la plataforma BeanTrack sobre tecnología de Identificación por Radio Frecuencia - RFID y el SIC@ Web fue galardonado con el Premio Latinoamericano a la Excelencia en Sistemas de Información Geográfica.

**Los cafés sostenibles colombianos se destacan en el mercado internacional**

En 2010, la dedicación de 103 mil cafeteros obtuvo importantes reconocimientos: 40USD/lb al café nariñense ganador de la VII Taza de la Excelencia; el título al mejor café de la Feria de Cafés Especiales de la SCAA para un grano producido en Huila y el honor de ser anfitriones del Campeonato Mundial de Baristas 2011.



## **Amigas y amigos cafeteros:**

Ha quedado atrás un año de contrastes para la caficultura colombiana. El 2010 se caracterizó por un marcado contrapunto entre dos hechos de signo contrario: la firma del "Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015", suscrito con el Gobierno Nacional, y las inclemencias del clima, con sus lesivas y negativas consecuencias sobre las metas de producción cafetera y sobre el sector agropecuario colombiano.

En un gesto sin precedentes, y de inmensa trascendencia, a escasos días de instalada la nueva administración nacional, el Presidente de la República Juan Manuel Santos Calderón, le entregó a la institucionalidad cafetera, un valioso instrumento de política, mediante el cual se ratifica el papel primordial de la caficul-

tura como capital social estratégico del país, y se diseñan los parámetros para consolidarla y fortalecerla, como motor de desarrollo y crecimiento de la actividad agropecuaria nacional.

Una política visionaria, estructurada en función de futuro, sobre seis prioridades consensuadas con el Gobierno Nacional que, aunque ya son suficientemente conocidas por ustedes, debemos tenerlas siempre presentes, porque constituyen, a la vez, un norte y un compromiso: 1) Crear Prosperidad Democrática en el campo; 2) Consolidar la caficultura como una de las locomotoras, encargada de jalonar el crecimiento del sector agropecuario; 3) Erradicar la pobreza y la miseria extrema de las zonas cafeteras; 4) Fomentar y generar empleo;

5) Mejorar y fortalecer la competitividad de la caficultura colombiana y 6) Fortalecer la estructura financiera del Fondo Nacional del Café.

Las abruptas e impredecibles condiciones que impuso el cambio climático, colocaron a prueba el temple y la resiliencia de los caficultores colombianos. La naturaleza pasó, implacable, su cuenta de cobro ante la depredación de que ha sido objeto a través de los años por la acción ecocida de los seres humanos. El caprichoso efecto alterno de los Fenómenos del Niño y de la Niña, con el brusco e inesperado cambio de las estaciones de sol y de lluvia, alteraron las tradicionales condiciones climáticas, trastornaron los ciclos de producción del campo y fomentaron la propagación de la roya en los cafetales



sembrados con variedades susceptibles. Además de anegar grandes extensiones de nuestra geografía, de afectar en forma grave otros cultivos agrícolas y destruir cosechas, inhabilitaron extensos sectores de la malla vial y ocasionaron un grave impacto en la economía agropecuaria del país.

La desolada y conmovedora situación de miles de compatriotas campesinos sumidos en el infortunio de perderlo todo y de quedar en la miseria, convocó la solidaridad nacional. Los cafeteros colombianos, curtidos en la lucha, casi siempre desigual, contra las impredecibles condiciones del tiempo, agudizadas ahora por las nuevas circunstancias del cambio climático, encaramos las dificultades con la entereza, el vigor y el estoicismo propios de la raza colom-

biana, incapaz de doblegarse ante el infortunio.

En nuestro orden de prioridades, ocupa principalísimo lugar nuestro compromiso de consolidar la caficultura como una actividad líder en el crecimiento de todo el agro, lo cual significa aprovechar la coyuntura actual del mercado para aumentar la producción y afianzar al país como el primer productor de café suave del mundo. Para conseguirlo, es menester recuperar la producción. Todos estos objetivos están resumidos en una frase, acuñada como consigna de compromiso y propósito de lucha para 2011: "Primero la producción, luego todo lo demás".

Aumentar la producción, todos lo sabemos, representa incrementar los ingresos del



productor, mejorar el bienestar de su familia, a la vez que fortalece y estabiliza la economía de las regiones cafeteras, de las que depende nuestra institucionalidad, soportada en la solidez y en el vigor del Fondo Nacional del Café.

Para conseguirlo, es preciso erradicar definitivamente la roya de la caficultura colombiana. Por eso la urgencia de acelerar la renovación con variedades resistentes. Los cafeteros colombianos podemos, tenemos con qué y sabemos cómo acabar con la roya. Lo demás es formar una

conciencia colectiva y convertirla en acción. Los Comités Departamentales y Municipales serán fundamentales en la realización de este objetivo, porque están ampliamente capacitados para diseñar las estrategias adecuadas, a la medida de las necesidades de cada región cafetera, y de transformar la caficultura colombiana en una actividad en la que el 90% del área sembrada, corresponda a cultivos tecnificados con variedades resistentes a la roya.

Además del conocimiento y de la experiencia de los Comités, contamos con el eficiente y decidido apoyo del Servicio de Extensión y, sobre todo, con una herramienta de planificación tan robusta y eficaz como el SICA, lo cual permitirá identificar aquellas áreas improductivas de cafetales

envejecidos y tecnificados jóvenes, pero sembrados con variedades susceptibles que serán objeto de un ambicioso plan de renovación, para cuyo cumplimiento es necesario renovar anualmente más de 100 mil hectáreas durante los próximos cinco años.

El plan de renovación se complementará con el programa PSF para la renovación de cafetales envejecidos y/o tecnificados jóvenes afectados por fuertes ataques de roya. Las condiciones de crédito otorgado por el programa para su ejecución, durante 2011, son inmejorables: se concederán 7 años de plazo, para pagar, con 36 meses de gracia. Los intereses de los pequeños cafeteros serán pagados por el Fondo Nacional del Café y tendrán la posibilidad de acceder a un ICR del 40%, del

30% o del 20%, dependiendo del valor de los activos del cafetero.

Se ha especulado mucho acerca de las causas por las cuales las producciones correspondientes a los años 2009 y 2010, estuvieron por debajo de los promedios históricos, así en este último año 2010 se hubiera logrado una recuperación del 14% en el volumen de producción, al alcanzar 8,9 millones de sacos. Nuestro propósito, tantas veces repetido, debe ser retornar a niveles de producción de 11 millones de sacos. Y una vez conseguidos, crecer en 3 o 4 millones de sacos más, lo cual es posible mejorando los niveles de tecnificación del parque cafetero colombiano y aprovechando la situación de escasez actual del mercado internacional.



El desbordamiento exagerado de las lluvias, que tantos estragos causaron a la economía colombiana, potencializaron el ataque de la roya e hicieron perder cerca de un millón de sacos en la cosecha de 2010, que valorados al precio promedio registrado durante el año, representaron unos ingresos menores para los cafeteros y sus familias, equivalentes a una suma aproximada de \$525 mil millones.

La economía colombiana fue tan sólida en 2010 que, pese a estas circunstancias adversas, combinadas con una tendencia al alza en los precios internacionales del café, el valor de la cosecha ascendió a \$4,3 billones. Un 27% más que la cosecha de 2009, y aportó al sector rural más de 750 mil empleos directos. Lo que ratifica el gran potencial

de la actividad para el desarrollo rural del país.

Las oportunidades que actualmente ofrece el mercado, con unos niveles de precios atractivos, inventarios bajos y una fuerte y estable tendencia creciente del consumo, integran un cuadro de oportunidades propicias para implementar y poner en funcionamiento estrategias decididas que le permitan a Colombia recuperar la producción y conquistar esos mercados.

Amigos cafeteros de Colombia ¡El momento es ahora! Así suene repetitivo, todos nuestros esfuerzos deben estar enfocados y canalizados hacia una sola meta: Recuperar la producción cafetera del país.

Alguna vez lo dije y hoy lo hago de nuevo: ¡Desde que

sean realizables, no existen imposibles para los cafeteros colombianos!

Casi todos los indicadores presagian tiempos promisorios y nos anuncian la inminencia y proximidad de un futuro mejor.

Envío a todos y cada uno de ustedes, mi más cordial saludo.



**Luis Genaro Muñoz Ortega**  
Gerente General



# El mercado del café

# Avances

en 2010



**134 millones**

de sacos, un volumen sin precedentes  
en el consumo mundial de café

**58%**

creció el precio internacional del café  
en 2010

**\$4,4 billones**

es el valor récord de la cosecha de  
café en Colombia

**USD2,2 mil**

millones fue el valor de las exportaciones  
colombianas de café en 2010



## Balance mundial cafetero

En 2010 el comportamiento del mercado cafetero estuvo dominado por dos acontecimientos principalmente: i) La persistencia del déficit entre oferta y demanda, ii) La continua estrechez en la producción de cafés suaves, segmento en el que participa el café colombiano.

En efecto, la producción mundial de café en el año cafetero 2009/10 disminuyó 7% con relación al año inmediatamente anterior. Esta menor oferta, frente a un incremento de más de seis millones de sacos en el consumo, generó un déficit en el balance cafetero superior a los siete millones de sacos, muy por encima de los pronósticos iniciales. Como resultado, el nivel de inventarios al cierre de 2009/10 fue de 29,1 millones de sacos, lo que corresponde a una cifra muy baja. Este comportamiento encuentra su explicación en dos factores. El primero de ellos relacionado con el menor flujo de café proveniente de Brasil durante el primer semestre de 2010, que a pesar de estar en su ciclo de bianualidad baja tenía expectativas de una buena cosecha y terminó generando incertidumbre en el mercado internacional.

El segundo asociado a la disminución en los dos últimos años, de entre tres y cuatro millones de la oferta de cafés

suaves. Esta situación redujo los inventarios, ocasionando un aumento en las primas de calidad que el mercado reconoce por este tipo de café.

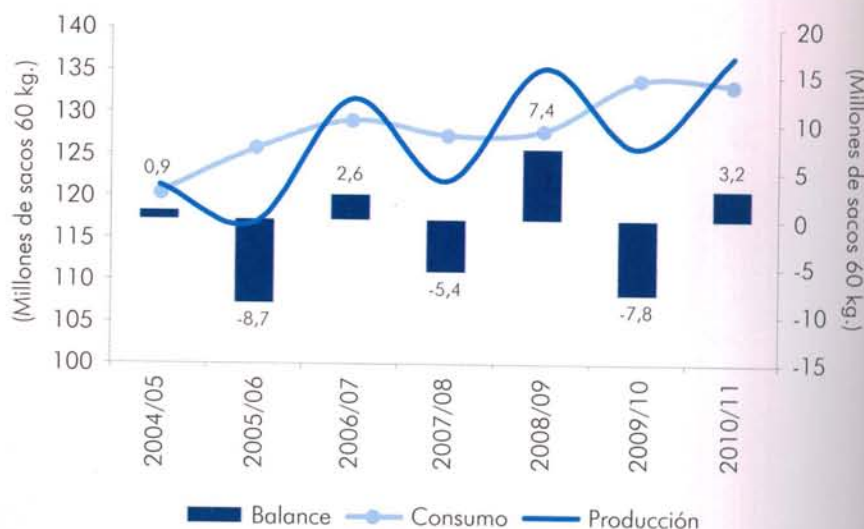
Puesto que en el mediano plazo no ven posibilidades de crecimiento en la producción de cafés suaves, salvo por el caso colombiano, los analistas consideran que estas condiciones seguirán dando soporte a los precios del grano en el mediano plazo.

Superada en primera instancia la crisis económica en el mundo, el consumo de café recuperó su ritmo de

crecimiento anual del 2%, lo que ha permitido que en 2009/10 alcance un volumen sin precedente de 134 millones de sacos. Hacia el futuro se estima que el consumo mundial continúe creciendo a este ritmo, soportado además, en un aumento del 4% anual en el consumo en los países productores.

Finalmente, se espera que la oferta mundial de café en 2010/11 sea mayor a lo esperado inicialmente gracias a las mejores expectativas de producción asociadas al año de producción bianual alta en Brasil.

Balance mundial cafetero  
2004/05 - 2010/11



Fuente: J. Ganes Consulting, LMC y USDA.

## Exportaciones mundiales de café

De acuerdo con cifras de la OIC, las exportaciones mundiales de café para el año cafetero 2009/10 ascendieron a 93,8 millones de sacos, lo que representa una caída de 3,8% con relación al año cafetero anterior (97,4 millones de sacos).

Este comportamiento fue común a todos los tipos de café y encuentra su explicación en las menores exportaciones de café suave colombiano, así como de grano proveniente de Brasil y Vietnam.

Por su parte, cuando se analizan los datos de exportaciones mundiales por tipo de café se encuentra que el 35% de los embarques correspondió a café robusta, 33% a los naturales del Brasil y 33% a los cafés suaves.

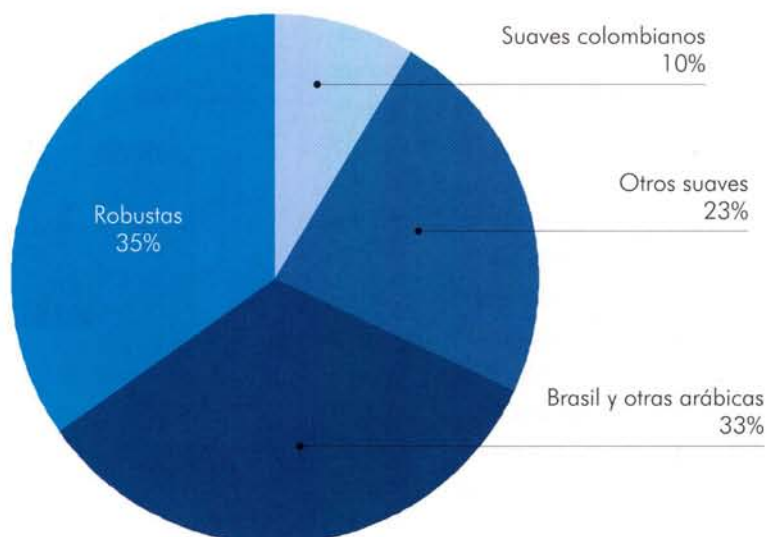
Volumen y valor de las exportaciones mundiales de café verde  
2007/08 - 2009/10

Tipo de café	2007/08	2008/09	2009/10	Variación % 2008/09 -2009/10
Arábicas	62,2	62,4	61,1	-2,0%
Suaves colombianos	12,7	10,0	8,0	-19,9%
Colombia	11,6	8,7	7,2	-17,4%
Otros suaves	22,2	21,3	22,0	2,9%
6 países <sup>(1)</sup>	14,2	13,3	13,0	-2,3%
Brasil y otras arábicas	27,3	31,0	31,2	0,4%
Brasil naturales y arábicas	22,3	27,3	26,5	-2,9%
Robustas	33,9	35,0	32,6	-6,9%
Vietnam	15,8	17,4	14,6	-16,1%
Brasil robustas	2,0	1,4	1,1	-21,4%
Total	96,1	97,4	93,8	-3,8%
Brasil total	24,3	28,7	27,6	-3,7%
Valor (millones de USD)	16.091	14.817	17.074	15%

Fuente: OIC

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

Participación por tipo de café en las exportaciones mundiales  
2009/10





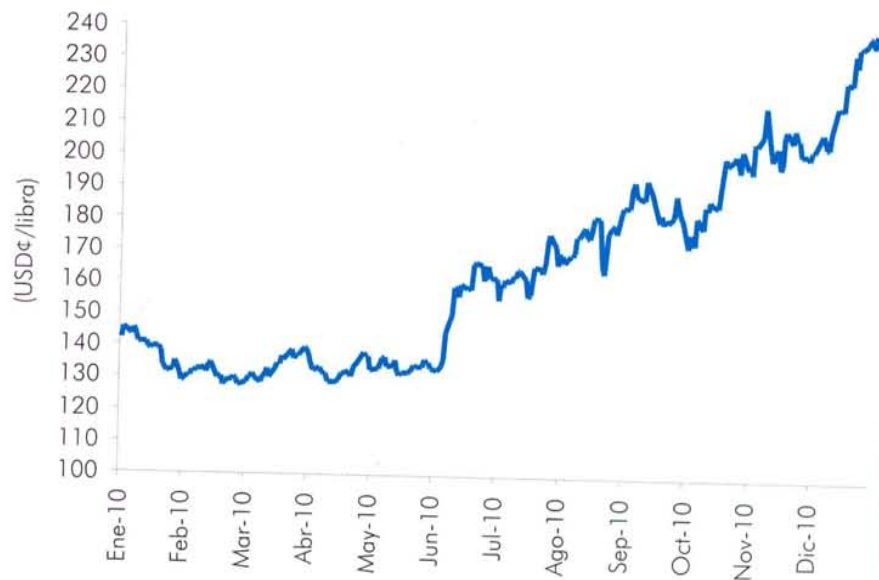
## Precio internacional del café

El primer semestre de 2010, estuvo caracterizado por un nivel de precios en la Bolsa de Nueva York a la baja y oscilante entre 1,30 y 1,45 USD/libra, ocasionado por las expectativas de una mayor cosecha proveniente del Brasil. No obstante, a partir de junio, ante problemas climáticos que afectaron la calidad y el volumen de la producción brasilera, se registro una tendencia alcista que se mantuvo hasta el final del año.

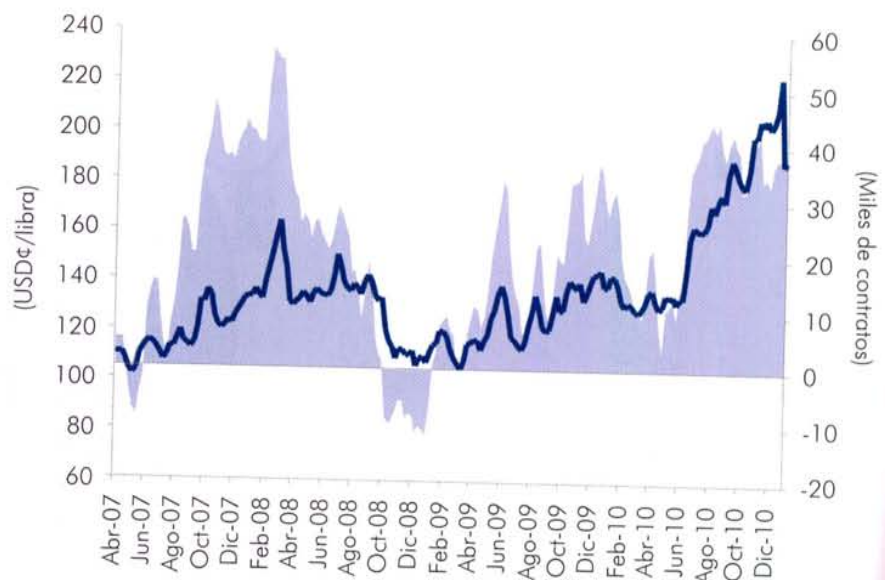
En efecto, la caída en las existencias de café, la lentitud en la comercialización de la cosecha del Brasil y la presión ejercida por los fondos de inversión llevaron los precios a niveles por encima de 2 USD/libra, que corresponde a la cotización más alta registrada en los últimos 13 años.

Durante los meses de septiembre y octubre de 2010, el precio del café estuvo fuertemente ligado a las expectativas sobre el clima en los países productores. Las noticias de altas temperaturas y sequía en la zona central de Brasil, anticipaban que las floraciones para la cosecha del año cafetero 2010/11 se encontraban en riesgo. Esto unido a la llegada del fenómeno de la Niña a Colombia y los daños causados por el huracán Karl en México, ocasionó que las expectativas de una caída en la cosecha produjeran un crecimiento de 58% entre los meses de enero y diciembre de 2010.

Precio del café según el Contrato "C"  
2010



Precio de bolsa y posición neta de fondos (futuros)  
2007 - 2010





## Balance cafetero en Colombia

En 2010, la producción cafetera colombiana se recuperó más lento de lo esperado. La llegada de la temporada seca característica del fenómeno el Niño y el mejor nivel de fertilización fomentado por la Federación a través de Fertifuturo, permitieron que durante el primer trimestre se observaran mayores floraciones responsables de la cosecha del segundo semestre. A su vez, la deficiencia de lluvia trajo consigo un aumento en el nivel de broca y afectó el llenado de las cerezas de café provocando que las almendras fueran de menor tamaño, circunstancia

que fue en contra del volumen de la cosecha del primer semestre.

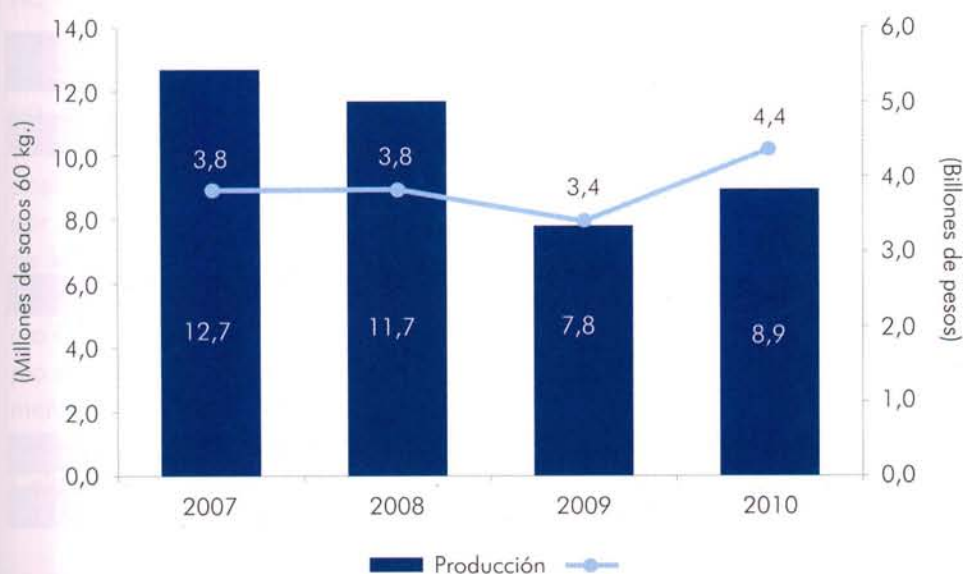
Por su parte, durante el segundo semestre la cosecha se vio impactada por el aumento de las lluvias ocasionado por la consolidación del Fenómeno la Niña en septiembre, lo que dificultó el proceso de secado del café y causó el incremento de la afectación por roya en los cultivos sembrados en variedades susceptibles.

Pese a todo lo anterior la producción entre enero y diciembre de 2010

creció 14%, ubicándose en 8,9 millones de sacos. Mientras el valor de la cosecha en 2010 se incrementó 28%, alcanzando un valor récord de \$4,4 billones.

Como resultado de las observaciones realizadas en campo mediante el Sistema de Alertas Tempranas, y considerando los pronósticos del IDEAM respecto de la prolongación del Fenómeno de la Niña hasta junio de 2011, la FNC ha emprendido una serie de medidas orientadas a mitigar los impactos de la roya sobre la productividad del cultivo.

Valor y volumen de la cosecha cafetera colombiana  
2010





## Balance cafetero en Colombia



Las importaciones de café, por su parte, fueron menores a las observadas durante 2009, alcanzando los 624 mil sacos. A su vez, el consumo interno de café en Colombia, en 2010, registró 1,3 millones de sacos.

Debido a la recuperación de la cosecha del año, los inventarios se encuentran en 966 mil de sacos, muy por encima del nivel registrado durante el año anterior.

Balance cafetero en Colombia (millones de sacos 60 kg.)  
2007 - 2010

Año	2007	2008	2009	2010
1) Producción e Importaciones	12,7	11,7	8,6	9,5
- Producción	12,6	11,5	7,8	8,9
- Importaciones	0,1	0,2	0,8	0,6
2) Exportaciones y Consumo	12,5	12,4	9,1	9,2
- Exportaciones	11,3	11,1	7,9	7,8
- Consumo interno	1,2	1,3	1,3	1,3
3) Balance ((1)-(2))	0,2	-0,7	-0,6	0,5
4) Inventarios totales	1,9	1,1	0,6	1,0



## Exportaciones colombianas de café

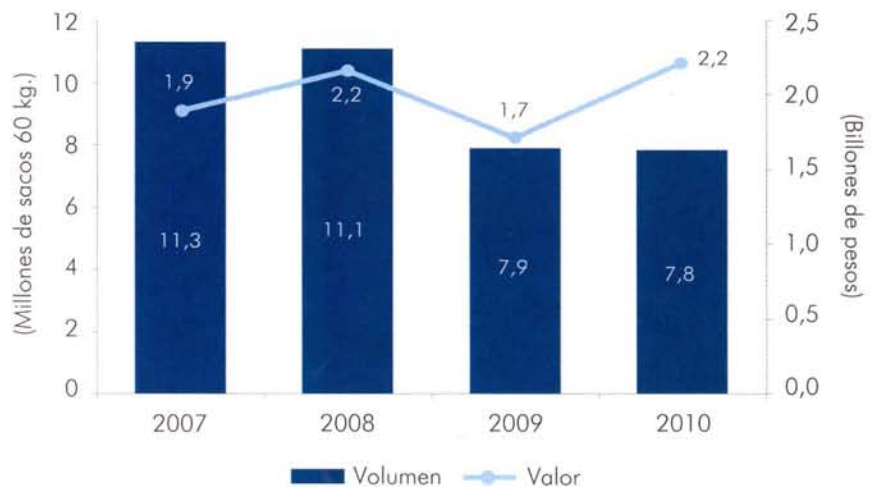
Entre enero y diciembre de 2010, las exportaciones de café colombiano ascendieron a 7,8 millones de sacos, volumen similar al del año anterior. Esta circunstancia que se ha presentado en un coyuntura de recuperación de la producción, ha estado afectada principalmente por dos razones. La primera de ellas se encuentra asociada a la calidad del café afectada por el incremento en el nivel de broca y la disminución del tamaño de los granos debido al déficit de lluvias del primer trimestre.

La segunda, está relacionado con el proceso de comercialización del café afectado por el exceso de lluvias y una posible acumulación de inventarios en manos de los exportadores, en respuesta a los mejores niveles de precio internacional.

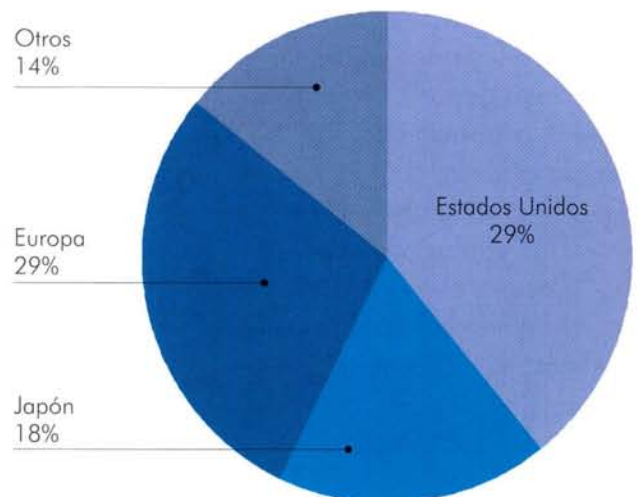
No obstante el menor volumen de exportaciones en 2010, el valor de las exportaciones colombianas creció 30% con respecto al registrado durante 2009. Este resultado ha sido posible gracias al avance logrado por la FNC a través de la estrategia de valor agregado y la fidelización del consumidor mediante 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, manteniendo y aumenta-

do su participación en las exportaciones dos puntos porcentuales, respectivamente.

Valor y volumen de las exportaciones colombianas  
2007 - 2010



Participación de las exportaciones por destino  
Enero - diciembre de 2010





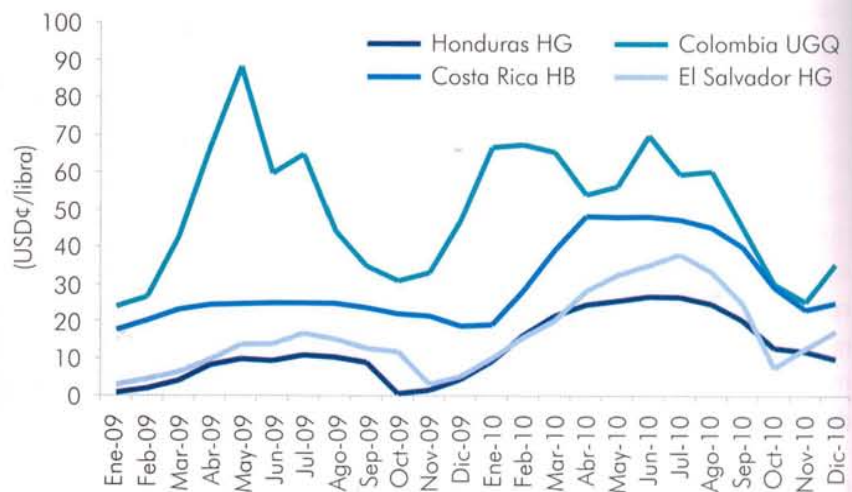
## Precio interno del café

Las variables internacionales que afectan en mayor medida el desempeño de la actividad cafetera colombiana, debido al papel que desempeñan en la determinación del precio interno de compra del café, son el precio internacional del café, la tasa de cambio y la prima del precio pagada por la calidad del café colombiano.

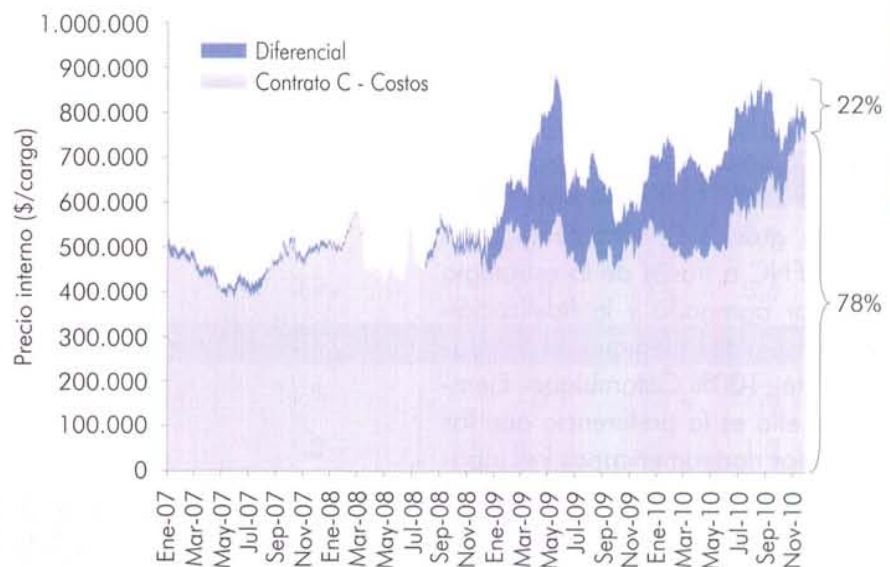
Durante 2010 se presentó una corrección a la baja de los diferenciales del café colombiano, desde niveles máximos de 70 USD¢/libra en febrero, momento en que empezó a ceder la presión del mercado por la recuperación de la producción nacional.

Las mejores condiciones climáticas en las diferentes regiones cafeteras generaron importantes florecencias en los primeros meses de 2010 lo que mantuvo expectativas de una buena producción para el último trimestre del año. Entre septiembre y principios de noviembre, la prima de calidad del café colombiano disminuyó a niveles de 29USD¢/libra debido a la llegada de la cosecha del último trimestre y el incremento en las cotizaciones del Contrato "C". Durante el mes de diciembre la mayor demanda por cafés suaves incrementó nuevamente el diferencial por calidad del café colombiano a niveles de 35USD ¢/libra.

Diferenciales Colombia UGQ vs. otros orígenes  
Enero 2009 - diciembre 2010



Composición del precio interno  
2007 - 2010





No obstante la corrección del nivel de la prima del café colombiano, durante 2010 el 22% del precio interno publicado por la Federación estuvo determinado por el comportamiento del diferencial en los mercados internacionales. Esta circunstancia provocó un incremento en el nivel de exposición a la volatilidad del mercado.

Por su parte, en 2010 la revaluación del peso colombiano fue de 6%, motivo por el cual la tasa de cambio permaneció casi la totalidad del año por debajo de \$2.000, alcanzado niveles mínimos de \$1.786 en octubre.

El comportamiento del precio del café en la Bolsa de Nueva York y el alto nivel de la prima del café colombiano permitió que el precio interno base publicado por la Federación durante 2010 se mantuviera por encima de \$650 mil por carga de 125 kg. En efecto, el precio promedio durante el año fue \$754 mil, con respecto a \$658 mil en 2009.



Tasa Representativa del Mercado vs. Precio interno del café  
2007 - 2010





# Comercialización sostenible y con valor agregado



## Avances

en 2010

42%

de la cosecha nacional fue adquirida por las Cooperativas de Caficultores

53%

de las exportaciones del FoNC corresponde a cafés especiales, procesados e industrializados

19%

de los caficultores hacen parte de los programas de cafés sostenibles de la FNC

40USD/libra

pagados al caficultor de Nariño ganador de la VII Taza de la Excelencia

90%

de la producción de Buencafé se exporta a mercados internacionales



Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Transferencia de precio al caficultor

Gracias a la institucionalidad cafetera, en 2010 el porcentaje de transferencia de precio internacional al productor continuó en niveles superiores a los registrados para cafés de otros orígenes. Este valor es el resultado del esfuerzo financiero del Fondo para garantizar el mejor precio al caficultor por su café. Así, en 2010, los productores colombianos recibieron en promedio el 94% del precio reconocido en el mercado internacional por el café colombiano.

Asimismo, la política de comercialización ha permitido que el precio efectivamente pagado al caficultor por el café adquirido por el FoNC sea superior al precio interno base de compra. En efecto, en 2010, el precio promedio pagado por el FoNC fue 6% superior al precio promedio base de compra registrado en el mismo período del año anterior. También en 2010, resultado del comportamiento del mercado, el precio pagado por el FoNC alcanzó niveles cercanos al millón de pesos por carga.

De otra parte, cuando se compara el nivel de precio pagado por el FoNC en 2010 con respecto al año anterior, se obtiene que los caficultores

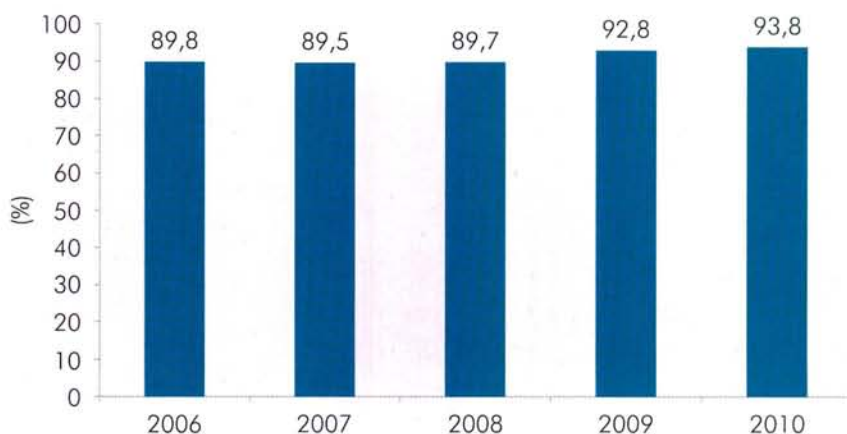
que le vendieron su café a la institucionalidad cafetera recibieron en promedio 10% más que en 2009.

En 2010 se consolidó la metodología de almendra sana como el sistema para la valoración del café, debido a los beneficios percibidos a través de ella. En efecto, mientras bajo el sistema de factor de rendimiento, meto-

dología de valoración anteriormente aplicada, el precio de un kg. de café pergamino seco hubiera sido \$6.475, con la aplicación del método de almendra sana, se pagaron \$110 más por cada kg. En 2010, esta diferencia de precio significó ingresos adicionales para la cadena de comercialización del café y los productores equivalentes a \$16 mil millones.

**Durante 2010, los productores que vendieron su café al FoNC recibieron en promedio el 94% del precio internacional reconocido por el café colombiano**

Transferencia del precio internacional al cafetero colombiano  
2006 - 2010





Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Cooperativas de caficultores

**D**urante 2010, operaron 35 Cooperativas con una red de 541 puntos de compra. Para cumplir con la función de garantizar la compra del café, estas entidades cuentan con los recursos de la línea de financiamiento del FoNC, y durante 2010 el 49% de sus compras fueron efectuadas a través de la misma.

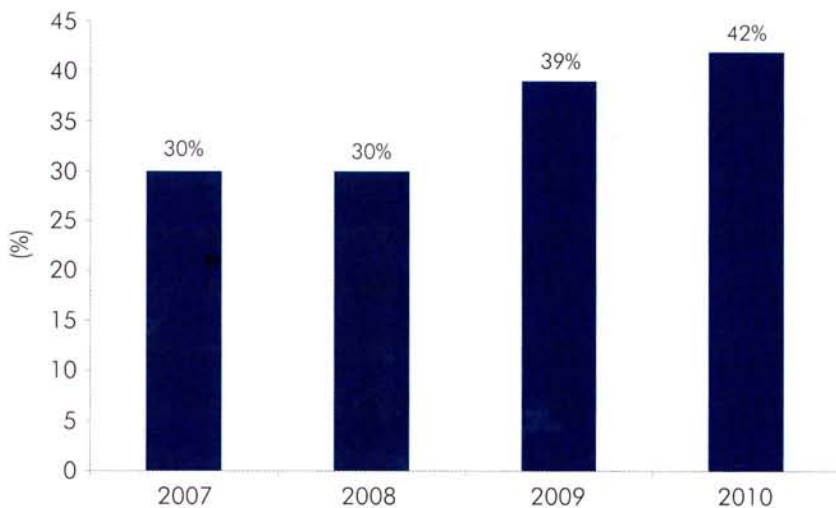
Asimismo, la FNC apoya la labor de las Cooperativas a través de la entrega de apoyos económicos determinados en función del cumplimiento de las metas de entregas de café al FoNC y la mayor transferencia de precio posible a los productores. En 2010, estos incentivos representaron \$5.000 millones de ingresos adicionales para las Cooperativas. Para fortalecer la Garantía de Compra, premiar la fidelidad y aumentar la participación de las Cooperativas en su área de influencia, en los próximos meses, se ajustará el sistema de incentivos. Vale la pena resaltar que bajo este nuevo esquema la mayor transferencia de precio y la transparencia, continuarán jugando un papel importante.

En 2010, las Cooperativas mantuvieron su participación en la compra de la cosecha mediante la adquisición del 42% de la producción registrada.

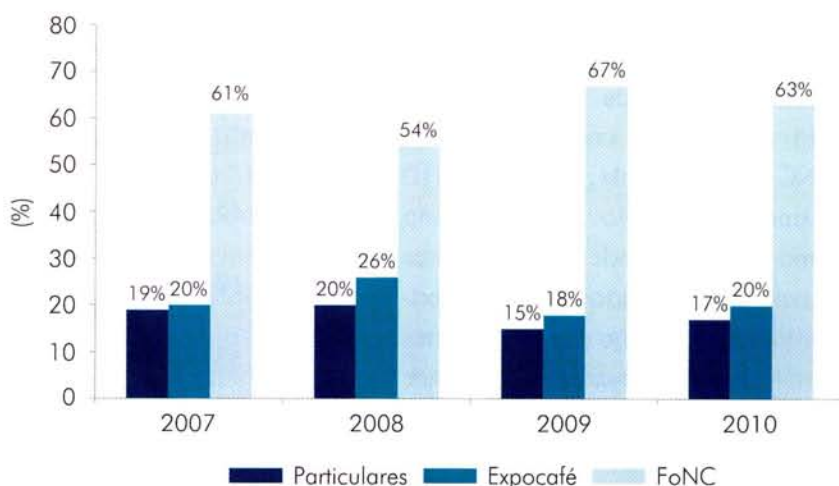
Por su parte, el porcentaje de entregas al FoNC aumentó, como resultado de la estrategia de compra re-

lacional, el establecimiento de los coordinadores regionales de compra y el trabajo mancomunado.

Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha  
2007 - 2010



Participación del FoNC en las compras de Cooperativas  
2007 - 2010





Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Almacafé

Gracias a la exitosa implementación de la tecnología de Identificación por Radio Frecuencia - RFID en el desarrollo de la plataforma Bean Track, Almacafé se hizo merecedor del premio internacional "RFID Journal 2010" en la Categoría al Mejor Uso.

Adicionalmente, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio concedieron a la Oficina de Calidad de Café, la acreditación para el control de calidad de café bajo la norma técnica ISO/IEC 17025:2005, convirtiéndola en el primer laboratorio de ensayos de café en el mundo que la obtiene. Este resultado consolida aún más el reconocimiento mundial del que goza Almacafé S.A. como autoridad idónea en el análisis de producto.

