

**LXXIII**

Informe del Gerente General  
Congreso Nacional de Cafeteros

Versión Final 2009



# Caficultura: **modelo de paz**



Federación Nacional de  
Cafeteros de Colombia

15 JUN 2010

# Caficultura: modelo de paz



Gerente General  
Luis Genaro Muñoz

Secretario General  
Guillermo Trujillo

Gerente Administrativo  
Luis Felipe Acero

Gerente Financiero  
Jorge Suescún

Gerente Comercial  
Juan Lucas Restrepo

Gerente Técnico  
Edgar Echeverri



Coordinación Editorial  
Marcela Urueña  
Alexandra Rodríguez  
Andrés Lozano  
Nidyan Pinzón

Fotografías  
Archivo FNC  
Patricia Rincón  
David Bonilla A.

Diseño  
Comunicaciones & Medios  
Gerencia Técnica  
Silvia Cárdenas C.  
Sandra Sánchez R.  
Juan Sebastián Másmela V.

Diagramación  
Lynda Carolina Santana

# Contenido

PAG 6

Lo más destacado del 2009

PAG 9

Carta del Gerente General al  
LXXIII Congreso Nacional de Cafeteros



PAG 12

El mercado del café

- Mercado Internacional
- Mercado Interno



PAG 22

Comercialización sostenible y  
con valor agregado

- Continuar el ascenso en la cadena de valor
- Transferir el mejor precio posible al productor a través de la garantía de compra en el contexto del mercado internacional
- 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 40

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 60

## 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 70

## 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 84

## Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

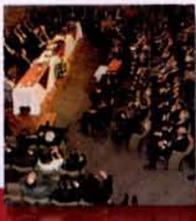
- Fortalecer la lealtad entre el cliente / consumidor con el Café de Colombia y sus marcas asociadas
- Fortalecer la imagen de "Juan Valdez" como símbolo de la calidad y los valores de la caficultura
- Aumentar la penetración global del programa 100% colombiano
- Avanzar en la diferenciación del café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



PAG 96

## 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 120

## Eficiencia, 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 130

## Sostenibilidad financiera

- Contexto financiero internacional
- 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 142

## La caficultura mundial y colombiana en cifras

# Lo más destacado del 2009

al  
traordinario  
Agosto 27 de 2009



## Los cafeteros de Colombia eligen nuevo Gerente General

Luis Genaro Muñoz Ortega,  
vinculado al gremio durante 19 años,  
fue designado el 27 de agosto como  
Gerente General de la Federación.  
Es la primera vez que, conforme a  
los Estatutos aprobados en 2002,  
la totalidad de los departamentos  
cafeteros del país participan con su  
voto en esta elección.



## Sostenibilidad

### En marcha un plan de choque para la caficultura

La FNC y el Gobierno acordaron un paquete de medidas para mitigar los efectos de la caída en la producción, el cual involucró un alivio de las deudas, estímulos para combatir la broca y la roya y mejoras en las condiciones del CPP. Con ello, se busca mantener el ingreso caficultor y la capacidad de consumo de las familias cafeteras.

### El Contrato de Protección de Precio garantiza un valor mínimo de \$650 mil para la carga de café

Los caficultores que adquieran el CPP para garantizar su ingreso, recibirán como mínimo \$650 mil por carga de café, esto independientemente de las fluctuaciones que se presenten en el precio internacional y/o la tasa de cambio.

### Fertifuturo: Fertilice a tiempo con este apoyo

Fertifuturo es un programa de la FNC, a través del cual se reconoció en 2009 un descuento de 20% en la compra de fertilizante. Su implementación significó un crecimiento del 40% en las ventas de estos agroinsumos. A partir de octubre, Fertifuturo entregó 50% de descuento para la adquisición de fertilizante con miras a la recuperación de cafetales con roya.

## Solidaridad

### La FNC invierte un millón de dólares diario en beneficio de los caficultores

La ejecución eficaz, eficiente y transparente de recursos del Gobierno Nacional y las administraciones locales y regionales y la cooperación internacional en proyectos para el desarrollo sostenible del campo, han consolidado la FNC como la cuarta ONG más grande en el mundo.

### El Gobierno y el Congreso de la República mantienen su compromiso con el gremio

Esto se logró con la apropiación de \$250 mil millones en el Presupuesto General de la Nación para 2010, que garantizan la continuidad del Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011.

### Modelos Innovadores - Jóvenes caficultores: un propósito gremial

Con recursos del BID por USD 10 millones se dará inicio a la Fase II de Jóvenes Caficultores. Con ella se busca mejorar el ingreso de los caficultores mayores y alternativas para hacer propietarios a los jóvenes.



## Futuro

### Juan Valdez: Una marca global

Juan Valdez, una de las cinco marcas con mayor potencial para convertirse en marca global. El reconocido diario *Financial Times* cataloga la marca de los caficultores colombianos al nivel de Coca-Cola, Pepsi y McDonald's.

### Una nueva campaña en EEUU para el 100% café colombiano

En 2009 y en torno al concepto "¿Qué hay detrás?", se lanzó una nueva campaña publicitaria para la promoción del café 100% colombiano entre los consumidores de clase media de los Estados Unidos.

### Alianza FNC y Nespresso

Rosabaya, el primer café de origen 100% colombiano AAA Nespresso, producido con granos de Nariño y Cauca, fue lanzado con éxito al mercado. Su nombre se inspira en las notas de mermelada de frutos rojos que caracterizan su sabor.

## 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 la mejor empresa del sector agropecuario y una de las que mayor aporte social realiza en Colombia.

### El liderazgo: una competencia institucional

Durante el primer Encuentro Nacional de Liderazgo los líderes de la FNC se reunieron a discutir, analizar, y reflexionar sobre el plan estratégico, las metas de la organización y sus valores. Esto asegura el compromiso de toda la organización con el logro de sus objetivos.

### El Servicio de Extensión: Asistencia técnica de calidad

Considerado como el grupo más grande de asistencia técnica al servicio del productor en el país, el Servicio de Extensión logró la certificación bajo los estándares de calidad de la norma ISO 9001:2008. Esto garantiza la mejora continua en la atención al caficultor.



Federación Nacional de  
Cafeteros de Colombia

# Caficultura: **modelo de paz**



## Amigas y amigos Cafeteros de Colombia:

El 2009 no fue un año fácil para la caficultura colombiana. En la Federación no solamente somos conscientes de ello, sino que además entendemos plenamente las causas que originaron esta situación. Por este mismo motivo, estamos en capacidad de señalar con certeza que las perspectivas en 2010 son positivas gracias a las condiciones estructurales de la caficultura colombiana y a los programas emprendidos por el gremio para mejorar la competitividad del sector cafetero.

Después de exhibir una relativa estabilidad durante la última década y haber alcanzado niveles superiores a los 12 millones de sacos, el año pasado la producción cafetera en Colombia fue 7,8 millones de sacos.