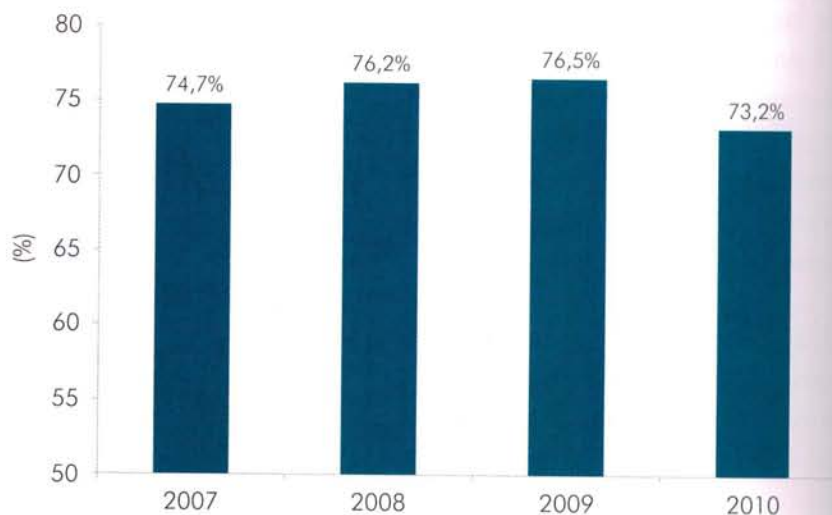
De otra parte, en 2010, Almacafé adquirió 13,6% más de café (estándar, especiales, excelsos y coproductos) para atender los compromisos del FoNC. No obstante, durante 2010 el aprovechamiento de la materia prima se vio afectado por problemas de calidad, originados durante el primer trimestre del año por condiciones climáticas desfavorables en las zonas cafeteras, que provocaron la disminución del tamaño de los granos y el aumento de la broca. Por su parte,



en el segundo semestre debido a la llegada del fenómeno de la Niña se produjo un incremento de la roya en aquellas zonas sembradas en variedades susceptibles, con consecuencias sobre la calidad del grano.

Como resultado, el rendimiento el indicador de rendimiento en trilla mostró una caída inesperada al pasar de 76,5% en 2009 a 73,2% en 2010.

Indicador de rendimiento en trilla  
2007 - 2010





Transferir el mejor precio posible al productor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Estrategias de administración del riesgo



**D**urante 2010, se continuó aplicando la estrategia de administración activa del riesgo orientada a optimizar el portafolio de instrumentos asociado a la operación comercial del FoNC y a incrementar su competitividad y rentabilidad. Dada la coyuntura de menor oferta y los niveles altos de diferencial, se aplicaron las siguientes medidas:

- Disminución del riesgo asociado a la volatilidad del precio: i) Se modificó la estrategia de fijación de precios, logrando que importantes clientes como Nespresso e Illycaffè asumieran el riesgo asociado a las fluctuaciones del diferencial de calidad del café colombiano en los mercados internacionales; ii) Se disminuyó la brecha de tiempo entre el momento de la compra y la venta de café por parte del FoNC.
- Implementación de un sistema de cuantificación de riesgos del FoNC: durante 2010 la Federación trabajó en una herramienta para la modelación estadística de los riesgos y la cuantificación del aporte de cada actividad del FoNC, al valor total de riesgo, y el cual entrará a operar durante el primer trimestre de 2011.

- Puesta en marcha de una estrategia para manejar activamente los cambios de posición: a través de ella es posible manejar de manera más controlada las órdenes de pedido y el inventario de los contratos de venta a futuro del FoNC.

**Contrato de Protección de Precio -CPP:** este instrumento permite garantizarle al caficultor un precio mínimo de \$650 mil/carga para que proteja hasta el 50% de su cosecha.

En su labor de fomentar la creación de una cultura de administración de riesgo entre los participantes de la cadena de comercialización del café, la FNC continuó divulgando y ofreciendo este instrumento a través del Servicio de Extensión. Entre enero y

diciembre de 2010, se han cubierto 2.164 cargas por \$1.406 millones.

**Contrato de compra de café con entrega a futuro:** ante la volatilidad de los precios internacionales observada en 2010, la Federación decidió limitar las compras para entrega a futuro, y su relanzamiento se ha postergado para 2011, cuando se espera que el mercado goce de una mayor estabilidad y la curva de precios exhiba un comportamiento normal.



Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Ventas de café con valor agregado

En 2010 la FNC continuó ejerciendo su función comercial y fomentando la exportación de cafés con valor adicional al verde estándar a través de los proyectos que hacen parte de su estrategia de valor agregado (cafés especiales, Buencafé y Procafecol).

Una consecuencia directa de la puesta en marcha de esta estrategia es el cambio en la composición de las exportaciones de café del país. Mientras a comienzos de la década tan sólo el 9% de los embarques de café estaba representado por cafés con valor agregado, en 2010 el 31% del volumen exportado correspondió a cafés especiales, procesados e industrializados.

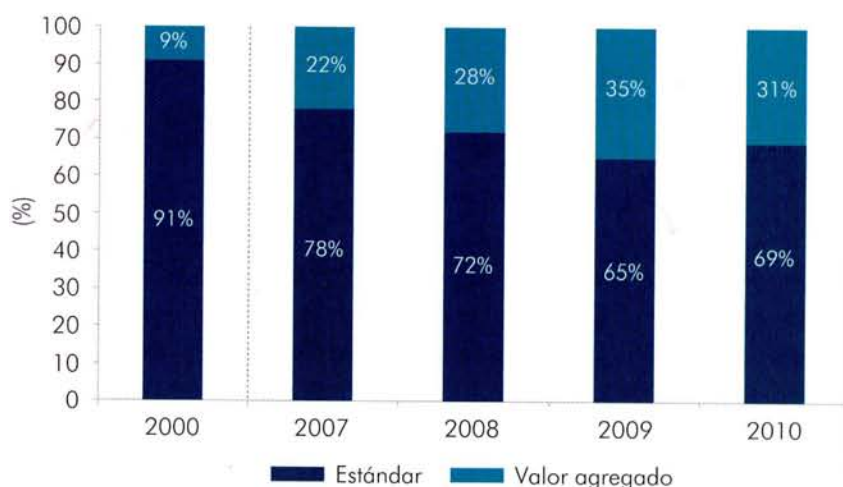
En el caso del FoNC este incremento es aún más notorio. Mientras en 2000 el 12% de las exportaciones correspondieron a cafés con valor agregado en 2010, esta cifra ascendió a 53%.

Asimismo, en 2010 los cafeteros recibieron USD10,3 millones adicionales por concepto de sobrepagos por la venta de cafés especiales, equivalentes a un promedio de 7,46USD¢/libra por encima del precio del café estándar. Este resultado es muy importan-

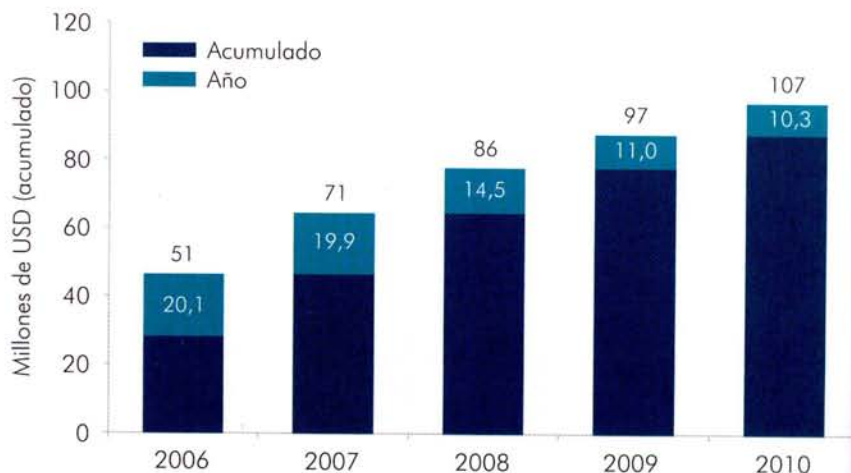
te si se tiene en cuenta que durante 2010, los altos niveles de precio del café estándar colombiano hicieron

más difícil reconocer mayores niveles de precio a los productores de cafés especiales.

Participación de las exportaciones por tipo de café  
2000, 2007 - 2010



Sobrepagos pagados al productor por la comercialización de cafés especiales  
2006 - 2010





Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Cafés especiales

En el año 2010, las exportaciones de cafés especiales llegaron a 750 mil sacos, lo que representa una disminución de 24% frente al mismo período del año anterior. Este comportamiento obedeció principalmente a los menores sobrepuestos reconocidos por los cafés certificados y verificados en comparación con el precio del café estándar colombiano.

No obstante, los anteriores resultados, los cafés especiales continuaron siendo muy importantes en la agregación de valor al caficultor gracias a que cuentan con una excelente acogida por parte de los tostadores y consumidores. En efecto, a pesar

de las complejidades exhibidas por el mercado, los programas de cafés sostenibles de la Federación presentaron un crecimiento importante gracias al cual en la actualidad se cuenta con 103.124 productores participantes, 91 mil más que en 2006.

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos en 2010, en cuanto a certificación y verificación de café.

**Nespresso AAA:** en la actualidad están vinculados a este programa más de 27 mil caficultores de Cauca y Nariño que producen cerca de 156 mil sacos de café en 29 mil has. bajo este estándar de verificación. De es-

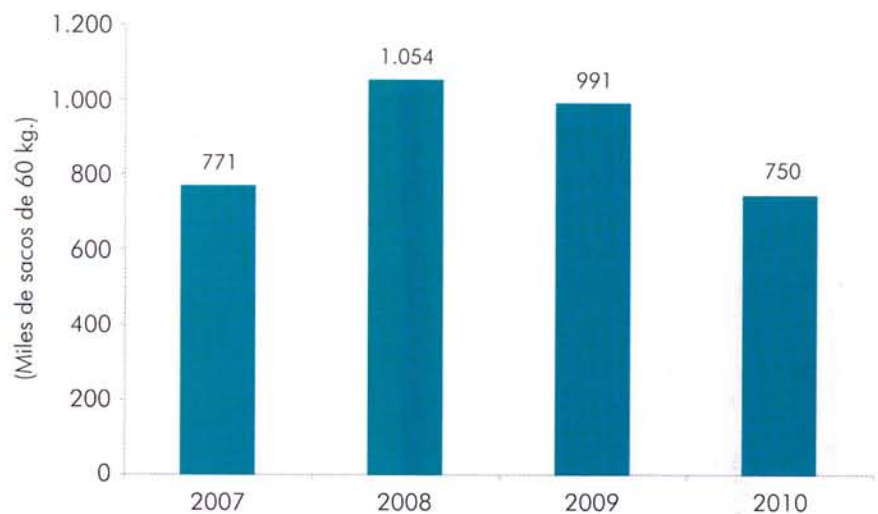
tos productores, 7.300 lograron vincularse durante 2010.

Para beneficiar estos productores con programas de renovación, fertilización y certificación para la producción de café, entre otros, la Federación, Nespresso y Rainforest Alliance establecieron una alianza para los próximos 10 años.

**Código 4C:** entre 2009 y 2010, se vincularon 10 mil caficultores adicionales, para un total de 35 mil productores en Caldas, Risaralda, Valle, Santander, Antioquia, Quindío, Huila, Cundinamarca, Norte de Santander y Tolima.

14% del área cultivada en café en Colombia produce cafés sostenibles

Exportaciones de cafés especiales  
2007 - 2010





## Cafés especiales

**Programas de certificación:** en la actualidad 40 mil fincas del país tienen un potencial de producción de más de un millón de sacos de café en cerca de 130 mil has. certificadas. Durante 2010 las actividades adelantadas en este frente incluyen:

- Con el apoyo de la Federación, se continuó la ejecución de programas para la doble certificación con sellos (RFA + Orgánico y FLO + Orgánico). En la actualidad 1.694 fincas cuentan con esa doble certificación.
- Se implementó un nuevo programa para la doble certificación UTZ + Orgánico en 136 fincas con un área de 1.124 has.
- Se certificaron cuatro Cooperativas de Caficultores bajo el estándar FLO en Antioquia (2), Huila (1) y Caldas (1).

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

**VIII Taza de la Excelencia:** en esta versión, realizada en el marco de ExpoEspeciales Nariño 2010, se inscribieron 875 lotes provenientes de 10 departamentos del país, de los cuales resultaron escogidos 20 que fueron subastados por internet a 76 compradores de cafés gourmet en el mercado internacional.

En esta ocasión todos los lotes se vendieron a un precio promedio de USD12,4/libra, que corresponde a la cotización más alta obtenida en los nueve países productores donde se lleva a cabo esta competencia. Asimismo, se destaca el precio pagado al caficultor de Buesaco (Nariño) ganador de la competencia (USD40/libra) y cuyo café recibió una calificación de 94,9/100, que le mereció ser considerado por los jurados como un café casi perfecto.

**ExpoEspeciales Nariño 2010:** realizado en Pasto, este evento contó con la asistencia de más de cinco mil personas y 50 clientes y conferencistas internacionales. Durante la feria se dio inicio a la exposición fotográfica itinerante desarrollada con motivo de los 50 años de Juan Valdez.

Igualmente, se realizó el II Campeonato Nacional de Catadores y el Foro del Código Común para la Comunidad Cafetera 4C.

**Campeonato Mundial de Baristas 2011:** en el mes de junio de 2011 se realizará por primera vez el Concurso Mundial de Baristas en un país productor. En febrero de 2010, en el marco de la III Conferencia Mundial del Café realizada en Guatemala, Colombia fue escogida como sede de este importante campeonato que reunirá más de 60 países en competencia, para elegir el mejor barista del mundo. La Federación Nacional de Cafeteros y su feria de cafés especiales, ExpoEspeciales serán los anfitriones de este evento de relevancia internacional.

Productores participantes en programas de café sostenibles  
2004 - 2010





Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Buencafé Liofilizado de Colombia

Fiel al principio de renovación permanente, Buencafé continuó mejorando integralmente sus procesos, productos y servicios en la búsqueda de la sostenibilidad y la competitividad. Esa excelencia ha permitido que la Fábrica exporte a los mercados internacionales el 90% de su producción.

En 2010, la Fábrica se destacó como una empresa ambientalmente sostenible, al ser la primera del país en alcanzar la certificación de su inventario de gases efecto invernadero - GEI bajo la norma internacional ISO 14064.

En el año 2010 la producción empaçada de Buencafé ascendió a 8.610 toneladas, 10% más que durante el año 2009, distribuidas por tipo de producto de la siguiente manera: café liofilizado estándar (84%), café preparado para otras marcas (maquila) (6,2%), descafeinado (6,3%) y otros productos especiales (3,4%).

Como resultado las ventas de Buencafé ascendieron a 8.845 toneladas (USD110,8 millones), 11% más que lo registrado en 2009. De estas ventas la gran mayoría llega a los mercados de Europa Occidental (29%), Europa Oriental (24%), Norteamérica (23%), Asia-Pacífico (11%), Colombia (9%) y otros (4%).

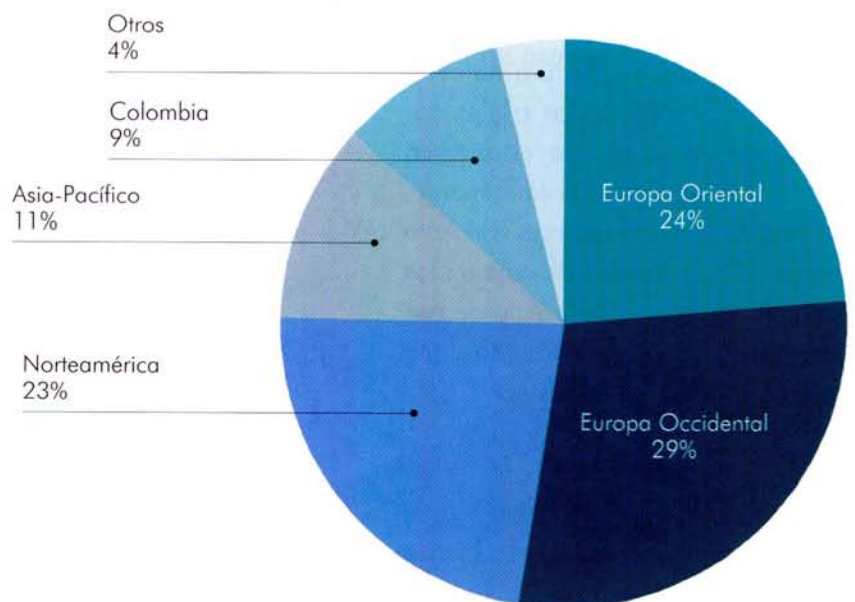
A pesar que 2010 marcó la recuperación de la producción de la Fábrica, los ingresos se mantuvieron en niveles similares a los registrados en 2009, debido a la profunda revaluación del peso colombiano y el incremento en el costo de ventas ocasionado por el incremento en el precio del café, materia prima de todos los productos de la Fábrica.

Por tales motivos, Buencafé ha diseñado una estrategia de cobertura de sus ingresos denominados en dólares y de su costo de ventas denominado en pesos. Adicionalmente, gracias a la implementación de nuevas prácticas y tecnologías se han obtenido

mayores eficiencias en el proceso productivo en cuanto a la utilización de la materia prima, con la consecuente disminución de los costos de producción.

Finalmente, 2010 fue un año muy positivo para la apertura de nuevos mercados para Buencafé, pues la Fábrica cerró negocios en Australia, Nueva Zelanda, China e Indonesia con producto empaçado en frascos, bolsas y a granel. Esto significa la exportación de un millón de frascos anuales con destino a 850 supermercados en Australia, la presencia en 150 puntos de venta de Nueva Zelanda y 210 en China.

Ventas Buencafé por destino  
2010





Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Procafecol

Los primeros años de la compañía estuvieron orientados a su desarrollo y consolidación tanto en Colombia como en el ámbito internacional. Por tal motivo, durante 2010, Procafecol se concentró en tres objetivos fundamentales: i) La optimización de la operación en Colombia, España y Estados Unidos, ii) La optimización de los procesos internos, iii) El re-direccionamiento de la compañía hacia el crecimiento sostenible.

A escala internacional, Procafecol se ha fortalecido gracias al éxito logrado en Ecuador y Chile, mercados en los que su estrategia de penetración ha estado concentrada en la apertura de nuevas tiendas y el posicionamiento de sus productos en las grandes superficies. De esta forma, se dinamizó la distribución y comercialización del café Premium colombiano alrededor del mundo, con la apertura de ocho tiendas en el exterior, las cuales corresponden a la alianza estratégica establecida en Ecuador. Igualmente, en Estados Unidos continúa con éxito la apertura de tiendas de café en los aeropuertos de mayor tráfico de ese país, bajo el acuerdo suscrito con la cadena minorista Newslink.

Por su parte, en Colombia desde 2009 se inició el proceso de reubicación de tiendas con baja rentabilidad. Gracias

a ello, durante 2010, se abrieron tres tiendas en lugares con mayor afluencia de público y en el marco de la celebración de los 50 años de Juan Valdez se realizó el relanzamiento de la Tienda Insignia ubicada en el Hotel JW Marriot de la calle 73 en Bogotá. Estas tiendas cuentan con diseños innovadores, para hacer del consumo en las tiendas Juan Valdez® una experiencia única.

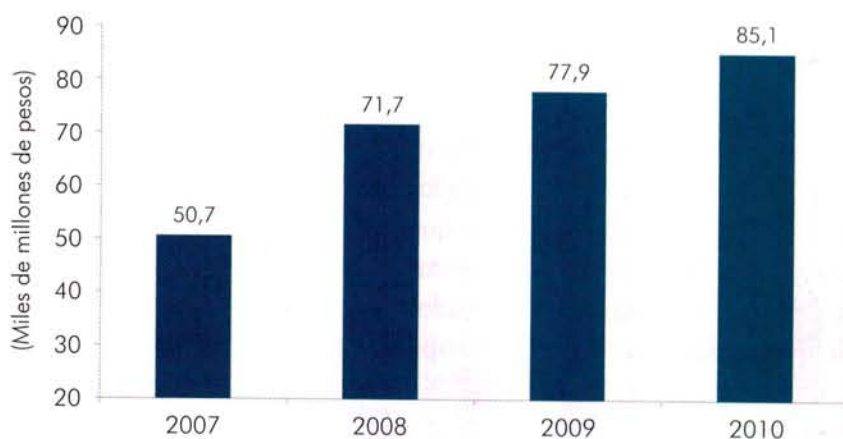
Del mismo modo, la presencia del café Juan Valdez® en el canal de grandes superficies se ha visto reforzada gracias a la consolidación de 3.569 puntos de venta en ocho países.

En Colombia, el café Juan Valdez® cuenta con presencia en los almace-

nes de cadena y las grandes superficies más representativas, circunstancia que le ha permitido posicionarse como la marca líder dentro del segmento de café Premium. En efecto, estudios de mercadeo realizados por Nielsen indican que dentro de las categorías de café tostado y molido y café instantáneo, la marca con mayor incremento en volumen durante 2009 y 2010 fue Juan Valdez® café con tasas de 11,4% y 7,5%, respectivamente.

Finalmente, en el canal institucional se destaca la firma del convenio con la cadena de hoteles JW Marriot para promover la venta de café empaquetado y Pods en los hoteles de la cadena.

Ventas totales tiendas Juan Valdez®  
2007 - 2010





Gracias a estas realizaciones, la gestión de la compañía ha sido uno de los principales promotores del cambio en la dinámica de consumo de café en Colombia y el motor de crecimiento para alcanzar ventas 9% superiores a las registradas en 2009.

En 2010, el número de visitantes de las tiendas Juan Valdez® ascendió a 31 millones de personas, que sumadas a los consumidores que han disfrutado del sabor del café colombiano desde la creación de la primera tienda, equivalen a la no despreciable suma de 127 millones de personas. Este es un claro reflejo de la acogida y la popularidad de la marca.

Desde sus inicios hasta 2010 la marca Juan Valdez a través de las diversas iniciativas de Procafécol, ha generado ingresos por \$19,8 mil millones por concepto de regalías, que se reinvierten en proyectos de impacto social y

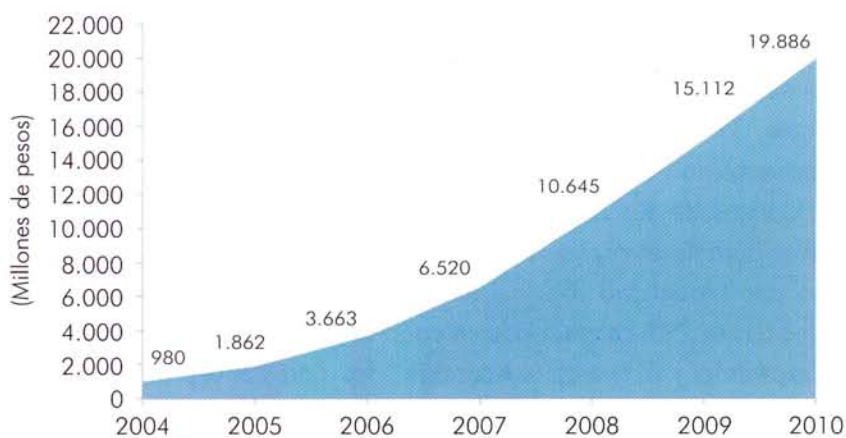
económico para el beneficio de las 553 mil familias cafeteras del país. Esta cifra demuestra que la estrategia de escalar en la cadena de comercia-

lización es efectiva en capturar mayor valor y garantizar la sostenibilidad del ingreso de los cafeteros.

### Número de visitantes tienda Juan Valdez 2003 - 2010



### Regalías pagadas acumuladas por Procafécol 2004 - 2010



**\$19,8**  
mil millones en  
regalías para  
el FoNC se han  
generado a través  
de Procafécol



Ofrecer a clientes y consumidores un portafolio innovador que se adapte a las necesidades del consumidor

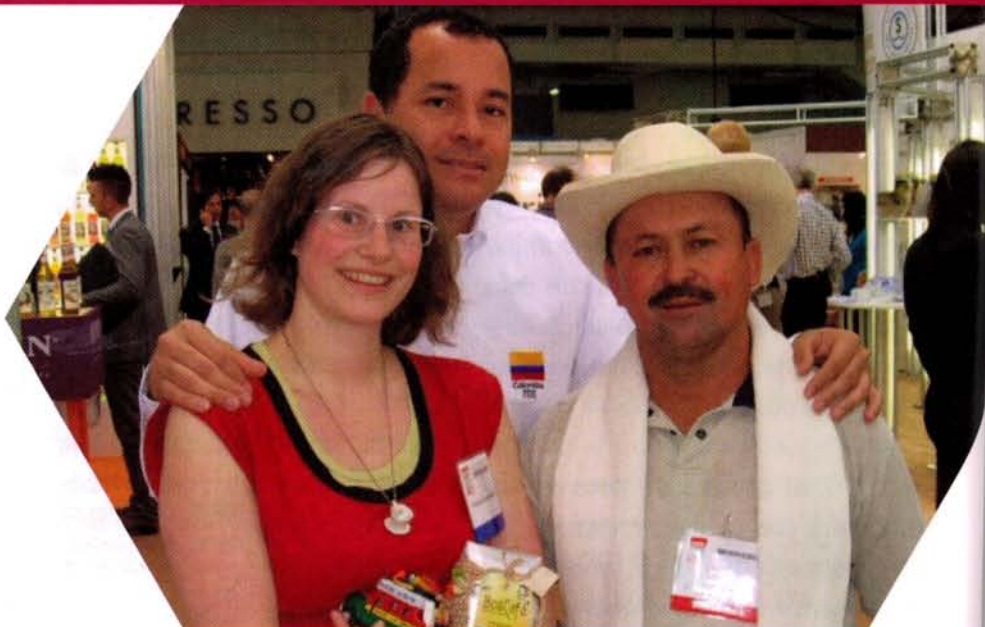
Comercialización sostenible y con valor agregado

## Comercialización de café con servicios complementarios

La inestabilidad e incertidumbre mostrada por los diferenciales del café colombiano, hicieron necesario que la Federación mantuviera una actitud prudente para el cumplimiento de sus compromisos comerciales. Esta política le permitió, mantener su base de clientes, dando prioridad a aquellos considerados estratégicos y que incluyen tostadores y comercializadores a quienes ofrece un portafolio innovador de productos adaptado a sus necesidades.

Para ello, la FNC fomentó la realización de visitas de los clientes en las regiones cafeteras colombianas para promover su fidelidad. Durante 2010, se recibieron más 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 hasta las fábricas de sus clientes. Gracias a ello, durante el año se entregaron bajo esta modalidad 390 mil sacos, de los cuales 29% corresponden a cafés especiales y 71% a cafés estándar.



### **Sistema de trazabilidad Bean Track:**

a través de este sistema, la FNC suministra información a sus clientes sobre el origen del café que compran. Dentro de los aspectos contemplados, se incluye información social, ambiental y económica asociada a la producción de café, que resulta muy valiosa al momento de diseñar estrategias de promoción en cada uno de sus mercados.

En la actualidad Bean Track se utiliza fundamentalmente en los programas de cafés sostenibles Orgánicos, Rainforest Alliance, Comercio Justo, UTZ, AAA Nespresso y 4C.

### **Cafés con conceptos innovadores:**

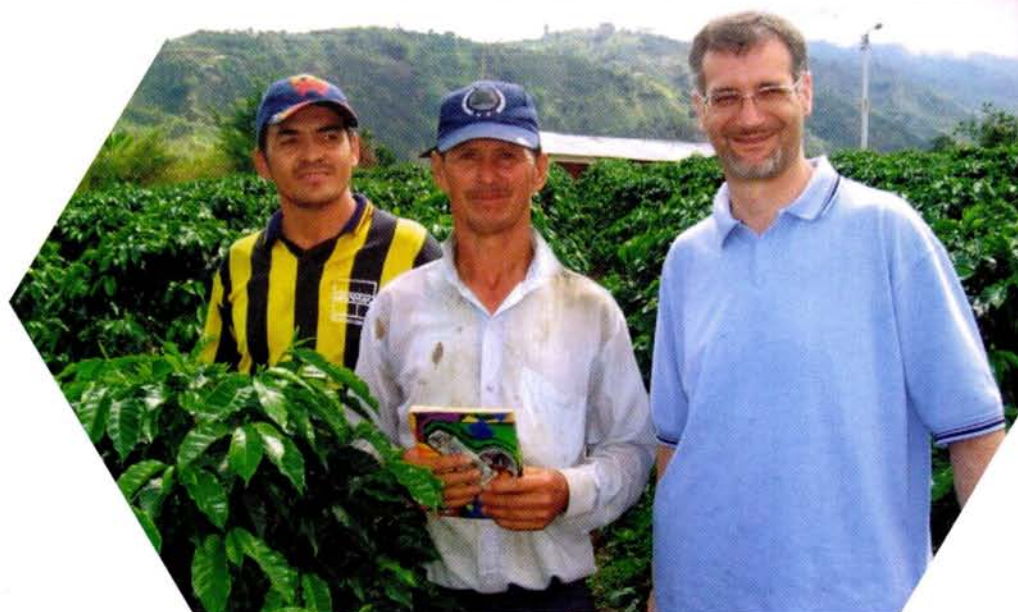
La FNC ofrece a sus clientes cafés con conceptos innovadores que

permiten acceder a otros nichos de mercado y generar mayor valor a los productores. Ejemplos de este tipo de café son:

- ❑ **Micro-lotes de café:** se trata de embarques de café con características de calidad muy 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 por ella. Durante 2010, se exportaron 66 micro-lotes, con precios que oscilan entre 2,42 y 6,73USD/libra. Valga la pena destacar que los sobrepagos pagados por los compradores fueron 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 dentro de los cuales en 2010 se destacaron: i) El café illyssimo en lata desarrollado en alianza con illy caffè y Coca-Cola para los exigentes mercados de Italia y Japón, ii) Las cápsulas de café illy, que permiten disfrutar de manera individual café de variados perfiles, orígenes y certificaciones, iii) Cafés de preparación especial para clientes como Dunkin Donuts y Dolce Gusto.



**CAFECERT:** entre agosto de 2008, momento en el que inició su actividad como entidad certificadora de la Indicación Geográfica Protegida Café de Colombia, y diciembre de 2010, CAFECERT ha otorgado 31 certificaciones a 69 cafés pertenecientes a ocho operadores (tostadores y solubilizadores), de los cuales seis desarrollan su actividad industrial en Europa y dos lo hacen en Colombia.

En 2010, CAFECERT recibió su acreditación como Organismo de Certificación de Producto conforme a la Guía ISO/IEC 65:1996 por parte del Organismo Nacional de Acredita-

ción Colombiano-ONAC, cumpliendo así con los requisitos establecidos por la normatividad de la Comunidad Europea y la colombiana en cuanto al otorgamiento de uso de la Indicación Geográfica Protegida y la Denominación del Origen.

Gracias a esta acreditación, CAFECERT estará en disponibilidad de prestar, adicionalmente a la certificación de Indicación Geográfica Protegida (IGP), el servicio de certificación de los cafés colombianos de consumo interno que opten por el uso de Denominación de Origen Café de Colombia. Para el cumplimiento de estas actividades cuenta con laboratorios certificados bajo la norma ISO/IEC 17025:2005 o trabajando conforme a ella.



Penetrar y  
consolidar nuevos  
mercados

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## El café de Colombia en mercados emergentes

Con el objetivo de penetrar y consolidar nuevos mercados y aprovechar las oportunidades que ofrecen los países emergentes, la Federación emprendió en 2010 diferentes acciones, dentro de las que se destacan las siguientes:

El cierre de negociaciones de Buencafé en Australia, Nueva Zelanda, China e Indonesia para la venta de producto empacado en frascos, bolsas y a granel. Esto significa la exportación de un millón de frascos anuales de la marca Select con destino a 850 supermercados de la cadena Woolworths en Australia; la presencia en 150 supermercados de Nueva Zelanda y en China la venta anual de 70 mil frascos de Buendía en cerca de 210 supermercados. A su vez, en Corea la presencia del café de Colombia se ha fortalecido a través del programa 100% Café de Colombia, la venta de café liofilizado y los productos comercializados bajo la marca Juan Valdez®.

De otra parte, la Federación ha continuado fortaleciendo su participación en el mercado de Rusia, tanto en el segmento de los productos industrializados como en café verde. Gracias

a ello, la caída en las ventas de Rusia ha sido minimizada por el dinamismo de los clientes de la Federación, quienes expandieron sus líneas de comercialización a otros países de la zona CIS, entre ellos Ucrania.

Debido a lo anterior, el producto hecho de café 100% colombiano elaborado por Buencafé se vende bajo la marca "Charna Karta", no sólo en Rusia sino en Ucrania y muy prontamente en Bielorrusia.

Adicionalmente, en 2011 se lanzará un nuevo producto hecho de café 100% colombiano, tostado y molido distribuido inicialmente en el mercado Ruso bajo la marca Roberto Totti. Asimismo, la marca "Jardín - Mede-

llyn Excelso" que comercializa café tostado y molido y liofilizado goza de amplia presencia en el mercado ruso.

Otro hecho relevante para aumentar la presencia del café de Colombia en Europa es la interlocución con Costa Coffee (líder en el segmento de cafeterías en el Reino Unido y otros destinos, con más de mil establecimientos), Taylor's of Harrogate (empresa británica líder en temas de responsabilidad social corporativa), y otros tostadores especializados como Kaffa y Solberg & Hansen en Noruega, lo cual permite que el café colombiano esté en el portafolio de entidades que han sobresalido por su innovación, calidad y compromiso con la sostenibilidad.





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.

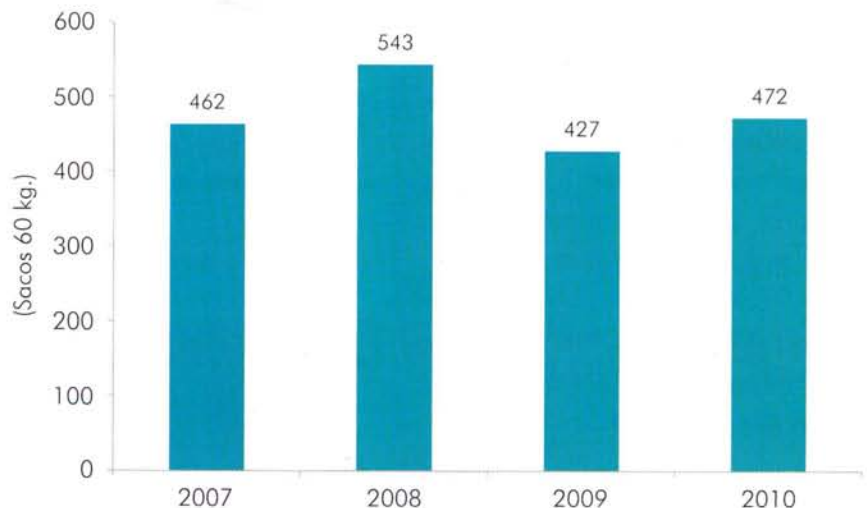
En 2010 generó un complejo reto para este programa, puesto que con ocasión de las altas primas registradas por el café colombiano, muchos tostadores vieron disminuida su rentabilidad en la distribución de sus marcas. No obstante, gracias a la labor de la Federación, los resultados de las actividades desarrolladas han sido satisfactorios, pues durante el año se vincularon o renovaron las licencias de marca ingrediente de 58 tostadores en todo el mundo.

Asimismo, el volumen de café colombiano exportado hacia los mercados emergentes ha crecido a una tasa de 8% anual y en 2010, fue 10% superior al registrado en 2009.



## 10% crecieron las exportaciones de grano colombiano a mercados emergentes para el café

Exportaciones de Colombia a mercados emergentes  
2007 - 2010



Incluye: Rusia, China, Turquía, Siria, Argelia, Corea del Sur, Israel, Nueva Zelanda y Sudáfrica.



Fomentar el consumo de café en el mercado interno

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Programa de fomento al consumo interno

La alianza constituida por la Federación y representantes de la industria tostadora del país ha contribuido positivamente a dinamizar el consumo de café en el país a través de la puesta en marcha de una serie de actividades, dentro de las cuales se destacan:

- El lanzamiento de la primera campaña publicitaria, bajo el lema **La vida es mejor cuando tienes cuerda. ¿Necesitas más cuerda? Toma café**, que ha despertado emociones positivas y sensaciones que asocian el café a un estilo de vida joven y vital. De manera paralela, se ha trabajado en educar al consumidor sobre la cultura del café para dar más motivos y ocasiones de consumo.
- La puesta en marcha de diversas iniciativas de sensibilización y reposicionamiento, que incluyen talleres de formación a comunicadores, ruedas de prensa y visitas a los principales editores y medios de comunicación impresa del país. Más de 200 publicaciones, emisiones de radio y televisión en los principales medios nacionales

y regionales, han ofrecido al café espacios de promoción de consumo, cuya valorización supera con creces la inversión realizada hasta la fecha.

- El desarrollo de una agenda de gastronomía, bienestar, denominación de origen y cultura de café que asocia el café a un estilo de vida activo y saludable.
- El servicio de divulgación científica sobre el café y la salud, **Café y ciencia**, que, gracias a las alianzas con las sociedades científicas ha llegado a ocho mil profesio-

nales de la salud mediante conferencias dictadas por especialistas, en el marco de los principales congresos médicos.

De este modo, después de realizar una investigación entre más de 350 profesionales de la salud de 12 ciudades del país y contar con información sobre sus percepciones acerca del consumo de esta bebida, se lanzó el servicio [www.cafeyciencia.org](http://www.cafeyciencia.org), cuyo objetivo es acercar a médicos y nutricionistas a información actual sobre café y salud y divulgar hallazgos sobre los beneficios funcionales y los efectos protectores del café para la salud.





Adicionalmente, la realización del primer seminario **Café y ciencia**, con la participación de 25 editores y comunicadores, como una estrategia de actualización que permite, a través de ellos, llevar los recientes hallazgos sobre café y salud a la comunidad.

El Programa ha desarrollado otra ambiciosa línea estratégica para hacer atractiva y rentable la distribución de café. **“El negocio con más cuerda”** busca elevar las competencias de empresarios y empleados en los canales, acelerar la innovación en el punto de venta alrededor de la cultura del café, promover mejores prácticas de preparación y aprovechar la capacidad multiplicadora de quienes preparan y venden el café en los canales, son algunos de sus objetivos.

Para este proyecto, el Programa en alianza con el SENA, que cuenta

con el apoyo de Acodrés, Cotelco y Fenalco y la asesoría de la Fundación Manuel Mejía, se desarrollaron los contenidos pedagógicos y manuales de capacitación para la formación complementaria de mil empresarios de tiendas y cafeterías. La Guía de Capacitación del Barista, manual para preparadores de café, también hace parte de esta iniciativa que ya cuenta con 700 empleados y per-

sonal de de mesa y bar de hoteles, restaurante y tiendas, candidatos a certificarse en normas de competencia laboral, en 16 ciudades del país. En esta misma línea, el Programa facilitó encuentros con más de 20 mil tenderos con actividades de sensibilización para la promoción de la venta sostenible del café y para más de mil supermercados líderes y grandes superficies.



Con el programa “Café y Ciencia” se han sensibilizado 8 mil profesionales de la salud acerca de los adelantos científicos sobre los efectos positivos del café en la salud



# Competitividad e innovación

# Avances

en 2010



82 mil

hectáreas renovadas durante 2010

Hasta 5 hectáreas

pueden ser renovadas por los pequeños caficultores a través de PSF

ICR de 30% y 20%

para ampliar los beneficios del PSF a medianos especiales y medianos productores

173 mil

caficultores beneficiados con Fertifuturo y FertiYá

80 mil

hectáreas de cafetales sembradas en variedades susceptibles se beneficiaron con el Plan de Choque contra la roya

37.807

caficultores han recibido beneficios a través de los programas de alivio crediticio y PADA



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Afianzar las prácticas de renovación

Para recuperar, estabilizar y aumentar la producción cafetera en Colombia, la Federación de la mano del Gobierno Nacional continuó afianzando la cultura de la renovación de cafetales a través de sus programas, mediante la entrega de apoyos e incentivos adaptados a las necesidades de cada tipo de tecnificación.

Así, entre 2008 y 2010 con la puesta en marcha del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF), orientado a la renovación por siembra de cafetales tradicionales o tecnificados envejecidos, se han renovado más de 58 mil hectáreas. A su vez, desde 2006 a través del Programa de Competitividad, destinado a la renovación de los cafetales tecnificados jóvenes, se han renovado más de 182 mil hectáreas adicionales.

Estos programas sumados a las áreas intervenidas por iniciativa propia de los caficultores, han permitido renovar un total de 363 mil hectáreas en los últimos cinco años en los 20 departamentos cafeteros.

En 2010, se renovaron en total 82 mil hectáreas, de las cuales el 63% corresponde a renovación por siembra tecnificada, el 30% renovación por zoca y el 7% nuevas siembras.

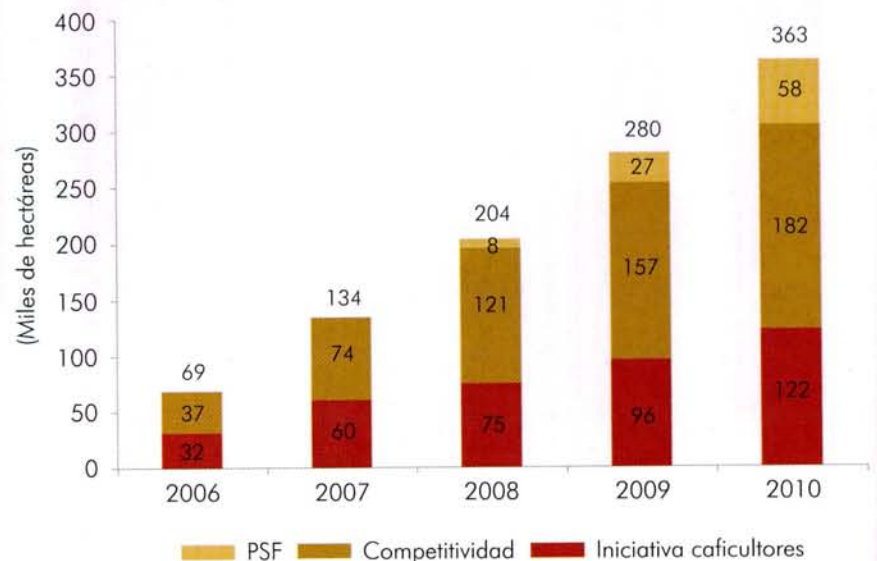
Como resultado de los programas de renovación la estructura de la caficultura se ha modificado significativamente. Los cafetales tecnificados que en 2006 llegaban al 54% hoy representan cerca del 69% del área total plantada, mientras que la densidad del cultivo aumentó de 5.198 árboles por hectárea en 2006 a 5.904 en 2010.

Asimismo, fruto de la renovación y el compromiso de los cafeteros con la actividad, se ha generado una redistribución de las áreas sembradas en café en los 20 departamentos cafeteros, que permitió la consolidación de

varios ejes que cosechan a lo largo del año café suave de alta calidad. Esta circunstancia ha convertido a Colombia en un proveedor de café fresco con diversidad de perfiles de taza, para satisfacer el gusto de los más exigentes consumidores en el mercado internacional.

No obstante lo anterior, todavía existe la necesidad de avanzar en el propósito de la renovación, así como de proteger la caficultura colombiana de los efectos de la roya presente en los cafetales sembrados con variedades susceptibles.

Áreas renovadas (acumulado)  
2006 - 2010





En este empeño resulta vital que dentro del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito con el Gobierno Nacional, se estableciera como una de las acciones estratégicas la renovación del porcentaje restante del área que aún persiste entre cafetales tradicionales, tecnificados envejecidos y tecnificados jóvenes en variedades susceptibles. La meta es renovar más de 600 mil hectáreas hasta 2015.



De esta manera, además de aumentar la productividad e inmunizar la caficultura de los efectos de la roya, se promoverá una revolución social en términos del ingreso percibido por los caficultores. Gracias a ello, se mantendrá la participación de Colombia en la producción mundial y su fama de proveedor confiable de café de alta calidad se verá reforzada, ante las perspectivas de una demanda cre-

ciente por cafés suaves en el mundo. Dentro de los resultados más sobresalientes que se espera alcanzar con el cumplimiento de dichas metas, se encuentra el avance en el grado de tecnificación de la caficultura, logrando que más del 90% del área sembrada en café en Colombia corresponda a cultivos tecnificados con una

densidad de 6.000 árboles por hectárea y edad promedio de 4,8 años. Asociado a las metas de renovación se buscará la ampliación del área cafetera por vía de la densificación en las fincas cafeteras. Esto permitirá que en Colombia se consolide a 2020 un parque cafetero compuesto por 6 millones de árboles.

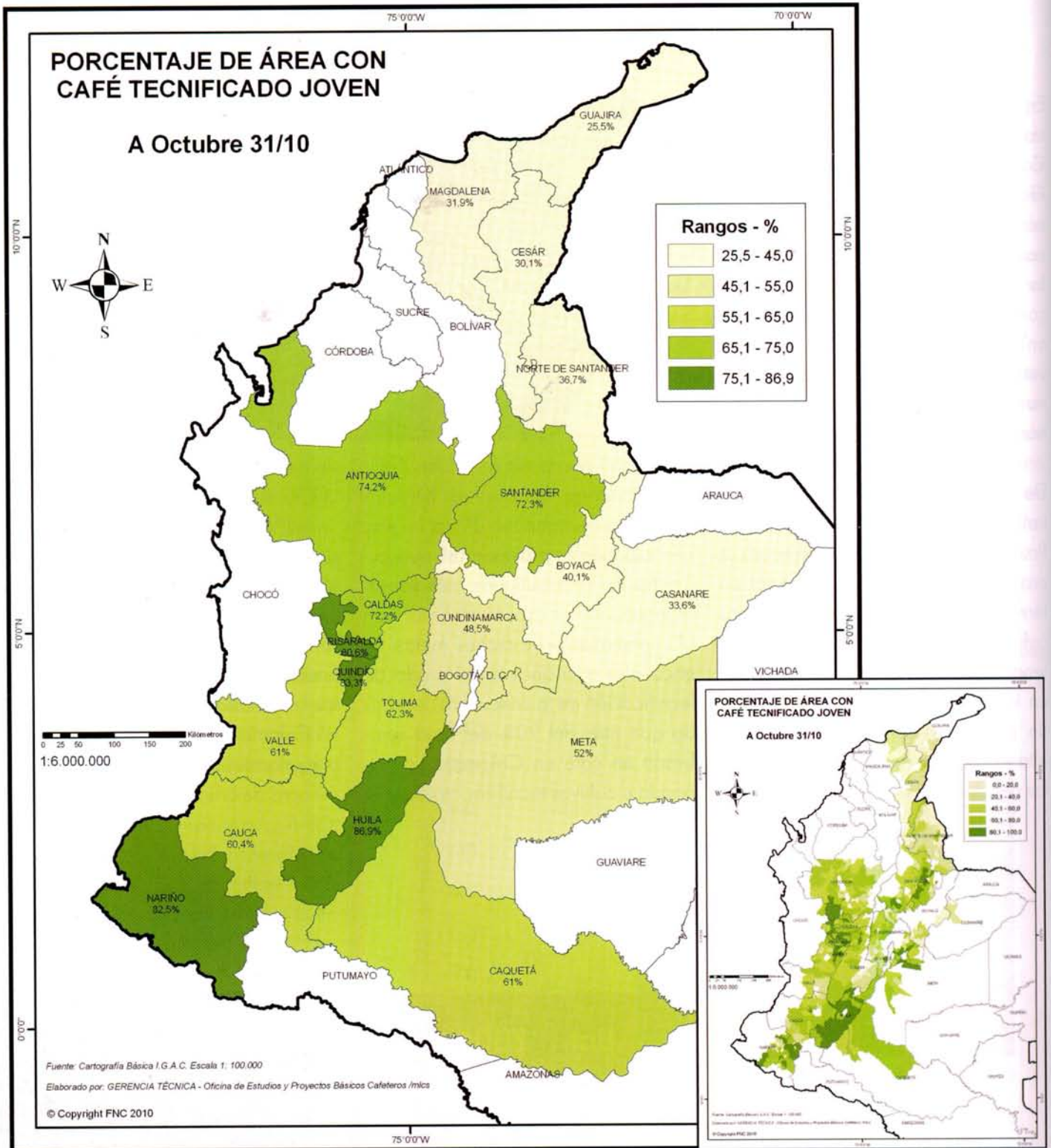
Entre 2006 y 2010 se renovaron **363** mil hectáreas de cafetales por zoca o siembra tecnificada



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

# Afianzar las prácticas de renovación





Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Competitividad de la caficultura

Este programa está orientado a estimular la renovación de cultivos tecnificados jóvenes para mantener su edad promedio en 4,8 años con una densidad cercana a los 6 mil árboles por hectárea.

En 2010, el programa reconoció un apoyo de \$140 por árbol renovado. Estos recursos se desembolsan a través de la Tarjeta o Cédula Cafetera Inteligente con destino único a la compra de fertilizante. Además, si el productor siembra el café intercalado con otros cultivos de pan coger como maíz, frijol o tomate en la misma área renovada o en un lote independiente, se entregan \$120 mil adicionales por hectárea para compra de fertilizante.

Para facilitar la ejecución de los recursos del incentivo otorgado por el Programa de Competitividad, los caficultores pueden utilizarlos para la compra de fertilizante a través de la plataforma de Banca Móvil para la realización de transacciones con la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente desde su celular.

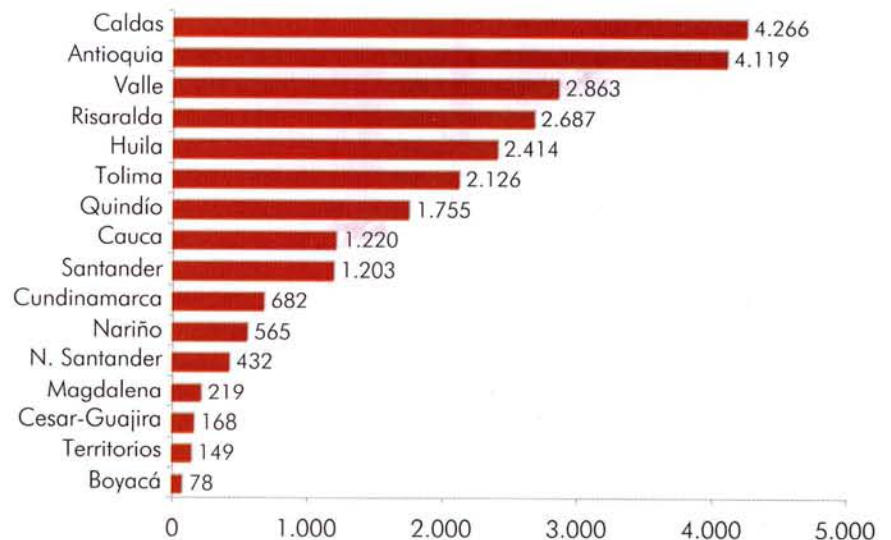
En los últimos cinco años se han renovado a través de este programa cerca de 182 mil hectáreas, de las cuales 25 mil se renovaron en 2010 con incentivos pagados por valor de \$20.227

millones para el beneficio de 34.556 caficultores.

Mantener la caficultura tecnificada en condiciones óptimas de producción a través del fomento a la renovación de los cafetales tecnificados jóvenes, ha sido fundamental para asegurar los niveles de productividad y la posición de Colombia en el mercado internacional.

Por esta razón, a partir de la entrada en vigencia del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito con el Gobierno Nacional, se modificó el reglamento del programa con el fin de impulsar aún más la tecnificación, restringiendo el otorgamiento de incentivos para aquellos cultivos renovados por siembra con variedades resistentes a la roya y para aquellos renovados por zoca hasta dos veces.

Hectáreas renovadas con incentivo  
2010



182 mil hectáreas renovadas por  
Competitividad en los últimos cinco años



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Permanencia, Sostenibilidad y Futuro - PSF



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

Para agilizar la ejecución del programa, ampliar su cobertura y los beneficios al caficultor, así como cumplir con las metas de renovación establecidas en el Acuerdo de Política por la Prosperidad Cafetera, de la mano del Gobierno Nacional se modificaron algunas condiciones del programa. Así, con la expedición de la circular reglamentaria P-19 de Finagro (Sep.23/10), se amplió el área objeto de renovación para los pequeños caficultores de 1,5 a 5 hectáreas. De esa manera se per-

mite que los productores reciban los beneficios del ICR en menos tiempo y aquellos afectados por la roya renueven la totalidad del área.

Vale la pena resaltar que con el aumento de área máxima a renovar por pequeño caficultor, no se modifican las condiciones financieras adoptadas desde su comienzo, para los créditos otorgados a través del PSF, a saber: ICR de 40%, garantía FAG y Fogacafé por el 100% del crédito

y pago de los intereses causados a lo largo de la vida de obligación a cargo del FoNC.

Asimismo, el número de mensualidades del crédito se reduce a ocho, que serán abonadas a través de la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, reduciendo costos financieros y garantizando tanto los gastos asociados a la renovación del cafetal como la manutención de la familia durante el período improductivo del cultivo.

A través de PSF se han otorgado créditos para pequeños caficultores por \$336 mil millones para la renovación de 58 mil hectáreas de cafetales tradicionales y envejecidos



El pago de las obligaciones se mantiene en cinco cuotas a partir del tercer año, cuando el caficultor comienza a recibir los ingresos adicionales producto de la renovación y el valor otorgado por crédito para cubrir los costos del cultivo se mantiene en \$6 millones por hectárea.

De otra parte, buscando beneficiar a los caficultores catalogados según FINAGRO como medianos especiales (activos entre 110 y 500 SMMLV) y medianos (activos entre 501 y 10.000 SMMLV), se autorizó entregar para la renovación por siembra con variedades resistentes un ICR del 30% y el 20%, respectivamente, estableciendo un límite para renovación anual del 20% del área sembrada en café, hasta un máximo de 10 hectáreas por caficultor al año.

Finalmente, para hacer mejor uso de las capacidades institucionales, los Co-

mités Departamentales focalizarán con base en la información del SICA, los potenciales beneficiarios del programa. Para ello se tendrá en cuenta la edad de los cafetales, el área sembrada, la variedad utilizada y el historial crediticio de los productores. Para el trámite de los nuevos créditos se realizarán con la cooperación del Banco Agrario, Banco de Bogotá y Davivienda, brigadas de crédito

orientadas a disminuir el tiempo necesario para el diligenciamiento, aprobación y desembolso de los créditos. Como resultado de las medidas implementadas para agilizar la ejecución del programa, en 2010 se otorgaron 41.200 créditos por \$187 mil millones para la renovación de 31.225 hectáreas. Esto representa el 51% del total de créditos alcanzados por el programa desde 2008 (80.783 créditos)

### Resultados programas PSF 2008 - 2010

Departamento	Número de Créditos	Millones de pesos	Hectáreas renovadas
Antioquia	11.992	39.555	6.814
Boyaca	1.826	5.899	1.005
Caldas	8.826	30.058	5.307
Cauca	9.718	35.029	6.036
Cesar - Guajira	2.606	17.107	2.989
Cundinamarca	5.005	20.807	3.631
Huila	5.556	26.783	4.602
Magdalena	1.460	9.838	1.707
Nariño	3.930	12.831	2.230
Norte de Santander	3.218	13.628	2.367
Quindio	605	2.637	475
Risaralda	3.226	11.082	1.933
Santander	5.637	22.305	3.939
Tolima	11.765	63.546	11.088
Valle	4.301	19.552	3.375
Of Coordinadoras	1.112	5.747	982
<b>Total Nacional</b>	<b>80.783</b>	<b>336.403</b>	<b>58.480</b>



## Fertifuturo - Fertiya

Con el fin de mitigar el impacto de los elevados costos de los fertilizantes sobre la productividad del cultivo, la Federación suscribió desde 2009 con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural un convenio por \$20.000 millones destinado a reducir los costos y promover la fertilización oportuna del cultivo.

Estos recursos permitieron cubrir los intereses causados por la financiación que el FoNC y las cooperativas hacen, para la compra de fertilizantes a plazo por parte de los caficultores y un descuento del 20% sobre el valor facturado en compras de contado.

Además de lo anterior, para contrarrestar los daños causados por la roya, los beneficios del programa Fertifuturo se ampliaron otorgando un descuento del 50% sobre la compra de fertilizante para aquellos cultivos afectados por la enfermedad, previa visita del Servicio de Extensión evaluando el nivel de infección y las necesidades de fertilizante.

Durante la vigencia de este programa se beneficiaron 118.569 caficultores con descuentos por \$18.858 millones y por menores costos financieros por \$1.004 millones.

En 2010, se adicionaron por parte del Gobierno Nacional \$10.000

millones para desarrollar el programa Fertiya, que otorgó un descuento hasta del 20% para la compra de fertilizante, así:

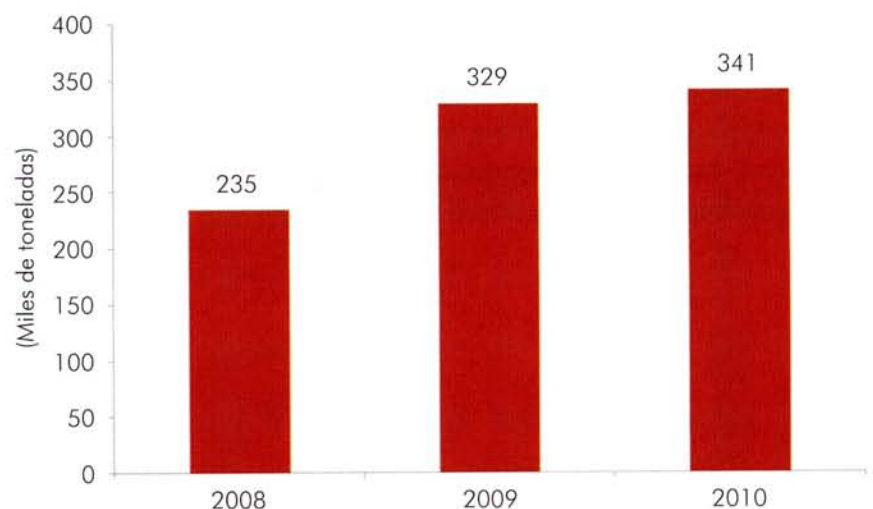
- Para compras a plazo, se estableció un contrato de venta a futuro de café. En el momento de la entrega la cooperativa descuenta el valor de los fertilizantes comprados con cero interés y abona a la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente la diferencia entre el 20% de descuento y los intereses causados por la compra.
- Para compras de contado, el caficultor accedió a un descuento has-

ta del 20% sobre el valor total de la factura, que luego fueron abonados a la cédula o tarjeta cafetera inteligente.

En ambos casos el valor a financiar por caficultor no superó el 8% del valor bruto de la producción potencial calculada por el SICA.

Con Fertiya se beneficiaron en 2010, 54.073 caficultores con descuentos por \$9.945 millones. Gracias a la puesta en marcha de ambos programas las ventas de fertilizantes al sector cafetero aumentaron 10% en 2010.

### Venta de fertilizantes al sector cafetero 2008 - 2010



El cálculo supone que las ventas de fertilizantes de Agroinsumos del Café corresponden al 45% del volumen total requerido por el sector cafetero.



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Cultivos complementarios al Café

Como soporte para la seguridad alimentaria de las familias cafeteras y para apoyar los ingresos del caficultor, la Federación y el Gobierno Nacional han incentivado, en los últimos años, la siembra del café intercalada en momentos de renovación con otros cultivos como plátano, frijol, maíz, tomate de árbol y mora entre otros. Esta práctica contribuye además al mejoramiento de la productividad de la tierra.

**Programa Café y Frijol:** hasta 2009, con apoyo del Ministerio de Agricultura se estableció un incentivo a la comercialización de frijol equivalente a \$150 mil por tonelada vendida y facturada. Esto permitió la siembra de 55 mil hectáreas de frijol en zona cafetera. En 2010, no se otorgaron incentivos económicos para la comercialización, sin embargo debido a la tradición del cultivo, a las campañas educativas del Servicio de Extensión y al estímulo en fertilizante otorgado por renovación de cafetales, los productores sembraron cerca de 40 mil hectáreas de frijol cuya producción ayudó a complementar el ingreso de sus familias.

Adicionalmente, a través del programa de Competitividad, en 2010 se entregaron recursos para compra de

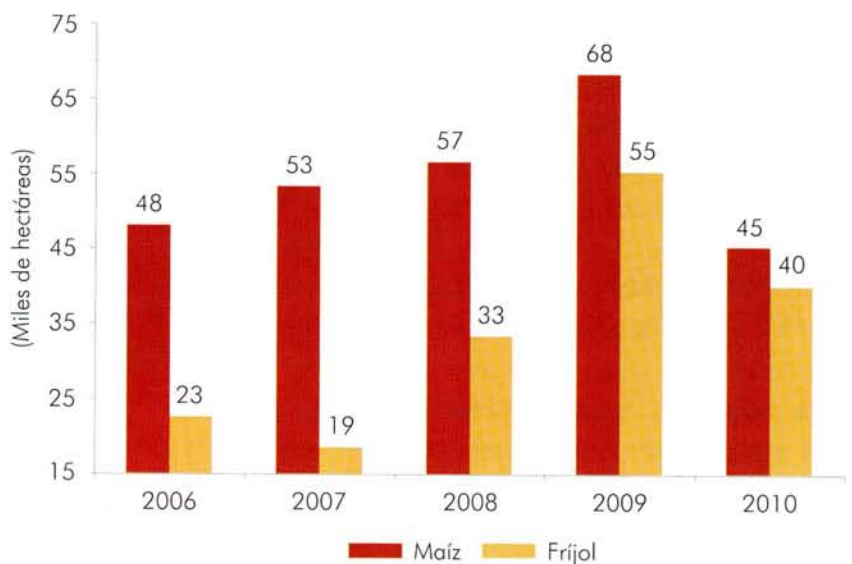
fertilizante por \$579 millones para la siembra de 2.774 hectáreas de frijol y tomate.

**Programa Café y Maíz:** con el fin de aprovechar la oferta ambiental y contribuir a la seguridad alimentaria en las zonas cafeteras, la FNC en convenio con Fenalce ha promovido desde hace 8 años las siembras de maíz tecnificado en la zona cafetera. Gracias a este esfuerzo, los cafeteros han conseguido tecnificarse en las siem-

bras de maíz, logrando altas productividades con el uso de semillas híbridas resistentes a enfermedades.

En 2010, la renovación de cafetales por zoca y siembra ha facilitado el cultivo de más de 45 mil hectáreas de maíz en zona cafetera. Además, mediante el Programa de Competitividad se otorgaron incentivos en fertilizante por \$1.128 millones para la siembra de 5.509 hectáreas de maíz.

Hectáreas sembradas de maíz y frijol en zona cafetera  
2006 - 2010





Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Modelos innovadores Jóvenes caficultores

La Federación con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo - BID, ha diseñado modelos de acción dirigidos a promover el relevo generacional y el emprendimiento, facilitando el acceso a los recursos productivos por parte de los jóvenes agricultores.

Entre 2007 y 2009, se pusieron en marcha nueve experiencias de acceso a la tierra y capital de trabajo, bajo esquemas asociativos en las que han participado 297 jóvenes de Antioquia, Caldas, Quindío, Magdalena, Norte de Santander, Risaralda, Santander, Tolima y Valle.

En 2010, el programa Modelos Innovadores - Jóvenes Caficultores se reestructuró con la participación de los Comités Departamentales, a partir de las lecciones aprendidas hasta el momento, con el fin de impulsar



aún más el fortalecimiento técnico y la gestión empresarial en esquemas asociativos de producción tecnificada.

La segunda fase del proyecto, tendrá un componente adicional orientado al caficultor mayor, cuyo principal objetivo es gestionar la ampliación de la cobertura en los programas de seguridad social del Estado y fomen-

tar la implementación de mecanismos que complementen el ingreso de los caficultores en su vejez.

Este esquema busca que el caficultor mayor pueda tener un retiro digno apalancado en sus tierras, al mismo tiempo que se generan oportunidades para que los jóvenes accedan a los recursos productivos.

**297** jóvenes hicieron parte de las experiencias desarrolladas en 9 departamentos cafeteros



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Crédito cafetero

**L**ínea 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 2010, a través de esta línea se reconocieron \$8,1 mil millones en ICR a 2.406 productores para la construcción de beneficiarios ecológicos.

**Garantía Fogacafé:** a través del Banco Agrario, los caficultores tienen la posibilidad de acceder a créditos para renovación, sostenimiento de cafetales y beneficiarios ecológicos en las siguientes condiciones:

- ❑ Para beneficiarios ecológicos con garantía FAG por el 80% del capital y respaldo adicional de Fogacafé por el 20% del capital restante más los intereses.
- ❑ Para sostenimiento de cafetales, cuenta con garantía del FAG y de Fogacafé para el 40% o 45% del capital si la calificación del usuario es A o B respectivamente.
- ❑ Para renovación de cafetales, Fogacafé garantiza el 20% del capital restantes de los créditos redes-

contados por FINAGRO a través de los intermediarios financieros.

En 2010, a través de Fogacafé se complementó la garantía de 62.824 créditos cuyo valor asciende a \$239 mil millones.

**Programa de alivio crediticio:** dando continuidad a lo establecido en la Ley 1328/09, el artículo 31 de la Ley 1380 de 2010, determina que los deudores del PRAN Cafetero y del PRAN Alivio Deuda Cafetera, pueden extinguir la obligación a su cargo, pagando de contado el mayor valor entre el 30% del saldo inicial de la obligación a su cargo y el valor pagado por FINAGRO en el momento de adquisición de dicha obligación.

En 2010, se acogieron a los beneficios de las leyes 1328/09 y 1380/10

un total de 18.393 productores, con lo que se logró recuperar recursos de la cartera de FINAGRO por un total de \$6.880 millones.

Atendiendo la emergencia presentada por cuenta de la ola invernal, en diciembre de 2010 se expidió la Ley 1430 ampliando el plazo de la Ley 1380/10 en las mismas condiciones hasta el 28 de diciembre de 2011.

Asimismo, el FoNC saneó las deudas de 13.445 productores por concepto de seguros de vida, cuyo monto no superaba los \$39 millones. El objetivo de este mecanismo fue normalizar la cartera y facilitar a estos caficultores ser nuevamente sujetos de crédito. De estos, en 2010, se vincularon 2.752 caficultores al Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

### Créditos para pequeños caficultores con garantía Fogacafé 2010 (Millones de pesos)

Concepto	Renovación envejecidos	Sostenimiento	Beneficiarios ecológicos	Total
Número de certificados	41.275	20.036	1.513	62.824
Valor de certificados	\$36.569	\$19.178	\$1.690	\$57.437
Valor crédito	\$182.847	\$47.947	\$8.449	\$239.242

Fuente: FIDUAGRARIA.



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Crédito cafetero



**Normalización de Cartera Fiducafé:** el Comité Nacional aprobó otorgar los mismos beneficios de la Ley 1380/10 para aquellos productores que no accedieron al PRAN Cafetero, pero cuyas obligaciones se encuentran a cargo de Fiducafé.

En 2010, la cartera recuperada a través de este programa asciende a \$125 millones en 151 obligaciones, de las cuales 48 se hicieron con abonos parciales. Sin embargo, aún están pendientes casi 12 mil obligaciones por valor de \$8.022 millones.

**Plan de Alivio a la Deuda Agropecuaria - PADA:** este programa está orientado a aliviar el flujo de caja de pequeños y medianos productores, mediante el otorgamiento de un período de gracia para aquellos productores que tienen dificultades con el pago de sus obligaciones. En 2010, se beneficiaron 5.969 caficultores pequeños y medianos con apoyos por \$2,1 mil millones.

A finales de 2010, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural planteó

una nueva fase del PADA destinada a pequeños y medianos productores afectados como consecuencia de la emergencia invernal. Las condiciones del programa y el monto de los recursos serán determinados a comienzos de 2011.

**Línea Especial de Crédito para capital de trabajo:** con el objetivo de brindar facilidades de crédito apalancado en la suscripción de contratos de compra con entrega a futuro de café, la Federación gestionó con el Banco Agrario la creación de una línea especial de crédito para el sostenimiento de cultivos de medianos caficultores. El Banco presta hasta el 80% del valor del contrato, con vigencia máxima de 1 año y la garantía se constituye por un contrato de compra

con entrega futura de café suscrito entre el productor y cualquiera de las 36 Cooperativas de Caficultores.

Gracias al  
programa de  
alivio cafetero,  
2.752 caficultores  
han normalizado  
su situación  
crediticia y hoy  
son beneficiarios  
de PSF.



Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz

Competitividad e innovación

## Personal del Servicio de Extensión



Entre 2009 y 2010, el Servicio de Extensión de la Federación ha contado con el número de técnicos más alto de su historia. Esto ha permitido la ampliación de los servicios de atención directa al caficultor, con asesoría en todos los temas relacionados con el cultivo, los predios, la zona cafetera, el crédito y la institucionalidad cafetera en general.

La gestión realizada por el gremio cafetero, ha permitido contar con el apoyo de diferentes fuentes gubernamentales y no gubernamentales para el fortalecimiento del Servicio de Extensión.

Así, al equipo de base de la FNC conformado por 1.113 personas entre técnicos y administrativos, se adicionan 333 técnicos apoyados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural mediante el Incentivo a la Asistencia Técnica, quienes prestan servicios de atención directa al caficultor y especialmente a los beneficiarios del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

Además de lo anterior, el servicio de extensión se complementa con otros técnicos aportados por proyectos específicos que ejecuta la FNC con el apoyo de Nespresso, KFW, gestiones propias de los Comités Departamentales y otras ONG que en total suman más de 111 personas.

Personal de Servicio de Extensión 2010

Departamento	Auxiliares Administrativos	Extensionistas			Total Personal
		Programas Nacionales	Convenio Gobierno	Programas Específicos	
Antioquia	13	127	40		180
Boyacá	1	14	9		24
Caldas	26	95	21	10	152
Cauca	10	81	29	40	160
Cesar - Guajira	3	24	14	10	51
Cundinamarca	9	70	24		103
Huila	7	100	24	9	140
Magdalena	1	11	9		21
Nariño	5	44	10	41	100
N. Santander	5	36	21		62
Quindío	12	61	5		78
Risaralda	16	49	21	1	87
Santander	11	43	22		76
Tolima	15	93	47		155
Valle del Cauca	28	84	32		144
Caqueta	1	5	1		7
Casanare	1	5	2		8
Meta	1	6	2		9
<b>Total</b>	<b>165</b>	<b>948</b>	<b>333</b>	<b>111</b>	<b>1.557</b>



Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz

Competitividad e innovación

## Personal del Servicio de Extensión

**Labores educativas:** en 2010 el Servicio de Extensión continuó brindando asesoría y acompañamiento a los caficultores, mediante metodologías de extensión individuales, grupales y masivas para lograr la mayor cobertura posible.

Gracias a ello, en 2010 se efectuaron 524 mil eventos individuales, de los cuales 227 mil fueron visitas a finca y 297 mil atenciones en oficina.

Por medio de las metodologías grupales se atendieron 502 mil cafeteros en 36 mil eventos. Con esto, en 2010 se beneficiaron más de 1 millón de cafeteros, los cuales han participado más de una vez en las actividades individuales y grupales de extensión.

**Capacitación virtual:** la Federación en convenio con la Fundación Manuel Mejía y el SENA, viene desarrollando desde 2003, un programa de capacitación virtual orientado a formar de manera permanente a técnicos que hacen parte del Servicio de Extensión en temas de tecnología, economía, sociedad, gremio, informática y sistemas de información geográfica, con el fin de mejorar el conocimiento y el criterio técnico para una adecuada asesoría y apoyo técnico al caficultor.

En 2010 se efectuaron 14 cursos en los cuales participaron 1.646 personas del Servicio de Extensión y de Cenicafé, con un grado de culminación del 96% y de aprobación del 90%.

Con esto, desde el inicio del programa en 2003 hasta 2010, los partici-

pantes en el programa han tomado un total de 17.856 cursos en las diferentes temáticas, entre las que se destacan principalmente los temas relacionados con el área técnica a la que corresponden el 49% de los cursos.

**Labores de aplicación:** son aquellas actividades ejecutadas por los productores en los lotes de café que han cumplido su ciclo de producción y deben renovarse, ya sea por zoca o por siembra, así como las nuevas siembras de café.

El registro de estas áreas es prioritario para el Servicio de Extensión, pues gracias a ellas el SICA contiene información precisa de la caficultura colombiana.

### Resultados Capacitación Virtual 2003-2010

Áreas y cursos	2003-2009	2010
Técnica (8 cursos)	6.055	712
Social (4 cursos)	3.081	408
Económica (2 cursos)	1.289	243
Sistemas de Información Cafetera	794	158
Institucionalidad Cafetera	2.439	0
Fundamentos de Informática	2.552	125
Total	16.210	1.646

**1.646**  
colaboradores  
del Servicio de  
Extensión y de  
Cenicafé hicieron  
parte del programa  
de Capacitación  
Virtual en 2010



Garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz

Competitividad e innovación

## Personal del Servicio de Extensión

**Labores educativas:** en 2010 el Servicio de Extensión continuó brindando asesoría y acompañamiento a los caficultores, mediante metodologías de extensión individuales, grupales y masivas para lograr la mayor cobertura posible.

Gracias a ello, en 2010 se efectuaron 524 mil eventos individuales, de los cuales 227 mil fueron visitas a finca y 297 mil atenciones en oficina.

Por medio de las metodologías grupales se atendieron 502 mil cafeteros en 36 mil eventos. Con esto, en 2010 se beneficiaron más de 1 millón de cafeteros, los cuales han participado más de una vez en las actividades individuales y grupales de extensión.

**Capacitación virtual:** la Federación en convenio con la Fundación Manuel Mejía y el SENA, viene desarrollando desde 2003, un programa de capacitación virtual orientado a formar de manera permanente a técnicos que hacen parte del Servicio de Extensión en temas de tecnología, economía, sociedad, gremio, informática y sistemas de información geográfica, con el fin de mejorar el conocimiento y el criterio técnico para una adecuada asesoría y apoyo técnico al caficultor.

En 2010 se efectuaron 14 cursos en los cuales participaron 1.646 personas del Servicio de Extensión y de Cenicafé, con un grado de culminación del 96% y de aprobación del 90%.

Con esto, desde el inicio del programa en 2003 hasta 2010, los partici-

pantes en el programa han tomado un total de 17.856 cursos en las diferentes temáticas, entre las que se destacan principalmente los temas relacionados con el área técnica a la que corresponden el 49% de los cursos.

**Labores de aplicación:** son aquellas actividades ejecutadas por los productores en los lotes de café que han cumplido su ciclo de producción y deben renovarse, ya sea por zoca o por siembra, así como las nuevas siembras de café.

El registro de estas áreas es prioritario para el Servicio de Extensión, pues gracias a ellas el SICA contiene información precisa de la caficultura colombiana.

1.646  
colaboradores  
del Servicio de  
Extensión y de  
Cenicafé hicieron  
parte del programa  
de Capacitación  
Virtual en 2010

### Resultados Capacitación Virtual 2003-2010

Áreas y cursos	2003-2009	2010
Técnica (8 cursos)	6.055	712
Social (4 cursos)	3.081	408
Económica (2 cursos)	1.289	243
Sistemas de Información Cafetera	794	158
Institucionalidad Cafetera	2.439	0
Fundamentos de Informática	2.552	125
Total	16.210	1.646



## Sanidad vegetal

Para mantener la productividad del cultivo es indispensable adelantar prácticas de manejo integrado que previenen y controlan la expansión de plagas y enfermedades.

Hacia finales de 2009 y comienzos de 2010, los niveles de infestación por broca se elevaron favorecidos por condiciones climáticas secas, lo que llevó a la FNC a adelantar durante el primer trimestre del año, una campaña fitosanitaria basada en la práctica cultural del "Re-Re", dirigida a evitar la dispersión del insecto, recoger frutos del suelo, manejar la broca durante el beneficio y tomar precauciones cuando se renueva el cafetal, obteniendo excelentes resultados, como se evidencia en la reducción del porcentaje de infestación con corte a diciembre (por debajo del 2%).

Las prácticas de manejo integrado siguen siendo más recomendables que el uso de agroquímicos para el control de la broca, no solamente porque son más eficaces sino porque varios de los productos insecticidas han sido retirados del mercado por sus efectos tóxicos y porque el insecto ha adquirido resistencia a varios de ellos.



Dentro de las prácticas de manejo integrado, se recomienda dejar menos de 10 frutos maduros y sobremaduros sin recolectar por árbol, evitar la caída de frutos brocados en el suelo, evitar la dispersión de la broca dejando en los árboles trampas durante la renovación, cerrar los costales durante la cosecha y manejar las pasillas brocadas.

El café no ha sido ajeno a otras afectaciones fitosanitarias causadas principalmente por las alteraciones climáticas caracterizadas por aumento de las temperaturas y de la humedad, razón por la cual el Servicio de Extensión recomienda la siembra de materiales resistentes como la variedad Castillo® y Castillo® Regional

para manejar la roya, la buena fertilización para manejar la mancha de hierro o el mal rosado y la protección de las heridas para evitar las llagas radicales.

De acuerdo con los pronósticos de lluvia para el primer trimestre de 2011, se espera que la broca se mantenga en niveles bajos, pero será necesario estar atentos al incremento de roya y otras enfermedades favorecidas por condiciones climáticas con excesiva humedad.



## Sistema de alertas tempranas para broca y roya

Con el fin de contrarrestar los problemas fitosanitarios más importantes que aquejan los cafetos y mitigar su impacto en la productividad del cultivo, es necesario hacer un monitoreo periódico para conocer su evolución y poder recomendar las prácticas de manejo más adecuadas en cada momento y para cada región.

Por esta razón en 2010, la Federación puso en marcha el programa "Diagnóstico Continuado de Broca y Roya" como un trabajo conjunto entre Cenicafé y el Servicio de Extensión, cuyo objetivo es establecer alertas tempranas a partir de los niveles de infestación por broca e infección por roya para emitir recomendaciones oportunas sobre prácticas de manejo.

**Plan de Choque contra la Roya:** como resultado del diagnóstico continuado y los reportes de campo, se identificó un alto riesgo de propagación de la infección por roya en varias zonas, principalmente entre cafetales viejos sembrados con variedades susceptibles, debido a las alteraciones climáticas presentadas en 2010 asociadas al Fenómeno La Niña.

Por esta razón, la FNC diseñó un plan de choque para contrarrestar el impacto de la epidemia en cerca de 520 mil hectáreas sembradas con variedades susceptibles. El plan contó con una inversión de \$10 mil



millones para apoyar cultivos inferiores a 10 hectáreas afectados con la roya con los siguientes criterios:

- Cultivos tecnificados jóvenes (entre 2 y 8 años): se destinaron \$2,5 mil millones que se distribuyeron a los Comités Departamentales para la compra de fungicidas que fueron aplicados en 57.470 hectáreas de cultivos con variedades susceptibles y recuperables.
- Cultivos tecnificados envejecidos (más de 8 años): se destinaron recursos por \$6,7 mil millones para el establecimiento de semilleros con variedades resistentes y su posterior renovación por siembra. De igual forma a través de los Comités Departamentales se adquirieron semillas certificadas, desinfectantes de suelo y demás insumos para la renovación de 22.576 hectáreas

de cafetales envejecidos en variedades susceptibles.

- Estrategia de capacitación: se destinaron \$700 millones para difundir el Plan a más de 16 mil caficultores.

Además del Plan de Choque, se entregaron por Fertifuturo y Fertiyá, \$3.811 millones como descuento en la compra de fertilizante con destino a recuperar cafetales afectados por la roya, beneficiando a más de 13.122 caficultores.

Por otra parte, en el marco del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera suscrito con el Gobierno Nacional se ampliaron los beneficios del programa PSF para incluir la renovación hasta del 100% del área, independientemente de su edad, de aquellos cultivos afectados por la roya y que no son recuperables.



## Programas para la producción de cafés especiales

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad ambiental en su producción. Distintivos que son atractivos para los consumidores en el mundo y por las cuales están dispuestos a pagar un mayor precio

El Servicio de Extensión es el encargado de identificar las zonas y los productores potenciales, así como de prestar la asesoría técnica especializada para que los productores cumplan con los requisitos exigidos por los diferentes sellos y códigos de conducta y obtengan la certificación que acredite la exportación de su café como especial.

Además se adelantan planes de capacitación con los grupos de cafés especiales en aspectos sociales, ambientales, económicos, comerciales y procesos de certificación.

En 2010, la cobertura del programa de cafés especiales fue de 103 mil productores, de los cuales 42 mil

han logrado la certificación de 136 mil hectáreas y 61 mil la verificación de 160 mil hectáreas adicionales.

**MIDAS-FNC por Agronegocios y PyMes:** como parte del proyecto integral de cafés especiales, el componente de Agronegocios en convenio con MIDAS inició en enero de 2008 y finalizó en junio de 2010.

A través de este programa, se prestó apoyo a pequeños caficultores con cultivos inferiores a 3 hectáreas para la producción de cafés especiales, dentro del programa que adelanta la FNC, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los cafeteros mediante el incremento de la producción de cafés especiales en más de 165 mil sacos, equivalente a un crecimiento de 23% frente a las exportaciones registradas por el FoNC en 2006. Igualmente con la ejecución del programa se generaron 22 mil empleos por año.

Para la ejecución del componente de Agronegocios, el Programa MI-

DAS aportó recursos por \$4.320 millones que se destinaron a apoyar la producción del material vegetal necesario para la renovación (cada caficultor recibió \$30 por plántula), la asistencia técnica de 18 extensionistas y la contratación de 4 técnicos encargados de los diseños agroforestales en las regiones donde se desarrolló el proyecto.

Durante la vigencia del convenio, se renovaron en total 20 mil hectáreas beneficiando a 35 mil familias, superando en más del 100% las metas establecidas al inicio del programa (15 mil hectáreas y 12.500 familias) y se brindaron las herramientas necesarias para que el caficultor desarrolle su actividad con una visión empresarial sostenible.

En 2010, 103 mil productores  
recibieron apoyo para producir  
cafés especiales



Mejorar la calidad  
del café desde  
la finca

Competitividad e innovación

## Programas para la producción de cafés especiales



### **Mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la calidad del café:**

este proyecto cuenta con recursos por \$3.648 millones provenientes de Mitsubishi Corporation, Acción Social y la FNC, para el fortalecimiento de la producción de café de calidad en 2.880 caficultores del Programa Familias Guardabosques en nueve departamentos del país durante 10 años. En 2010, se capacitaron 561 familias de Nariño y Huila en temas de buenas prácticas de manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales y organización comunitaria, además se construyeron cuatro be-

neficiaderos ecológicos y cuatro secadores solares.

### **Consolidación de la producción sostenible de café AAA:**

en sus dos años de ejecución (2009-2010), este programa desarrollado por Nestlé-Nespresso y la Federación Nacional de Cafeteros, ha beneficiado a más de 3.839 familias cafeteras del programa AAA Nespresso Cauca y Nariño, que ahora cuentan con infraestructura productiva para beneficio ecológico, asistencia técnica permanente y capacitación para la competitividad.

**\$12 mil millones para el cultivo de cafés especiales y la superación de la pobreza**



**Proyectos de cafés especiales como alternativa para la generación de condiciones de paz:** la Federación también desarrolla diversos proyectos orientados a la superación de la pobreza y la generación de condiciones de paz, en las zonas cafeteras afectadas por la violencia. Para esto gestiona iniciativas en asocio con entidades cooperantes a nivel nacional

e internacional por medio de la promoción del cultivo de cafés especiales. La ejecución de estas iniciativas permiten beneficiar a cerca de 1.500 familias en diferentes regiones del país, con una inversión de recursos que supera los \$12 mil millones.