A pesar de la fuerte caída en la producción, el valor de la cosecha cafetera en 2009 no se vio afectado en la misma proporción, puesto que al terminar el año los caficultores colombianos recibieron por su café \$3,4 billones, 11% menos que el valor registrado en 2008. Este comportamiento encuentra su explicación en el cambio en la estructura de las exportaciones colombianas de café, resultado de la puesta en marcha de la estrategia de

valor agregado de la Federación. Así, cuando a principios de la década sólo el 9% del grano producido en Colombia se exportaba con valor agregado, en 2009 esa proporción ascendió al 35%. Este cambio, conjuntamente con la fidelidad de los consumidores por el café 100% colombiano, generó que en promedio el precio interno del café en 2009 fuera 33% superior al de 2008.

Existe consenso entre los principales analistas del mercado con respecto a que el consumo de grano continuará creciendo en los próximos años. Por tal razón, a pesar de las devastadoras consecuencias de la crisis económica internacional, el café, especialmente el de mayor calidad, continuará siendo una bebida apreciada y un lujo que millones de consumidores no están dispuestos a abandonar. En particular, para los cafés suaves, segmento en el que se encuentra el grano colombiano, en los próximos diez años se estima un aumento significativo en la demanda, equivalente a 5,7 millones de sacos. Por tanto, el mercado cuenta con espacio no sólo para absorber la recuperación de la producción en Colombia, sino para demandar mayor cantidad de cafés suaves, sin que ello afecte el precio que se le reconoce a nivel internacional.

Debido a las favorables condiciones climáticas imperantes en las

zonas cafeteras, a los correctivos implementados por la Federación para fomentar la fertilización oportuna de los cafetales y a la entrada en producción de las áreas renovadas, estimamos, con base en el modelo de pronóstico de cosecha de la Federación, que la producción de café durante el primer semestre de 2010 se recuperará a niveles de 5.100.000 sacos.

En efecto, las lluvias disminuyeron de manera importante y el comportamiento del clima durante los primeros meses del año demostró la llegada de un Fenómeno del Niño catalogado por los expertos como de naturaleza moderada, el cual resultó beneficioso para la florescencia de nuestros cafetales. En abril se espera que se produzcan las lluvias necesarias para propiciar el brote de los granos de café de la cosecha del segundo semestre. De manera complementaria, la disminución del precio de la urea y la implementación de Fertifuturo, produjo que durante 2009 se fertilizaran las plantaciones en los niveles adecuados. Un incremento del 40% en las venta de fertilizante al sector cafetero, así lo demuestran.

En 2010, por lo menos 100 mil hectáreas renovadas en años anteriores con una producción estimada de 1,2 millones de sacos, entrarán en su etapa

productiva. Así, en el mediano plazo, la renovación emprendida por los caficultores se convertirá en la mayor fortaleza de su actividad gracias a la ocurrencia de cosechas superiores. Un resultado derivado de lo anterior, es el cambio en la estructura de la caficultura colombiana. En la actualidad, el 64% del área sembrada en café en Colombia corresponde a cultivos tecnificados en edad óptima de producción, y sólo el 36% se encuentra sembrado en cafetales envejecidos. Con la continuidad de los programas de renovación de cafetales de la Federación, en pocos años el 80% del área cafetera colombiana estará sembrada con cultivos tecnificados jóvenes y productividades superiores a las actuales.

De manera complementaria, la caficultura colombiana de la mano de la Federación, ha desarrollado una serie de ventajas competitivas no replicables que le permiten insertarse de manera exitosa en el mercado internacional del café. La primera de ellas encuentra su explicación en la ubicación geográfica del país y en la transformación estructural del mapa cafetero colombiano. Con ello, Colombia está en capacidad de ofrecer al mercado internacional, café fresco a lo largo del año. Esa misma ubicación geográfica ha permitido que desarrollemos una oferta regionalizada

y diversa de cafés, cuyos perfiles de tasa permiten satisfacer el gusto de todos los consumidores.

A su vez, con Cenicafe la caficultura colombiana cuenta con un activo generador de conocimiento científico estratégico, que puesto al servicio del caficultor, contribuye a la sostenibilidad de la actividad. De otra parte, la privilegiada condición de Colombia como un país megadiverso, ha llevado a la caficultura colombiana a reconocer en la riqueza natural de la geografía nacional, una fortaleza que resulta inigualable en otras latitudes del planeta. Paralelamente, el arreglo institucional consolidado a lo largo de 83 años y liderado por la Federación, que encuentra soporte en el ahorro colectivo y voluntario expresado en la contribución cafetera, así como en los principios de democracia y representatividad, se convierte en una ventaja difícilmente replicable en otros países productores.

Las anteriores fortalezas y oportunidades, se verán verdaderamente complementadas a través del monitoreo periódico de los estimativos de producción y la culminación a mediados de 2010, de la revisión del modelo de pronóstico de cosecha. Ante las dificultades del año pasado, hemos



encargado a un reconocido grupo de expertos economistas y estadísticos la tarea ajustar su capacidad de predicción incluyendo variables relacionadas con el comportamiento del clima y las condiciones fisiológicas del cultivo.

Con estas reflexiones, entrego a ustedes el informe de resultados alcanzados durante 2009 y brindo reconocimiento a la labor que durante gran parte del mismo adelantará mi antecesor el hoy Ministro de Defensa, Dr. Gabriel Silva.

Un cordial y afectuoso saludo,

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Luis Genaro Muñoz Ortega'. The signature is fluid and cursive.

**Luis Genaro Muñoz Ortega**  
Gerente General

# El mercado del café

# Avances

a 2009



**130 millones**

es el volumen de producción mundial  
de café en 2008/09

**2%**

es la tasa de crecimiento del consumo  
internacional de grano

**21%**

creció el precio internacional del café en  
2009

**\$3,4 billones**

es el valor de la cosecha  
cafetera en Colombia

**USD¢99/libra**

es el nivel récord alcanzado por el  
diferencial de venta del café de Colombia

## Balance mundial cafetero

El mercado cafetero en 2009 estuvo enmarcado por dos circunstancias: una cosecha 2008/09 con una producción de 130 millones de sacos de 60 Kg. y un año cafetero 2009/10 que comienza con un pronóstico de producción que lo convierte en el año bial bajo con mayor producción en Brasil.