Con estos proyectos, se mejora la infraestructura productiva de las fin-

cas cafeteras y se promueven procesos de caficultura sostenible con el medio ambiente. Así, la calidad del café que producen estas familias les representa un mayor ingreso por su actividad. Mayor detalle acerca de estos programas se encuentra en el capítulo de Agenda Cafetera para el País y el Mundo.

### Otros proyectos de cafés especiales 2010

Proyecto	Objetivo	Beneficiarios	Duración
Laboratorio de Paz - Modelos Innovadores	Mejoramiento de la infraestructura productiva, implementación de tecnologías para el fortalecimiento de la calidad del café, al igual que el fomento de la seguridad alimentaria y nutricional.	185 caficultores de Antioquia, Cauca, Santander y Tolima.	2009 - 2010
Comunidad Páez	Mejoramiento de infraestructura de beneficio, secado y manejo de aguas residuales. Apoyo en la producción y comercialización de café orgánico.	540 familias indígenas Páez.	2008 - 2010
Colombia Cafetera Sostenible	Promover el retorno de los campesinos a sus tierras, generar una convivencia pacífica alrededor de la caficultura y mejorar la infraestructura productiva mediante la renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	700 familias afectadas por la violencia en la Serranía del Perijá.	2008 - 2009
Mejoramiento de infraestructura productiva	Mejoramiento de la infraestructura de secado en los municipios productores de café especial de Toledo y Labateca en el Departamento de Norte de Santander.	130 familias cafeteras	Noviembre 2009 a Julio de 2010



Liderar iniciativas  
que generen un  
impacto positivo en  
el medio ambiente

Competitividad e innovación

## Silvicultura como complemento al cultivo de café

La FNC desarrolla actividades de protección y recuperación de los recursos naturales en la zona cafetera, dentro de la que se destaca el incremento forestal y la protección de bosques naturales.

**Programa Río Magdalena:** se ejecuta desde 1993 con el fin de contribuir a la estabilización del balance hídrico y la reducción de la erosión en la cuenca media y alta del Río Magdalena, a través del incremento del uso forestal sostenible, la recuperación y la conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas.

Con este programa se intervinieron 30 mil hectáreas y se invirtieron \$15 mil millones en incentivos que beneficiaron 3.360 familias, generando cambios en el uso del suelo, principalmente de pastos y cultivos transitorios, hacia actividades forestales de mayor impacto en la protección de los recursos naturales.

Además, se destinaron 1,3 mil millones en actividades de capacitación y

la conformación de dos Centros Asociativos de Transformación de Madera, cuyas obras terminaron en 2010.

**Programa Silvicultura:** inició en 2005 con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural por \$13,6 mil millones. En 2010 se vinculó el programa MIDAS con una inversión de \$8,1 mil millones y a partir de 2009 lo hizo el Gobierno Alemán con un crédito por €14,3 millones.

Con estos recursos se han intervenido más de 32 mil hectáreas con actividades de reforestación y protección de bosques. Además, en 2010 se consolidó el componente de seguridad alimentaria mediante un programa educativo integral que vincula a 2.138 familias en talleres grupales sobre tres temáticas: nutrición, técnica y social.

**Incorporación de la Biodiversidad en el sector cafetero:** este proyecto inició en 2010, con el apoyo del PNUD y el GEF por valor de US\$417 mil, con el propósito de adelantar acciones en 13 municipios de Nariño,

Valle y Cauca para crear un entorno de conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café, que contribuya al mejoramiento del ingreso de los caficultores mediante pagos por servicios ecosistémicos, productos certificados y no certificados, fortalecimiento de las capacidades municipales para la planeación territorial y apoyo a la viabilidad económica y ecológica de las fincas que favorecen la biodiversidad.

Las metas del proyecto son la certificación y verificación de 27 mil hectáreas de café, el establecimiento de 450 hectáreas en corredores de conservación, y el mejoramiento del ingreso de los caficultores beneficiarios mediante el pago de servicios ecosistémicos, la comercialización de productos agroforestales y la certificación de café.

En 2010, se registran 10 mil hectáreas de café certificadas y verificadas en los 13 municipios y se han capacitado 5.314 caficultores en procesos de certificación y verificación y 247 en conservación de la biodiversidad y servicios ambientales.



Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

Competitividad e innovación

## Cenicafé



Como contribución a la estrategia de Competitividad e Innovación, Cenicafé aporta la generación de nuevos conocimientos, tecnologías e innovación para el desarrollo de la caficultura que por intermedio del Servicio de Extensión se transfieren a todos los caficultores. Los principales avances en 2010, se presentan a continuación:

### Plan Quinquenal de Investigación

De acuerdo con los lineamientos del plan estratégico de la FNC, se está estructurando el Plan Quinquenal del Programa de Investigación 2010-2015 cuyas principales líneas de investigación son:

**Sostenibilidad económica:** contribuir al mejoramiento de la productividad y rentabilidad de la caficultura colombiana.

**Sostenibilidad ambiental:** conocer, conservar y usar racionalmente los recursos naturales en los ecosistemas cafeteros.

**Sostenibilidad social:** contribuir al fortalecimiento del circuito del conocimiento Investigación - Extensión - Caficultor.

### Productividad Agronómica

**Suelos y nutrición:** se adelantan investigaciones sobre los niveles óptimos de fertilización después del zoqueo, así como la respuesta de la producción frente a la fertilización con lombricompostos y con biofertilizantes.

**Enfermedades del café:** se avanzó en el control genético de la llaga macana, con la selección de progenies F3 de *Coffea arabica* con más del 70% de resistencia, y en el con-

trol biológico de nematodos de las raíces, usando un producto comercial con mezcla de los hongos controladores biológicos.

**Sanidad vegetal:** Cenicafé prestó la asistencia técnica durante la epidemia de roya, asesorando a los Comités Departamentales en el manejo de la enfermedad, el mal rosado y la muerte descendente y a los caficultores en temas sobre roya, germinadores y almácigos y enfermedades en plantaciones.

**Producción de semilla:** durante 2010 se produjeron y entregaron 75 mil Kg de semilla, de las cuales 74% corresponde a la Variedad Castillo® General y el 25% a Variedades Castillo® Regional. Esta cantidad de semilla permite renovar cerca de 30 mil hectáreas a razón de 2,5Kg/ha.



## Cenicafé

### Viabilidad económica del café

**Costos del producción:** se desarrolló la tecnología Canguaro 2M, diseñada para que el recolector utilice simultáneamente ambas manos, logrando mayor rendimiento, con alta calidad, eficacia y bajas pérdidas por caída de frutos al suelo durante la recolección.

### Cafés especiales

Para asegurar la calidad del grano y de la bebida de café que se produce en las fincas, se establecieron los fundamentos de los procesos que ocurren en la etapa de fermentación del beneficio húmedo del café y se identificaron los puntos críticos a controlar en el proceso.

### Divulgación y Transferencia

En 2010 se publicaron los Avances Técnicos 387 al 399 y la Revista Cenicafé Vol. 60 Número 1, 2, 3 y 4. También se publicó el Boletín Técnico No. 35, relacionado con la biodiversidad en los paisajes cafeteros de Támesis (Antioquia). Se entregaron en versión digital las Brocartas No.

38, 39 y 40, relacionadas con los temas sobre la dispersión de la broca a partir de cafetales zoqueados infestados, el desarrollo de la broca de acuerdo con la temperatura y la altitud, y la dispersión de la broca durante la recolección y el beneficio del café.

### Conocimiento estratégico

**Genómica del café:** se identificaron varios mecanismos en el metabolismo de la planta de café, la genética de la broca y la fisiología del hongo *Beauveria bassiana*, que abren posibilidades de nuevas medidas de control de la plaga.

**Genómica de resistencia a la broca:** se identificaron completamente tres genes que codifican enzimas del tracto digestivo de la broca involucradas en el metabolismo de compuestos xenobióticos presentes en el grano de café. Además, por métodos computacionales se obtuvo un modelo con base a la secuencia de aminoácidos de la mananasa de la broca y se determinó el sitio activo para el "acoplamiento molecular" de potenciales compuestos inhibito-

rios que puedan ser utilizados en el control genético de la plaga.

### Alertas Tempranas

Con el fin de tomar medidas preventivas para proteger la cosecha de café, se desarrolló un sistema de alertas tempranas en el que analizan los factores que pueden afectar la producción como clima, plagas, enfermedades y fertilización. Además, se avanzó en el desarrollo de índices hídricos que permiten identificar las zonas con mayor vulnerabilidad frente a los fenómenos climáticos extremos, lo que ayuda a tomar decisiones más acertadas asociadas al tipo de caficultura desarrollada en cada región.

Así mismo, se diseñó y aplicó un muestreo en campo para estimar los niveles de broca y roya en cafetales tecnificados, por departamento cafetero, que permita generar alertas tempranas para proteger la cosecha de café.



## Sostenibilidad para la caficultura colombiana

**Sostenibilidad ambiental:** se realizó la evaluación de impacto de la certificación Rainforest Alliance en aspectos sociales, tecnológicos y ambientales y se promovió la autonomía de las comunidades para realizar acciones de conservación mediante el apoyo de grupos de observadores de aves. Así mismo, se avanzó en la evaluación del valor ecológico del sombrío de café para mamíferos arbóreos, y su potencial para la conservación.

**Modelos Innovadores - Jóvenes caficultores:** Cenicafé se vinculó a este proyecto con la implementación del Sistema Integrado de Gestión en Buenas Prácticas Agrícolas para el proceso de formación de los jóvenes que hacen parte de las ocho Unidades Cafeteras Empresariales-UCAE. Con esto, al final del ciclo de formación los jóvenes obtendrán certificados de competencias laborales en el cultivo de café.

**Sistema de trazabilidad:** se culminó el desarrollo del Sistema de Trazabilidad -Seedtrack para la semilla variedad Castillo®, el cual será implementado en las estaciones de Cenicafé que producen semilla para entrar en producción a partir de enero de 2011.



**Desarrollo de Indicadores de adaptación de la caficultura al cambio climático**

**Cambio climático:** teniendo como piloto la Cuenca alta del río Cauca, se iniciaron los análisis de escenarios de cambio climático a partir de un modelo multitemporal retrospectivo (1980-2010) y prospectivo (2010-2025-2050) para las zonas cafeteras. El objetivo es empezar a construir indicadores de cambio climático para la caficultura, que permitan identificar con anticipación los efectos que tendrá las nuevas condiciones climáticas sobre la actividad cafetera y prever las medidas de prevención, adaptabilidad y mitigación correspondientes.

**Huella de carbono:** en 2010, en conjunto con el ICONTEC, se logró elaborar un documento de norma para calcular y verificar la huella de carbono, en el marco del ciclo de vida del producto, para toda la cadena de valor del café de Colombia, iniciando en la finca hasta la preparación de la bebida.



## 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.

### Secado del café

En 2010 se validó la tecnología para medir la humedad del café durante el secado solar-Gravimet, en el marco de la IPA, con caficultores de los departamentos de Antioquia, Caldas y Quindío. Con el método Gravimet se obtuvo café en el rango de comercialización 10%-12%, en el 92% de los lotes secados.

### Experimentación regional

Cenicafé participa actualmente en 206 temas de investigación, de los cuales 183 son sobre café, 10 en forestales, 5 en maíz y 8 en temas

de clima. Además, se desarrollan en fincas de caficultores 18 investigaciones en temas forestales, clima y maíz con un área de 20 hectáreas para experimentación.

### Programa de producción de semilla certificada por Cenicafé en IPA

El gran esfuerzo que se está haciendo a través de los programas de renovación, así como las nuevas metas planteadas en el Acuerdo por la Prosperidad Cafetera, orientadas a tener una caficultura joven, productiva y resistente a la roya, hacen que la demanda por semillas mejoradas aumente y la producción de Cenicafé sea insuficiente para atenderla de manera adecuada.

Por esta razón, las parcelas IPA, que se han construido con semilla certificada proveniente de Cenicafé con fines educativos, se constituyen en herramienta fundamental de apoyo para proveer semilla de variedad Castillo® y Castillo® Regional a

los productores interesados en cada uno de los departamentos cafeteros.

Para esto, las parcelas IPA contarán con la asesoría de Cenicafé y del Servicio de Extensión, así como con el apoyo logístico de cada Comité para su distribución.

Actualmente, existen en el país 275 parcelas IPA, con una extensión promedio de media hectárea, establecidas en 159 municipios con germinadores de diferentes edades, lo que favorece los objetivos de la labor educativa y de la provisión de semilla.

Asimismo, para la validación de los híbridos de maíz FNC 3.056 y FNC 318 se establecieron en el año 2010, 111 parcelas IPA en 57 municipios, en donde se desarrollaron 77 actividades educativas grupales con 2.588 participantes, que contribuyeron a las siembras tecnificadas de maíz en las diferentes regiones.



Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes

Competitividad e innovación

## Mejoramiento del pronóstico de cosecha



Con el fin de apoyar la toma de decisiones de planeación tanto a nivel interno como externo, dentro del proceso de producción, transformación y comercialización del café, la Federación cuenta con un Modelo de Pronóstico de Cosecha Cafetera, que permite estimar semestralmente el volumen de producción de café en el país.

No obstante, los recientes factores que han afectado la producción cafetera, asociados con alteraciones climáticas, presencia de plagas y enfermedades y niveles de fertilización, hicieron que fuera necesaria una revisión metodológica del modelo de pronóstico con el fin de optimizar sus resultados ajustándolo al nuevo en-

torno y facilitando la asimilación de choques asociados a las variables mencionadas sin afectar su capacidad predictiva.

Para llevar a cabo una evaluación profunda y objetiva del modelo se consultó un grupo de expertos de la Universidad de los Andes y con base en sus recomendaciones se estableció un plan de trabajo que comprende los siguientes frentes: actualización del marco muestral, revisión de los factores de conversión, generación de alertas tempranas y métodos de contraste.

A la fecha, se incorporó al modelo la actualización del marco con base en el SICA y con el apoyo de Ceni-

café se generó el primer informe de alerta temprana que tomó en cuenta datos de clima y floración en las 8 subestaciones experimentales y los resultados del muestreo nacional de roya y broca de julio de 2010.



# Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación



## Avances

en 2010

### SIC@ Web

con funcionamiento habilitado para los 15 Comités Departamentales

318

mil Cédulas Cafeteras Inteligentes emitidas

68

centros de cómputo satelitales brindarán conectividad en las zonas rurales

67.808

estudiantes en 15 departamentos cafeteros fueron beneficiados por el programa Computadores para Educar durante su duración

### Facebook, Twitter, Flickr y Youtube

exhiben contenidos para acercar a los consumidores al Café de Colombia



Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## SIC@ Web

El año 2010 marcó la entrada en funcionamiento del sistema SIC@ Web en los 15 Comités Departamentales. Esta nueva plataforma web facilita y hace más eficiente la actualización de toda la información correspondiente a los productores, las fincas y las áreas cafeteras.

A la vez, el SIC@ Web proporciona los datos para el cálculo de ocho indicadores estratégicos incluidos en el Cuadro de Mando Integral de la Federación, a través del cual se hace seguimiento al cumplimiento de las metas del Plan Estratégico de la FNC 2008-2012 y permite planificar y ejecutar diversos programas de apoyo al caficultor tales como: FertiYá, Cédula Cafetera Inteligente, Competitividad para la renovación de cafetales tecnificados, y PSF para renovación de cafetales tradicionales y envejecidos.

Igualmente, por tratarse de la base de datos geo-referenciada de la caficultura colombiana, el SIC@ Web brinda soporte al pronóstico de cosecha semestral.

En este último frente, durante 2010 se adelantaron una serie de actividades tendientes a la actualización del Marco Muestral para la realización de

las encuestas semestrales para la estimación de la cosecha cafetera. Para llevar a cabo dicha tarea, se tuvieron en cuenta características como: coordenadas geográficas, área en café, altura sobre el nivel del mar, concentración de lotes cafeteros, entre otros para un universo compuesto por más de 1.350.000 lotes cafeteros.

Como resultado, el pronóstico cuenta con un Marco Muestral que refleja la estructura actual de la caficultura colombiana.

La metodología estadística utilizada garantiza que la actualización se realice de manera dinámica y atendiendo las novedades registradas por el Servicio de Extensión en el SIC@ Web.

Mediante el convenio firmado en 2009, con el Departamento Nacional de Planeación - DNP se intercambió información correspondiente a la encuesta Sisbén III para cruzarla con la base de datos de los caficultores registrados en el SIC@ Web.

A la fecha, el DNP ha entregado información de cerca de 398 mil caficultores de 368 municipios cafeteros. Una vez el se reciba la totalidad de la base de datos de Sisbén III, la FNC contará con información socio-económica del 78% de los caficultores del país.

El cruce de las bases de datos Sisbén III-SIC@ Web facilitará la identificación de los caficultores más vulnerables de acuerdo a sus condiciones de vida, así como la focalización de los programas sociales del Estado para su beneficio.

En 2010 la Federación de Cafeteros recibió el Premio Latinoamericano por Excelencia en SIG "Sistema de Información Geográfica" por parte del Comité Ejecutivo de la XVII Conferencia Latinoamericana de Usuarios ESRI Internacional (Environmental Systems Research Institute) en virtud al trabajo realizado en la implementación de la aplicación del Sistema de Información Cafetero SIC@ Web.

SIC@ Web con funcionamiento habilitado para los 15 Comités Departamentales



Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Cédula Cafetera Inteligente



La Cédula Cafetera Inteligente -CCI, además de ser el documento de identificación de los cafeteros colombianos, permite la entrega directa y sin intermediarios de todos los apoyos, pagos e incentivos monetarios de la Federación. Gracias a que la plataforma de la CCI cuenta con una interface con el SIC@ Web, se realiza el intercambio permanente de información entre las dos bases de datos y se asegura la trazabilidad y transparencia en la ejecución de los programas de apoyo a los productores.

A través de Banca Móvil, programa desarrollado en asocio con Movistar, el Banco de Bogotá y el BID, los caficultores pueden hacer transacciones financieras con su CCI a través de su teléfono celular. Con este proyecto, la FNC ha logrado bancarizar la población cafetera que habita zonas rurales sin cubrimiento de servicios financieros.

Buscando ampliar la cobertura de la CCI, durante 2010 se incluyeron nuevos servicios al caficultor, como el acceso a los incentivos del Programa de Competitividad por el programa Banca Móvil, el servicio de recarga celular, y el acceso a 89 datáfonos de la red VISA y a 2.416 cajeros automáticos operados por el Grupo Aval en todo el país.

Durante el 2010, se emitieron 318 mil Cédulas Cafeteras Inteligentes de las cuales el 96% están en manos de los caficultores y 82% están activas.

Desde el nacimiento de la cédula se han entregado 1,6 millones de abonos por \$267 mil millones, correspondientes a los programas de la Federación. De estos solamente en 2010 se realizaron 995 mil por \$184 mil

millones, 101% más abonos que los efectuados a través de este mecanismo en 2009.

Asimismo, durante las Elecciones Cafeteras 2010 realizadas en septiembre, la CCI se convirtió en opción de voto en 172 mesas de votación. Gracias a ello, un 60% más de cafeteros que en las elecciones de 2006, la utilizaron como mecanismo de voto.

### Desembolsos a través de Cédula Cafetera Inteligente 2007-2010

Programa	Número de abonos	Valor (Millones de \$)
Créditos de Renovación	622.947	132.820
Créditos de Renovación	752.098	164.536
Competitividad	121.632	34.037
Compras de Café	40.548	28.269
Fertifituro	182.820	19.397
FertiYa	53.580	7.744
Agronisumos	346.163	3.601
Otros programas	85.405	9.116
<b>Total</b>	<b>1.582.246</b>	<b>266.700</b>



Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

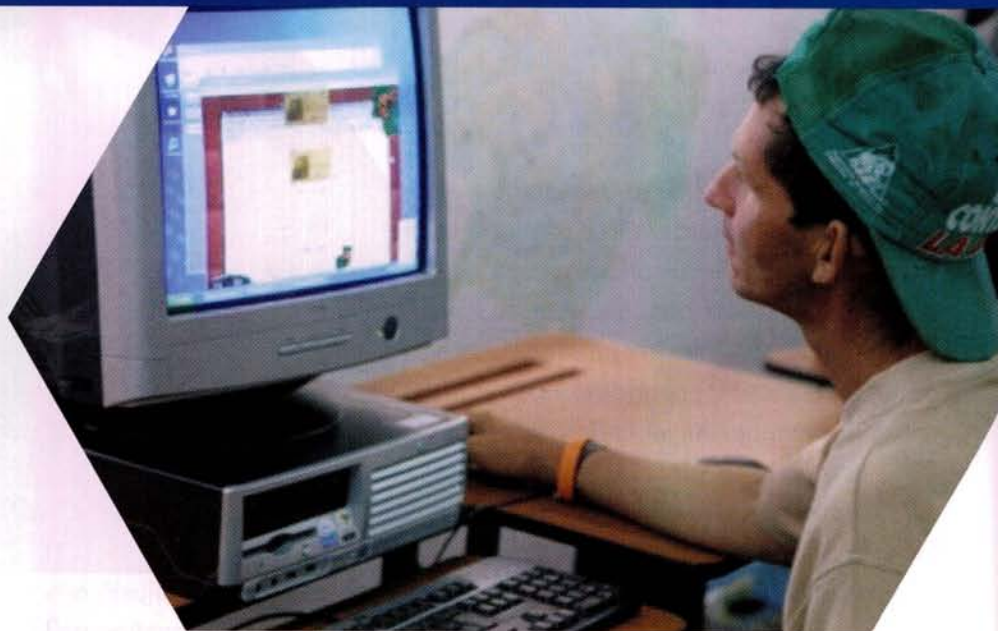
## Consultorio Jurídico Cafetero

Desde el año 2008 la Federación en asocio con la Pontificia Universidad Javeriana presta el servicio de "Consultorio Jurídico Cafetero" el cual brinda un espacio virtual a través de la página de internet de la Federación de Cafeteros a los productores para resolver sus inquietudes jurídicas.

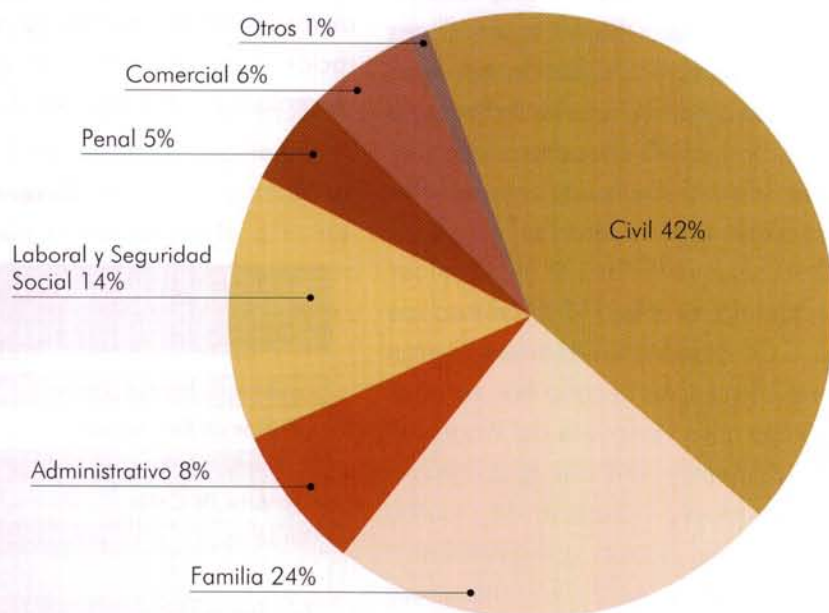
Al término de de 2010 se hallan registrados más de 6.270 caficultores, quienes formularon 5.913 consultas a través del consultorio virtual, de las cuales 5.250 consultas se finalizaron de forma satisfactoria.

Las áreas jurídicas de mayor consulta se encuentran determinadas por las acciones de carácter civil (42%) y derecho de familia y laboral con 24% y 14%, respectivamente.

**5.250**  
consultas jurídicas  
finalizadas de  
manera satisfactoria  
a través del  
Consultorio Jurídico



Consultas de caficultores, según materia de conocimiento jurídico  
2010





Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Conectividad en zonas cafeteras

**D**urante 2010 la Federación con el apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo BID-FOMIN, comenzó el proceso de instalación de 68 centros de conectividad rural en Cauca, Cesar, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander y Santander.

Estos centros estarán dotados con conexión satelital a internet y cinco computadores. Para la prestación de un adecuado servicio, cada centro contará con un experto en informática que atenderá de manera permanente las consultas los usuarios.

Con la implementación de este programa se busca capacitar a los cafeteros del país en el uso intensivo de tecnologías de la información y la comunicación, brindando acceso a internet a 15 mil caficultores y formación de 2.500 productores en competencias relevantes para la actividad cafetera.

A través de los centros se brindará acceso a los servicios y programas de la Federación contenidos en el "El Portal del Cafetero Colombiano", que se encuentra en adecuación para integrarlo a la página [www.federaciondefcafeteros.org](http://www.federaciondefcafeteros.org).



Este portal presenta información de la actualidad cafetera y sirve de herramienta de capacitación en temáticas tales como la administración de las fincas cafeteras y la promoción, comercialización y protección del café colombiano y de los cafés regionales.

Siendo estos centros de conectividad de uso exclusivo de los cafeteros, concentrará en un solo sitio todos los servicios en plataforma web ofrecidos por la institucionalidad cafete-

ra como: el correo electrónico del cafetero bajo el dominio [cafedecolombia.com.co](http://cafedecolombia.com.co), el SIC@ Web y el Consultorio Jurídico.

Se anticipa que el primer centro de conectividad comenzará a operar en Piendamó, Cauca, en enero de 2011 y se espera que en el curso del primer trimestre del año todos los centros se encuentren en operación.

**68 centros de conectividad con acceso a internet brindarán servicios de la institucionalidad cafetera y capacitación a los caficultores**



Desarrollar e implementar esquemas virtuales de educación formal y capacitación

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Computadores para educar

El programa tiene por objeto la donación masiva de computadores que han cumplido con su vida útil en las entidades públicas y las empresas privadas. Para su puesta en servicio a la comunidad, son reacondicionados y entregados a escuelas públicas de todo el país.

La Federación, en convenio con la Asociación Computadores para Educar del Ministerio de Comunicaciones, brinda acompañamiento a las instituciones educativas, desde la capacitación de docentes, hasta la promoción para el uso de los recursos de informática.

Mediante el aprovechamiento integral de los equipos de computo en desuso, se generan beneficios educativos, económicos y ambientales a la sociedad con destino a niños de bajos recursos, que en ausencia del programa no podrían tener acceso a las tecnologías de la informática y las comunicaciones.

El programa que culminó en 2010 permitió entregar desde 2002, 3.422 computadores que benefician más de 67 mil estudiantes en 390 instituciones educativas ubicadas en municipios cafeteros de todo el país. En 2010, se entregaron 73 computadores a 18 instituciones educativas con destino a la educación de 657 alumnos en tres departamentos.



Resultados de computadores para educar  
2003 - 2010

Departamento	Municipios	Instituciones	Alumnos	Computadoras	Impresoras
Antioquia	11	23	3.476	201	23
Boyacá	3	4	1.296	29	4
Caquetá	2	2	207	18	2
Cauca	26	57	9.896	613	50
Cesar	4	6	2.804	63	6
Cundinamarca	17	26	4.204	242	26
Huila *	18	40	13.585	394	40
Magdalena	2	4	1.216	51	4
Meta	1	1	118	9	1
Nariño	15	31	3.804	286	30
N. Santander	6	11	537	66	5
Risaralda	4	5	628	45	5
Santander *	34	94	8.327	608	84
Tolima *	25	73	12.592	668	73
Valle	9	13	4.818	129	13
<b>Total</b>	<b>177</b>	<b>390</b>	<b>67.508</b>	<b>3.422</b>	<b>366</b>

\* En 2002 recibieron 281 computadores y 22 impresoras en beneficio de 22 instituciones.



Aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Nueva estrategia Web

La nueva estrategia web de la Federación tiene dos componentes, el primero compuesto por sitios web 1.0 o unidireccionales, en los que se publica información para las diferentes audiencias institucionales y los sitios 2.0 o redes sociales en las que se provee información al público y se recibe retroalimentación, conociendo las percepciones, gustos e ideas del cliente.

Esta nueva estrategia permite mejorar la difusión de la información referente a la institución, el Café de Colombia y sus marcas, además de lograr una mayor cobertura de usuarios a través de los sitios oficiales cafeteros: [www.federaciondefeferos.org](http://www.federaciondefeferos.org), [www.cafede-colombia.com](http://www.cafede-colombia.com) y [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com).

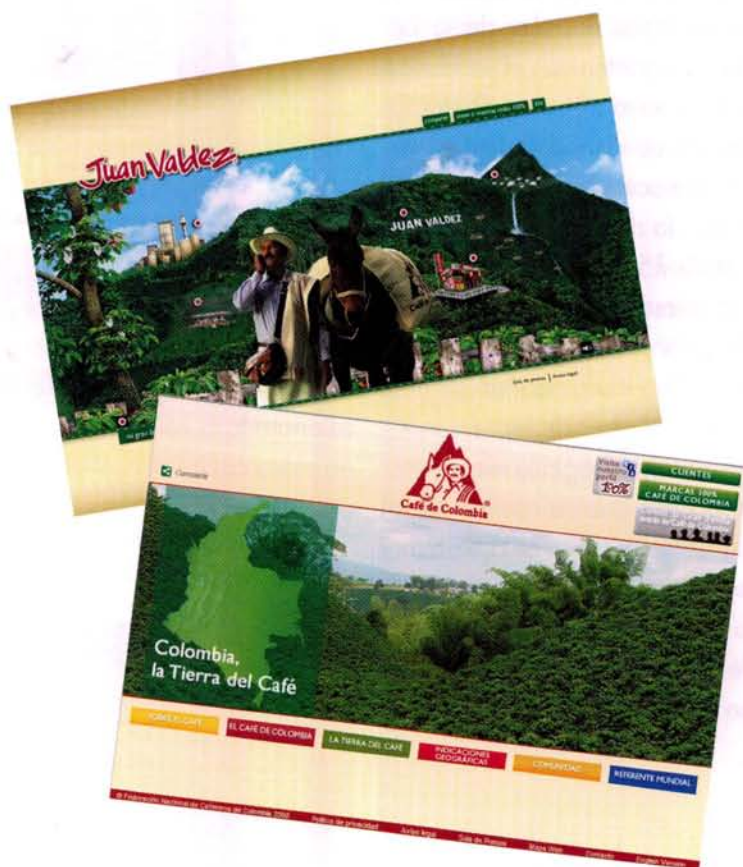
El flujo de visitantes a estas páginas ha crecido significativamente. Por ejemplo, durante 2010 las visitas a la página de la Federación aumentaron casi 15 veces con respecto a 2009, lo cual refleja el mayor interés del público por la labor de la Federación y sus programas en beneficio de los cafeteros.

A comienzos de 2010 se lanzaron las páginas de Café de Colombia y Juan Valdez, las cuales a diciembre registraron más de 300 mil y 73 mil visitas, respectivamente.

El 26 de agosto, con motivo de la celebración de los 50 años del personaje Juan Valdez, se realizó en la oficina central de la Federación un emotivo homenaje al que asistió el Señor Presidente de la República y algunos representantes de su equipo de gobierno. Este homenaje fue registrado por más de un centenar de periodistas y fue transmitido en vivo a través de [www.federaciondefeferos.org](http://www.federaciondefeferos.org) y [www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com) y las páginas oficiales de el diario El Espectador y la revista Dinero.

En total 35 mil personas presenciaron la celebración a través de internet.

En la actualidad, se adelanta un proyecto para la optimización de su posicionamiento en motores de búsqueda. De esta manera, se espera no sólo incrementar el número de visitas y de páginas vistas, sino también brindar al usuario la información más adecuada. Así mismo, la página Juan Valdez será traducida al chino y al japonés para incorporar nuevas audiencias.





Acercar el cliente/  
consumidor a la caficultura  
colombiana utilizando las  
herramientas tecnológicas  
y de información

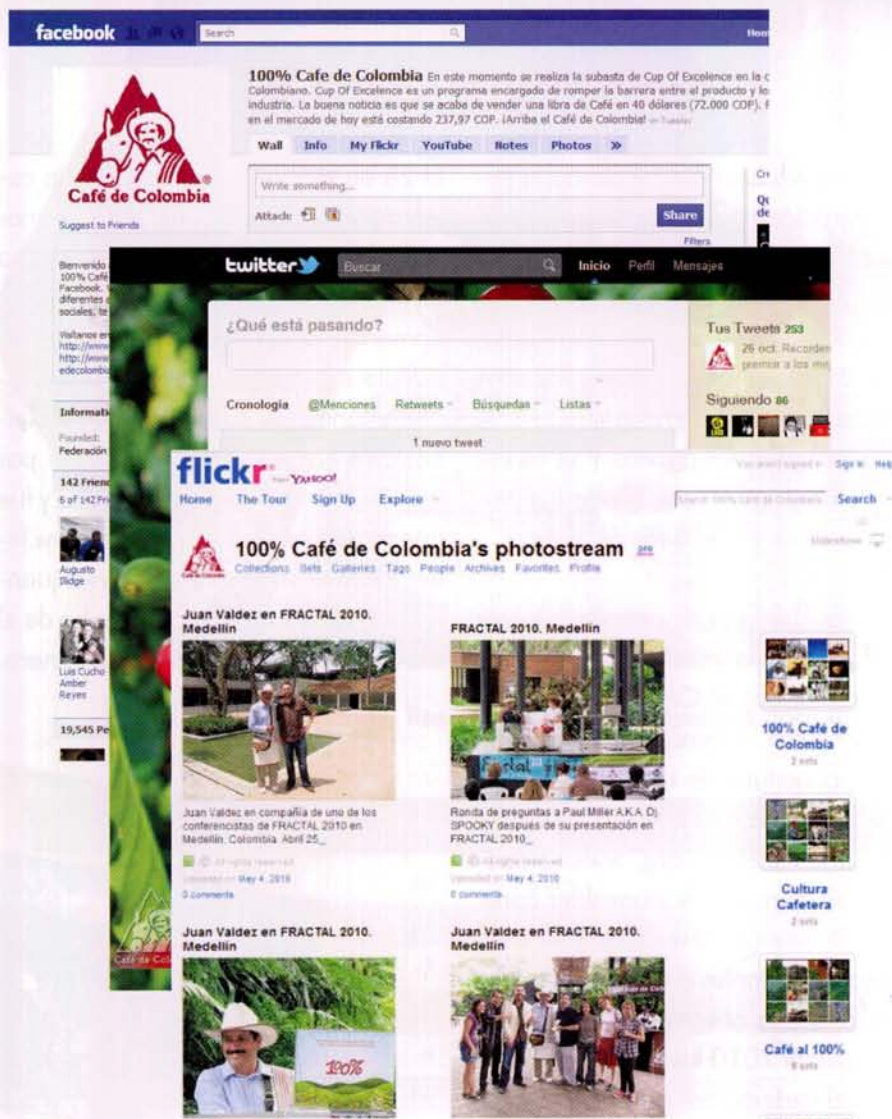
Caficultura integrada al mundo de la tecnología,  
información y comunicación

## Redes sociales

Las redes sociales se han constituido en una herramienta fundamental para el establecimiento de una canal directo de comunicación entre el Café de Colombia y sus diversas audiencias, en especial el público joven. Como resultado, se ha obtenido acercamiento de los consumidores a la marca y retroalimentación respecto de sus opiniones, así como la entrega de información acorde a sus inquietudes.

Desde su lanzamiento, el público ha seguido las redes sociales de la Federación y los contenidos presentados en estos han tenido gran acogida. En 2010 la página de Café de Colombia en Facebook cuenta con 36 mil seguidores y la de Juan Valdez® Café tiene más de 756 mil. En la red social Twitter, el personaje Juan Valdez® y Café de Colombia cuentan cada uno con más de 6 mil seguidores.

En cuanto a las páginas de contenido audiovisual, en el canal oficial Flickr de Café de Colombia, cerró el año con más de 82 mil visitas a fotografías, mientras en el canal oficial de Café de Colombia en Youtube, lo hizo con más de 19 mil videos vistos.



Las redes sociales oficiales  
y los viajes virtuales estrechan la  
relación entre los consumidores  
jóvenes y el café colombiano.



Acercar el cliente/  
consumidor a la caficultura  
colombiana utilizando las  
herramientas tecnológicas y  
de información

Caficultura integrada al mundo de la tecnología,  
información y comunicación

## Otras iniciativas Web

Bajo la estrategia de redes sociales para Café de Colombia y el programa café 100% colombiano, en la página [www.vidasal100.com](http://www.vidasal100.com) se lanzaron los especiales "Inspiración al 100%" que destacan los valores detrás de la marca 100% Café de Colombia, como la transparencia, el compromiso permanente y la dedicación que caracterizan a los cafeteros del país.

En 2010, se realizaron doce especiales sobre personajes importantes relacionados con el Café de Colombia. De manera paralela, se presentaron contenidos audiovisuales que exponen en detalle la profundidad de la marca 100% Café de Colombia, logrando la generación de asociaciones positivas y orgullo por el café colombiano.

Dentro de la estrategia de sitios web unidireccionales, se diseñó y desarrolló un micro-sitio especial para el Café de Nariño, con el que se da

comienzo a un plan de promoción de las diferentes Denominaciones de Origen Regional. En la actualidad, se está desarrollando el micro-sitio para el Café del Cauca.

A través de estos espacios web se presenta información sobre las características del café de cada una de las regiones, así como información detallada para aquellos profesionales o expertos interesados en los cafés de origen.

También en 2010, se culminó el desarrollo de los "Viajes Virtuales al Origen" con el lanzamiento del viaje virtual a Nariño simultáneo al del micro-sitio dedicado a ese origen.

De otra parte, se continuó brindando servicios de trazabilidad para el café de las Tiendas Juan Valdez® Café con la aplicación BeanTrack para el "Rincon del Experto" disponible en cuatro tiendas del exterior y el sitio web de Juan Valdez. Para conocer el perfil de taza de su café, el consumidor debe introducir el código BeanTrack que aparece en cada una de las bolsas de café Juan Valdez®.



**Viajes virtuales al origen  
una iniciativa para acercar los  
consumidores a los cafés regionales  
con características distintivas**



# Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno



## Avances

en 2010

**16.849**

caficultores recibieron capacitación en gestión empresarial para hacer de sus fincas, empresas cafeteras exitosas

**27.868**

habitantes del Eje Cafetero con mejores recursos educativos y de capacitación

**29.253**

caficultores recibieron capacitación de la FMM

**\$34.417**

millones para la construcción y dotación de instituciones educativas en las zonas rurales del país

**\$48 mil**

millones en programas para el mejoramiento vial en los departamentos cafeteros del país



Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Gestión Empresarial

**E**n 2010, con el objetivo de fortalecer los valores humanos y la capacidad de gestión empresarial para el manejo eficiente de la empresa cafetera, la FNC a través del Servicio de Extensión, continuó desarrollando el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial para Cafeteros.

Este programa se desarrolla en dos niveles: El nivel básico consta de ocho acciones formativas con temas relativos al conocimiento de la empresa, recursos de producción, utilización de la planeación como herramienta administrativa, conocimiento de indicadores de rendimiento y costos de producción.

En el nivel avanzado el caficultor profundiza en adopción de herramientas administrativas y diseña un plan de alternativas para lograr in-

gresos adicionales y maximizar el margen de su empresa.

Desde 2002 este programa ha permitido capacitar más de 110 mil cafeteros con una inversión de \$12 mil millones, de los cuales la FNC aportó

86%, y el SENA, la SAC y el Ministerio de Agricultura el 14% restante.

En 2010, se capacitaron 16.849 caficultores, en más de 7 mil reuniones realizadas durante el año.

### Reuniones y beneficiarios de Gestión Empresarial

2010

Departamento	Cafeteros	Grupos Conformados	Meta de Reuniones	Extensionistas Vinculados
Antioquia	2.374	130	1.081	130
Boyacá	485	22	157	11
Caldas	1.094	42	345	81
Cauca	872	87	545	55
Cesar -Guajira	205	20	100	15
Cundinamarca	807	66	374	61
Huila	1.506	89	772	75
Magdalena	455	26	220	13
Nariño	603	42	330	43
N. Santander	1.166	59	460	45
Quindío	599	42	465	35
Risaralda	1.284	54	576	52
Santander	1.049	50	453	41
Meta, Caqueta, Casanare	185	12	87	10
Tolima	2.620	109	771	96
Valle	1.545	92	647	84
<b>Total</b>	<b>16.849</b>	<b>942</b>	<b>7.383</b>	<b>847</b>

**16.849**  
personas  
capacitadas  
en gestión  
empresarial



Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Fortalecimiento de la población en el Eje Cafetero



**E**l programa “Educación y Gestión para el Fortalecimiento de la Población Rural del Eje Cafetero Colombiano 2007-2010” se ejecutó en el marco del convenio suscrito por la FNC con la Fundación Humanismo y Democracia de España. Con una inversión de \$3.900 millones y el objetivo de desarrollar una estrategia de erradicación de la pobreza y mejorar la calidad de vida mediante el fortalecimiento del talento humano y la capacidad de gestión de la población rural en Risaralda, Caldas y Quindío.

En total se beneficiaron con el programa 27.868 personas, superando casi tres veces la meta inicial de beneficiarios establecida al inicio del programa (9.638).

Adicionalmente, con la dotación de 55 instituciones educativas y la implementación de las metodologías de pos-primaria con Escuela Nueva y Escuela y Café se beneficiaron 3.047 estudiantes y 94 profesores.