Aunque la producción de Brasil es el principal determinante de la mayor disponibilidad del grano en el mercado internacional, debido al sostenido crecimiento del consumo mundial, el balance cafetero continuará siendo deficitario. Así, mientras el año cafetero 2008/09 cerró con un balance positivo de 4,3 millones de sacos, en 2009/10

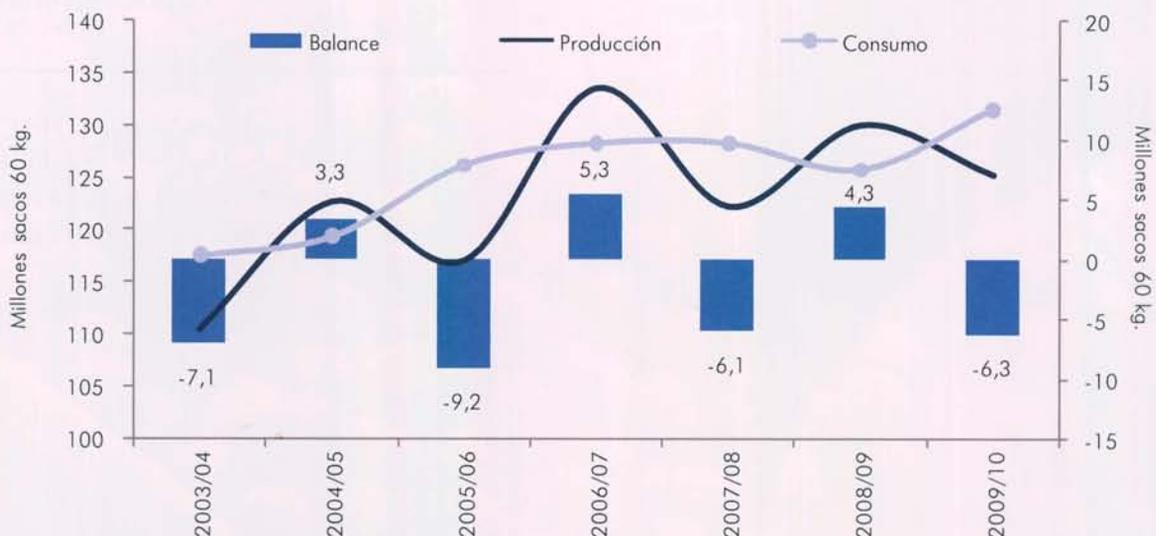
se espera un déficit de 6,3 millones. Como resultado, el nivel de inventarios finales en 2009/10 será de 34 millones de sacos, el más bajo de varios años. Esta condición seguirá dando soporte a los precios del café en el mediano y largo plazo.

Por su parte, se estima que el consumo mundial sea 131 millones de sacos, lo que significa que durante la última década ha crecido constantemente a una tasa equivalente a 2% por año. En efecto, a pesar de que se han presentado cambios en los patrones de consumo, la estabilidad de la demanda de café ha permitido que en un contexto de crisis económica mundial, el consumo se haya

mantenido. Estudios de consumo realizados recientemente en Estados Unidos indican que debido a los menores costos asociados, el consumo que antes de la crisis se producía en las tiendas de café, se ha trasladado al hogar.

Cuando se analiza el consumo por tipo de país, se observa que la demanda de café en países productores continúa creciendo con tasas mayores a 4% debido principalmente al crecimiento registrado durante los últimos años en el consumo interno en Brasil. En un futuro cercano, con una población superior a 188 millones de habitantes, este país podrá convertirse en el mayor consumidor de café en el mundo.

Balance mundial cafetero  
2003/04 - 2009/10



Fuente: J. Ganes Consulting, LLC. y USDA.

## Exportaciones mundiales de café

Volumen y valor de las exportaciones mundiales de café verde  
2006/07 - 2008/09

De acuerdo con cifras de la OIC, las exportaciones mundiales de café para el año cafetero 2008/09 ascendieron a 97,6 millones de sacos, lo que representa un crecimiento de 1,6% con relación al año cafetero anterior (96,1 millones de sacos).

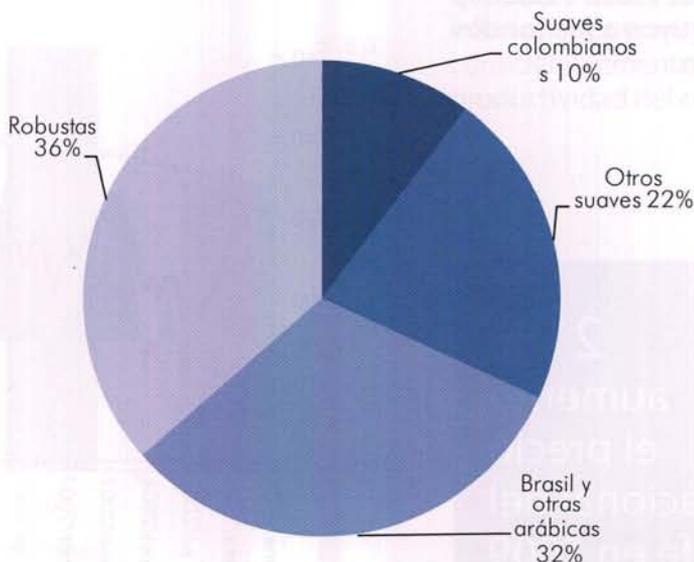
Este comportamiento encuentra su explicación en el incremento de las exportaciones de café robusta por parte de Vietnam y los mayores embarques de café arábica de la cosecha bienal alta de Brasil, que contrarrestaron la caída en los volúmenes comercializados en el mercado internacional por Colombia, Centroamérica y México. En efecto, durante el año cafetero 2008/09 las exportaciones de café suaves colombianos y otros suaves se redujeron 11%, al pasar de 34,9 millones de sacos en 2007/08 a 31 millones de sacos en 2008/09.

Por su parte, cuando se analizan los datos de exportaciones mundiales por tipo de café se encuentra que el 36% de los embarques correspondió a café robusta, 32% a naturales del Brasil y 32% a otros cafés suaves.

Tipo de café	2006 /07	2007 /08	2008 /09	Var.% 2007 /08 -2008 /09
Arabicas	63.5	62.2	62.0	-0.3%
Suaves colombianos	12.5	12.7	10.1	-20.9%
Colombia	11.2	11.6	8.7	-24.6%
Otros suaves	21.4	22.2	21.0	-5.4%
6 países <sup>(1)</sup>	13.6	14.2	13.2	-7.3%
Brasil y otras arábicas	29.7	27.3	31.0	13.6%
Brasil naturales y arábicas	24.1	22.3	27.3	22.3%
Robustas	34.3	33.9	35.6	4.9%
Vietnam	18.1	15.8	17.4	10.4%
Brasil robustas	1.6	2.0	1.4	-32.3%
Total	97.9	96.1	97.6	1.6%
Brasil total	25.6	24.3	28.6	17.7%
Valor (millones de US\$)	13,676	16,091	14,130	-12%

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

Participación por tipo de café en las exportaciones mundiales  
2006/07 - 2008/09



## Precio internacional del café

**E**n 2009, el precio internacional del café determinado por el Contrato "C" en la Bolsa de New York incrementó 21%, pasando de niveles de USD\$110/libra a principios del año a precios de USD\$140/libra en diciembre.

En la primera mitad del año, este comportamiento estuvo explicado por la entrada de los fondos de inversión al mercado del café, que en la búsqueda de activos más atractivos frente al dólar, presionaron al alza las cotizaciones internacionales del grano. Durante el segundo semestre del año, circunstancias relacionadas con los fundamentales del mercado, tales como el balance cafetero deficitario, el crecimiento del consumo y las expectativas por posibles efectos climáticos en la cosecha del Brasil, impulsaron las cotizaciones del café y mantuvieron activos a los fondos en este mercado.

21%  
aumentó  
el precio  
internacional del  
café en 2009

Precio del café según el Contrato "C"  
Enero -Diciembre de 2009



Precio de bolsa y posición neta de fondos (futuros)  
2006 - Diciembre de 2009



## Balance cafetero en Colombia

El 2009 fue un año atípico para la caficultura colombiana, que terminó con una producción total de 7,8 millones de sacos. Por su parte, el valor de la cosecha se estima en \$3,4 billones de pesos.

Circunstancias excepcionales como el incremento en el precio de los fertilizantes, unos mayores niveles de precipitación en las zonas cafeteras y el consecuente aumento en los niveles de infestación por roya y broca, explican este comportamiento.

Desde 2007 los aumentos experimentados en las cotizaciones del petróleo, el fósforo y el potasio, se tradujeron en mayores precios de la urea, el fosfato diamónico y el cloruro de potasio, agroquímicos esenciales para la producción de café.

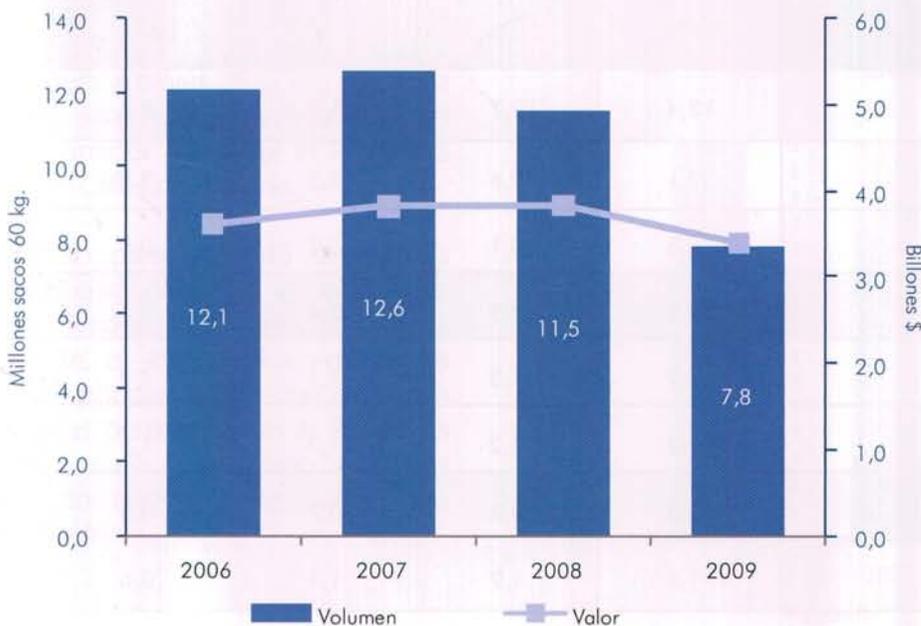
Como resultado, en 2008 las ventas de agroquímicos para el sector cafetero cayeron 30% en volumen con respecto a su nivel en años anteriores. Las consecuencias de ello no se hicieron esperar y tuvieron mayores repercusiones debido a que la menor aplicación

de fertilizantes se produjo en momentos de mayor agotamiento de los cafetales, producto de las elevadas cosechas registradas en 2006 y 2007.

Con la llegada del fenómeno de la Niña en julio de 2007 y la prolongación de las lluvias hasta marzo de 2009, la floración de los cafetales se vio seriamente afectada. Registros de las estaciones climatológicas de Cenicafe indican que en las zonas cafeteras se presentaron precipitaciones 40% por encima de los promedios históricos y estudios comparativos indican que las floraciones disminuyeron en volumen y se presentaron de manera esparcida.

Adicionalmente, como resultado de los cambios en los patrones climáticos de las zonas cafeteras, la infestación por roya y broca aumentó considerablemente, afectando la productividad del cultivo.

Valor y volumen de la cosecha cafetera colombiana  
2006 - 2009



## Balance cafetero en Colombia



Como consecuencia de una caída de 32% en la producción, las importaciones de café al país crecieron considerablemente, alcanzando una cifra equivalente a 770 mil sacos.

Por su parte, los inventarios se encuentran en 590 mil sacos, como resultado de la desacumulación originada por el menor nivel de producción durante el año.

Balance cafetero en Colombia (millones de sacos 60 kg.)  
2006 - 2009

Año	2006	2007	2008	2009
<b>1) Producción e Importaciones</b>	12,4	12,7	11,7	8,6
- Producción	12,1	12,6	11,5	7,8
- Importaciones	0,3	0,1	0,2	0,8
<b>2) Exportaciones y Consumo</b>	12,1	12,5	12,4	9,2
- Exportaciones	10,9	11,3	11,1	7,9
- Consumo interno	1,2	1,2	1,3	1,3
<b>3) Balance ((1)-(2))</b>	0,3	0,2	-0,7	-0,6
<b>4) Inventarios totales</b>	1,5	1,9	1,1	0,6

## Exportaciones colombianas de café

En concordancia con la menor producción, los embarques de café hacia el extranjero sufrieron una caída de 29%. En efecto, en 2009 el volumen exportado de café verde ascendió a 7,8 millones de sacos, frente a 11,4 millones el mismo período del año anterior.

El comportamiento negativo en la producción nacional, ocasionó que la participación de las exportaciones colombianas en el total de exportaciones mundiales en 2009, disminuyera con relación al mismo período del año anterior. Como resultado, las exportaciones de Colombia representaron 8% de los embarques mundiales de grano.