Así mismo, 18.496 pequeños caficultores y 51 extensionistas se beneficiaron con la dotación de infraestructura tecnológica y material educativo en 24 Centros Rurales de Entrenamiento y Gestión (CREG's), y capacitaciones en el manejo de conocimientos y herramientas de información claves para la toma de decisiones, manejo financiero y aumento de la productividad en las fincas.

**27.868**  
personas del Eje  
Cafetero con  
mejores recursos  
educativos y de  
capacitación



Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Programas educativos de la Fundación Manuel Mejía

Con el propósito de promover el desarrollo rural, la FMM facilita el acceso al conocimiento y a la educación de la población rural, con especial énfasis en la comunidad cafetera, mediante el desarrollo de programas de capacitación y formación utilizando metodologías de educación flexibles que se adecúan a sus necesidades y condiciones socioculturales.

En 2010, más de 29 mil caficultores se beneficiaron de las actividades de la FMM, en las que se destacan los siguientes programas:

**Gerencia de la Empresa Cafetera:** en 2010, se ajustaron los contenidos de la cartilla "La Gerencia de la Empresa Cafetera" para su difusión en formato digital lo que permite una mayor cobertura del programa. Mientras en 2009 se capacitaron 23.231 caficultores por método presencial y por vía web, en 2010 se beneficiaron 24.456 productores.

**Educación a distancia:** en 2010 en convenio con el SENA, la FMM lideró el diseño y desarrollo del proceso educativo de los programas de formación a distancia, logrando su adecuación a las normas de competencia laboral establecidas en la Clasificación Nacional de Ocupaciones. Bajo esta metodología se capacitaron



21.534 caficultores en 2010, y se ofrecen cuatro programas con Título Técnico en manejo empresarial de la finca, aseguramiento de la calidad del café, producción de cafés especiales, y formulación de proyectos agropecuarios.

Asimismo, se ofrecen dos programas con Título de Auxiliar en promoción de seguridad alimentaria y promoción y desarrollo de la asociatividad.

**Programa de Formación para Docentes de instituciones educativas rurales en Cundinamarca:** en convenio con el Comité Departamental de Cundinamarca, la FMM capacitó los docentes vinculados al programa Escuela y Café en este departamento. En 2010, 783 docentes recibieron formación en temáticas de la institucionalidad cafetera, las metodologías de Escuela y Café y Escuela Nueva y tres

normas de competencia laboral sobre temas cafeteros.

**Programa Fomento al Consumo Interno - "Toma Café":** la FMM se vinculó a este programa para la promoción del consumo interno de café mediante el diseño de medios y recursos educativos para tenderos agrupados en Fenalco y personal de hoteles, restaurantes y cafeterías con el fin de certificar sus competencias en la preparación de bebidas a base de café.

**29.253**  
caficultores en 16  
departamentos,  
hicieron parte de  
los programas  
educativos de  
la FMM



Contribuir a mejorar los procesos educativos en la comunidad cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejoramiento de la infraestructura y dotación de la escuela La Esperanza (Cundinamarca)



Esta iniciativa contribuyó al arraigo cultural y la creación de un modelo de paz mediante el fortalecimiento de la infraestructura educativa en cuanto a cobertura, calidad y eficiencia en la escuela La Esperanza, del municipio de Vergara (Cundinamarca).

En 2010, 220 niños del municipio cuentan con mejores escenarios de aprendizaje (ampliadas y mejores instalaciones físicas), una educación de calidad (elementos pedagógicos pertinentes) y una buena nutrición y desarrollo físico (cultura de autoconsumo y hábitos saludables).

Para el desarrollo de la iniciativa se invirtieron \$1.233 millones provenientes de aportes de Costa Foundation, la Gobernación de Cundinamarca, la Alcaldía de Vergara y la Federación de Cafeteros.

**220 niños del municipio de Vergara se benefician de mejores instalaciones y dotación en la Escuela la Esperanza**



Contribuir a mejorar los procesos educativos en la comunidad cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Alianzas para la educación

En la ejecución de proyectos educativos, el apoyo de diversas organizaciones nacionales e internacionales para elevar la calidad y mejorar la infraestructura educativa en las zonas rurales, es fundamental para la Federación. Por esta razón, se han suscrito convenios de cooperación con organismos internacionales, así como con instituciones del orden nacional:

**Convenios de Cooperación Internacional:** con el apoyo de diferentes

países cooperantes, los gobiernos departamentales y municipales, la FNC desarrolla proyectos de infraestructura educativa, construcción de aulas informáticas, y dotación para escuelas rurales.

**Programa de mejoramiento de Infraestructura Educativa en las zonas Rurales- MEN:** con el fin de mejorar la infraestructura educativa y la dotación del mobiliario escolar, el Ministerio de Educación Nacional - MEN suscribió un convenio marco de coo-

peración con la Federación, en agosto de 2009, orientado a sumar esfuerzos a nivel nacional y con los entes territoriales para la ejecución de estos proyectos de infraestructura.

En 2010 se están ejecutando obras para la construcción de 92 instituciones educativas de los departamentos de Boyacá, Caldas, Cauca, Caquetá, Cesar - Guajira, Chocó, Huila, Quindío, Risaralda, Tolima, Norte de Santander y Valle del Cauca, con una inversión cercana a \$89 mil millones.

### Proyectos educativos de cooperación internacional en zona cafetera 2010

Proyecto	Financiador	País	Valor del convenio	Línea de Acción	Período de Ejecución	Beneficiarios
Proyecto Sostenibilidad y TIC en Escuela Rural	Fundación EFICO	Bélgica	\$141 millones	Acceso a Tecnologías de la Información	2010-2011	60 niños de primaria, 51 jóvenes de secundaria y 9 docentes Colegio Las Delicias en Santander
Mejoramiento condiciones para la educación de niños en Quinchía (Risaralda) Escuela de la vereda San Juan Fase I y II	Tchibo /Eduscho	Austria	\$82 millones	Mejoramiento infraestructura escolar	Diciembre 2008 a Abril 2010	70 Niños y Niñas
Dotación de tres centro de cómputo en la zona sur del departamento del Tolima. Promoción de TIC en familia cafetera	RGC Coffee	Canadá	\$41 millones	Acceso a Tecnologías de la Información	Diciembre 2009 a Junio de 2011	80 beneficiarios por cada sala de cómputo

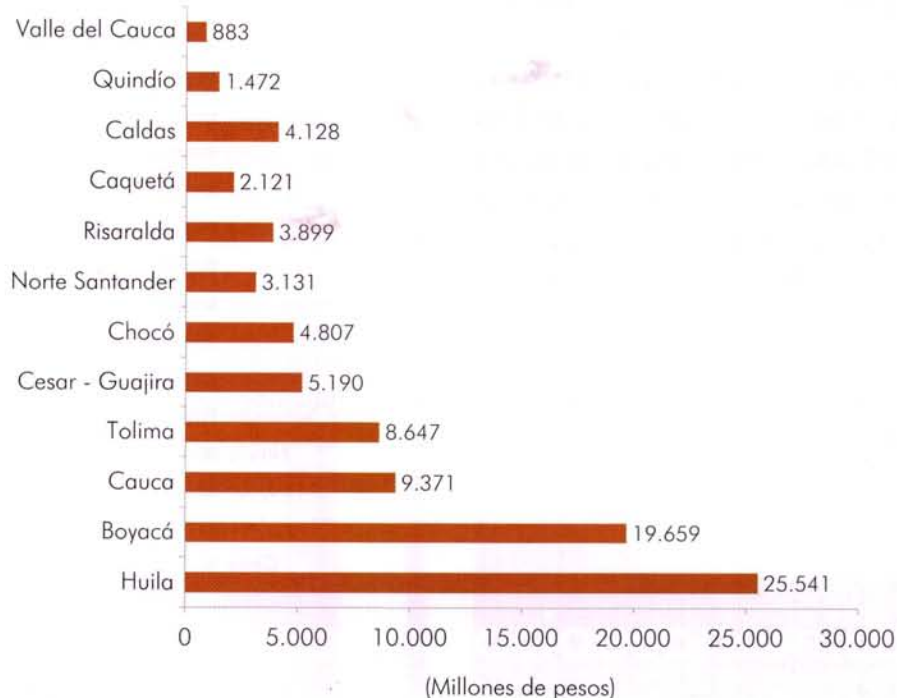


A 31 de diciembre de 2010, se encuentran terminadas y con dotación de mobiliario escolar 21 proyectos en los departamentos de Boyacá, Caldas, Cesar, Choco, Huila, Quindio, Risaralda y Tolima con una inversión de \$23.589 millones.

En diciembre de 2010, la Federación firmó nuevos convenios con el Ministerio de Educación y con entidades territoriales en Boyacá, Caldas, Pereira, Huila y Norte de Santander, para el mejoramiento de la infraestructura escolar con 19 proyectos por \$10.828 millones.



### Inversiones a nivel departamental 2010



Entidades de  
**3 países**  
apoyan el  
desarrollo  
de programas  
educativos  
cafeteros



Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Protección Social en Salud

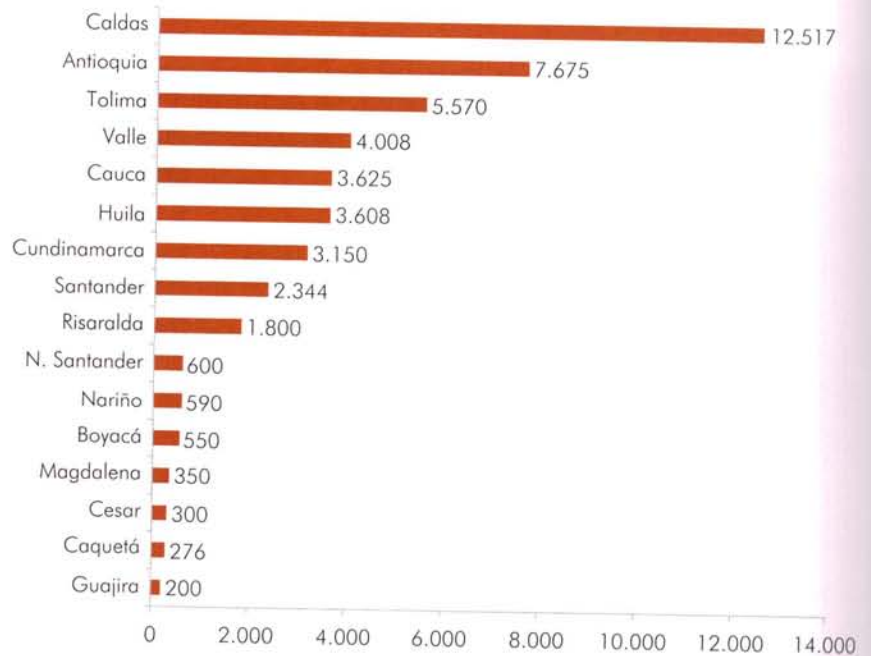
El acceso a los servicios de salud, es un factor fundamental para el mejoramiento de la calidad de vida de los caficultores. Por esta razón, la Federación se inscribió ante el Ministerio de Protección Social como promotor la afiliación al régimen subsidiado de salud en los departamentos cafeteros.

De esta manera, desde 2004 se desarrolló una estrategia conjunta con los Comités Departamentales que permitió vincular de manera permanente 109.631 caficultores a la seguridad social en salud subsidiada.

En 2010 se beneficiaron 47.163 caficultores con recursos por \$13.801 millones correspondientes al valor de su vinculación al régimen. De estos recursos, FOSYGA aporta 67,5%, la FNC 20% y las entidades territoriales 12,5%. Estos productores hacen parte de la ampliación de cobertura aprobada para el programa hasta 2011.



Personas vinculadas a la protección social en salud  
2010





Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Actualización de la base de datos SISBEN



En el marco del Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales - SISBEN III que adelanta el Gobierno Nacional, la Federación Nacional de Cafeteros suscribió en 2009 un convenio con el Departamento Nacional de Planeación, con el objetivo de apoyar el proceso de actualización del instrumento en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país.

El principal beneficio del convenio, es el cruce de información del SISBEN con los registros del Sistema de Información Cafetera - SICA, lo que permite tener información socioeconómica actualizada de la población cafetera del país.

Esto constituye una herramienta de planeación de políticas robusta no sólo para la institucionalidad cafetera, sino también para el Gobierno Nacional, porque facilita la focalización e identificación de beneficiarios de programas y proyectos de inversión social.

A la fecha el DNP entregó información depurada y certificada de 649 municipios cafeteros y no cafeteros en los cuales se aplicó la encuesta.

Con esto se tienen identificados más de 398 mil caficultores registrados en la base de datos del SICA, lo que representa cerca del 73% de los caficultores del país.

El instrumento Sisben III con la articulación del SICA Web podrá identificar con precisión las condiciones de vida en la zona rural cafetera, apoyando-

se en mapas temáticos con variables como: salud, educación y vivienda, entre otros.

En mayo de 2011, se espera tener la base completa de 1.100 municipios del país, incluyendo los 590 que hacen parte de la base de datos del SIC@Web.

**Información socioeconómica actualizada para el beneficio de los caficultores**



Apoyar e impulsar programas que mejoren las condiciones de salud y retiro de los caficultores

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejora en el acceso al agua potable



Una de los factores principales para el mejoramiento de la calidad de vida de las familias rurales es el acceso al agua potable. Por esta razón, la Federación Nacional de Cafeteros pensando en el bienestar del caficultor y su familia, ha suscrito convenios con diferentes organismos de cooperación públicos y privados, que le permiten proveer la infraestructura necesaria para el manejo del agua potable.

**Proyecto "Mejorando el Acceso al agua potable a viviendas de cuatro municipios del Cauca":** Convenio suscrito con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Fundación Humanismo y Democracia y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia con el fin de mejorar las condiciones de salubridad en los municipios

de Timbio, Santander de Quilichao, Caldono y Jambaló en el Cauca.

Con una inversión cercana a \$612 millones, se beneficiaron cerca de 63 mil personas con el mejoramiento de la infraestructura de agua potable representada en tres redes de distribución y una planta de tratamiento.

**63 mil personas asentadas en cuatro municipios de Cauca cuentan con mejor infraestructura de agua potable**



Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejoramiento vial

**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 adelantaron acciones de desarrollo social con el fin de generar condiciones para el logro y mantenimiento de la paz.

En el primer convenio ejecutado entre 2008 y julio de 2010, se construyeron 46 km. por un valor de \$89 mil millones en tramos de la vía que comunica las poblaciones de Ataco y Planadas y los municipios de Chaparral y Río Blanco.

El convenio suscrito en 2010 por un valor de \$58,5 mil millones cubre un nuevo tramo de 16 km. de la vía Ataco-Planadas y otro de 13 km. de la vía Chaparral-Río Blanco, además, de la construcción de muros de contención y puentes.

**Programas Caminos de Prosperidad:** con el fin de aportar en el mantenimiento de la red vial terciaria y la generación de empleo formal en las zonas cafeteras, la FNC suscribió en 2010 un convenio con el Ministerio de Transporte por \$12 mil millones orientado al mantenimiento de cerca de 2 mil kilómetros de vías terciarias

en los departamentos de Cauca, Valle, Cundinamarca, Santander y Magdalena. Con esta iniciativa se promoverá la formalización del empleo a través de la vinculación de cafeteros como ejecutores de las obras de mantenimiento de la red vial terciaria.

**Otros programas de mejoramiento vial:** la Federación a través de con-

venios de cooperación ejecuta obras de infraestructura en diferentes regiones del país. En 2010, los Comités Departamentales con el apoyo del FoNC, los gobiernos departamentales y municipales, y otros organismos de cooperación, ejecutaron proyectos por \$48 mil millones para el mejoramiento de 7.193 kilómetros de vías, en varios departamentos del país.

Programas de mejoramiento vial ejecutados por los Comités Departamentales 2010

Departamento	Km. Mejorados	Recursos ejecutados (millones de \$)
Antioquia	1.175	2.224
Caldas	644	3.728
Cauca	28	8.530
Cesar-Guajira	7	42
Cundinamarca	30	3.646
Huila	378	1.403
Magdalena	500	122
Nariño	0,1	86
N. Santander	116	411
Quindío	114	3.482
Risaralda	720	9.177
Santander	580	750
Tolima	2.900	11.883
Total	7.193	47.815

**\$71 mil millones en programas de mejoramiento vial en los departamentos cafeteros del país**



Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejoramiento de Centros Zonales del ICBF

El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia unieron esfuerzos a través de diferentes convenios para cualificar el servicio prestado a la niñez y la familia en las zonas rurales, mediante la ejecución de diferentes proyectos destinados a la provisión y adecuación de infraestructura para las sedes regionales, centros zonales, unidades aplicativas y centros de atención a jóvenes en 20 departamentos con una inversión cercana a \$48 mil millones.

**Proyectos de implementación del sistema de responsabilidad penal para adolescentes:** con una inversión de \$1.050 millones, se hicieron reparaciones y adecuaciones físicas en los Centros de Atención al Joven de Medellín, Tunja y Yopal.

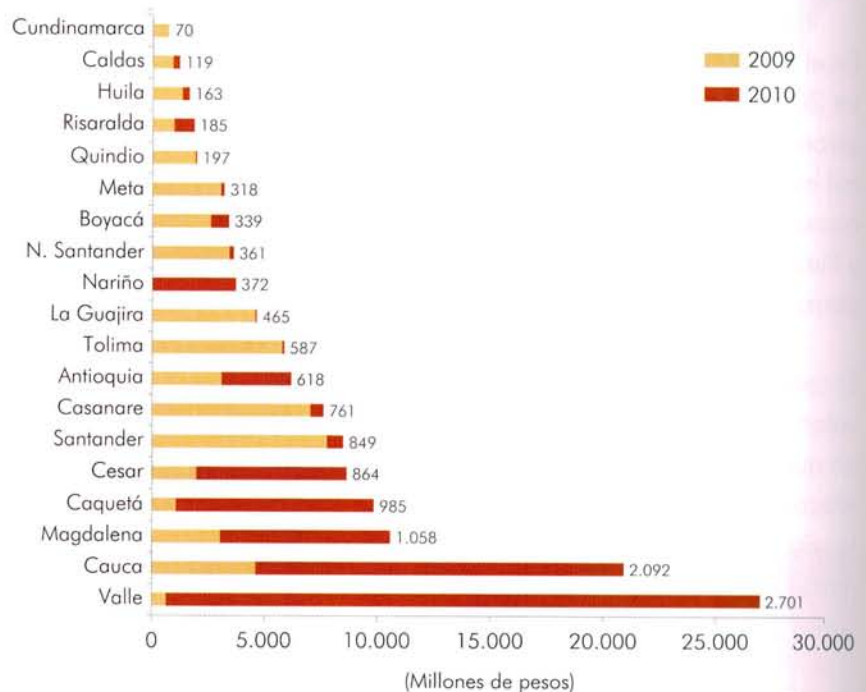
**Sedes administrativas, regionales y centros zonales:** en 2010, se invirtieron \$8.501 millones (54% del presupuesto) en la adecuación y dotación de centros zonales y regionales departamentales, y en diferentes obras menores en la Sede Nacional del ICBF.

En 2010 se inició la ejecución de un convenio nuevo con el ICBF por va-

lor de \$31,3 mil millones para ampliar el programa de adecuación, mantenimiento, dotación e inventoría para el mejoramiento de la sede nacional, las sedes regionales, centros zonales y unidades aplicati-

vas de 15 departamentos, unidades funcionales del sistema de responsabilidad penal en 12 departamentos y diseño, adecuación y dotación de hogares múltiples y agrupados en 7 departamentos más.

Ejecuciones en departamentos cafeteros  
2009 - 2010



**\$48 mil millones para mejorar la atención a la niñez y la familia en los Centros Zonales del ICBF**



## Programas para mujeres cafeteras



El compromiso de la Federación con la sostenibilidad de la caficultura se fundamenta en el bienestar de las 553 mil familias cafeteras, en las que la mujer es protagonista de primera línea.

Por esta razón, la FNC viene implementando una Política de Equidad, que promueve un mayor acercamiento de las mujeres cafeteras a la institución teniendo en cuenta su participación activa en la toma de decisiones, en los programas de renovación, fertilización y calidad, entre otros.

Para avanzar en éste propósito, uno de los temas fundamentales es la formación. En este sentido, los colaboradores de la Federación y de los Comités Departamentales fueron capacitados en temas de Género, Familia y Derechos, y a través del SENA se desarrolló un programa piloto en Cundinamarca y Tolima para capacitar asociaciones de mujeres cafeteras en planes de negocio y fortalecimiento organizacional.

**Observatorio de mujer rural y familia en las zonas cafeteras:** con base en la investigación realizada sobre la situación de los derechos de la mujer rural y la familia en las zonas cafeteras, con el apoyo de la Comisión Andina de Juristas, se diseñó e im-

plementó un sistema de indicadores para el seguimiento y evaluación del impacto de los programas que promueven la protección de los derechos de la mujer y la familia. Esto permitirá fortalecer las estrategias y alianzas interinstitucionales en torno a este tema.

Asimismo a través de recursos de cooperación internacional, se presentaron propuestas dirigidas a fortalecer la perspectiva de género, en los siguientes temas:

- ▣ Incorporación de un modulo de formación sobre equidad de género, convivencia, violencia intrafamiliar, resolución de conflictos, salud sexual y reproductiva en el programa de Jóvenes Caficultores.
- ▣ Equidad de género y desarrollo sostenible en Huila: este proyecto

busca incrementar la competitividad de cinco asociaciones de mujeres productoras de café en Huila, a partir del mejoramiento de la productividad, mediante un programa de café de origen con enfoque de género y el fomento de la convivencia en las familias cafeteras.

**La Mujer en las elecciones cafeteras 2010:** la participación de las mujeres en las elecciones cafeteras de 2010, se incrementó 23% como aspirantes a integrar los Comités Departamentales y 57% como candidatas a los Comités Municipales. Esto es resultado de los Talleres Participativos de Mujeres, en los cuales se brindó capacitación en temas de autoestima, liderazgo, empoderamiento e institucionalidad cafetera.



# Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcarario

## Avances

en 2010



Juan Valdez

celebró sus primeros 50 años

5.000

seguidores tiene Juan Valdez en Twitter

EEUU

fue el escenario de una impactante  
campana publicitaria para el  
café 100% colombiano

Café de Colombia  
Colombia es pasión

equipo campeón del Tour De l'Avenir 2010

En Expo Shanghai  
2010

el Café de Colombia fue invitado de honor

La Federación

obtuvo la facultad de autorizar el uso  
de la Denominación de Origen  
Café de Colombia



Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de los caficultores

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Juan Valdez 50 años Todo un camino por delante

La diferenciación es una de las herramientas claves con que cuentan los cafeteros colombianos para que el mercado reconozca sus esfuerzos por producir un café de calidad. El posicionamiento del producto permite acceder a mejores precios, razón por la cual las estrategias de comunicación dirigidas precisamente a informar a clientes y consumidores sobre la importancia del origen y del café colombiano son de la mayor relevancia. El uso más eficiente de los recursos de comunicación, dados los reducidos presupuestos para estas actividades, se ha vuelto una de las prioridades organizacionales.

De manera complementaria a las iniciativas de comunicación asociadas con la estrategia de internet que se describen en el capítulo Caficultura integrada al mundo de la tecnología, la informática y la comunicación, se han desarrollado iniciativas que permiten recordar a los consumidores la importancia del origen y del Café de Colombia, manteniendo la presencia y relevancia de Juan Valdez.

**Celebración 50 años del personaje Juan Valdez:** el cumpleaños número 50 de Juan Valdez se convirtió en la ocasión ideal para hacerle un ho-



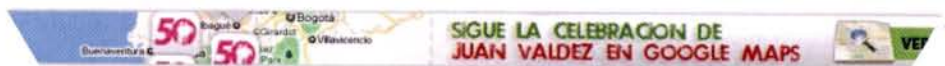
menaje y fortalecer la dimensión de lo que significa el personaje, manteniendo una significativa presencia en medios nacionales e internacionales. El 26 de Agosto, con la presencia del Sr. Presidente de la República Juan Manuel Santos Calderón y algunos de los representantes de su equipo de gobierno, se realizó un emotivo homenaje en el auditorio Arturo Gómez Jaramillo de la Federación, con el cual se dió inicio a la celebración de los 50 años de Juan Valdez.

Más de un centenar de periodistas asistieron a la Federación de Cafeteros en Bogotá y cubrieron esta celebración. Asimismo, al menos 35 mil personas más fueron testigos de primera mano de la gran celebración, gracias a que se transmitió al mundo el evento en vivo y en directo vía in-

ternet a través de las páginas de la institucionalidad cafetera. Igualmente y sin costo alguno para los cibernautas, el diario El Espectador y la Revista Dinero, decidieron retransmitir el evento.

Fue tan alto y positivo el impacto de la celebración, que una semana después del evento ya se habían registrado alrededor de doscientos reportes periodísticos con un estimado en free press superior a los \$1.200 millones. Adicionalmente, los principales periódicos del país destacaron la noticia en las primeras páginas, e igualmente se dieron amplias notas editoriales y columnas.





Además del lanzamiento, para conmemorar este aniversario se diseñó el evento "Juan Valdez 50 años. Todo un camino por delante" una exhibición temática itinerante en la que se presentaron, entre otros elementos, fotos inéditas de la vida de Juan Valdez, una colección de afiches y videos publicitarios representativos de diferentes décadas, una muestra de Juan Valdez viajando por el mundo, rodeado de los personajes y lugares emblemáticos de diferentes países y un módulo dedicado al futuro de la marca.

Con el fin de compartir con las familias cafeteras, el gremio y consumidores en general la Federación diseñó un recorrido de celebraciones para que Juan Valdez estuviera presente en 18 lugares del país. En cada una de las ciudades visitadas el personaje compartió su exhibición con los medios locales y con reconocidas personalidades de cada región, in-

cluyendo los miembros de los Comités Departamentales de Cafeteros.

En el marco de la exhibición "Juan Valdez 50 años. Todo un camino por delante" se incluyeron elementos digitales, que en línea con la estrategia web y por medio de *Ipads touch screen* y de videos multimedia, mostraron al público las diferentes actividades y contenidos relevantes de las marcas disponibles a través de internet.

Los anteriores eventos y tácticas permitieron apalancar la inversión en medios, generando una cobertura que superó, en términos de valoración, varias veces el valor total invertido. Igualmente, durante los meses de septiembre y diciembre de 2010

y gracias al recorrido que hizo Juan Valdez por todo el país, continuaron publicándose anuncios de prensa donde se le dedicaba gran espacio a las visitas regionales realizadas por el personaje.





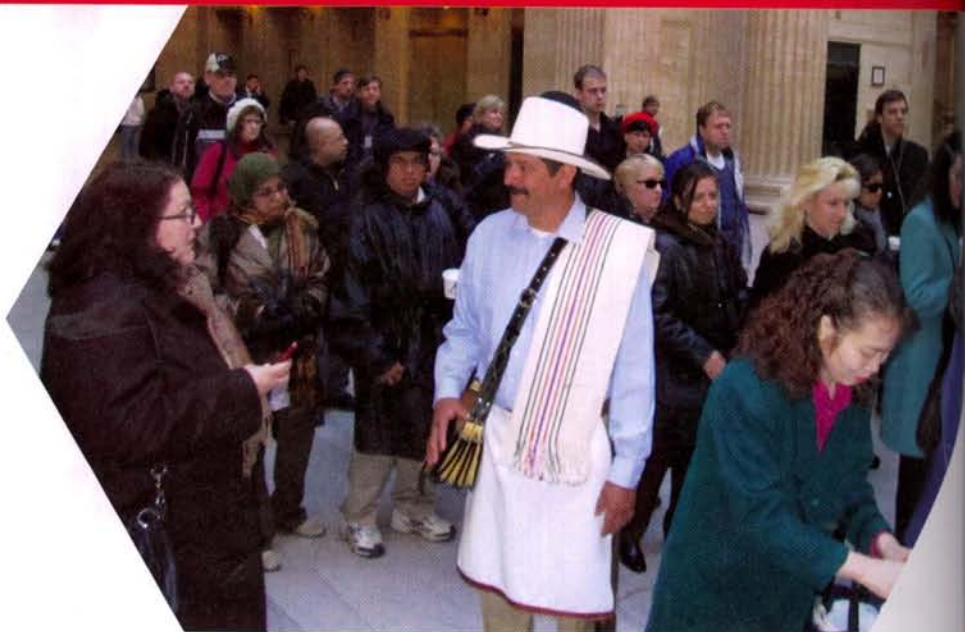
Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de los caficultores

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Agenda Juan Valdez

**D**urante el primer semestre de 2010 el personaje Juan Valdez hizo presencia en el mercado de Estados Unidos, donde el programa café 100% colombiano ha alcanzado una mayor dimensión. Con una estrategia de medios complementaria, el personaje visitó diferentes ciudades de Norteamérica y apareció en diferentes medios informativos.

Durante la campaña, Juan Valdez visitó las cinco principales ciudades de Estados Unidos, Nueva York, Chicago, Los Ángeles, Miami y Seattle. Durante el recorrido se sirvieron más de 4.800 tazas de café 100% colombiano y se obtuvieron más de 28 millones de registros sobre el evento en los diferentes medios de comunicación. Asimismo, fue invitado a participar en la Premiere de la película *Remember me*, en Nueva York.



**Juan Valdez con motivo de sus 50 años, visitó las más importantes ciudades norteamericanas y fue protagonista en los medios**





**Juan Valdez en internet:** con el objetivo de fortalecer la imagen de Juan Valdez como símbolo de calidad y de los valores de los caficultores colombianos, se continuó con la página oficial para el personaje Juan Valdez ([www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com)).

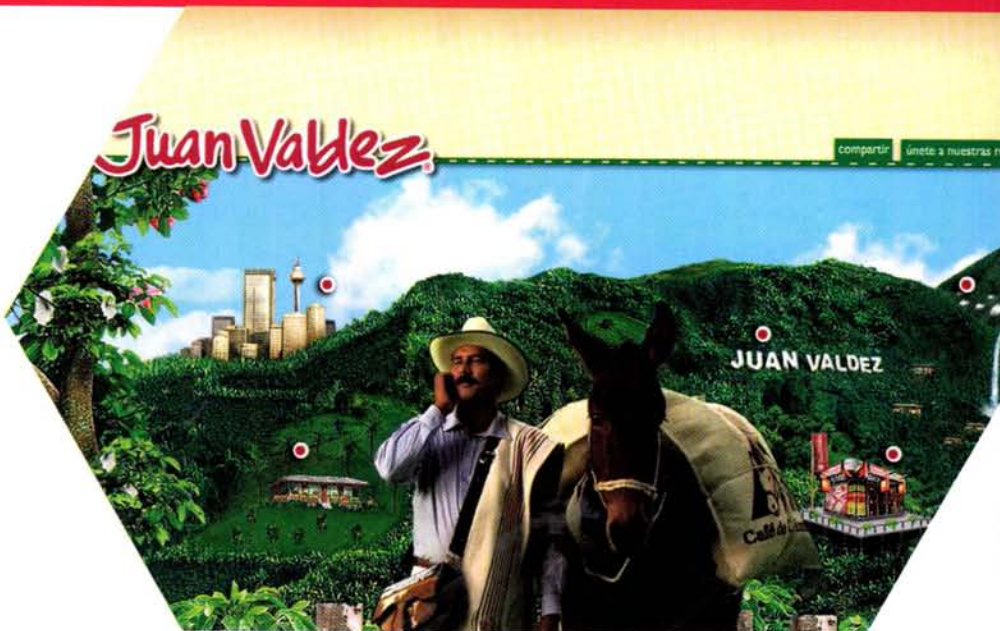
En ella se incluyeron nuevos contenidos llamativos e interactivos, que permitirán a los visitantes conocer más sobre el personaje y los caficultores que representa.

Esta página web corresponde a uno de los ejes temáticos de la nueva arquitectura internet y tiene como objetivo establecer un canal directo entre consumidores y el personaje. Con el lanzamiento de la página en

febrero de 2010, más de 66 mil visitantes pudieron conocer más sobre la historia del personaje y lo que hay detrás de él, más allá del ícono publicitario.

Adicional a lo anterior y gracias al reconocimiento de la Federación por

las redes sociales como canal directo de comunicación entre el Café de Colombia y sus públicos, en especial a las audiencias jóvenes, las cifras de seguidores de Juan Valdez son sorprendentes, a saber, cinco mil en Twitter y 752 mil en Facebook (Juan Valdez Café).



Gracias a la nueva estrategia internet, Juan Valdez se posiciona en las redes sociales





Aumentar la penetración global del Programa 100% Colombiano

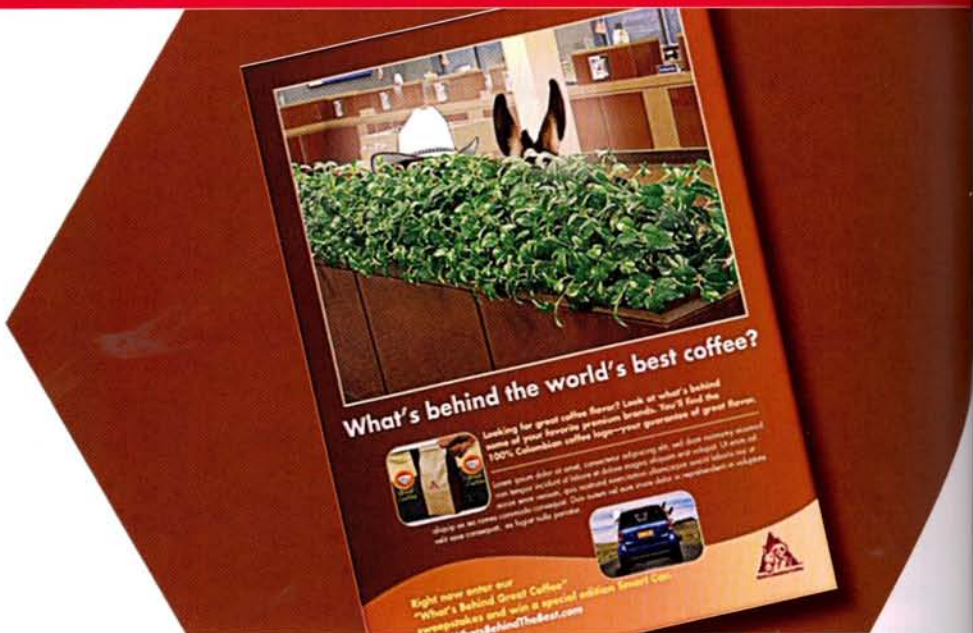
Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Programa Café 100% Colombiano

En el marco del apoyo a los tostadores miembros del Programa Café 100% Colombiano, los Comités Directivo y Nacional aprobaron el diseño y lanzamiento de una campaña dirigida a los consumidores norteamericanos de grano colombiano. Esta campaña inició en 2009 y se mantuvo durante los primeros meses de 2010, bajo el lema "¿Qué hay detrás del mejor café del mundo?". Para ello, se desarrollaron piezas publicitarias en diversos formatos tales como medios visuales (televisión), escritos (Revista People) y digitales (Facebook, Twitter y Youtube), cuyos principales resultados se resumen a continuación:

Para televisión se desarrolló un comercial que fue transmitido 770 veces con una audiencia aproximada de 11 millones de personas.

En medios impresos se publicaron anuncios publicitarios de la campaña en cuatro ediciones de la Revista People, la cual cuenta con el mayor número de impresiones en Norteamérica, así como la mayor audiencia femenina en el país, pues una de cada cuatro mujeres en Estados Unidos la lee. Esto, significa que más de 73 millones de personas estuvieron expuestas a la publicación de los anuncios de café de Colombia.



COLOMBIAN COFFEE  
"WHAT'S BEHIND / ROCK STARS"  
TV30



FOR MUCH OF THE COMMERCIAL, WE KEEP SEEING A SOMBRERO AND MULE EARS AS THEY MOVE QUICKLY, DODGING THE FBI HANDS FANS - A MOB OF MONKS - TRYING TO CATCH THEM AS IF THEY ARE THE BEATLES

NOW IT: Light! Then they see MOB OF MONKS FANS TOWARD THEM SCREAMING, EXCITED THE SOMBRERO AND MULE EARS ARE ON!



WE CATCH SIGHT OF THE SOMBRERO AND MULE EARS BEHIND A LINE OF HOTEL TVS.

ANNEX: What's behind the world's most popular way best coffee?



WE CATCH SIGHT OF THE SOMBRERO AND MULE EARS THE MONKS ALONG BEHIND A FENCE. THE MOB SEES THEM, CHASES THEM.

ANNEX: What's behind the world's most desirable beer?



WE CATCH SIGHT OF THEM IN A WINDING STAIRWELL, MAKING ANOTHER ESCAPE.

ANNEX: What's behind the world's most sought after look?



FINALLY WE SEE THE FACES OF OUR "STAR" - JUAN WILDEZ AND CONCHITA. THEY'VE BEEN DISCOVERED.

ANNEX: It's 100% Colombian Coffee of course. Being discovered by a green generation of coffee lovers.



ROBT SHOWS A HAND TURNING A GENERIC CAN OF COFFEE TO REVEAL THE COLOMBIAN COFFEE LOGO ON THE BACK.

ANNEX: Close-up of logo.



WE CATCH THEM MOVING IN A PARKING LOT, BEHIND PARKED CARS.

ANNEX: Light new coffee lovers can see a StreetCar and other prices.



JUAN AND CONCHITA MAKE THEIR "GETAWAY" IN A SHARED CAR.

ONLY THE SOMBRERO AND MULE'S EARS ARE VISIBLE LEAVING OUT THE WINDOWS.

ANNEX: Visit our website. To see what's behind the world's best coffee.

SUPER WEBSITE OVER CAR: What'sBehindTheBest.com

84 millones de personas estuvieron expuestas a la campaña publicitaria de Café 100% Colombiano en Estados Unidos





Con el objetivo de impulsar el programa y mantener su relevancia entre los licenciatarios, la FNC continuó desarrollando a través de diferentes medios, una serie de iniciativas orientadas a maximizar la distribución del café de Colombia y a fortalecer su presencia en diversos mercados.

El año 2010 generó un complejo reto para mantener la lealtad de las marcas de café 100% colombiano. Con ocasión de las altas primas registradas a partir del año 2009 por el café colombiano, a muchos tostadores les fue muy difícil mantener la rentabilidad en la distribución de sus productos. Por tal motivo, la Federación desarrolló una serie de actividades dirigidas a mantener la lealtad de los licenciatarios del programa café 100% colombiano. Los resultados de estas actividades han sido muy satisfactorios. En el curso del año 2010 se vincularon o renovaron su licencia de marca ingrediente 58 tostadores en todo el mundo, destacándose un total de 31 contratos en Norteamérica.

## El programa café 100% colombiano continúa verificando la consistencia del café que se vende como 100% Café de Colombia alrededor del mundo

Adicionalmente, con el objeto de fortalecer el programa café 100% colombiano, la Federación continuamente efectúa actividades de verificación para asegurar que el café que se vende como 100% Café de Colombia (o descripciones similares) corresponda a las características propias del café colombiano.

Dichas actividades se ejecutan mediante análisis físicos y sensoriales a todas las muestras de producto reco-

lectadas directamente del mercado en diferentes territorios y también a aquellas enviadas por los diferentes licenciatarios. En 2010 las muestras tomadas de Norteamérica sumaron un total de 604, de Europa fueron 290 y Colombia 423 para un total global de 1.317 muestras analizadas para dicho programa.



Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario

## Patrocinios y alianzas

**D**eportes: durante 2010 se replanificó la estrategia de apoyo a deportistas colombianos buscando concentrar la inversión en ciertos deportes y eventos. Así, se continuó con el apoyo a Camilo Villegas. Adicionalmente, Café de Colombia continuó apoyando el ciclismo con el objeto de llegar a la audiencia de mercados europeos gracias a la exposición de este deporte en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales.



El apoyo publicitario a la carrera del golfista Camilo Villegas nuevamente fue todo un éxito en términos de exposición de la marca. Los torneos en los que participó Camilo Villegas fueron vistos por más de 236 millones de personas. El equivalente al valor en medios gracias a esta exposición de la marca fue superior a los USD44 millones.

Colombia - Colombia es Pasión rindió los frutos esperados en el año 2010. En el Tour de L'Avenir el equipo se coronó como campeón por equipos, campeón de la montaña y de la general individual. Una contundente victoria que confirma que el ciclismo colombiano ha crecido y está mostrando la mejor cara de Colombia y su café ante el mundo.

Por su parte, el patrocinio brindado al equipo de ciclismo Café de Co-

El equipo Café de Colombia - Colombia es Pasión se coronó campeón en el Tour De L'Avenir



Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Otras iniciativas en los mercados del mundo: Estados Unidos

En el marco de su estrategia de posicionamiento del Café de Colombia, la Federación se vinculó a diversas actividades en diferentes países del mundo. Las más destacadas se describen a continuación:

**Evento Summer Streets en Nueva York:** en 2010 Café de Colombia participó, nuevamente, en este multitudinario evento, al que asisten diariamente cerca de dos millones de personas, durante tres sábados en el mes de agosto. Esta actividad que replica el modelo de las ciclovías de Bogotá y París, contó con la asistencia de Juan Valdez símbolo de los cafeteros colombianos, quien tuvo una gran acogida.



**Evento "New York City and Latin-America: A growing partnership":** el 10 de marzo de 2010, el Café de Colombia fue uno de los patrocinadores de este evento, que contó con la asistencia, como invitado especial, del Alcalde de Nueva York, Michael Bloomberg y distinguidas personalidades de la política, las artes y la sociedad latinoamericana radicada en Nueva York. Asistieron más de 300 personas, quienes tuvieron la oportunidad de degustar café colombiano y recibir como obsequio muestras de Café de Colombia.

**Festival Gourmet Latino:** del 4 al 10 de junio, Café de Colombia fue el patrocinador oficial del "Primer Festival de Cocina y Bebidas Gourmet Latinas" en la ciudad de Nueva York.