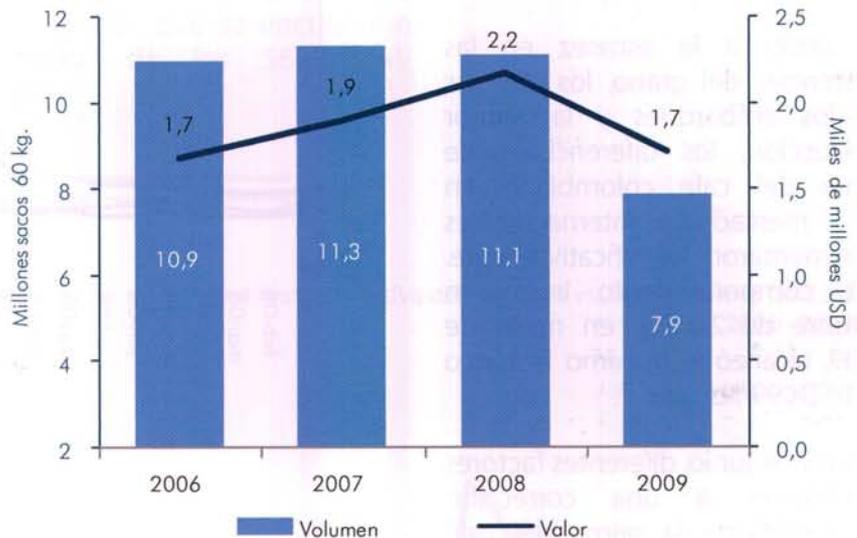
En este contexto de menor oferta de café colombiano, se produjo una menor caída en el valor de las exportaciones, producto del avance logrado por la institucionalidad cafetera a través de la estrategia de valor agregado y la fidelización del consumidor mediante el Programa 100% Café Colombiano.

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

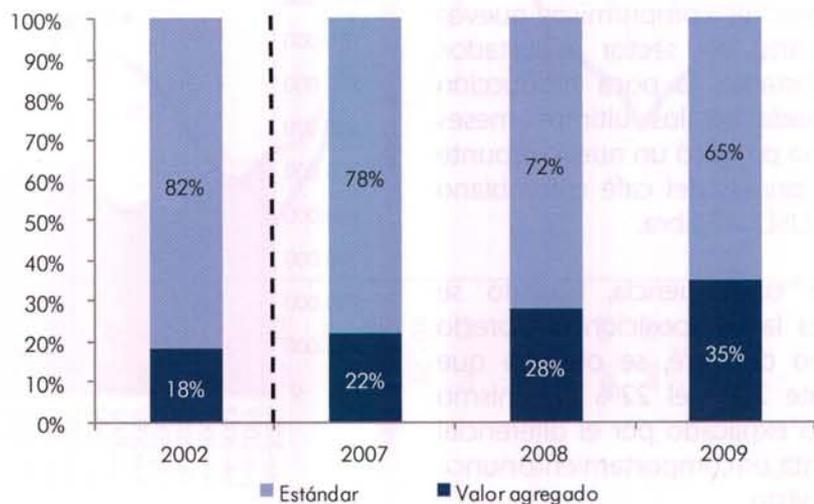
Adicionalmente, como resultado de lo anterior, la estructura de las exportaciones de café de Colombia se ha modificado. En efecto a diciembre

de 2009, aproximadamente el 35% de los embarques de café corresponde a cafés especiales, procesados e industrializado.

Valor y volumen de las exportaciones colombianas 2006 – 2009



Participación de las exportaciones por tipo de café 2002, 2007 – 2009



## Precio interno del café

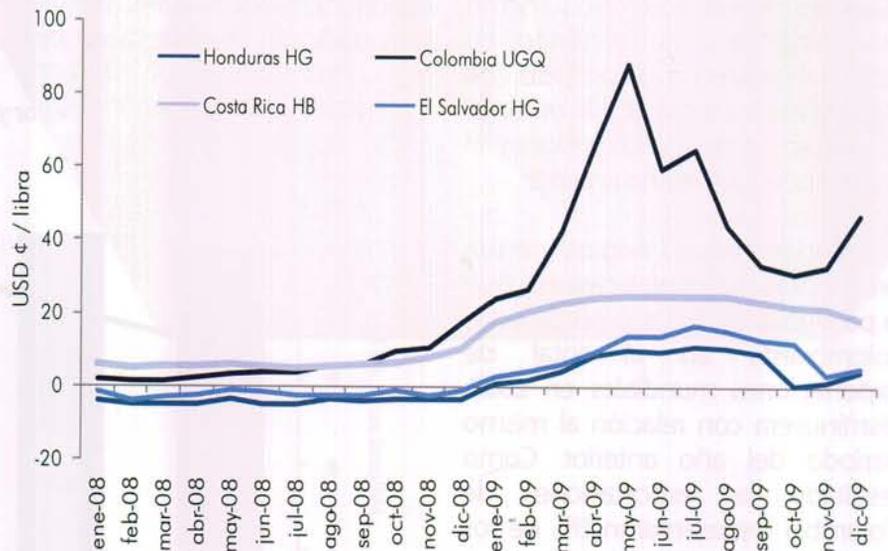
Las variables internacionales que afectan en mayor medida el desempeño de la actividad cafetera colombiana son el precio internacional del café, la tasa de cambio y la prima de precio pagada por la calidad del café colombiano, debido al papel que desempeñan en la determinación del precio interno de compra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

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

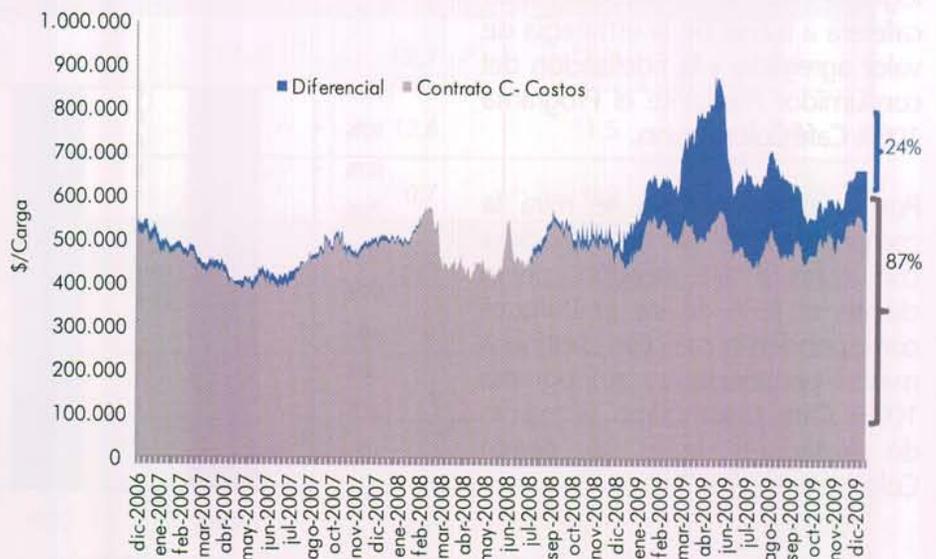
A partir de junio, diferentes factores condujeron a una corrección (a la baja) de la prima del café colombiano cercana al 40%. Entre ellos se encuentran: la disminución en los retrasos de los embarques y los menores compromisos nuevos por parte del sector exportador. No obstante, la poca producción registrada en los últimos meses del año provocó un nuevo repunte en la primas del café colombiano hasta USD¢47/libra.

Como consecuencia, cuando se analiza la composición del precio interno del café, se observa que durante 2009 el 22% del mismo estuvo explicado por el diferencial de venta, un comportamiento nunca antes visto.