El festival se desarrolló en el famoso "Astor Center" en el barrio Soho de

Manhattan y contó con una amplia cobertura en medios como: el New York Times, Epicurious y UNIVISION; entre otros. A esta actividad asistieron los más destacados chefs y conocedores del arte culinario de la ciudad. Durante el evento se sirvieron más de tres mil tazas de café colombiano.

**The Balancing Act:** durante octubre de 2009 y hasta marzo de 2010, se desarrolló una campaña televisiva a través de uno de los programas con mayor sintonía en los Estados Unidos. Se trata del show televisivo "The Balancing Act", de la cadena LIFETIME, que cuenta con una audiencia superior a 95 millones de personas. El show se presenta semanalmente y cuenta con más de cinco repeticiones por edición. Los presentadores e invitados degustaron Café 100% Colombiano durante todos los segmentos del programa, logrando así una gran exposición de la marca.





Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Otras iniciativas en los mercados del mundo: Japón

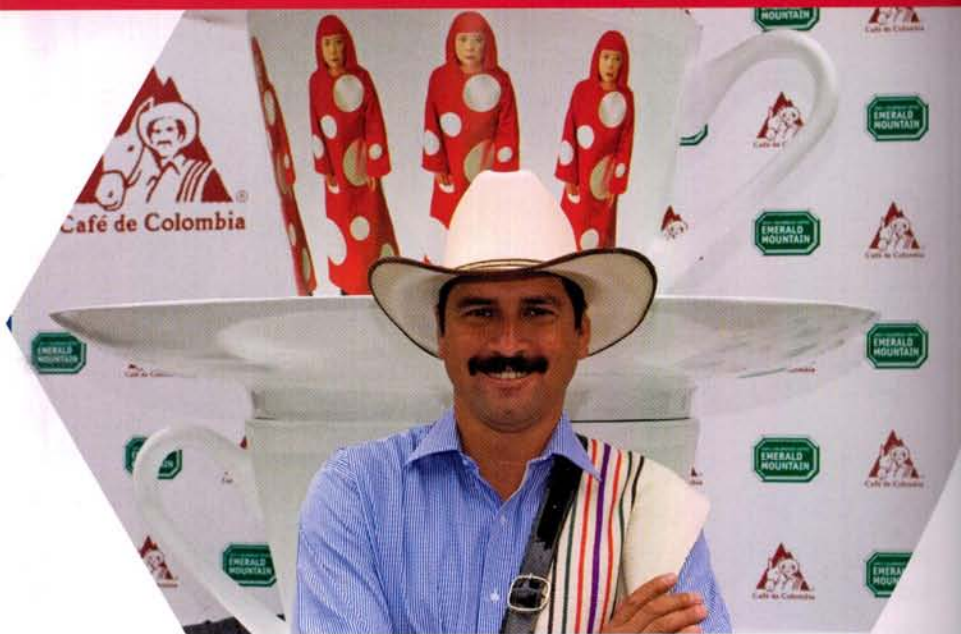
La Federación continúa promoviendo activamente el consumo de café colombiano en Japón, con acciones como el patrocinio al campeonato de baristas de Japón y el concurso de catación. Igualmente, la Federación participó en la Feria de Cafés Especiales de Japón evento en el que se realizó una importante actividad promocional. Otras actividades destacadas fueron las siguientes:

### **Campaña Publicitaria para Emerald Mountain:**

con el fin de incentivar el consumo de café de calidad en los restaurantes de Japón, se continuó una campaña promocional a través del *Gourmet Navigator Grunavi*, compañía dedicada a la actualidad gastronómica en Japón. En esta campaña, que se extendió desde junio de 2009 hasta junio de 2010, Emerald Mountain fue el protagonis-

ta principal de la Revista *Gourmet Navigator* cuya circulación es de 150 mil ejemplares mensuales con destino a los dueños de restaurantes. Esta publicación, cuenta igualmente con una página web consultada diariamente por más de siete millones de japoneses que quieren encontrar un buen sitio para comer.

**Curso de especialistas en café:** en 2010 se graduó una nueva promoción de japoneses en el curso de especialistas de Café de Colombia. Con esta ya son seis las promociones y más de 70 especialistas certificados.



**7 millones**  
de personas es  
la audiencia  
potencial de la  
campaña  
publicitaria de  
Emerald Mountain  
en Japón



Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Otras iniciativas en los mercados del mundo: China

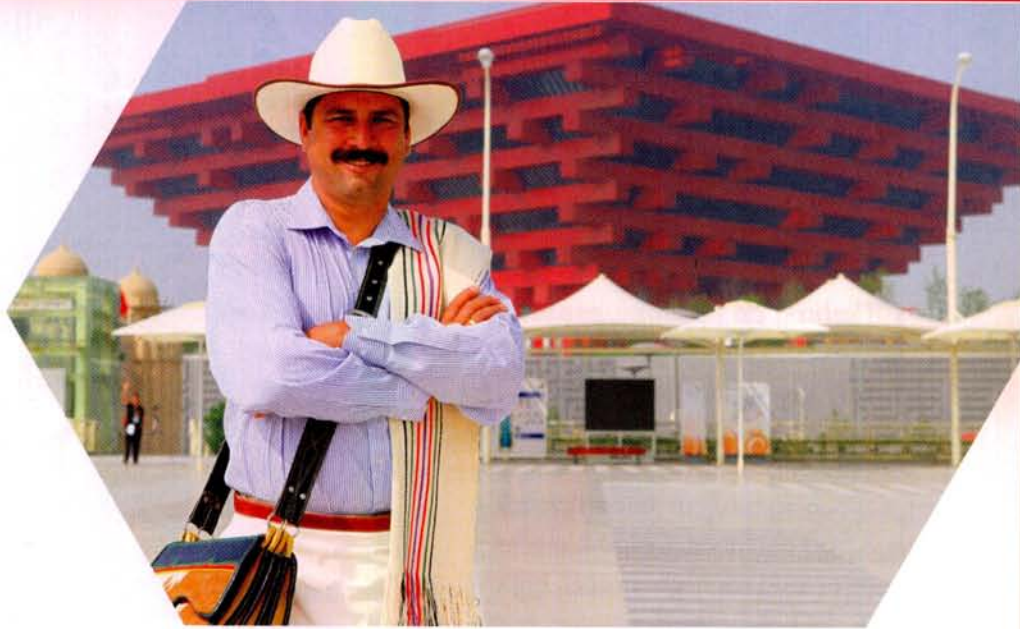
**Expo Shanghái 2010:** la Federación de Cafeteros participó como aliado del pabellón Colombia en Expo Shanghai 2010, feria universal celebrada entre mayo y octubre, período durante el cual el Pabellón de Colombia fue visitado por tres millones de personas.

En el marco de la participación del Café de Colombia en la feria, la Federación instaló una tienda en la esquina nororiental del pabellón colombiano, en la cual se servían dos mil cafés diariamente. Igualmente, en la semana del 14 al 18 de junio, se celebró la semana del Café de Colombia, escenario propicio para la promoción de la bebida en el mercado chino.

La presencia del personaje Juan Valdez marcó un hito, pues es la primera vez que la imagen del Café de Colombia y sus caficultores viaja a ese país. Los chinos experimentaron de cerca la imagen del personaje y tuvieron más de una oportunidad para tomarse una foto con él y llevarse un recuerdo permanente del café colombiano. Los medios chinos replicaron muchas de las imágenes de Juan Valdez y fue invitado de honor a los pabellones de China, Es-

tados Unidos, Japón, Canadá, entre otros. En la rueda de prensa que se organizó, los medios chinos tuvieron la oportunidad de conocer en detalle la importancia de la caficultura para Colombia, la labor social y ambiental de la Federación de Cafeteros y, por supuesto a Juan Valdez. Los periodistas presentes mostraron mucho interés por estos temas y diferentes medios de televisión realizaron entrevistas para comentar con mayor detalle al café colombiano.

Desde el punto de vista comercial, la semana del café de Colombia impuso una agenda comercial apretada con distintos representantes de los supermercados en China que expresaron su interés por el café instantáneo de Buencafé. Los visitantes al pabellón pudieron disfrutar de bebidas frías y calientes a base de café colombiano, y el café Buendía en frascos fue uno de los productos más exitosos en la tienda de souvenirs del pabellón.



## El café de Colombia fue protagonista y embajador del país en Expo Shangai 2010



Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Participación en ferias

**Feria de cafés especiales SCAA:** promovida por la Asociación Americana de Cafés Especiales -SCAA, la versión 2010 de esta feria se llevó a cabo en Anaheim (California) con la participación de 8.500 personas. Colombia estuvo representada por un grupo importante de productores pertenecientes a programas de cafés sostenibles, razón por la cual un café especial proveniente del Huila fue catalogado como el mejor de la feria, dejando en alto el prestigio de los cafés especiales producidos en el país.

**Feria de Alimentos Importados China-SIAL:** por primera vez se participó en esta feria, en la cual durante sus tres días de duración se ofreció el portafolio de productos de Buencafé y se realizaron degustaciones de café para más de cuatro mil personas. Los contactos comerciales realizados fueron muy importantes y se espera que se conviertan en nuevos negocios para la Fábrica.

**Feria de Alimentos París "le Salon International l'Agroalimentare":** es una de las ferias de alimentos más importantes en el mundo y congrega a todos los participantes de la industria agroalimentaria. Esta feria



es considerada como el lugar donde los negocios y la innovación se unen. Con más de 30 años desde su creación, en 2010 contó con 185 países visitantes y 101 países expositores. El Café de Colombia participó en este espacio con el fin de fortalecer las relaciones con clientes actuales y aproximar clientes potenciales.

**SCAJ 2009:** La Federación nuevamente fue un participante de primer orden de esta feria de cafés especiales. Al igual que en anteriores ocasiones, la FNC fue un importante patrocinador circunstancia que permitió una importante exposición del logo de Café de Colombia.

La feria contó con cerca de 20 mil visitantes durante los tres días de duración, periodo en el que se celebró un seminario sobre el estado de la

caficultura en Colombia y se ofreció a los clientes y asistentes información relativa a las perspectivas del grano colombiano para los meses venideros. Adicionalmente, se celebró otro seminario sobre los viajes virtuales al origen, donde la Federación expuso su estrategia de Denominación de Origen Regional y la nueva página web interactiva.

La Asociación de Cafés Especiales de Japón también le abrió un espacio a la Federación para que en sus seminarios educativos a los afiliados se hiciera una presentación sobre las particularidades de las técnicas del cultivo del Café en Colombia. Igualmente, una delegación de Almacafé participó en una evaluación de los cafés de la Taza de la Excelencia que se presentaron durante el evento.



Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Estrategia de denominación de origen

Las Denominaciones de Origen indican a los consumidores que los productos agrícolas, artesanales o industriales que las utilizan, gozan de unas características uniformes y especiales, por las cuales están dispuestos a pagar un costo adicional. En este sentido benefician de una manera directa a los productores de la zona a la que se refiere la denominación, quienes podrán usarla, si cumplen las condiciones para ser autorizados para ello.

En 2010, la Federación logró un significativo avance desde el punto de vista regulatorio, en el desarrollo de la estrategia de Denominación de Origen -DO "Café de Colombia". Cumpliendo con todos los requisitos de ley, la Federación entregó a la Superintendencia de Industria y Comercio los documentos necesarios para hacer efectiva la DO "Café de Colombia", con base en los cuales, des-

pués de una cuidadosa evaluación, el 6 de Agosto de 2010, mediante Resolución 41083, la Superintendencia delegó a la Federación la facultad de autorizar su uso. Dentro de las razones esgrimidas por el organismo competente en Colombia para la administración de las marcas, se encuentra el carácter gremial de la FNC y por propender por los intereses del sector cafetero. Con esta decisión, se confirma una vez más la legitimidad e idoneidad del gremio para desarrollar estas actividades.

En cuanto a las Denominaciones de Origen Regionales, vale la pena destacar que desde 2006 se han visitado 2.107 fincas y analizado un total de 5.897 muestras de café de nueve departamentos cafeteros, a saber, Cauca, Cesar, Guajira, Huila, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Santander y Tolima.

A dichas muestras se les ha determinado el contenido para 15 compuestos químicos asociados a la calidad de la bebida, la huella espectral NIRS (de infrarrojo cercano) y el análisis sensorial y físico. Esta información ha sido utilizada para la estructuración de los pliegos de Denominación de Origen por parte de la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo de la Federación.

Para los nueve departamentos se han desarrollado modelos matemáticos de diferenciación de origen, los cuales podrán ser utilizados para comprobar la calidad del producto y su procedencia.

Paralelamente, se desarrollaron los micrositos y los Viajes Virtuales para las regiones de Nariño y Cauca, cuyos pliegos en el momento de escribir este informe están siendo evaluadas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

La Superintendencia de Industria y Comercio delegó a la Federación la facultad de autorizar el uso de la Denominación de Origen Café de Colombia



# Agenda cafetera para el país y el mundo

## Avances

en 2010

### El Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

ratifica la importancia de la caficultura como capital social estratégico

35 mil

caficultores producen su café bajo los criterios del código 4C

### Acceso preferente

del café de Colombia a la Unión Europea

USD17 millones

en recursos de cooperación internacional para la ejecución de programas en las regiones cafeteras

USD1 millón

ejecuta diariamente la Federación en sus iniciativas de Sostenibilidad en Acción

\$23 mil millones

comprometidos en programas a favor de poblaciones en condiciones de vulnerabilidad





## Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

**E**l Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015 suscrito por la Federación con el Gobierno Nacional es un marco de política de mediano plazo orientado a la sostenibilidad de los caficultores y sus familias.

En el texto del Acuerdo se ratifica el papel de la caficultura como capital social estratégico del país, cuya estructura productiva califica de irremplazable e identifica como una alternativa para la generación de empleo y la búsqueda de prosperidad para los habitantes de las zonas rurales.

Para alcanzar este propósito, se trabajará en la consolidación de la caficultura como motor de crecimiento de la actividad agropecuaria, sector identificado en el plan de gobierno como una de las cinco locomotoras para el progreso del país.

A continuación se describen las prioridades del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015:

**Crear prosperidad democrática en el campo:** la caficultura es la actividad agrícola más idónea para reducir la pobreza, generar empleo formal en el campo y mejorar el nivel de ingresos y la calidad de vida de las familias cafeteras. Dado que la

caficultura se desarrolla mayoritariamente en pequeñas extensiones, facilita que los apoyos sean irrigados a vastos sectores de la población rural.

**Consolidar la caficultura como una locomotora que jalone el crecimiento de todo el agro colombiano:** la estrechez actual del mercado internacional del café, ofrece oportunidades para el crecimiento de la producción. El aumento de la cosecha permitirá que Colombia se mantenga como el primer productor de café suave del mundo y mejore el ingreso de las familias productoras.

Por estas dos razones, existe el convencimiento de que la actual coyuntura presenta condiciones ideales para la recuperación, estabilización y posterior incremento de la producción y la competitividad cafetera. Para ello, se implementarán las siguientes acciones:

□ Con el objetivo de mitigar el impacto de la roya sobre la cosecha cafetera de 2011, se puso en marcha un plan de choque contra la enfermedad que cuenta con recursos por \$10 mil millones para la entrega de fungicidas para el control químico de la enfermedad en cafetales con expectativas de producción y la entrega de incentivos para el es-

tablecimiento de almácigos para la producción de colinos de café con semillas de variedad resistente destinados a la renovación por siembra de cafetales fuertemente afectadas por la enfermedad.

□ Recuperar, estabilizar y aumentar la producción cafetera, mediante la renovación de cultivos envejecidos y de baja productividad. Con el Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, cuya vigencia se extendió hasta 2015, se intervendrán 279 mil hectáreas sembradas con cafetales envejecidos y susceptibles a la roya. Mayor información acerca de las modificaciones introducidas al programa se encuentra en el capítulo Competitividad e Innovación.

□ Ampliar el alcance del Programa de Competitividad para la renovación en promedio de 70 mil hectáreas anuales, mediante la entrega de incentivos para la fertilización de cafetales tecnificados jóvenes renovados por siembra o por zoca hasta dos veces. Este programa permitirá asegurar la calidad del grano y la productividad del cultivo, manteniendo la edad promedio del parque cafetero y la densidad en niveles óptimos.



- Ampliar el área sembrada en café hasta en 200 mil hectáreas mediante el incremento en la densidad por siembra y el área dedicada al cultivo de café en las fincas cafeteras.

- De otra parte, en la actualidad se negocia con el Ministerio de Agricultura la posibilidad entregar recursos del PSF para otorgar incentivos a la siembra y resiembra sin necesidad de acudir al mecanismo del crédito. De esta manera, el incentivo otorgado ascendería a \$480/árbol para la adquisición de colinos de café en variedades resistentes y agro-insumos con destino a la siembra y resiembra de cafetales.

- Prestar asistencia técnica de calidad. Para cumplir este propósito se mantendrán los técnicos del Servicio de Extensión adicionales contratados con recursos del Incentivo a la Asistencia Técnica del Ministerio de Agricultura.

- Fortalecer la política de valor agregado y de diferenciación del café colombiano, por la vía de in-



crementar la proporción de café exportado con valor agregado y generar mayores ingresos al productor cafetero y el sector agrícola en general.

- Garantizar la sostenibilidad del ingreso cafetero, mediante la ampliación de la cobertura del Contrato de Protección de Precio hasta para la totalidad de la cosecha cafetera del país. De esta manera, los cafeteros protegerán su cosecha contra eventuales caídas del precio internacional y/o choques asociados a la tasa de cambio.

**Erradicar la pobreza en las zonas cafeteras:** para el logro de esta prioridad resulta de vital importancia aumentar el nivel de ingresos de los cafeteros por la vía del incremento en la productividad del cultivo. Con la renovación en variedades resistentes y el incremento en la densidad del cultivo, se garantizan los ingresos necesarios para que las familias cafeteras tengan una vida digna.



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015

**Formalizar el empleo y contribuir a la política de contar con, al menos, un empleo formal por familia:** gracias al incremento del nivel de ingresos de las familias cafeteras, se promoverá que el pequeño empresario cafetero formalice su situación laboral como trabajador de su propia finca y él y su familia gocen de los beneficios que produce pertenecer al sistema contributivo de la seguridad social.

**Mejorar la competitividad de la caficultura Colombiana:** a través de la construcción de infraestructura, educación y formación especializada para el trabajo, e investigación tecnológica. Para ello, se implementarán tres estrategias:

- Ejecutar de la mano del Ministerio de Transporte, el programa Caminos para la Prosperidad, que se encargará del mantenimiento de la red vial terciaria contratando formalmente a los caficultores para que realicen las obras.
- Educación y formación para el trabajo para la capacitación de niños y jóvenes en las bondades de establecer proyectos de vida en torno a la caficultura a través de

la metodología Escuela y Café. Y con la creación de la Universidad del Café para extender la formación técnica a jóvenes bachilleros interesados en establecer empresas cafeteras exitosas y sostenibles.

- Investigación y generación de conocimiento estratégico: buscando la destinación de recursos de la reforma de las regalías, se buscará ampliar el alcance de las experiencias de Cenicafe con organismos multilaterales y con universidades del exterior para profundizar las investigaciones en temáticas como biodiversidad, el cambio climático y la genómica del café, entre otros.

### **Fortalecer las Finanzas del Fondo Nacional del Café:**

las enormes responsabilidades que atienden las instituciones cafeteras, hacen necesario revisar la contribución cafetera. Para ello, se establecerá una comisión de expertos encabezada por el Ministro de Hacienda, el Director de Planeación Nacional y el Gerente General de la Federación, que estudiará la fórmula más adecuada teniendo en cuenta los siguientes principios: i) la disminución de la exposición del FoNC al riesgo cambiario; ii) el comportamiento del precio interno;

iii) el nivel de ingresos por contribución necesarios para garantizar la sostenibilidad financiera del FoNC.; iv) el establecimiento de un fondo de estabilización de precios; v) el mantenimiento de la transferencia de precio internacional en niveles similares a los actuales; vi) La revisión de cargas pensionales cuya atención debe ser sustituida.

Para la puesta en marcha del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera, en diciembre de 2010 el Gobierno Nacional a través del Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural anunció recursos por \$300 mil millones para 2011, que garantizan el impulso de los programas de renovación, investigación, reforestación y asistencia técnica.

Asimismo, estos recursos incluyen \$25 mil millones destinados a la ejecución de programas de vivienda de interés social rural en la zona cafetera que buscarán apalancarse con igual cantidad de recursos provenientes de otras fuentes para ofrecer cerca de 10 mil nuevas soluciones de vivienda, lo que será fundamental en el proceso de reconstrucción y reactivación regional luego de los desastres dejados por la ola invernal de finales de 2010.



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Homenaje al Presidente Álvaro Uribe Vélez

El 22 de julio de 2010, con la presencia de los representantes de los cafeteros de todo el país, la Federación rindió homenaje al Presidente Álvaro Uribe Vélez, en el marco del LXXIV Congreso Extraordinario de Cafeteros. El evento tuvo por objeto brindar reconocimiento al respaldo recibido por la caficultura colombiana durante los ocho años de mandato del Presidente Uribe Vélez el cual, en sus comienzos estuvo marcado por la peor crisis de precios del café de la que se tenga registro.

Durante el homenaje el Gerente General destacó la solidaridad e interés mostrado por el Gobierno Nacional en el período 2002-2008, resaltando entre muchas otras, las siguientes acciones:

- ❑ En 2002, la suscripción del Acuerdo de Política Cafetera 2002-2007, con el cual se posicionó la actividad cafetera como capital social estratégico y se definió el marco para la entrega de apoyos al sector por \$698 mil millones.
- ❑ El compromiso irrestricto del gobierno a la estrategia de valor agregado, gracias a la cual, en la actualidad, más del 50% de las exportaciones del FoNC corresponden a embarques de café con valor agregado.
- ❑ La sanción de la Ley 788 de 2002 que fija la contribución cafetera y, que años más tarde, se hace permanente en virtud de la Ley 1337 de 2009.
- ❑ La salvaguardia de la parafiscalidad cafetera en todos y cada uno de los acuerdos de libre comercio suscritos durante su mandato.
- ❑ El apoyo con recursos del Fosyga a la vinculación definitiva de 109 mil caficultores al régimen de salud subsidiado y a la cobertura de 371 mil familias a través del Programa de Seguridad Alimentaria ReSA de Acción Social.
- ❑ En 2006, el apoyo del Gobierno Nacional para la prórroga del contrato de administración del FoNC por un período de diez años adicionales hasta 2016.
- ❑ En 2008, ante el contexto de profunda revaluación y el comienzo de la crisis financiera internacional, se suscribió el nuevo Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011, mediante el se establecieron programas orientados a mejorar la competitividad de la caficultura colombiana y se sentaron las bases para la sostenibilidad de la actividad

Durante el homenaje, el Presidente Álvaro Uribe Vélez fue condecorado con la "Medalla al Mérito Cafetero Manuel Mejía" en categoría Oro Extraordinario.





Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Agenda cafetera en el Congreso de la República

**E**n cumplimiento de su función de representación de los intereses de los caficultores colombianos ante el Congreso de la República, durante 2010 la FNC estuvo atenta del curso de los proyectos de ley que afectan directa e indirectamente a la caficultura nacional; y que hacen parte de la agenda legislativa del nuevo gobierno:

**Proyecto de Ley de Atención y Reparación Integral a las Víctimas de las Violaciones de los Derechos Humanos:** la FNC ha seguido con gran interés a este proyecto, en tanto plantea medidas específicas para el establecimiento de acciones que conduzcan al restablecimiento de la situación anterior a las violaciones de los derechos humanos. Esto incluye restitución de tierras, vivienda, créditos, formación y generación de empleo.

**Proyecto de Ley para la Restitución de Tierras:** busca que se logre de manera rápida la restitución de tierras a los campesinos que fueron despojados de sus predios por causa de la violencia armada. El proyecto contiene el conjunto de procedimientos administrativos a seguir para ser objeto de la restitución de tierras. Si bien no hay una inciden-

cia directa en las actividades propias de la FNC o la caficultura, al involucrar como coordinador al Ministerio de Agricultura, se establecen 10 acciones estratégicas y en algunas de ellas la Federación puede ser un aliado importante del Gobierno, bien sea a través del acompañamiento a proyectos productivos, o de la focalización de programas de desarrollo rural en las áreas objeto de la restitución de predios despojados.

**Proyecto de Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial:** la iniciativa apunta a superar la pobreza dotando a las regiones de instrumentos y recursos que les permitan aprovechar sus cualidades, promoviendo la prosperidad general. El interés de la Federación en este proyecto reside en las modificaciones que su ratificación tenga sobre la forma en la que se desarrollan los programas y proyectos sociales en las regiones.

**Proyecto de la Ley de Regla Fiscal:** la Ley establece una Regla Fiscal como instrumento de política para afianzar la disciplina fiscal y la estabilidad macroeconómica. Con su aplicación se espera aliviar los efectos de la volatilidad de la tasa de cambio, pues le permite al Gobierno (a través del Fondo de Ahorro y Esta-

bilización Macroeconómica y Fiscal) administrar eficientemente los recursos excedentarios que se generen por un posible auge minero-energético. El ahorro de las bonanzas evita la monetización de divisas y la revaluación del peso, lo que beneficiaría en gran medida al sector cafetero.

Igualmente la Federación viene haciendo un cuidadoso seguimiento a otros proyectos de ley como: el proyecto de Acto Legislativo por el cual se constituye el sistema general de regalías, el proyecto de Ley Anticorrupción y el proyecto de Ley de formalización y primer empleo. Todos ellos muy importantes para la Federación por cuanto involucran temas de interés para el desempeño futuro de la caficultura colombiana.



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

La III Conferencia Mundial del Café tuvo lugar en Ciudad de Guatemala (Guatemala) del 26 al 28 de febrero bajo el título “Café para el futuro: Hacia un sector cafetero sostenible”.

Durante el evento se trataron diversos temas concernientes a los tres pilares de la sostenibilidad, a saber, el económico, el social y el ambiental. Se señalaron algunos desafíos regionales y los conferencistas identificaron los que se consideran los principales retos del sector cafetero mundial. Los más importantes se mencionan a continuación:

### En el ámbito de la oferta:

- ❑ Realizar investigaciones científicas en temas tales como la genómica del café, la conservación de la diversidad y de la biodiversidad genética, el manejo de plagas y enfermedades y la identificación de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático.
- ❑ Fortalecer las instituciones cafeteras y promover la puesta en marcha de programas de ayuda a la actividad cafetera.
- ❑ Adoptar y masificar las aplicación de buenas practicas agrícolas.
- ❑ Evitar la dependencia de los productores de un sólo producto básico y

obtener fuentes complementarias de ingresos con otros cultivos, ganadería y actividades como el turismo.

- ❑ Mejorar el acceso al crédito y promover el establecimiento de instrumentos para la gestión adecuada del riesgo.
- ❑ Promover la agregación de valor por parte de los productores.
- ❑ Ampliar el espectro de información estadística disponible del mercado internacional del café.
- ❑ Otorgar mayor poder a las mujeres que trabajan en el sector cafetero.
- ❑ Establecer alternativas tendientes a mitigar el impacto del aumento de los costos de producción sobre la rentabilidad de la actividad.

### En el ámbito de la demanda:

- ❑ Lograr un clima económico favorable, puesto que la demanda de café depende de los cambios en la población, la renta disponible, y los gustos del consumidor.
- ❑ Apoyar el fortalecimiento del consumo en los mercados emergentes y productores, con especial énfasis en los consumidores jóvenes.

- ❑ Liderar iniciativas tendientes al desarrollo de nuevos productos a través de actividades de investigación y desarrollo.

En palabras del Director Ejecutivo de la OIC, la conclusión de la Conferencia fue: “ningún país puede por sí solo resolver muchos de los desafíos con que se enfrenta el sector cafetero mundial. Se precisan iniciativas de las organizaciones internacionales, los gobiernos nacionales, el sector privado y las ONG`s. Como hizo notar uno de los conferencistas los tratados de productos básicos son la clave para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio.”

Bajo el lema: “Café para el futuro, hacia un sector cafetero sostenible” se llevó a cabo en Guatemala la III Conferencia Mundial del Café



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

**105° Período de Sesiones de la Organización:** durante las reuniones de la OIC realizadas en septiembre de 2010, el Dr. Néstor Osorio presentó al Consejo Internacional del Café su renuncia como Director Ejecutivo de la Organización, cargo que desempeñó de manera impecable durante ocho años y medio. Como motivo para su decisión, el Dr. Osorio manifestó haber aceptado el ofrecimiento del Sr. Presidente Juan Manuel Santos, para que a partir de noviembre de 2010, se desempeñara como Embajador de Colombia ante la Organización de las Naciones Unidas, ONU.

Al retirarse de la OIC, el Dr. Osorio recibió expresiones unánimes de gratitud de todos los países miembros de la Organización, por su eficiente gestión, orientada tanto a recuperar y fortalecer la presencia de la Organización en el mundo, como a defender los intereses de los productores, e incentivar el consumo a escala global.

En reconocimiento a la labor desempeñada a favor de la actividad cafetera durante 22 años, el Comité Directivo de la Federación, en su sesión de octubre 26, rindió reconocimiento al Dr. Osorio condecorándolo con la "Medalla al Mérito Cafetero Manuel Mejía" en categoría Oro Extraordinario.



En reemplazo del Dr. Osorio, los países miembros de la OIC decidieron encargar hasta septiembre de 2011, al Sr. José Dauster Setté de nacionalidad brasilera y quien se desempeñaba en el cargo de Jefe de Operaciones de la Organización, para que a partir del primero de noviembre liderara la Organización.

El Sr. Setté tiene entonces la responsabilidad de velar por el desarrollo transparente del procedimiento establecido por el Consejo Internacional del Café para la designación del nuevo Director Ejecutivo de la OIC, así como de brindar apoyo técnico y respaldar al gobierno del Presidente Lula Da Silva, en su empeño por lograr la ratificación por parte del Congreso Nacional, del Acuerdo Internacional del Café - AIC 2007. Este último ha suscitado en el Brasil

las más extensas y complejas discusiones en vista de los efectos que sobre la sostenibilidad económica de la actividad cafetera han traído consigo los fenómenos climáticos, el crecimiento de los costos de producción y la devaluación del real brasilero.

Para la elección del nuevo Director Ejecutivo de la Organización, los países miembros liderados por Estados Unidos, la Unión Europea, Colombia y Brasil han decidido permitir la presentación a consideración del Consejo Internacional del Café, de un solo candidato por gobierno. Esta etapa se llevará a cabo hasta marzo de 2011, momento a partir del cual iniciará el proceso de selección del nuevo Director y cuyo nombramiento deberá producirse durante el período de sesiones de septiembre del año 2011.



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Código Común para la Comunidad Cafetera - "4C"

La Asociación del Código Común de la Comunidad Cafetera - 4C, cumple cuatro años de operación en diciembre de 2010, período durante el cual ha logrado involucrar en torno de la sostenibilidad de la actividad a caficultores provenientes de Asia, África y América Latina, así como a los principales tostadores y comercializadores de café a nivel mundial. Al mismo tiempo, importantes organizaciones de la sociedad civil y agencias de cooperación internacional han apoyado sus actividades.

Para lograr sus objetivos, la Asociación 4C ofrece programas de capacitación, promueve buenas prácticas agrícolas y de administración, facilita el intercambio de información y busca fortalecer la organización de los caficultores.

En junio de 2010, se reunió el Consejo de la Asociación en Hamburgo, Alemania. En esta reunión se examinó el plan estratégico y se actualizaron las reglas de participación y los estatutos del Comité de Mediación; se revisaron aspectos relacionados con los pesticidas y se estableció un grupo de trabajo sobre el cambio climático y su posible impacto sobre la situación cafetera en el ámbito global.



Al ingresar como miembros a la Asociación, los participantes de la industria y el comercio se comprometen a comprar cantidades crecientes de café verificado bajo el código 4C a lo largo del tiempo. En este orden de ideas, una de las noticias más importantes del año la constituyó el lanzamiento, en agosto de 2010, del Plan Nescafé mediante el cual esta compañía resolvió adoptar el código 4C como la línea base de sus programas de sostenibilidad para café.

Gracias a ello, en 2015 la totalidad del café comercializado por esta empresa deberá cumplir con los criterios del código 4C. Este es un desarrollo de gran importancia para la Asociación y para el sector cafetero puesto que impulsa la demanda de cafés sostenibles.

En la actualidad, se producen en 20 países, más de 12 millones de sacos de café que cumplen con el código 4C. Más de 70 mil productores y 281 mil trabajadores están involucrados en esta iniciativa de sostenibilidad. En Colombia más de 36 mil caficultores producen bajo los criterios del código 4C con un potencial de 2,3 millones de sacos al año.

**36 mil**  
caficultores  
colombianos  
producen café  
bajo los criterios  
del código 4C



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Negociaciones comerciales

La Federación, como representante de los cafeteros colombianos ha acompañado al Gobierno Nacional en las diferentes negociaciones comerciales, prestando especial atención a garantizar el acceso del café colombiano a nuevos mercados y en las mejores condiciones, salvaguardando las normas de origen y la propiedad intelectual que es fruto de los productores nacionales.



A continuación se presentan los resultados alcanzados durante 2010:

- ❑ **Unión Europea:** el café colombiano logró consolidar las preferencias que en materia de acceso la Unión Europea le otorgaba con anterioridad. De igual manera, y como parte integral del Acuerdo, los negociadores colombianos salvaguardaron el ahorro colectivo que se expresa a través de la contribución cafetera, al igual que los controles de calidad del grano en puerto, actividad que garantiza que los cafeteros colombianos exporten el mejor café del mundo.
- ❑ **Corea del Sur:** la negociación de un posible Acuerdo Comercial con este país asiático inició en diciembre de 2009 y se extendió a lo largo de 2010. Durante este

periodo la Federación acompañó al Gobierno en busca de acceso real e inmediato al mercado coreano y una norma de origen para los productos elaborados con café colombiano. Igualmente, se trabajó activamente en la protección de la parafiscalidad cafetera y los controles de calidad al café de exportación, sustento de las primas pagadas por el mercado internacional.

- ❑ **Panamá:** si bien la negociación para lograr un Acuerdo de Libre

Comercio entre Colombia y Panamá se encuentra temporalmente suspendida, la Federación ha estado atenta a defender los temas de interés de los cafeteros, a saber: el acceso preferente, las normas de origen, la protección de la parafiscalidad cafetera y los controles de calidad en puerto. Una vez se reanuden las negociaciones se continuará participando activamente en las mesas de negociación del acuerdo.

**La Federación representa activamente los intereses de los cafeteros colombianos en las negociaciones comerciales con otros países**



Representar a los caficultores colombianos en los diversos escenarios nacionales e internacionales

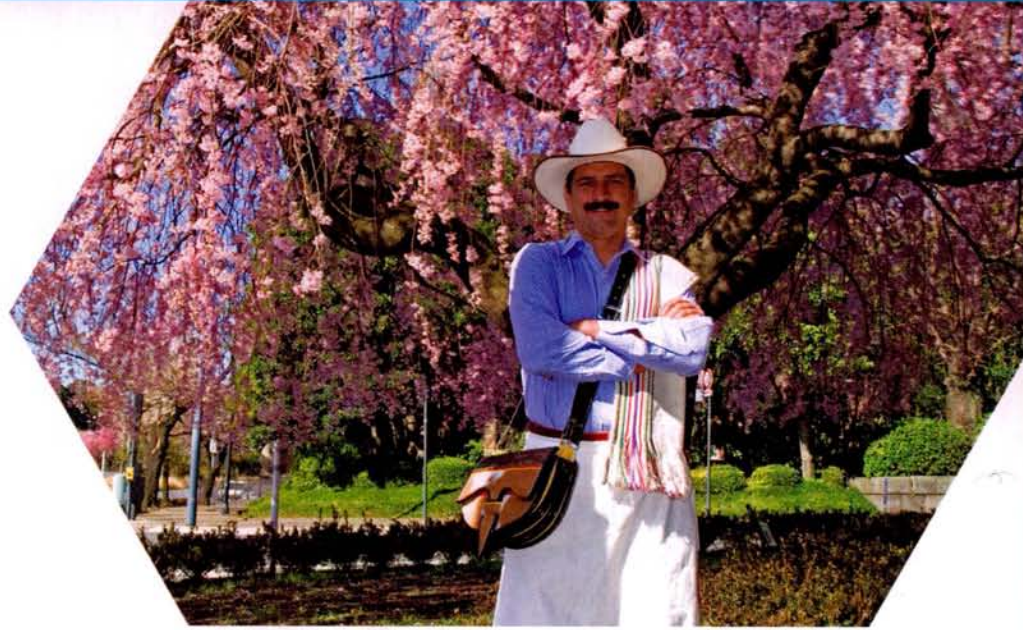
Agenda cafetera para el país y el mundo

## Defensa del patrimonio marcario de los caficultores colombianos

**E**n 2010, se mantuvo la estrategia agresiva de defensa del patrimonio intelectual de los cafeteros colombianos en todo el mundo, la cual incluye la detección de infracciones mediante el análisis de muestras recolectadas en todos los continentes, la revisión y seguimiento de los casos de infracción, la búsqueda de soluciones extrajudiciales para los casos detectados y las acciones legales.

Durante el año se detectaron 23 infracciones de marca con consecuencias negativas para los intereses del FoNC, las cuales fueron atacadas mediante: el envío de cartas de reclamación a los presuntos infractores, demandas para la nulidad y cancelación de registros marcarios que utilizan indebidamente el origen colombiano, e investigaciones penales por la usurpación de marcas.

Dentro de las acciones legales más notorias se encuentran las adelantadas en contra de Colombian Coffee Shop cuya caducidad por falta de uso fue resuelta a favor de los intereses de los cafeteros colombianos, Colombiano Coffee House en Rumania la cual fue recientemente negada y la marca Bondía en la Comunidad Europea. Igualmente, se detectaron 23 casos de infracción tanto en el



**En 2010, se adoptaron acciones legales frente a 23 infracciones de marca**

uso por parte de terceros no autorizados de marcas propiedad del fondo, como de derecho de autor, a los cuales como primera medida se les envió carta de reclamación, las que en su mayoría fueron contestadas en forma positiva, cesando los infractores en su conducta. Este fue el caso de la aerolínea Lufthansa que una vez realizada la solicitud, inmediatamente confirmó haber dejado de usar la imagen de un personaje emulando a Juan Valdez como parte de sus acciones de promoción de la nueva ruta Bogotá-Frankfurt.

En cuanto a los registros marcarios, se presentaron 25 nuevas solicitudes de marca y más de 40 oposiciones a registros efectuados por terceros en Colombia y el exterior, con resultados satisfactorios en Francia, Estados Unidos, Perú, Comunidad Europea y Colombia entre otros.



Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Alianzas estratégicas para la gestión de recursos

**B**uscando llevar bienestar a las zonas rurales colombianas, la Federación ha emprendido diferentes esfuerzos tendientes a posicionarse dentro y fuera de Colombia como una de las ONG's de desarrollo más importantes de la actividad cafetera y rural.

Para ello, la FNC ha desarrollado metodologías de trabajo que le permiten garantizar el uso eficiente de los recursos de inversión y ejecutar los proyectos de manera transparente en asocio con las comunidades cafeteras beneficiarias. Esto se ha traducido en la posibilidad de garantizar a sus socios estratégicos, resultados cuantificables y verificables en cada una de sus intervenciones.

Gracias a lo anterior, además de los acuerdos alcanzados con el Gobierno Nacional y entidades gubernamentales del orden departamental y



municipal, vale la pena destacar que la Federación en nombre de los caficultores de Colombia, ha establecido alianzas con 36 socios internacionales provenientes de 10 países en Europa, Norte América y Asia para la ejecución de 22 programas por USD 17 millones, en beneficio de más de 200 mil familias cafeteras. Adicionalmente, durante 2010 se consolidaron acuerdos para la ejecución de nuevos programas de inversión social por USD 4 millones adicionales.

De manera complementaria, la FNC se ha convertido en punto de encuentro para la conformación de Alianzas Público Privadas (APP), alrededor de las cuales se suman los aportes y objetivos de diferentes grupos de interés. De esta manera, gracias al trabajo conjunto se logran intervenciones de mayor alcance y resultados adicionales derivados de la complemen-

tación de los presupuestos públicos para inversión social y las inversiones privadas en el marco de la responsabilidad social corporativa, que cada vez mas implican a nuestros clientes en el mundo.

Esta filosofía de trabajo compartido, ha permitido alcanzar un apalancamiento de 1:3, indicando que por cada peso aportado por la Federación, se logran aportes por \$3 pesos adicionales.

Dentro de las acciones desarrolladas se destacan: el fortalecimiento de las capacidades locales; la organización comunitaria; la capacitación y entrenamiento del Servicio de Extensión, los caficultores y sus familias; la adopción y uso de TIC's y BPA's; la certificación de la producción de café, el fomento al relevo generacional y el aumento de la participación de la mujer cafetera, entre otros.

**Programas de inversión social por USD 17 millones en beneficio de más de 200 mil familias cafeteras**



Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural colombiano

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Sostenibilidad en Acción

En 2011, la Federación presentará su primer Informe de Sostenibilidad en Acción, en el cual se realiza un compendio de las acciones que el gremio ha desarrollado en torno a la sostenibilidad de las familias cafeteras y la industria colombiana en general durante el período 1927-2010. Para brindar mayor información a las audiencias interesadas, el informe incluye un recuento de la historia organizacional, y sus logros.

En la construcción de este informe se utilizaron las directrices de Guía G3 del Global Reporting Initiative -GRI, para presentar los resultados alcanzados en los pilares de su política de Sostenibilidad en Acción, a saber: finca cafetera, comunidades rurales, medio ambiente y conectividad.