Diferenciales Colombia UGQ vs. otros orígenes  
2008 - 2009



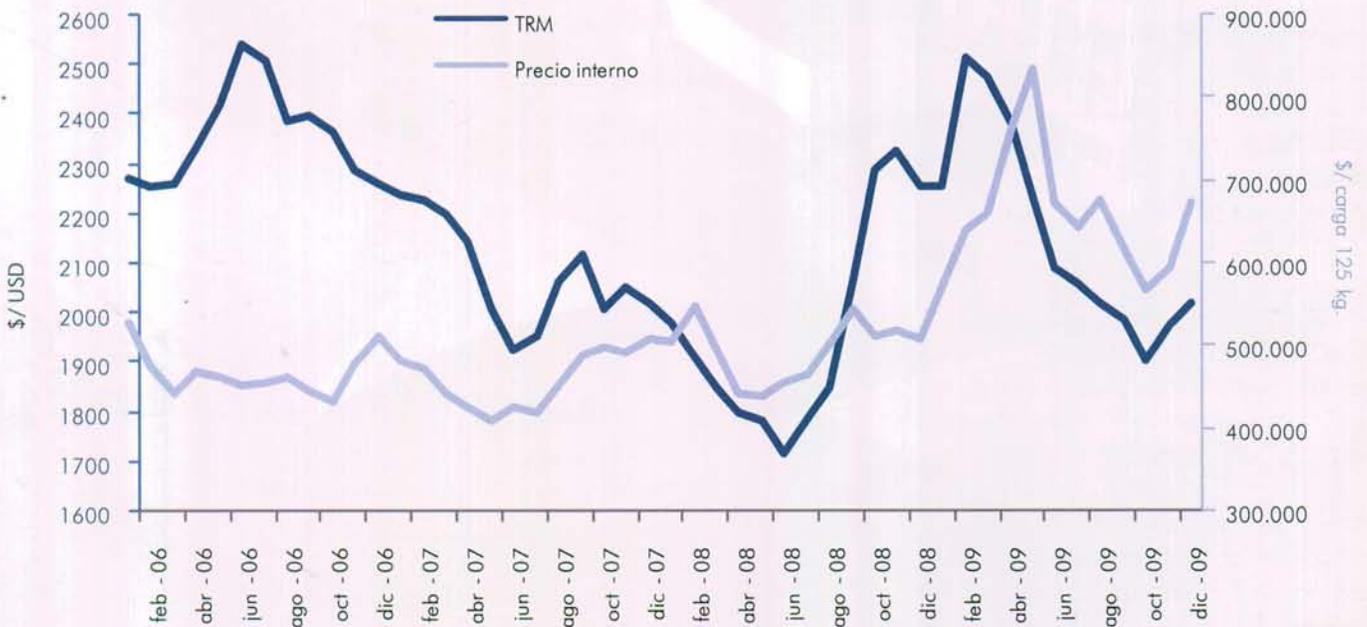
Composición del precio interno  
Diciembre 2006 - Diciembre de 2009



Aunque la tasa de cambio inició el año con una devaluación que la llevó a niveles de \$2.600 por dólar, las condiciones de debilitamiento de la moneda americana frente a otras monedas, y el mejor panorama económico y de inversión en Colombia, han generado una revaluación del peso colombiano que a diciembre de 2009 dio cuenta de una tasa de cambio de \$2.018 por dólar.

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

Tasa Representativa del Mercado vs. Precio interno del café  
2006 - 2009



# Comercialización sostenible y con valor agregado



## Avances

a 2009

**USD¢38**

es el valor adicional generado por cada libra de café comercializada en los proyectos de valor agregado

**USD 11 millones**

de valor adicional a través de la comercialización de cafés especiales

**74.927**

productores hacen parte de los programas de cafés especiales de la FNC

**USD21/libra**

pagados al caficultor del Meta ganador de la "Taza de la Excelencia"

**33%**

más que en 2008 fue el precio promedio pagado por el FoNC durante 2009

**39%**

de la cosecha nacional fue adquirida por las cooperativas de caficultores

**47,4 millones**

de kg. es la cifra récord de compras de café con entrega futura

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

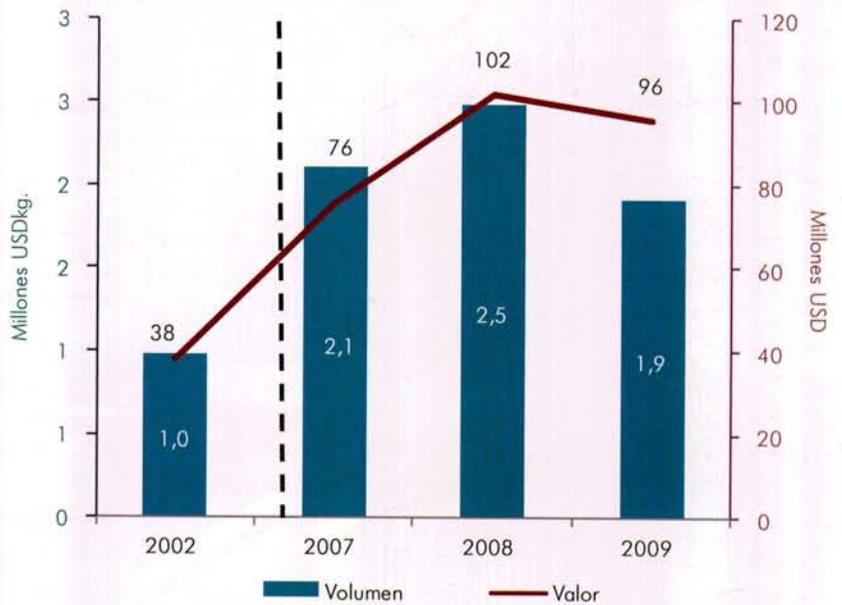
## Ventas de café con valor agregado

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

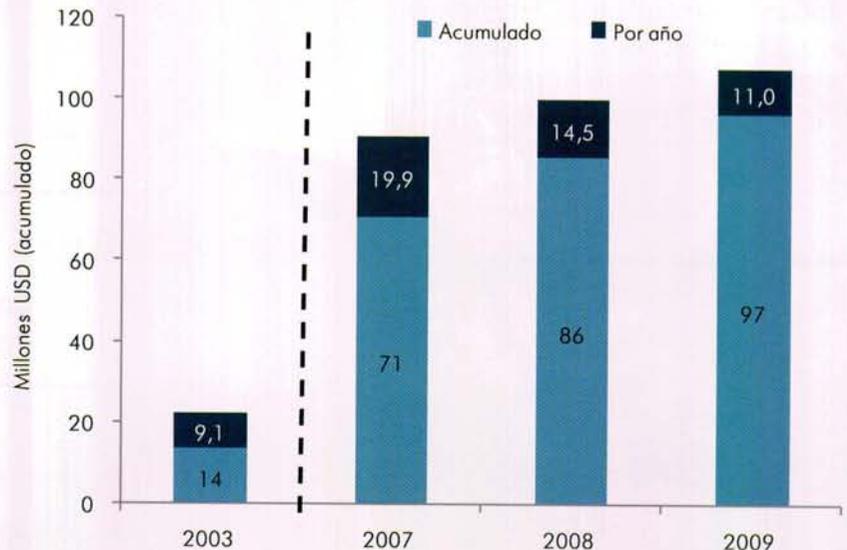
En efecto, el valor de las ventas con valor agregado del FoNC ha crecido casi tres veces desde 2002, alcanzando en 2009 un valor equivalente a USD 96 millones por ventas de 1,9 millones de sacos. Aunque el volumen transado con valor agregado fue 23% menor al registrado en 2008, el valor generado por este café fue sólo 6% menor. Este comportamiento se explica por el valor adicional generado por cada libra de café comercializada, el cual alcanzó un nivel récord de USD¢38.

Asimismo, en 2009 se generaron USD 11 millones en valor adicional a través de la comercialización de cafés especiales. Esto significa mayores ingresos para los productores y por ende mejor calidad de vida y bienestar.

Volumen y valor de las ventas de café con valor adicional al café verde estándar 2002, 2007 – 2009



Valor adicional generado por la comercialización de Cafés Especiales 2003, 2007 – 2009



## Cafés especiales

Las exportaciones de cafés especiales continuaron con ritmo ascendente a pesar de la disminución prevista en su demanda, originada por la crisis económica internacional y la menor producción de café en Colombia. En 2009, las exportaciones de cafés especiales superaron los 990 mil sacos de 60 kg. Esta buena dinámica ha sido impulsada principalmente por el crecimiento de la producción de cafés sostenibles y la excelente acogida por parte de los tostadores y consumidores de los cafés certificados producidos en Colombia.

Al finalizar el 2009, se consolidaron 90 programas de cafés especiales, de los cuales 54 corresponden a cafés con sellos sostenibles. La producción de este tipo de café se realiza en un área de 213 mil hectáreas con una oferta estimada superior a 3,1 millones de sacos de 60 kg.

**USD11**  
millones en  
valor adicional  
recibieron los  
productores de  
cafés especiales

Al finalizar 2009, 74.927 caficultores hacen parte de los programas de cafés especiales de la FNC, 50 mil más que en 2007.

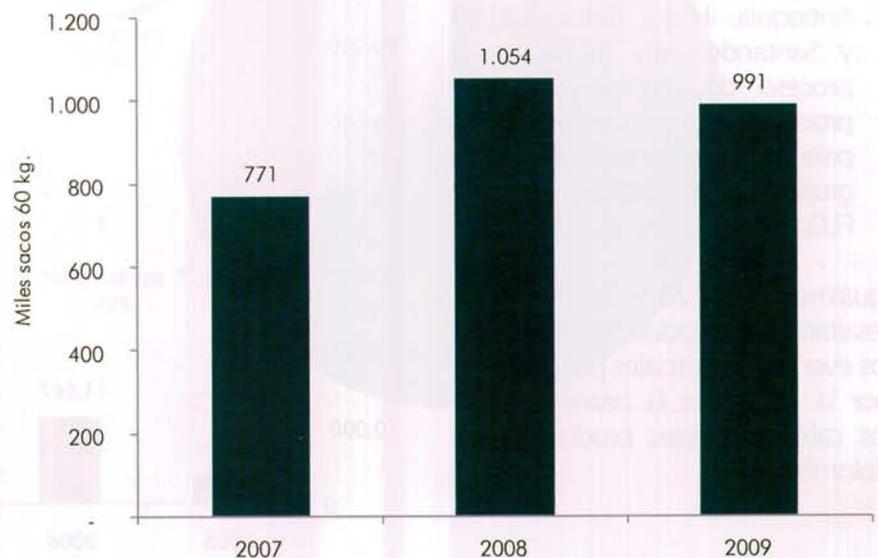
Dentro de los resultados alcanzados el año pasado, vale la pena destacar los siguientes:

**Nespresso AAA:** en la actualidad están vinculados a este programa cerca de 20 mil caficultores de Cauca y Nariño que producen en 23,9 mil hectáreas una oferta superior a 128 mil sacos. En 2010, se vincularán 7.300 nuevos caficultores. Adicionalmente, en el marco de la alianza con este tostador, se lanzó el café Rosabaya producido bajo el estándar AAA Nespresso con granos 100% colombianos de Cauca y Nariño.

**Unidad 4C Código Común:** en diciembre de 2008 se obtuvieron licencias 4C para Santander, Risaralda, Antioquia, Caldas y Valle para más de 25 mil caficultores que producen cerca de 1,8 millones de sacos.

**Bird Friendly:** este programa está establecido en nueve fincas de Santander que comercializan exitosamente cerca de 1.800 sacos de café en el exigente mercado japonés.

Exportaciones de cafés especiales  
2007 - 2009



## Cafés especiales

**Programas de certificación:** la FNC promueve la implementación de estos programas en todos los departamentos cafeteros. Actualmente, 21.831 fincas producen más de 1,1 millones de sacos de 60 kg. en 83 mil hectáreas certificadas.

Durante 2009 las actividades adelantadas en este frente incluyeron:

- La implementación de un proyecto de cooperación internacional en la Serranía del Perijá (departamentos de Cesar y Guajira) para la certificación de 600 fincas bajo el sello UTZ.
- El desarrollo de un programa para la doble certificación de 14 fincas con los sellos UTZ y Orgánico. Esta actividad se adelanta conjuntamente con la Red Ecolsierra.
- El acompañamiento a 8 Cooperativas de Caficultores de Antioquia, Huila, Cesar, Guajira y Santander que adelantan el proceso de certificación como procesadores, estatus requerido para poder acopiar el café de los grupos certificados bajo el sello FLO.

Igualmente, en 2009, vale la pena resaltar los resultados alcanzados en los eventos comerciales patrocinados por la FNC para la promoción de los cafés especiales producidos en Colombia.