A través de este informe la Federación buscará establecer relaciones éticas, transparentes y de calidad con sus grupos de interés, que le permitan recibir retroalimentación permanente acerca de la manera en la que la institucionalidad cumple con la misión de asegurar la sostenibilidad de las familias cafeteras.

Para evaluar la gestión realizada por la Federación, en el marco del informe de sostenibilidad se desarrollaron cuatro indicadores que se describen a continuación:

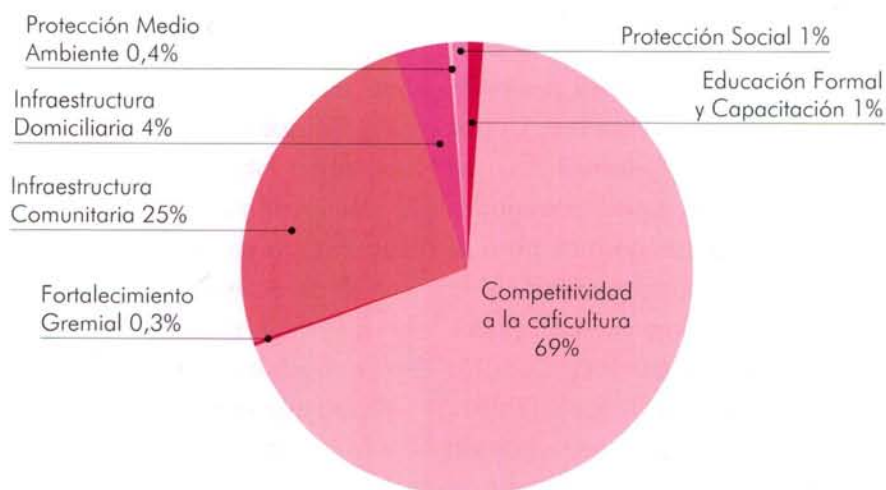
**Valor creado por el FoNC:** este indicador mide el éxito de la FNC en la constitución de alianzas estratégicas con entidades nacionales e internacionales para la gestión de recursos de inversión, apalancada en activos institucionales intangibles como son su capacidad de gestión y la transparencia, eficacia y eficiencia en la ejecución de recursos. Gracias a lo anterior, en 2010, la FNC ha ejecutado recursos por más de \$1 billón provenientes de los aportes de entidades del Gobierno Nacional, las gobernaciones y las alcaldías, así como de la cooperación nacional e internacional.

Para promover la sostenibilidad del ingreso de las familias cafeteras, el 69% de estos recursos se ejecutaron

en el área de competitividad para la caficultura. Dentro de este rubro vale la pena destacar los programas de Competitividad; Permanencia, Sostenibilidad y Futuro y Fertifuturo-Fertiyá.

Los recursos aportados por el FoNC igualmente ayudaron a apalancar inversiones importantes en la construcción de infraestructura comunitaria (25%), rubro a través del cual se ejecutan proyectos de mantenimiento vial y mejoramiento de infraestructura en el sector rural. El tercer gran rubro de inversión corresponde a la infraestructura domiciliaria (4%), fundamental para mejorar las condiciones de habitabilidad y la calidad de vida de las familias cafeteras.

Valor creado por el FoNC por rubro de Inversión Social 2010





Fortalecer la capacidad de la FNC como aliado para la política social y la inversión en el campo

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Sostenibilidad en Acción

A través de la construcción y adecuación de acueductos, redes eléctricas y sistemas de saneamiento básico se logra un impacto inmediato en el bienestar de los habitantes rurales de las regiones cafeteras.

**Apalancamiento de la gestión:** son precisamente las alianzas estratégicas establecidas en pro del bienestar de las familias cafeteras y la reputación alcanzada por la Federación, la bases para la multiplicación de los recursos del FoNC. Gracias a ello, en 2010, el indicador de apalancamiento de los recursos del el Fondo fue 1:11 indicando que por cada peso proveniente del FoNC, logramos gestionar \$11 adicionales provenientes de otras fuentes de financiación.

**Beneficios para los caficultores:** este indicador mide la eficiencia de la Federación en la prestación de servicios al cafetero como contraprestación por los aportes que realizan en contribución cafetera. Dichos beneficios están representados en los incentivos en dinero entregados a través de los programas para el fomento de la competitividad de la caficultura. Igualmente, incluye los mayores ingresos percibidos por los productores que vendieron su café al FoNC, así como los recursos para la vinculación al régimen subsidiado de

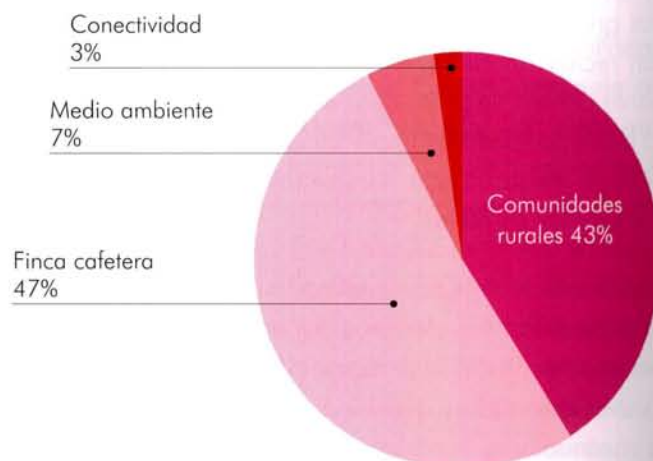
salud y a la prestación de servicios de asistencia técnica.

De esta manera generamos valor para los productores y sus familias por un monto superior al de sus contribuciones al Fondo cada año. Durante los últimos cuatro años este indicador ha crecido significativamente. Así mientras en 2006 por cada peso de contribución cafetera un cafetero recibía beneficios directos por \$1,4, en 2010 cada peso contribuido por los cafeteros fue multiplicado 3,6, veces por la Federación.

**Sostenibilidad en acción:** las labores de la FNC en el ámbito de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad social, ambiental y económica de la comunidad cafetera son prioritarias. En 2010, se

ejecutaron programas en los pilares de acción de Sostenibilidad en Acción por USD 381 millones. Este monto equivale a inversiones que ascienden a cerca de USD1 millón diario en programas para el fortalecimiento de la productividad y la calidad del café, el mejoramiento de la calidad de vida, la protección del medio ambiente y el acceso a TIC's. A través de este indicador hacemos comparable nuestra gestión con la realizada por otras organizaciones que ejecutan programas similares. El resultado de este indicador para el año 2010 sugiere que la Federación es uno de los principales actores en el mundo rural, si se compara el volumen de ejecución de recursos que realiza frente a los recursos ejecutados por otras ONG's rurales del mundo.

Inversión en los programas de Sostenibilidad en Acción 2010





Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural colombiano

Agenda cafetera para el país y el mundo

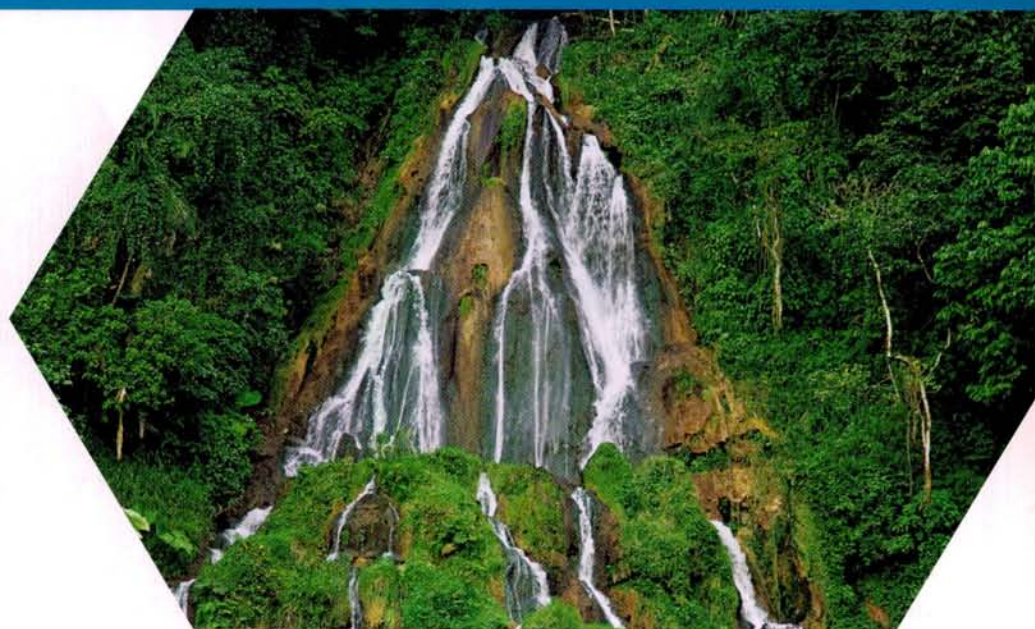
## Paisaje Cultural Cafetero

**D**urante los últimos años la Federación, a solicitud del Ministerio de Cultura, ha venido liderando el proyecto de declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como patrimonio de la humanidad por parte de UNESCO.

El PCC es un proyecto desarrollado conjuntamente, durante varios años, por las gobernaciones, Corporaciones Autónomas Regionales y entidades académicas de Caldas, Quindío, Risaralda y el Valle del Cauca.

El área definida cuenta con atributos únicos en donde el paisaje vivo y evolutivo se ha sobrepuesto a las dificultades del entorno gracias a la acción colectiva y a sus instituciones cafeteras excepcionales. Durante varios años, en la definición del área principal y de amortiguamiento, así como en el desarrollo del Plan de Manejo del PCC, participaron diversas instituciones académicas y equipos regionales que incluyeron los comités Departamentales de Cafeteros, el CRECE y las gobernaciones y alcaldías.

Con base en los insumos aportados por los participantes en el proyecto, se elaboró la versión final del pre-dossier de solicitud de inscripción a la UNESCO, que se presentó en febrero de 2010 para su evaluación. El



documento contiene textos, mapas, fotografías, videos y anexos de soporte, que justifican de acuerdo con los valores universales excepcionales delineados por la UNESCO, el porqué las áreas propuestas de los cuatro departamentos son elegibles para ser patrimonio de la humanidad. El proceso de inscripción y evaluación ante UNESCO puede tardarse aproximadamente dos años, quedando la posibilidad de adicionar áreas que cumplan similares atributos. El PCC, aunque no hace parte del modelo de Denominaciones de Origen desde el punto de vista legal, es sin duda un complemento, desde el punto de vista conceptual, para la estrategia de vincular al productor y al consumidor con orígenes específicos que despierten una mayor emotividad.

Dentro del proyecto se ha venido ejecutando una estrategia de comunicaciones con el propósito de motivar e informar a los habitantes de los municipios y veredas del PCC para que se familiaricen con su patrimonio, incrementen el sentimiento de pertenencia por su región y se comprometan con su desarrollo y conservación, a través de la utilización de diferentes medios de comunicación tradicionales y alternativos.



Apoyar al Estado en la consolidación de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural colombiano

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Programas para la atención de población en condición de vulnerabilidad

**C**afé sostenible para la Comunidad Indígena Páez: convenio suscrito entre la Federación y la Fundación Desarrollo Sostenido-FUNDESO, orientado a mejorar la sostenibilidad económica, ecológica y social de los productores de café orgánico asentados en los resguardos Paeces del norte del Cauca mediante el fortalecimiento de la capacidad organizacional de la Asociación Fondo Páez.



El proyecto ejecutado entre abril de 2008 y julio de 2010, benefició 540 familias caficultoras paeces, que participaron en 295 talleres de capacitación sobre producción orgánica, comercio justo y control de calidad. Además, se adecuaron 259 beneficiaderos y se certificaron en producción orgánica 404 familias. La inversión total fue de \$1.058 millones, con aportes de la Comunidad Autónoma Regional de Murcia, Café Mundi, la Fundación Colombia Nuestra, la Federación de Cafeteros y aportes de la comunidad.

**Convenio con otras Obras de Infraestructura entre Acción Social y la Federación:** orientado a la construcción de 65 obras de infraestructura, en cuatro departamentos cafeteros, a saber, Huila, Norte de Santander, Santander y Tolima. La inversión total del proyecto supera los \$12 mil millones, de los cuales el aporte de la Acción Social corresponde al 91% y el de la Federación al 9% restante.

**Mejoramiento de infraestructura productiva:** con el fin de mejorar la infraestructura de secado en los municipios productores de café especial, se desarrolló entre noviembre de 2009 y julio de 2010 un convenio con Community Coffee Co por valor de \$51 millones, benefició a 130 familias de Toledo y Labateca en Norte de Santander.

**\$1.058 millones** fueron invertidos en la sostenibilidad de los productores de café orgánico en los resguardos paeces del Norte del Cauca



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



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

**Colombia Cafetera Sostenible:** el objetivo de este programa es desarrollar condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la

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

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

La ejecución del proyecto se extenderá por tres años hasta 2012, y cuenta

con recursos por \$8.988 millones de la Embajada del Reino de los Países Bajos, la FNC la Fundación Douwe Egberts y la gobernación del Cesar.

En 2010, se ejecutaron inversiones por \$1.263 millones, se constituyeron 30 comités veredales que lideran los procesos de formación y se realizaron 71 jornadas de capacitación sobre Manejo Integrado de Cultivos, Buenas Prácticas Agropecuarias, Conservación y Manejo del Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria. Asimismo, se renovaron 425 hectáreas de café y se recuperó la infraestructura productiva de 300 fincas, que se vincularán al proceso de certificación UTZ.



# Eficacia, legitimidad y democracia

## Avances

en 2010



14.432

líderes gremiales participaron como candidatos en las elecciones cafeteras de 2010

64%

de los cafeteros cedulados participaron en las Elecciones Cafeteras de 2010

34% y 46%

de los miembros de Comités Departamentales y Municipales, respectivamente, son nuevos

1.557

Extensionistas prestaron servicios de asistencia técnica al caficultor

125

Municipios contarán con Cooperativas integradas al sistema de información SAP



## Elecciones Cafeteras 2010

La fuerza y la solidez del gremio cafetero radica en los cimientos de la representación democrática, que se hace evidente cada cuatro años cuando tiene lugar la elección de los miembros de los Comités Municipales y los delegados al Congreso Nacional de Cafeteros, que a su vez conforman los Comités Departamentales.

Este verdadero ejercicio de democracia participativa, convocó a más de 214 mil caficultores colombianos, 6% más que en las elecciones de 2006, provenientes de 550 municipios cafeteros del país, y cuyos votos respaldaron la elección de 4.368 miembros principales y suplentes de 364 Comités Municipales, así como de 180 miembros principales y suplentes de los 15 Comités Departamentales.

**Liderazgo gremial:** el reconocimiento al rol ejercido por los miembros de los Comités Departamentales y Municipales en cuanto a la defensa de los intereses de los productores y sus familias, se vio reforzado gracias al aumento en la participación. En efecto, el número de candidatos inscritos ascendió a 14.432, lo que equivale a un incremento de 20,2% frente al registro de 2006 (12.010).

Como resultado, la cantidad de planchas inscritas en las elecciones de miembros de los Comités Departamentales creció 9% llegando a 175 en 2010, esto es más de 11 planchas inscritas en promedio para cada departamento.

Por su parte, las listas para Comité Municipal crecieron 21%, alcanzando 1.176, equivalente a más de tres

listas inscritas en promedio por cada municipio.

**Legitimidad gremial:** el soporte de la legitimidad reside en la participación activa de los caficultores federados para elegir a sus representantes ante los Comités Departamentales y Municipales. En 2010 la base electoral estuvo constituida por 334.746 caficultores federados, lo que representa 7% más que los registrados en la base de 2006 (311.710). De este total, en las elecciones de septiembre participaron 214.671 caficultores a través de los diferentes medios habilitados, lo que representa una participación de 64%.

El crecimiento de la base electoral, así como la elevada participación, consolidan el papel de la Federación como representante legítimo de los intereses de los caficultores colombianos y sus familias.

**14.432**  
líderes gremiales,  
participaron  
como candidatos  
en las elecciones  
cafeteras de  
2010



**Renovación gremial:** para la FNC la renovación de los líderes cafeteros contribuye a la consolidación de la democracia participativa y la generación de ideas renovadoras para el fortalecimiento institucional. Para las elecciones de los Comités Departamentales y Municipales, el 31% y 71% de los candidatos inscritos fueron nuevos. De estos, los miembros efectivamente elegidos representan una renovación de 36% y 57% a escala departamental y municipal, respectivamente.

**Medios de votación:** para el desarrollo de las elecciones cafeteras de 2010 la Federación puso a disposición de los cafeteros los siguientes medios de votación:

- ❑ Teléfono Celular: para participar en las elecciones se inscribieron por este medio 73.013 caficultores, de los cuales efectivamente depositaron su voto 55.070 productores. Esto significa un incremento en la utilización del celular como medio de votación de 126% frente a 2006 (24.286) y una participación por este medio de 26%.
- ❑ Datáfono: Para las elecciones por este medio se contó con 172 puestos habilitados, logrando un registro de 4.436 votos, 60% más que en 2006.



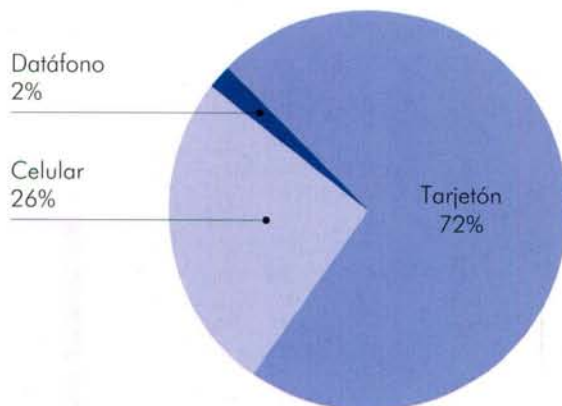
- ❑ Tarjetón: es el medio tradicional utilizado para llevar a cabo las Elecciones Cafeteras, durante el proceso desarrollado en 2010, el 72% de los electores utilizó este medio.

**Comunicación Gremial:** como muestra del liderazgo y comunicación gremial presente en la institucionalidad cafetera, más de 64.400 caficultores participaron en diferentes encuentros,

reuniones y actividades de carácter gremial.

Dentro de estos, se destaca la participación de 27.050 caficultores en la "Gran fiesta de la Democracia" con el profesor Yarumo, actividad que se realizó en 15 departamentos y 34 municipios del país. Esta participación manifiesta el interés y la vocación democrática y de liderazgo de los cafeteros.

**Elecciones Cafeteras por medios de votación 2010**





Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Elecciones Cafeteras 2010

### Curso Virtual de Elecciones Cafeteras

Por solicitud de la Federación, la FMM diseñó e implementó el curso virtual Elecciones Cafeteras 2010, con el propósito de proveer las herramientas necesarias a los actores del gremio para orientar el proceso electoral cafetero.

Este curso presentó información referente a las elecciones cafeteras, como: los tipos de candidaturas, principios electorales, deberes de los elegidos, métodos de votación, el cronograma y los procedimientos a seguir para llevar a cabo el voto.

El curso se realizó mediante un formato en línea de fácil uso, instalado en la página de educación virtual del SENA y se inscribieron en total 2.591 colaboradores a nivel nacional.

### Curso Virtual Elecciones Cafeteras Matriculados 2010

Departamento - Dependencia	Inscritos
Antioquia	220
Boyacá	25
Caldas	184
Cauca	175
Cesar - Guajira	52
Cundinamarca	114
Huila	143
Magdalena	23
Nariño	112
Norte de Santander	76
Quindío	98
Risaralda	100
Santander	91
Tolima	187
Valle	166
Territorios	26
Oficina Central	252
Buencafé Liofilizado Colombia	345
Cenicafé	151
Inspecciones cafeteras	49
Otros	2
<b>Total</b>	<b>2.591</b>

**2.951** colaboradores se inscribieron en el curso virtual de Elecciones Cafeteras 2010



## Calidad del recurso humano de la organización

En 2010, se adelantaron acciones y programas para el desarrollo integral de los colaboradores de la Federación, en los ámbitos personal, laboral y social. De esta manera Gestión Humana contribuyó al fortalecimiento institucional y facilitó el logro de los objetivos estratégicos de la organización.

**Capacitación y desarrollo:** entre agosto y septiembre se desarrolló el proceso de capacitación virtual sobre elecciones cafeteras, que permitió reforzar en los colaboradores, incluido el Servicio de Extensión, los conocimientos sobre este importante acto democrático institucional.

Asimismo, la Federación con el apoyo de entidades como Colciencias, Fulbright y Laspau, apoya la formación a nivel de título de Doctorado de 21 colaboradores de Cenicafé en Instituciones Nacionales e Internacionales.

**Proceso de selección, vinculación e inducción:** gracias a los convenios gubernamentales y de cooperación gestionados por la Federación, se logró fortalecer la presencia institu-

cional a través del Servicio de Extensión. Mientras en 2005, se contó con 927 colaboradores en el Servicio de Extensión, en 2010 este número ascendió a 1.557.

Adicionalmente, en 2010, se implementó el portal de empleo y administración de hojas de vida en plataforma web. Con esta herramienta se busca atraer capital humano calificado que cumpla con las expectativas institucionales, así como administrar de forma eficiente el banco de hojas de vida. Hasta el momento se han registrado más de tres mil hojas de vida de profesionales de diferentes áreas a escala nacional.

**Plan Salud 2010:** se adelantaron acciones de detección temprana, seguimiento y control de enfermedades con perfil epidemiológico de alto impacto entre los colaboradores como enfermedades cardiovasculares y cáncer, con el fin de asegurar las condiciones físicas adecuadas de los colaboradores.

En cuanto al sistema de seguridad y salud ocupacional, se logró un avance importante en 2010 al con-

tar con una herramienta de automatización de la gestión documental, con la cual se podrá avanzar en la estandarización de los procesos de gestión de riesgos.

Por otra parte, como muestra del compromiso de la organización con el medio ambiente, se fijaron por primera vez en 2010 metas de consumo óptimo de agua y energía, buscando un ahorro con respecto a los consumos registrados en el año anterior de 3%.



Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Sistema de Gestión de Calidad

**Sistema de Gestión de calidad del Servicio de Extensión:** en 2009, se obtuvo la certificación de calidad bajo los estándares de la Norma ISO 9001:2008 para el Servicio de Extensión. Este logro reconoce la excelencia del servicio prestado por la organización por 50 años, en cerca de 588 municipios de Colombia.

Un año después de su implementación, se ha logrado que más de 1.700 colaboradores conozcan y comprendan la razón de ser de cada uno de los siete procesos que hacen parte del alcance del Sistema de Gestión de Calidad, sus interrelaciones, los roles y responsabilidades, fortaleciendo el conocimiento organizacional.

Como parte del mejoramiento continuo del Sistema de Gestión, se implementó en 2010 una herramienta tecnológica con el objetivo de facilitar su planificación, administración y mantenimiento, con el fin último de orientar los esfuerzos de la institución hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes.

Otro mecanismo de seguimiento y retroalimentación son los resultados del control de la prestación del servicio y las quejas de los clientes, con

los cuales se está monitoreando periódicamente la calidad, oportunidad y pertinencia del servicio de extensión

**Sistema Integrado de Gestión CENICAFE:** en 2010 se inició la implementación del Sistema Integrado de Gestión en CENICAFE, en los componentes de calidad y manejo ambiental con el objeto de lograr la certificación bajo los estándares de las normas técnicas ISO 9001:2008 e ISO 14001:2004, respectivamente.

Para CENICAFE, la implementación de su sistema de calidad significa mayores posibilidades de agregación de valor a su gestión, en particular para las labores que adelanta en la búsqueda de recursos para la cofinanciación de proyectos, la eficiencia en el uso de recursos, y la respuesta pertinente y oportuna a los retos actuales y futuros de la caficultura.

**1.700** colaboradores de la institucionalidad cafetera, conocen y aplican el Sistema de Gestión de Calidad y el alcance de sus procesos



Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Plataformas de Tecnologías de información

**Proyecto para la interconexión de las Cooperativas de Caficultores:** con el fin de fortalecer la cultura de gestión y el modelo de negocio de las Cooperativas de Caficultores, se estructuró este proyecto encaminado a lograr su interconexión a través de la plataforma SAP. Con ello, se logra la integración de los sistemas de información, la infraestructura tecnológica y el soporte de servicios, contribuyendo a la satisfacción de sus asociados.

Para la primera fase, se tiene prevista la implementación del sistema de información en nueve Cooperativas de Caficultores en los departamentos de Antioquia y Caldas. La cobertura estimada para el proyecto es de 125 puntos de compra, en igual número de municipios, que atienden a 131.672 caficultores asociados y no asociados

**Otros proyectos tecnológicos:** con el fin de prestar servicios tecnológi-

cos de manera eficiente y responder a las nuevas necesidades de negocio, durante 2010 se ejecutaron las siguientes iniciativas, que responden a las estrategias de las propuestas de valor al caficultor.

Propuesta de valor	Proyecto	Objetivo
Competitividad e innovación	Sistema de Información FertiYa	Registra facturas y contratos de cafeteros que aplican al programa, y permite abonar pagos a través de la cédula cafetera inteligente.
	Sistema de Información PSF	Plataforma WEB integrada a SICA, que permite registrar créditos para renovación de cafetales.
Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario	Sistema de gestión de muestras de café	Información estandarizada de los procesos relacionados con la captura y análisis de muestras de café.
	Trazabilidad de producción de la semilla-SEEDTRACK	Seguimiento a través de la plataforma WEB de la producción de semilla en Cenicafé.
Sostenibilidad financiera	Contabilidad de coberturas en tasa de cambio	Permite integrar la prórroga de la cobertura de tasa de cambio a la cobertura inicialmente realizada.
Eficacia, legitimidad, democracia	Cedulación cafetera	Sistema de administración expedición, reexpedición y cancelación de Cédula Cafetera y Tarjeta Inteligente
	Upgrade de SAP - versión ECC 6.0	Actualización de versión del sistema de información SAP, para optimizar los procesos de negocio.
	Nuevo Centro de Cómputo y Plan de contingencia tecnológica	Actualización de la infraestructura física, eléctrica, ambiental, de datos y de seguridad física, acorde a estándares internacionales de calidad.
	Adopción de mejores prácticas en seguridad y gobierno TICobIT 4.1	Adopción del estándar CobiT 4.1 para el buen Gobierno de las Tecnologías.



Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Hacia un Nuevo Modelo Cooperativo Caficultor

Desde 2009, se viene adelantando con las Cooperativas un proyecto denominado "Hacia un Nuevo Modelo Cooperativo Caficultor" con el cual se busca fortalecer el papel que cumplen en cuanto a: la política de la Garantía de Compra mediante la transferencia del mayor precio al caficultor; la venta de agroinsumos y productos de la canasta familiar y la generación de excedentes destinados a la prestación de servicios complementarios a sus asociados.

A partir de un análisis de la situación actual de las Cooperativas, se definió y puso en práctica el siguiente Plan de Acción:

- ❑ **Construcción del Direccionamiento Estratégico General de las Cooperativas:** se definieron los lineamientos que servirán de base para la elaboración de los planes estratégicos de cada una de las Cooperativas, al igual que los retos en las áreas claves de gestión de las mismas. En 2010 se realizaron talleres regionales para compartir este ejercicio con todos los directivos de las Cooperativas.
- ❑ **Elaboración de un Prototipo de "Gestión Modelo" de una Cooperativa,** este documento describe



las mejores prácticas que deberían ser adoptadas por las cooperativas de caficultores para ser exitosas en cinco áreas clave: Comercialización de café; Comercialización de fertilizantes y otros insumos agrícolas; Relacionamiento con sus asociados; Información, comunicación e innovación, y Sostenibilidad Financiera.

- ❑ **Diseño de un tablero de control:** compuesto por nueve indicadores, que componen una herramienta de evaluación y seguimiento a la gestión de las Cooperativas en cada una de sus áreas clave.
- ❑ **Elaboración de una propuesta de modificación a la normatividad relacionada con las cooperativas de caficultores:** a través de esta propuesta está en curso la revisión

de la normatividad, con el objetivo de actualizarla y sintetizarla de manera técnica y funcional.

- ❑ **Revisión el rol y estructura del Área Cooperativas de la Federación:** para ajustarla a la nueva estructura y objetivos del nuevo modelo cooperativo.



## Gestión del conocimiento

Aprovechar eficazmente el conocimiento generado por la organización y llevar información oportuna y relevante a los cafeteros colombianos es uno de los objetivos institucionales más importantes.

Para alcanzar esta meta, no solo es necesario invertir en ciencia y tecnología, sino también establecer puentes de comunicación ágiles que faciliten la gestión del conocimiento entre productores, colaboradores, clientes y consumidores.

En este sentido, cobra mayor relevancia la inversión en generación de conocimiento que se adelanta a través de Cenicafe y las demás áreas de la institucionalidad cafetera y su transferencia hacia el productor mediante el Servicio de Extensión, con el fin de contribuir en el mejoramiento de su productividad, la calidad del producto, la gestión del riesgo y la calidad de vida del caficultor y su familia.

De la misma manera, la información asociada a temas como el café de Colombia, los programas de cafés especiales y la estrategia de Sostenibilidad en Acción, entre otros, deben llegar de manera oportuna y confiable a clientes y consumidores. Para ello, las nuevas tecnologías de infor-



mación y comunicación - TIC's son un elemento clave para brindar acceso a un mayor número de cafeteros a la información. Mayor información acerca del uso de herramientas TIC's, se encuentra en el capítulo Caficultura Integrada al Mundo de la Tecnología.

**Nueva estrategia de comunicaciones:** en agosto de 2010, se creó la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo con el fin de asumir la responsabilidad de consolidar la imagen del café colombiano como el mejor café del mundo.

La nueva estrategia de comunicaciones de la Federación, busca que los diferentes públicos reconozcan el valor de la contribución del gremio a la sostenibilidad de la caficultura, dan-

do a conocer de una manera más eficiente las diferentes actividades y programas que implementa la Federación en 588 municipios del país y que la hacen una de las instituciones de mayor cobertura y respetabilidad en el campo colombiano.

Asimismo, se pretende integrar los programas de comunicación con los publicitarios, utilizando modernas herramientas tecnológicas que incluyen instrumentos virtuales de comunicación para reforzar el posicionamiento del Café de Colombia y difundir los diferentes programas de sostenibilidad y responsabilidad social del gremio.



# Sostenibilidad financiera

# Avances

en 2010

**\$119**

mil millones para la ejecución de programas de inversión social por parte de los Comités Departamentales de Cafeteros

---

**\$232**

mil millones provenientes de terceros con destino a los programas de inversión social

---

**USD546**

millones disponibles en líneas de crédito de corto plazo para cumplir con la Garantía de Compra

---

**50%**

de ahorro en costos transaccionales por implementación de un modelo de cobertura natural

---





## Principales acontecimientos

**La crisis financiera se expande a Europa:** el primer semestre de 2010 estuvo marcado por los efectos de la crisis financiera internacional sobre países como Grecia, España, Portugal, Hungría e Irlanda, miembros de la Unión Europea, y en los que el déficit fiscal y el nivel de endeudamiento alcanzaron niveles prácticamente insostenibles. Esta situación, ocasionó que nuevamente se prendieran las alarmas en todo el mundo, generando desconfianza en los inversionistas no sólo respecto de la salud financiera de los Estados Unidos y Europa, sino también de su sistema financiero. Lo anterior, trajo como consecuencia que los gobiernos de las principales economías del mundo extremaran sus medidas económicas, aplicando fuertes restricciones en el nivel de gasto gubernamental por la vía de la reducción de los salarios y un mayor control a los mercados financieros.

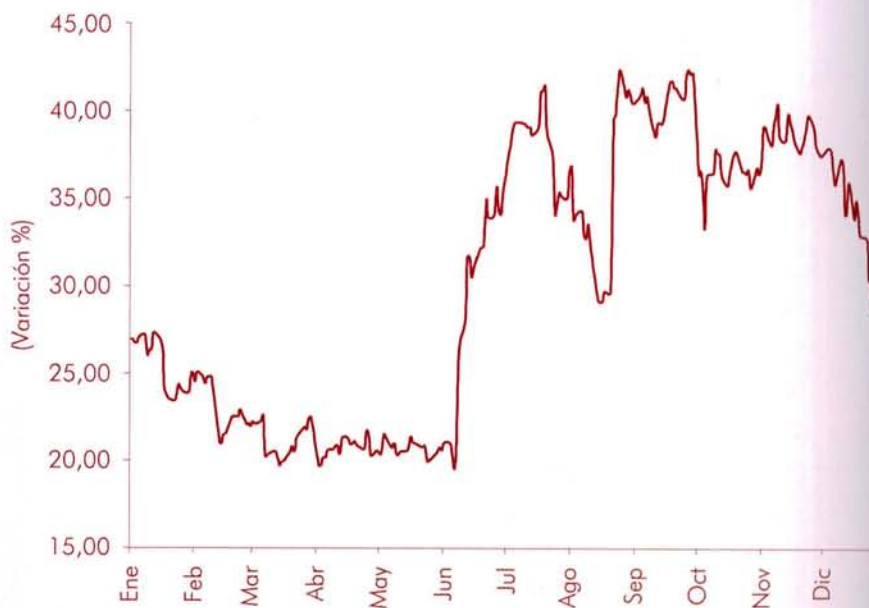
**Estados Unidos, motor económico de la región:** el desempeño de una de las mayores economías del mundo, en 2010 estuvo marcado por resultados económicos encontrados. De una parte, y como hecho positivo, vale la pena resaltar la puesta en marcha de medidas regulatorias de sus mercados financieros, orientadas a sanear

el sistema financiero donde se originó la crisis. No obstante, la economía norteamericana continuó mostrando un alto nivel de desempleo y una lenta recuperación de la economía, luego de la mayor crisis económica de la que se tenga registro después de la Gran Depresión de 1929.

**Alta volatilidad del precio internacional del café:** durante 2010, el precio del café en la Bolsa de Nueva York alcanzó el nivel más alto de los últimos 13 años, 240 USD¢/libra y exhibió volatilidades mensuales por

encima de 42%. Aunque esta circunstancia se traduce en mayores precios para el café, también significa que el FoNC debe destinar una mayor cantidad de recursos para cumplir con la política de la Garantía de Compra. Los fundamentales del mercado evidencian que la estrechez en el balance entre oferta y demanda de café es una circunstancia que podrá prolongarse por varios años, lo que puede traer consigo bien sea un incremento mayor en los precios, o un mantenimiento de los mismos en los niveles observados en la actualidad.

Volatilidad mensual del precio del Contrato "C"  
2010







**Perspectivas de crecimiento económico en Colombia:** reconocidos analistas han señalado que el crecimiento económico del país en 2010 puede ubicarse entre 4,2% y 4,5%, acompañado de una baja inflación (3,17%), tasas de interés mínimas (3,5%), calificación de riesgo crediticio positiva y buenas posibilidades de obtener el grado de inversión. Estas perspectivas han contribuido al aumento en la confianza de los inversionistas en el país.

A pesar de lo anterior, el sector agropecuario colombiano se ha visto afectado por las extremas condiciones climáticas derivadas del fenómeno el Niño del primer trimestre de 2010, y el fenómeno la Niña que se agudizó durante el segundo semestre, con probabilidades de extenderse hasta el

primer trimestre de 2011. Para mitigar el efecto de la menor rentabilidad de la actividad, el Gobierno Colombiano creó el Plan de Alivio a la Deuda Agropecuaria -PADA, mediante el cual se busca normalizar las obligaciones financieras de los pequeños y medianos productores. Como resultado de su aplicación, se espera dinamizar el flujo de recursos de crédito necesarios para la recuperación del sector.

**Producción cafetera:** el cambio en los patrones climáticos de las zonas cafeteras y los fenómenos el Niño y la

Niña, provocaron que la producción cafetera de 2010 se recuperara más lentamente de lo esperado. En la primera mitad del año, estas condiciones climáticas adversas produjeron un incremento en los niveles de broca, que cedieron en el segundo semestre para dar paso a un incremento en la roya presente en los cultivos sembrados en variedades no resistentes. A pesar de lo anterior, la producción del año se ubicó dentro de los rangos establecidos en el último trimestre, alcanzando los 8,9 millones de sacos.



## Principales acontecimientos



**Prima de calidad del café suave colombiano:** como consecuencia del incremento en la demanda mundial de cafés suaves y la lenta recuperación de la producción cafetera, el diferencial del café suave continúa en niveles altos similares a los observados en 2009, un nivel máximo de 78USD¢/libra en junio y un valor promedio para el año equivalente a 53USD¢/libra.

**Revaluación del peso colombiano:** en 2010, resultado de la lenta recuperación de las economías desarrolladas y las buenas expectativas de crecimiento de países emergentes como Colombia, provocaron una revaluación de 6% del peso colombiano. Esta circunstancia aunada a la lenta recuperación de la producción

cafetera, afectó tanto el nivel de ingreso de los cafeteros y sus familias, como los ingresos que por concepto de contribución cafetera recibe el FoNC. En efecto, por cuenta de la revaluación los cafeteros dejaron de percibir \$195 mil millones en ingresos, que se habrían adicionado al valor de la cosecha si la tasa de cambio se hubiera mantenido en \$1.980 por dólar (promedio de enero/10), mientras el Fondo recibió 27% menos por este concepto en comparación con el presupuesto aprobado a comienzos de la vigencia y 8% menos respecto de lo registrado el año anterior.



## Sostenibilidad ante la crisis

La situación financiera del Fondo debe ser analizada teniendo en cuenta los efectos de crisis financiera sobre la economía mundial y la coyuntura cafetera presente en Colombia.

La caída de 32% en la producción de café del año pasado y su lenta recuperación en 2010 tuvieron un impacto negativo en el nivel de exportaciones del país, disminuyendo los ingresos por contribución cafetera y por ende, afectando el patrimonio del FoNC.

De otra parte, los efectos de la crisis financiera ocurrida en Europa, la revaluación de la tasa de cambio, los altos niveles de precio del café en la bolsa de Nueva York y de diferenciales del grano colombiano, hicieron de 2010 un año de enormes retos financieros ocasionados por un menor nivel de ingresos, un mayor esfuerzo de caja y resultados financieros desfavorables.

Esta circunstancia ha obedecido a la combinación de diferentes factores por fuera del control de la Federación. Lo anterior, unido a la coyuntura 2009-2010, planteó la necesidad de implementar medidas oportunas para salvaguardar la salud financiera de uno de los más poderosos instrumentos de la política cafetera. Dentro



de los factores causantes de esa situación se encuentran los siguientes:

**Desbalance en la estructura financiera institucional (Ingresos variables vs. egresos inflexibles y crecientes):** esta situación obedece principalmente a la reducción de los ingresos por contribución cafetera que percibe el FoNC, debido a la revaluación del peso observada en los últimos seis años y la caída en las exportaciones de café colombiano. Lo anterior, contrasta con el incremento de los recursos destinados a la ejecución de programas para el beneficio de los cafeteros y sus familias. Así, mientras los ingresos por contribución cafetera equivalen a 6 USD¢/libra, los gastos asociados a dichos programas ascienden 9 USD¢/libra.

**Flota Mercante Gran Colombiana -FMG:** cumplir con la sentencia de

la Corte Constitucional que obliga al FoNC a suministrar los recursos para el pago de las pensiones de la FMG, ha generado un impacto negativo en sus finanzas. El valor presente neto de los flujos asociados a la Flota, es decir el ingreso por venta de activos recibidos menos el pago de las mesadas, es negativo y equivale al 21% del pasivo financiero actual del FoNC.

**Menores márgenes de rentabilidad de Buencafé:** los márgenes de rentabilidad de la Fábrica han decrecido principalmente por dos factores: i) un mayor costo de la materia prima ocasionado por el incremento del precio internacional del café; ii) la revaluación del peso colombiano que ha ocasionado que a pesar que incremento el precio de los productos de Buencafé en dólares, esto haya sido insuficiente para compensar el aumento de sus costos de producción.



## Sostenibilidad ante la crisis

**Coyuntura Excepcional 2009-2010:** los acontecimientos extraordinarios con efectos adversos para el FoNC que se presentaron durante 2009 y 2010, tales como, el nivel más bajo de producción de los últimos 33 años y su lenta recuperación en 2010, así como los efectos de la crisis financiera internacional, catalogada como la más fuerte desde la Gran Depresión, han puesto a prueba la solidez financiera del FoNC.

Son cinco las medidas adoptadas para afrontar la actual coyuntura, garantizar la estabilidad financiera del FoNC y asegurar la continuidad de los programas institucionales. Para su implementación, la Federación cuenta con el amplio respaldo del Gobierno Nacional. A continuación se describen brevemente.

**Solución definitiva a la carga penal de la FMG:** para la sostenibilidad financiera de largo plazo, es importante que el FoNC sea sustitui-

do de esta obligación. En esta medida se han explorado de la mano del Gobierno Nacional alternativas para disminuir y/o eliminar esta obligación en cabeza del Fondo.

**Reducción de la deuda institucional:** la deuda institucional al cierre de 2009 ascendió a USD 100 millones. En la medida que en el mediano plazo no se estima generar excedentes de caja para cubrir el servicio de la deuda y el rendimiento de los activos no misionales es marginal, se pagará esta deuda con la venta de activos. A junio de 2010, con la venta de la participación en la Sociedad Portuaria Regional de Cartagena y Cartagena II S.A. se obtuvieron ingresos por USD 22,6 millones, los cuales fueron destinados a reducir la deuda institucional.

**Racionalización de los gastos institucionales acorde con el comportamiento de la tasa de cambio:** para ello se establecerá el dólar como mo-

neda base para determinar el valor de gastos institucionales como el control de calidad, promoción y publicidad, mantenimiento, estudios y proyectos, bodegaje, comisiones, honorarios y asistencia técnica, entre otros. De esta manera, se podrá acompasar el crecimiento de los programas institucionales al comportamiento de la tasa de cambio.

**Modificación de la estrategia comercial:** es fundamental diseñar e implementar un nuevo modelo de operación comercial que permita gestionar eficientemente los riesgos, tales como el asociado al diferencial de venta. Para ello, se esta mejorando la gestión actual y buscando reducir al máximo la exposición al riesgo del diferencial y tratando que sea trasladado al cliente final.

**Asegurar recursos para los Programas de Competitividad y PSF:** con la suscripción del Acuerdo por la Prosperidad Cafetera 2010-2015, el FoNC tiene aseguradas las partidas presupuestales para llevar a cabo estos dos programas de renovación.

Mayores eficiencias en el manejo financiero del FoNC han permitido sobrellevar exitosamente la crisis



Fortalecer  
financieramente  
el FoNC, la FNC  
y sus entidades  
relacionadas

Sostenibilidad financiera

## Recursos disponibles para la inversión

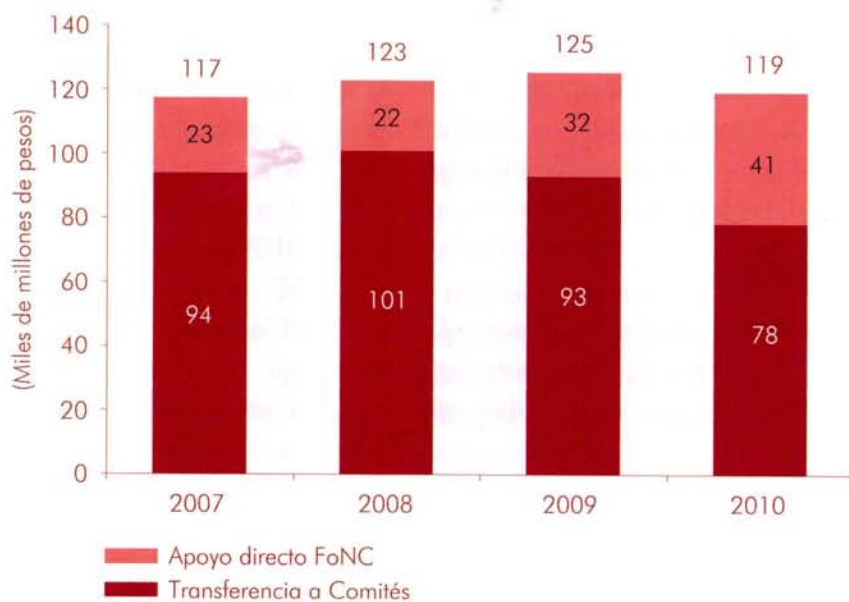
La FNC en su papel de administradora del FoNC, ha priorizado las inversiones teniendo como objetivo principal el bienestar de los productores y sus familias. Lo anterior, debido a que los incrementos en calidad de vida y productividad del cultivo, se traducen en un mayor volumen de exportaciones e ingreso de las familias cafeteras, y por ende en mejores ingresos por contribución cafetera para el FoNC.



A través de las transferencias a los Comités Departamentales y los recursos del Fondo destinados a la ejecución de los Programas de Competitividad y Seguridad Social en Salud, se ha destinado mayor cantidad de recursos de inversión social a favor de los productores. Sólo en 2010, estas partidas ascienden a \$119 mil millones.

Durante 2010, estos recursos se han destinado principalmente al mejoramiento de vivienda, el fortalecimiento de la caficultura, la construcción y mantenimiento de infraestructura productiva y el mantenimiento de vías, entre otros. Estos programas son adelantados en su totalidad por los Comités Departamentales, gracias a los recursos destinados a inversión social regional.

Recursos disponibles para programas de inversión social  
ejecutados por los Comités Departamentales  
2007-2010





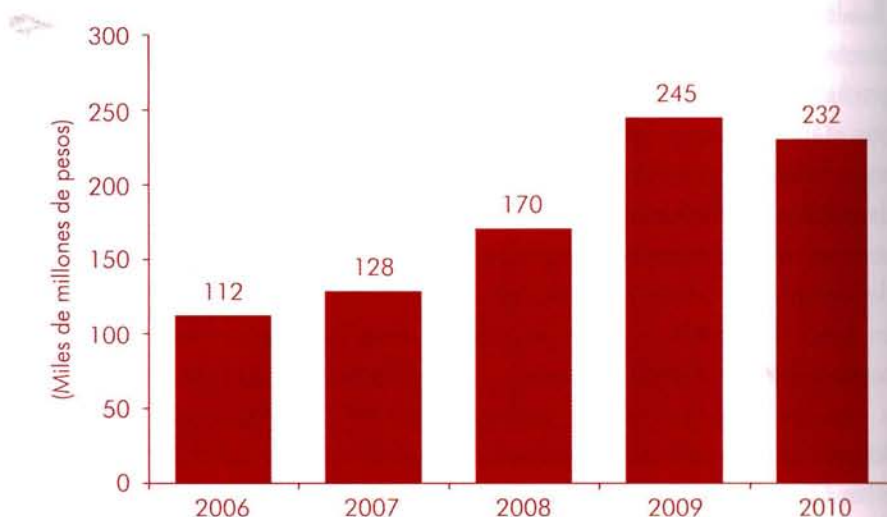
## Gestión de recursos adicionales

Con los recursos transferidos a los Comités Departamentales para la ejecución de programas de inversión social, ha sido posible gestionar recursos provenientes de diversos actores, como el Gobierno Nacional, las gobernaciones, las alcaldías y las entidades de cooperación internacional, interesadas en ejecutar proyectos para mejorar el bienestar y la calidad de vida presente en las zonas cafeteras del país. Así, sin importar los vaivenes del mercado el bienestar del cafetero es la prioridad de acción para el FoNC.

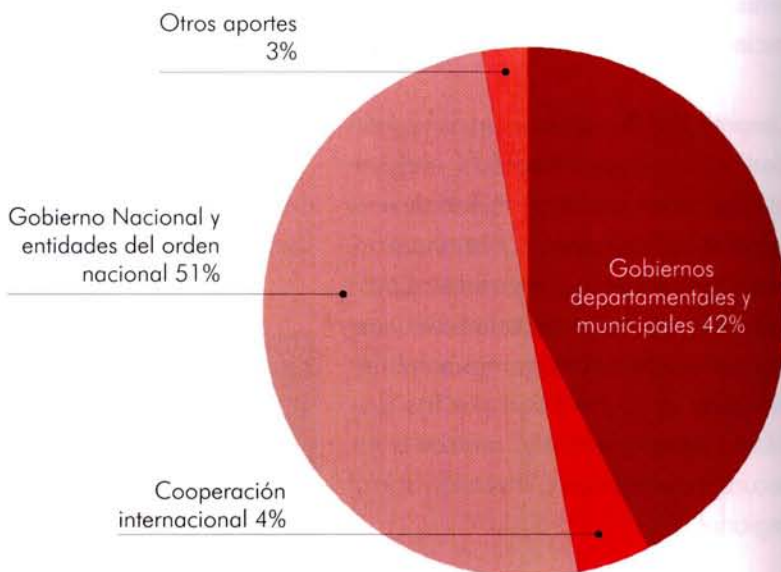
En 2010, esta gestión trajo como resultado, aportes provenientes de terceros para la ejecución de programas de inversión social por \$232 mil millones, dos veces más que lo registrado en 2006.

Por tipo de aportante, se destaca el valor de los recursos destinados por el Gobierno Nacional y las entidades del orden nacional (50%) seguidas de los gobiernos departamentales y municipales (32%), y la cooperación internacional (5%).

Aportes de terceros para programas de inversión social  
2006-2010



Recursos para proyectos de inversión social ejecutados por los  
Comités Departamentales - Por tipo de aportante  
2010



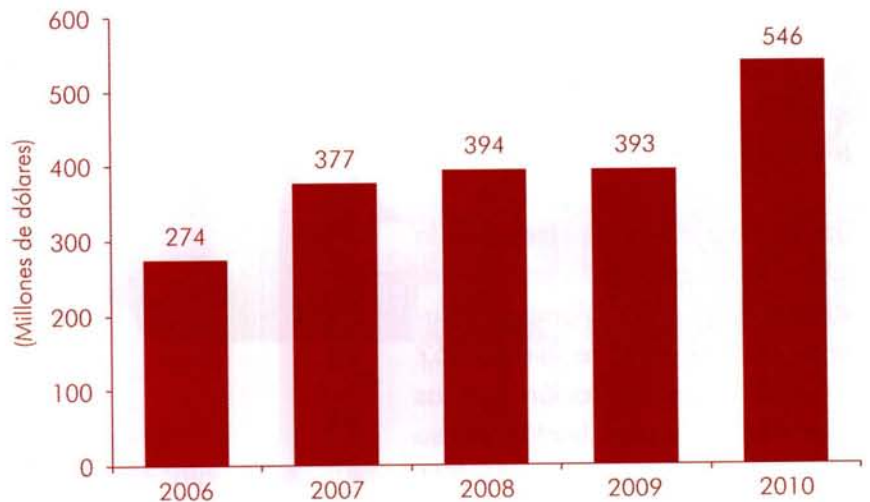


## Estructura de endeudamiento del FoNC

El incremento en el riesgo de contraparte ha significado un reto importante para el manejo financiero del FoNC. Debido a la crisis financiera, se modificó la estrategia de endeudamiento y se adelantó un proceso de "debida diligencia" permanente de las contrapartes, con el fin de determinar su idoneidad para realizar operaciones, inversiones y mantener un balance de activos y pasivos adecuado.

La estructura de endeudamiento del FoNC se ha mantenido en niveles controlables

Líneas de crédito de corto plazo disponibles  
2006-2010



En 2010, como resultado de esta estrategia se logró la ampliación de los cupos de las líneas de crédito de corto plazo. Así, mientras en 2005 estos cupos ascendían a USD274 millones, al cierre de 2010 alcanzaron USD546 millones. Gracias al aumento de los cupos, el FoNC ha estado en capacidad de ejercer eficazmente la Garantía de Compra, pese a los altos niveles de precio interno registrados durante la vigencia.

El acertado manejo financiero del FoNC adelantado por la Federación,

ha permitido a pesar de las restricciones de acceso a endeudamiento, ampliar las líneas de crédito e incluso reemplazar algunas contrapartes por otras sólidas patrimonialmente y bien calificadas.

De otra parte, en 2010 se negociaron créditos bajo condiciones muy favorables para el FoNC, circunstancia que confirma la solidez y fortalecimiento financiero del FoNC, así como la buena imagen que tiene dentro del sector financiero nacional e internacional.



Mantener las mejores prácticas en la administración financiera

Sostenibilidad financiera

## Estrategia de coberturas

**E**n 2010, se continuó aplicando el esquema de cobertura de los ingresos por contribución cafetera iniciado en 2007 y se adoptó una nueva estrategia de cobertura para Buencafé para los costos fijos denominados en pesos.

Gracias a lo anterior y a pesar de la caída de las exportaciones y la revaluación del peso colombiano durante 2010 el FoNC recibió \$8.062 millones en compensación por las coberturas de la contribución. Por su parte, Buencafé recibió de \$2.921 millones por la utilización de instrumentos derivados.

En cuanto a la cobertura de la tasa de cambio en la comercialización del café, se puso en marcha el modelo de cobertura natural, en el cual se utiliza deuda en dólares para pre-financiación 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%.

**El esquema de cobertura natural genera ahorros en costos transaccionales por más del 50%**



## Políticas para el manejo financiero en 2011



El manejo financiero del FoNC durante 2011 estará marcado por el cumplimiento de las siguientes directrices:

- ❑ Para contar con recursos líquidos necesarios para afrontar escenarios económicos y de mercado desfavorables, las inversiones del FoNC se seguirán realizando con un horizonte de corto plazo.
- ❑ En el caso de las inversiones a largo plazo se ha decidido que las mismas deben garantizar al vencimiento, por lo menos el capital en términos reales.
- ❑ Las buenas expectativas de crecimiento económico en Colombia, acompañadas de tasas de inflación e interés bajas, son indica-

dores positivos de la estabilidad del país. En 2010, el país fue calificado por una reconocida firma con un panorama positivo, y en 2011 se espera que le sea concedido el grado de inversión. Por tal motivo, se buscará incluir el mercado de valores colombiano como alternativa adecuada para invertir, diversificar el riesgo, mitigar la exposición a la volatilidad de la tasa de cambio y obtener buenas rentabilidades.

- ❑ Consolidar y continuar con el incremento de las líneas de crédito de corto plazo, para así continuar cumpliendo con la Garantía de Compra, función principal del FoNC.
- ❑ Continuar trabajando de la mano con el Gobierno Nacional para

incentivar y hacer próspero el sector cafetero mediante la ejecución de programas tales como Permanencia, Sostenibilidad y Futuro para la renovación de cafetales envejecidos mediante la siembra de variedades resistentes a la roya, Competitividad para el mantenimiento en estado óptimo de producción los cafetales tecnificados, el Programa de Protección del Ingreso, y la prestación de servicios de asistencia técnica a través del Servicio de Extensión, entre otros.

- ❑ 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.



# La caficultura mundial y colombiana en cifras



## Índice

LXXV CONGRESO NACIONAL DE CAFETEROS - 2010  
ANEXO ESTADÍSTICO

### PRODUCCIÓN

- Cuadro 1: Producción mundial total de café verde  
Años Cosecha 2004/05 - 2009/10
- Cuadro 2: Colombia – Volumen y valor de la producción registrada de café verde  
Años Cafeteros 2001/02-2009/10

### EXPORTACIÓN

- Cuadro 3: Exportación mundial de café verde a todo destino  
Años Cafeteros 2004/05-2009/10
- Cuadro 4: Exportaciones de café colombiano según países de destino  
Años Cafeteros 2004/05-2009/10
- Cuadro 5: Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque  
Años Cafeteros 2001/02-2009/10
- Cuadro 6: Exportaciones colombianas por tipos de café  
Años cafeteros 2000/01-2009/10
- Cuadro 7: Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café  
Años Cafeteros 2001/02 -2009/10

### CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8: Consumo interno de café verde en países productores  
Años Cosecha 2003/04 – 2009/10

### PRECIOS

- Cuadro 9: Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café  
Años Cafeteros 2001/02-2009/10
- Cuadro 10: Colombia – Precio de reintegro Federación, precio interno y tasa de cambio  
Promedios 2001/02 -2009/10



# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 1. Producción mundial de café verde**

**Años Cosecha 2004/05 - 2009/10**

**Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	Calidad de café	04/05		05/06		06/07		07/08		08/09		09/10*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial		116,1	100	111,5	100	129,1	100	119,4	100	128,1	100	121	100
Cosechas abr - mar		53,9	46,5	48,4	43,5	57,9	44,9	50,3	42,1	62,7	48,9	56,3	46,7
Brasil	(ANL/R)	39,3	33,8	32,9	29,6	42,5	32,9	36,1	30,2	46,0	35,9	39,5	32,7
Ecuador	(AS/R)	0,9	0,8	1,1	1,0	1,2	0,9	1,1	0,9	0,7	0,5	0,8	0,7
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,0	0,9	1,3	1,1	0,8	0,6	1,0	0,8	1,0	0,8	1,0	0,8
Perú	(AS)	3,4	3,0	2,5	2,2	4,3	3,3	3,1	2,6	3,9	3,0	3,3	2,7
Indonesia	(R/AS)	7,5	6,5	9,2	8,2	7,5	5,8	7,8	6,5	9,4	7,3	10,6	8,8
Madagascar	(R/AS)	0,5	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,7	0,6	0,5	0,4
Otros		1,2	1,1	0,9	0,8	1,1	0,8	0,7	0,6	1,0	0,8	0,6	0,5
Cosechas jul - jun		2,1	1,8	2,0	1,8	2,0	1,6	2,2	1,8	2,6	2,1	2,3	1,9
Rep.Dominicana	(AS)	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,6	0,5	0,5	0,4
Tanzania	(AS/R)	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	1,2	0,9	0,7	0,6
Otros		0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,6	0,9	0,8	0,8	0,6	1,2	1,0
Cosechas oct - sep		59,4	51,1	60,5	54,3	68,5	53,1	66,3	55,4	62,1	48,4	61,2	50,7
Colombia	(AS)	11,6	10,0	12,6	11,3	12,5	9,7	12,5	10,5	8,7	6,8	9,0	7,5
Costa Rica	(AS)	1,9	1,6	1,8	1,6	1,6	1,2	1,8	1,5	1,3	1,0	1,5	1,2
El Salvador	(AS)	1,4	1,2	1,5	1,3	1,4	1,1	1,6	1,4	1,5	1,2	1,1	0,9
Etiopia	(ANL)	4,6	3,9	4,0	3,6	4,6	3,6	4,9	4,1	4,4	3,4	4,5	3,7
Guatemala	(AS/R)	3,7	3,2	3,7	3,3	4,0	3,1	4,1	3,4	3,8	3,0	3,5	2,9
Honduras	(AS)	2,6	2,2	3,2	2,9	3,5	2,7	3,8	3,2	3,5	2,7	3,5	2,9
India	(AS/R)	4,6	4,0	4,4	3,9	5,2	4,0	4,5	3,7	4,4	3,4	4,8	4,0
Kenia	(AS)	0,7	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7	0,5	0,6	0,4	0,8	0,6
México	(AS/R)	3,9	3,3	4,2	3,8	4,2	3,3	4,2	3,5	4,7	3,6	4,2	3,5
Nicaragua	(AS)	1,1	1,0	1,7	1,5	1,3	1,0	1,7	1,4	1,6	1,3	1,7	1,4
Camerún	(R/AS)	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,6	0,8	0,7	0,8	0,6	0,7	0,6
Costa de Marfil	(R)	2,3	2,0	2,0	1,8	2,8	2,2	2,6	2,2	2,4	1,8	1,9	1,5
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4
Tailandia	(R)	0,9	0,8	1,0	0,9	0,8	0,6	0,7	0,5	0,7	0,5	0,9	0,8
Uganda	(R/AS)	2,6	2,2	2,2	1,9	2,7	2,1	3,3	2,7	3,2	2,5	3,0	2,5
Vietnam	(R/AS)	14,4	12,4	13,8	12,4	19,3	15,0	16,5	13,8	18,5	14,4	18,0	14,9
Otros		2,1	1,8	2,6	2,4	2,6	2,0	2,4	2,0	1,9	1,5	1,8	1,5
Otros países productores	**	0,6	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5	0,6	0,5	0,7	0,5	0,8	0,6

\* Preliminar.

\*\* Guinea Ecuatorial, Guyana, Laos, Liberia, Malasia, Nueva Caledonia y Yemen.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.



**Cuadro 2. Colombia - Volumen y valor de la producción registrada de café verde**

**Años Cafeteros\* 2001/02 - 2009/10**

Año cafetero	Miles sacos de 60 Kg.	Millones de pesos corrientes	Millones de pesos contantes (dic-09 =100)
01/02	11.950	2.068.000	3.086.000
02/03	11.712	2.246.000	3.124.000
03/04	11.053	2.423.000	3.179.000
04/05	11.430	3.467.000	4.319.000
05/06	11.952	3.518.000	4.191.000
06/07	12.274	3.604.000	4.084.000
07/08	12.515	4.057.000	4.333.000
08/09	8.664	3.567.000	3.594.000
09/10	8.098	3.719.000	3.661.000

\* Período: octubre - septiembre.  
Fuente : FNC - Inteligencia Competitiva, Gerencia Financiera.



# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 3. Años Cafeteros\* 2004/05 - 2009/10**  
**Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	Calidad de café	04/05		05/06		06/07		07/08		08/09		09/10	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial		88	100	88	100	98	100	96	100,0	97	100	93	100
Cosechas abr - mar		38	43,7	37	42,1	39,4	40,3	40	41,1	45	46,1	43	46,6
Brasil	(ANL/R)	26	30,2	25	28,9	29,0	29,6	28	29,1	32	32,6	31	33,0
Ecuador	(AS/R)	1	0,9	1	1,1	1,0	1,1	1	0,9	1	1,1	1	1,3
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1	1,3	1	1,1	0,8	0,8	1	1,2	1	1,0	1	1,1
Perú	(AS)	3	3,3	3	3,5	3,5	3,6	3	3,4	3	3,5	3	3,5
Indonesia	(R/AS)	6	6,8	6	6,5	4,2	4,3	6	5,7	7	7,0	7	7,1
Madagascar	(R/AS)	0	0,1	0	0,2	0,1	0,1	0	0,2	0	0,1	0	0,1
Otros abr-mar		1	1,1	1	0,7	0,7	0,8	1	0,6	1	0,9	1	0,6
Cosechas jul - jun		1	1,1	1	1,1	1,0	1,0	1	0,9	1	1,4	1	0,7
Rep. Dominicana	(AS)	0	0,0	0	0,1	0,1	0,1	0	0,1	0	0,1	0	0,0
Tanzania	(AS/R)	1	0,9	1	0,8	0,8	0,8	1	0,8	1	1,2	1	0,6
Otros jul-Jun		0	0,2	0	0,2	0,1	0,1	0	0,1	0	0,1	0	0,0
Cosechas oct - sep		48	55,2	50	56,9	57,5	58,7	56	58,0	51	52,5	49	52,7
Colombia	(AS)	11	12,4	11	12,2	11,2	11,4	12	12,0	9	9,0	7	7,7
Costa Rica	(AS)	2	1,7	1	1,5	1,4	1,4	1	1,5	1	1,3	1	1,3
El Salvador	(AS)	1	1,5	1	1,4	1,2	1,2	1	1,5	1	1,4	1	1,0
Etiopía	(ANL)	3	3,0	3	3,1	2,8	2,8	3	2,9	2	1,9	3	3,1
Guatemala	(AS/R)	3	3,9	3	3,8	3,7	3,8	4	4,0	3	3,6	3	3,7
Honduras	(AS)	2	2,7	3	3,3	3,2	3,3	3	3,5	3	3,1	3	3,4
India	(AS/R)	3	3,0	4	4,1	3,4	3,5	3	3,5	3	3,0	5	4,9
Kenia	(AS)	1	0,8	1	0,7	0,8	0,8	1	0,7	1	0,6	0	0,4
México	(AS/R)	2	2,1	3	2,8	2,9	3,0	3	2,7	3	2,9	3	2,7
Nicaragua	(AS)	1	1,1	1	1,6	1,2	1,2	2	1,7	1	1,5	2	1,8
Camerún	(R/AS)	1	0,8	1	0,9	0,8	0,8	1	0,5	1	0,6	1	0,9
Costa de Marfil	(R)	2	2,3	2	2,4	2,7	2,7	2	2,0	2	1,6	2	2,2
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0	0,2	0	0,2	0,2	0,2	0	0,2	0	0,2	0	0,2
Tailandia	(R)	0	0,3	1	0,6	0,3	0,3	0	0,2	0	0,2	0	0,2
Uganda	(R/AS)	2	2,8	2	2,3	2,7	2,8	3	3,3	3	3,2	3	2,9
Vietnam	(R/AS)	14	16,0	13	15,0	18,1	18,5	16	16,4	17	17,9	15	15,6
Otros oct-sep		1	0,6	1	1,1	1,0	1,0	1	1,3	1	0,7	1	0,8

\* Período: octubre - septiembre.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.



**Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino  
Años Cafeteros\* 2004/05 - 2009/10**

Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	04/05		05/06		06/07		07/08		08/09		09/10	
	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial	11.032	100	10.752	100	11.177	100	11.557	100	8.716	100	7.196	100
América	4.533	41,1	4.532	42,2	4.659	41,7	4.935	42,7	4.123	47,3	3.318	46,1
Estados Unidos	3.817	34,6	3.793	35,3	3.968	35,5	4.180	36,2	3.493	40,1	2.679	37,2
Canadá	627	5,7	602	5,6	563	5,0	606	5,2	504	5,8	513	7,1
Argentina	7	0,1	8	0,1	8	0,1	8	0,1	8	0,1	6	0,1
Otros (1)	83	0,7	131	1,2	119	1,1	141	1,2	119	1,4	121	1,7
Europa	4.445	40,3	4.363	40,6	4.768	42,7	4.703	40,7	2.835	32,5	2.132	29,6
Unión Europea	4.136	37,4	4.181	39,0	4.555	40,8	4.477	38,7	2.636	30,2	1.952	27,1
Alemania	1.451	13,1	1.472	13,7	1.436	12,9	1.379	11,9	609	7,0	334	4,6
Bélgica	701	6,4	546	5,1	779	7,0	728	6,3	569	6,5	526	7,3
Italia	391	3,5	386	3,6	407	3,6	412	3,6	217	2,5	90	1,3
Reino Unido	367	3,3	441	4,1	448	4,0	488	4,2	334	3,8	272	3,8
Suecia	267	2,4	267	2,5	315	2,8	270	2,3	218	2,5	133	1,9
Países Bajos	173	1,6	209	1,9	225	2,0	166	1,4	63	0,7	54	0,7
España	234	2,1	275	2,6	290	2,6	344	3,0	193	2,2	207	2,9
Finlandia	175	1,6	203	1,9	228	2,0	232	2,0	123	1,4	122	1,7
Francia	153	1,4	158	1,5	17	0,1	173	1,5	177	2,0	155	2,2
Dinamarca	91	0,8	64	0,6	63	0,6	58	0,5	31	0,4	18	0,3
República Checa	57	0,5	6	0,1			0		2	0,0	0	0,0
Polonia	16	0,1	72	0,7	64	0,6	79	0,7	36	0,4	8	0,1
Portugal	20	0,2	16	0,1	33	0,3	39	0,3	10	0,1	7	0,1
Austria	8	0,1	1	0,0			0		0	0,0	0	0,0
Grecia	16	0,1	15	0,1	18	0,2	20	0,2	14	0,2	6	0,1
Otros	17	0,2	50	0,5	231	2,1	88	0,8	39	0,4	20	0,3
Otros Europa	309	2,8	182	1,7	213	1,9	226	2	199	2,3	180	2,5
Noruega	155	1,4	117	1,1	148	1,3	132	1,1	107	1,2	87	1,2
Rusia	72	0,6	55	0,5	61	0,5	87	0,8	84	1,0	91	1,3
Suiza	37	0,3	5	0,0	1	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros (2)	45	0,4	4	0,0	4	0,0	6	0,0	8	0,1	3	0,0
Otros países	2.054	18,6	1.856	17,3	1.750	15,7	1.919	16,6	1.758	20,2	1.746	24,3
Japón	1.679	15,2	1.495	13,9	1.313	11,7	1.425	12,3	1.347	15,5	1.339	18,6
Corea del Sur	205	1,9	150	1,4	190	1,7	218	1,9	230	2,6	247	3,4
Australia	43	0,4	45	0,4	51	0,5	63	0,5	46	0,5	52	0,7
Otros (3)	126	1,1	167	1,6	195	1,7	213	1,8	134	1,5	108	1,5

\* Período: octubre - septiembre.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Croacia, Turquía, Islandia, Bulgaria.

(3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva



# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 5. Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**  
Años Cafeteros\* 2001/02 - 2009/10  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2001/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100
2002/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100
2003/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100
2004/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	52	0,5	11.032	100
2005/06	5.655	52,6	4.728	44,0	285	2,6	84	0,8	10.752	100
2006/07	5.138	46,0	5.696	51,0	274	2,4	69	0,6	11.177	100
2007/08	4.828	41,8	6.412	55,5	259	2,2	58	0,5	11.557	100
2008/09	4.716	54,1	3.825	43,9	131	1,5	44	0,5	8.716	100
2009/10	4.190	58,2	2.736	38,0	209	2,9	61	0,8	7.196	100

\* Período Octubre - septiembre.

\*\* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

Fuente: FNC - Grupo Información Comercial.

**Cuadro No. 6. Exportaciones colombianas por tipos de café**  
Años Cafeteros\* 2001/02 - 2009/10  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Verde		Soluble		Extracto		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2001/02	10.003	94,1	593	5,6	27	0,3	6	0,1	10.629	100
2002/03	9.914	94,4	557	5,3	19	0,2	9	0,1	10.499	100
2003/04	9.566	93,6	614	6,0	24	0,2	16	0,2	10.220	100
2004/05	10.352	93,8	640	5,8	23	0,2	17	0,2	11.032	100
2005/06	10.110	94,0	604	5,6	19	0,2	18	0,2	10.752	100
2006/07	10.587	94,7	560	5,0	16	0,1	14	0,1	11.177	100
2007/08	10.846	93,9	664	5,8	12	0,1	34	0,3	11.557	100
2008/09	8.072	92,6	582	6,7	23	0,3	39	0,5	8.716	100
2009/10	6.533	90,8	588	8,2	13	0,2	62	0,9	7.196	100

\* Período: octubre - septiembre.

\*\* Tostado y Molido.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva



**Cuadro 7. Volumen y valor de las exportaciones**

Años Cafeteros 2000/01 - 2008/09

Miles sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Años Cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	Sacos		Sacos		Sacos	
01/02	3.400	32%	7.229	68%	10.629	100%
02/03	2.532	24%	7.947	76%	10.478	100%
03/04	2.913	29%	7.241	71%	10.154	100%
04/05	2.827	26%	8.204	74%	11.032	100%
05/06	3.179	30%	7.573	70%	10.752	100%
06/07	2.447	22%	8.730	78%	11.177	100%
07/08	3.011	26%	8.546	74%	11.557	100%
08/09	2.465	28%	6.251	72%	8.716	100%
09/10	2.009	22%	7.196	78%	9.205	100%

USD Millones						
Años Cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	USD		USD		USD	
01/02	267	31%	594	69%	861	100%
02/03	221	29%	546	71%	767	100%
03/04	304	31%	685	69%	989	100%
04/05	416	27%	1.142	73%	1.558	100%
05/06	488	30%	1.114	70%	1.602	100%
06/07	425	24%	1.379	76%	1.804	100%
07/08	598	27%	1.613	73%	2.210	100%
08/09	504	28%	1.276	72%	1.780	100%
09/10	522	22%	1.893	78%	2.415	100%

\* Período: octubre - septiembre.  
Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva



# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 8. Consumo interno de café verde en países productores**  
**Años Cosecha 2003/04 - 2009/10**  
**Millones de sacos 60 kilogramos de café verde equivalente**

Países	Calidad de café	03/04		04/05		05/06		06/07		07/08		08/09		09/10*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial		29,9	100	31,4	99	33,0	98	34,7	100	36,7	100	37,5	100	38,8	100
Cosechas abr - mar		16,8	59,2	17,9	59,4	19,0	60,3	20,1	60,5	21,4	60,8	22,0	61,7	22,7	61,7
Brasil	(ANL/R)	14,2	49,6	14,9	49,8	15,5	49,4	16,3	49,0	17,1	48,5	17,7	49,9	18,4	49,9
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4	0,2	0,4
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú	(AS)	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,3	0,7	0,3	0,7
Indonesia	(R/AS)	1,8	6,4	2,0	6,7	2,5	7,9	2,8	8,5	3,3	9,4	3,3	9,1	3,3	9,1
Madagascar	(R/AS)	0,3	1,2	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,3	0,5	1,3	0,5	1,3
Otros abr-mar		0,1	0,7	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,3	0,1	0,3
Cosechas jul - jun		1,85	6,5	1,9	6,3	1,91	6,1	1,91	6,4	2,05	6,2	2,07	5,6	2,07	5,6
Rep.Dominicana	(AS)	0,3	1,2	0,4	1,3	0,4	1,2	0,4	1,1	0,4	1,1	0,4	1,0	0,4	1,0
Tanzania	(AS/R)	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Otros jul-jun		1,5	5,2	1,5	5,0	1,5	4,7	1,5	5,2	1,6	5,0	1,6	4,5	1,6	4,5
Cosechas oct - sep		11,2	33,9	11,6	33,1	12,1	32,0	12,7	32,6	13,3	32,8	13,5	32,9	14,0	32,9
Colombia	(AS)	1,4	4,9	1,4	4,7	1,4	4,4	1,4	4,2	1,4	4,0	1,4	3,8	1,4	3,8
Costa Rica	(AS)	0,3	0,9	0,4	1,2	0,4	1,1	0,3	1,0	0,3	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7
El Salvador	(AS)	0,2	0,5	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6
Etiopia	(ANL)	1,8	6,4	1,8	6,1	1,8	5,8	1,8	5,5	1,8	5,2	1,8	5,0	1,8	5,0
Guatemala	(AS/R)	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,8	0,3	0,8	0,3	0,8
Honduras	(AS)	0,2	1,2	0,2	1,1	0,2	1,1	0,2	1,0	0,5	1,0	0,5	0,9	0,5	0,9
India	(AS/R)	1,2	4,1	1,3	4,2	1,3	4,2	1,4	4,0	1,5	4,0	1,6	3,9	1,6	3,9
Kenia	(AS)	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
México	(AS/R)	1,5	5,2	1,5	5,0	1,7	5,5	2,0	6,0	2,2	6,2	2,2	6,0	2,2	6,0
Nicaragua	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,5	0,3	0,5
Camerún	(R/AS)	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Costa de Marfil	(R)	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,9	0,3	0,9
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,5
Tailandia	(R)	0,5	1,7	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,4	0,5	1,4
Uganda	(R/AS)	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4
Vietnam	(R/AS)	0,6	1,7	0,7	1,7	0,8	1,6	0,9	2,8	1,0	2,8	1,1	3,0	1,6	3,0
Otros oct-sept		2,3	2,9	2,4	2,8	2,5	1,9	2,6	2,2	2,6	3,2	2,7	4,1	2,6	4,1

\* Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics y OIC - Coffee Market Report sep/08



**Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café**  
**Años Cafeteros\* 2001/02 - 2009/10**  
**Centavos de dólar por libra**

	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año cafetero
<b>Suaves Colombianos</b>													
2001/02	62,88	64,89	62,33	62,51	62,67	68,27	69,76	65,95	62,94	60,60	58,10	64,15	63,75
2002/03	67,92	70,70	65,38	67,27	67,47	62,16	64,40	65,74	61,61	64,87	65,65	67,55	65,89
2003/04	66,17	64,39	66,68	73,76	76,53	77,97	75,22	77,17	82,51	76,13	75,35	81,02	74,41
2004/05	85,52	95,63	106,48	110,03	124,34	137,10	129,93	128,36	122,47	112,48	111,21	101,31	113,74
2005/06	108,77	111,66	106,54	129,64	123,17	117,00	119,87	113,03	106,84	109,45	116,22	112,26	114,54
2006/07	113,73	126,26	132,85	127,54	125,54	119,92	117,51	116,14	122,35	122,32	126,68	131,51	123,53
2007/08	136,49	133,32	140,12	142,66	159,90	151,64	142,04	143,60	149,15	151,18	151,03	148,36	145,79
2008/09	130,99	130,45	130,89	142,32	144,55	154,16	181,10	212,05	194,02	187,29	185,39	177,45	164,22
2009/10	178,13	178,33	192,11	207,51	204,71	205,71	199,50	200,33	224,49	235,52	243,98	247,77	209,84
<b>Otros Suaves *</b>													
2001/02	56,40	58,85	56,72	58,25	59,12	64,47	65,43	61,40	58,57	56,48	54,27	60,67	59,22
2002/03	65,73	69,87	64,16	65,57	66,41	61,75	64,69	66,26	61,04	62,95	63,89	66,41	64,89
2003/04	64,30	62,28	64,86	72,73	76,21	78,06	75,44	76,99	82,21	74,94	73,61	80,47	73,51
2004/05	79,90	89,88	102,19	107,07	122,20	134,81	128,80	126,21	119,87	108,45	108,43	98,17	110,50
2005/06	106,09	108,81	102,68	124,26	118,46	112,20	114,65	107,96	101,21	102,77	112,13	109,36	110,05
2006/07	110,91	123,57	129,93	124,40	122,34	116,44	114,59	112,35	118,76	116,80	123,53	128,04	120,14
2007/08	134,29	131,00	137,58	139,86	157,29	149,89	140,70	141,95	146,15	147,36	146,43	143,27	142,98
2008/09	123,59	121,89	118,97	128,30	129,48	128,52	134,88	150,99	149,79	140,90	149,76	148,53	135,47
2009/10	154,57	152,21	158,26	158,90	160,42	164,50	170,68	177,50	190,90	203,21	214,56	222,71	177,37
<b>Brasileros y otras Arabicas</b>													
2001/02	38,63	42,82	42,21	43,14	43,17	48,70	49,70	45,39	43,00	43,31	40,18	44,53	43,73
2002/03	46,08	49,25	46,55	49,31	48,97	43,77	48,55	51,12	46,88	49,50	52,48	54,86	48,94
2003/04	52,81	50,73	54,79	62,06	65,52	66,97	63,70	65,16	69,61	62,89	61,75	68,90	62,07
2004/05	68,63	80,20	89,17	94,00	108,05	117,03	112,82	111,89	105,08	94,66	95,66	87,02	97,02
2005/06	94,54	99,35	96,23	115,89	109,51	103,52	105,89	99,00	91,26	91,01	98,90	97,36	100,21
2006/07	97,39	109,34	115,60	111,99	109,78	102,34	100,84	99,66	105,89	105,25	112,47	116,43	107,25
2007/08	122,12	119,87	125,93	127,93	143,78	136,41	127,67	129,52	133,65	134,88	133,28	130,26	130,44
2008/09	110,27	107,96	103,46	109,18	107,69	102,81	105,95	118,40	115,42	107,80	116,86	116,16	110,16
2009/10	124,62	126,17	132,99	131,67	124,57	129,58	125,71	131,98	143,29	156,87	167,62	177,22	139,36
<b>Robustas **</b>													
2001/02	23,24	23,68	24,35	22,81	24,37	29,10	29,34	28,32	28,42	28,60	27,88	32,08	26,85
2002/03	33,33	37,93	38,06	41,18	40,67	37,17	37,42	37,80	34,21	35,35	36,30	37,35	37,23
2003/04	35,88	34,11	35,90	39,84	37,05	36,70	36,37	36,56	39,87	36,02	33,91	34,24	36,37
2004/05	31,77	34,07	38,98	39,63	44,61	50,70	53,32	58,66	62,96	60,57	55,60	50,07	48,41
2005/06	50,84	54,72	58,79	66,46	65,50	62,92	64,45	63,97	64,14	68,66	75,73	77,88	64,51
2006/07	76,26	79,67	77,71	80,55	80,97	78,95	81,64	86,06	94,76	93,47	88,51	93,61	84,35
2007/08	91,10	92,59	91,39	99,21	115,45	121,92	111,29	108,88	111,34	115,23	112,56	105,38	106,36
2008/09	88,77	90,76	82,51	82,74	80,22	76,31	75,53	75,62	73,79	71,68	72,35	73,82	78,68
2009/10	73,51	69,48	70,00	70,08	70,80	67,25	71,52	73,36	76,92	85,27	90,21	85,22	75,30
<b>Precio Indicativo Compuesto ***</b>													
2001/02	42,21	44,24	43,36	43,46	44,30	49,49	50,19	47,30	45,56	44,70	42,79	47,96	45,46
2002/03	50,79	54,69	51,68	54,04	54,07	49,61	51,87	53,19	48,90	50,89	52,22	54,10	52,17
2003/04	51,72	49,81	52,44	58,69	59,87	60,80	58,80	59,91	64,28	58,46	56,98	61,47	57,77
2004/05	61,10	67,74	77,72	79,35	89,40	101,44	98,20	99,78	96,29	88,48	85,31	78,79	85,30
2005/06	82,55	85,93	86,85	101,20	97,39	92,76	94,20	90,00	86,04	88,57	95,78	95,98	91,44
2006/07	95,53	103,48	108,01	105,81	104,18	100,09	99,30	100,09	107,03	106,20	107,98	113,20	104,24
2007/08	115,71	114,43	118,16	122,33	138,82	136,17	126,55	126,76	130,51	132,78	131,14	126,69	126,67
2008/09	108,31	107,88	103,07	108,39	107,60	105,87	111,61	123,05	119,05	112,90	117,45	116,40	111,80
2009/10	121,09	119,67	125,11	126,85	123,37	125,30	126,89	128,10	142,20	153,41	157,46	163,61	134,42

\* Período: octubre - septiembre.

\*\* Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%

\*\*\* Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%

\*\*\* Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas

Fuente: OIC



## La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 10. Colombia - Precio de reintegro Federación  
precio interno y tasa de cambio  
Promedios 2001/02 - 2009/10**

	Precio externo	Precio compra base	TRM
	US Cts/libra Ex-dock	Pesos por carga de 125 kilogramos de café pergamino	Pesos por dólar
<b>Años Cafeteros*</b>			
01/02	63,75	278.962	2.384,14
02/03	65,89	309.093	2.864,55
03/04	74,38	329.603	2.712,71
04/05	112,30	442.404	2.377,74
05/06	113,05	458.919	2.353,88
06/07	122,08	451.052	2.148,41
07/08	145,80	488.975	1.899,17
08/09	164,22	633.087	2.238,90
09/10	209,84	704.397	1.923,06
<b>2009/10</b>			
Octubre	178,13	566.875	1.902,70
Noviembre	178,33	592.469	1.974,43
Diciembre	192,11	673.408	2.017,87
Enero	207,51	715.339	1.980,06
Febrero	204,71	680.406	1.952,89
Marzo	205,71	688.282	1.909,01
Abril	199,50	660.369	1.938,68
Mayo	200,33	676.714	1.983,59
Junio	224,49	749.324	1.927,69
Julio	235,52	808.966	1.874,89
Agosto	243,98	832.034	1.821,01
Septiembre	247,77	798.978	1.805,60

\* Período: octubre - septiembre.  
Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.