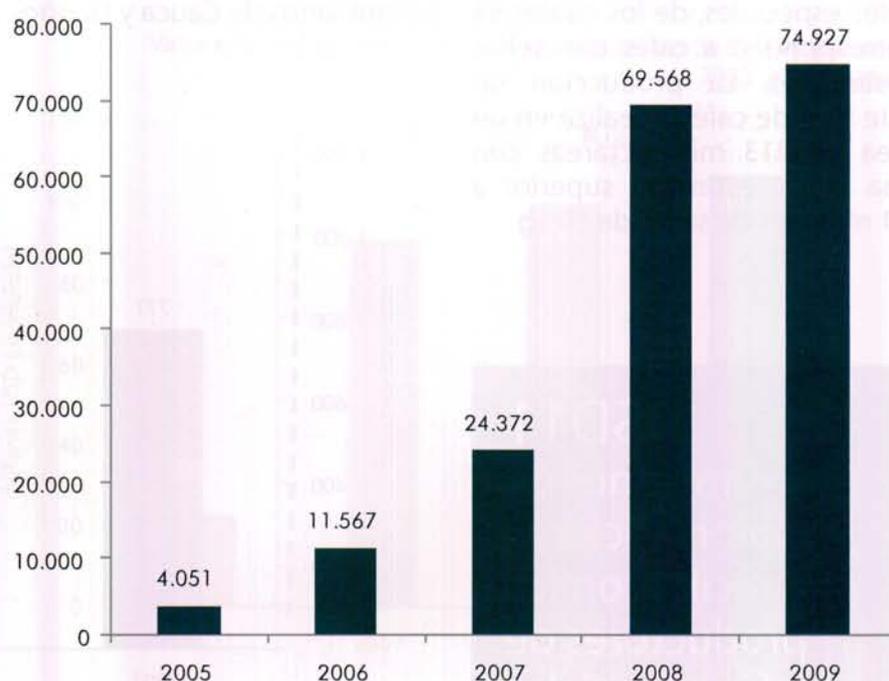
**VII Taza de la Excelencia:** en esta versión se inscribieron 374 lotes de 12 departamentos del país, de los cuales se escogieron como los mejores 27 lotes provenientes de Caldas, Huila, Meta, Quindío, Risaralda y Tolima, que por sus características fueron subastados por internet como cafés gourmet.

En esta ocasión todos los lotes se vendieron a un precio promedio de USD6,8/libra, destacándose el precio pagado al ganador de la competencia, USD21/libra. Con esta cotización, un caficultor del Meta rompió el récord pagado por una libra de café colombiano.

**Expospeciales Ibagué:** la feria contó con la participación de más de 800 caficultores, 72 expositores, 32 compradores internacionales y más de 2 mil visitantes.

Dentro de los eventos realizados se destacan los talleres para la preparación de café y entrenamiento de baristas, así como tres concursos, dos sobre calidad de café y uno de catación. La premiación al mejor café de desarrollo alternativo contó con la presencia del Embajador de los Estados Unidos.

Productores participantes en programas de cafés especiales 2005 – 2009



## Buencafé Liofilizado de Colombia

**B**uencafé se ha posicionado en el mercado gracias al alto nivel tecnológico de sus procesos productivos y sus sistemas de empaque, lo cual le ha permitido exportar 98% de su producción. Los principales destinos del café de la fábrica son: Alemania, Rusia, Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Canadá, Ecuador, Dinamarca, Corea del Sur, Chile, Países Bálticos, Francia, Holanda, Italia, México, Suecia y Suiza.

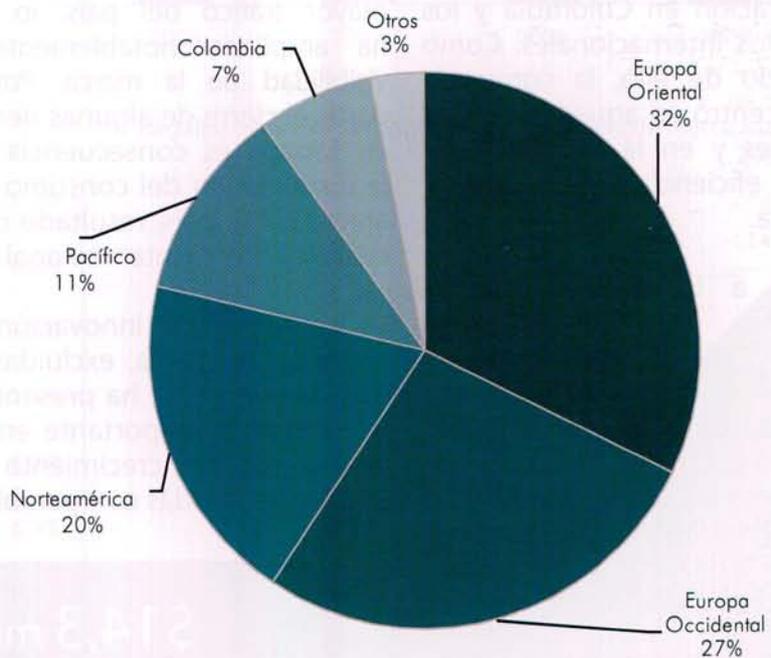
En 2009 la producción de Buencafé ascendió a 8.225 toneladas. Por tipo de café, el 85% de la producción corresponde a liofilizado estándar y el 15% a productos especiales, dentro de los cuales la mayor porción corresponde a liofilizado descafeinado con 7,1%. Por destino se destaca el volumen de café comercializado en Europa

Oriental (32%), seguido de Europa Occidental (27%), Norteamérica (19%), Asia-Pacífico (11%) y Colombia (7%).

Al concluir 2009 se obtuvo un cierre de ventas de 8.053 toneladas, y una facturación equivalente a \$213 mil millones (USD99,8 millones). Este comportamiento se explica por la dificultad enfrentada por

los clientes de Buencafé para financiar sus actividades. Así, aunque el consumo mundial de café no disminuyó, sí se produjo una desaceleración en las órdenes de pedido originada en un reacomodo de los niveles de inventario.

Ventas de Buencafé por destino 2009



98% de la producción de Buencafé se exporta al mercado internacional

Continuar el ascenso en la cadena de valor

Comercialización sostenible y con valor agregado

## Procafecol



En 2009 los esfuerzos de Procafecol se enfocaron en la consolidación y ajuste de la operación en Colombia y los mercados internacionales. Como resultado de ello, la compañía se concentró en aquellas tiendas rentables y en la búsqueda de mayor eficiencia operacional y logística.

Gracias a la dinámica de la compañía, las Tiendas Juan Valdez® Café han fortalecido su presencia en el país y en el exterior, consolidando un concepto atractivo y exitoso para los consumidores de café. Como resultado, el número de tiendas ha alcanzado una magnitud similar a la de reconocidas cadenas a escala nacional e internacional.

Asimismo, la apertura de tiendas en Ecuador y Chile ha sido muy bien recibida por parte de la comunidad. En Estados Unidos,

bajo la alianza con Newslink, continúa con éxito la apertura de tiendas en los aeropuertos de mayor tráfico del país, lo que ha ampliado notablemente la visibilidad de la marca. Por su parte, el cierre de algunas tiendas en España es consecuencia de la disminución del consumo que afectó a ese país, resultado de la crisis financiera internacional.

La categoría de innovación en artículos de marca, excluidas las prendas de vestir, ha presentado una dinámica importante en sus ventas con un crecimiento del 34% en las tiendas comparables.

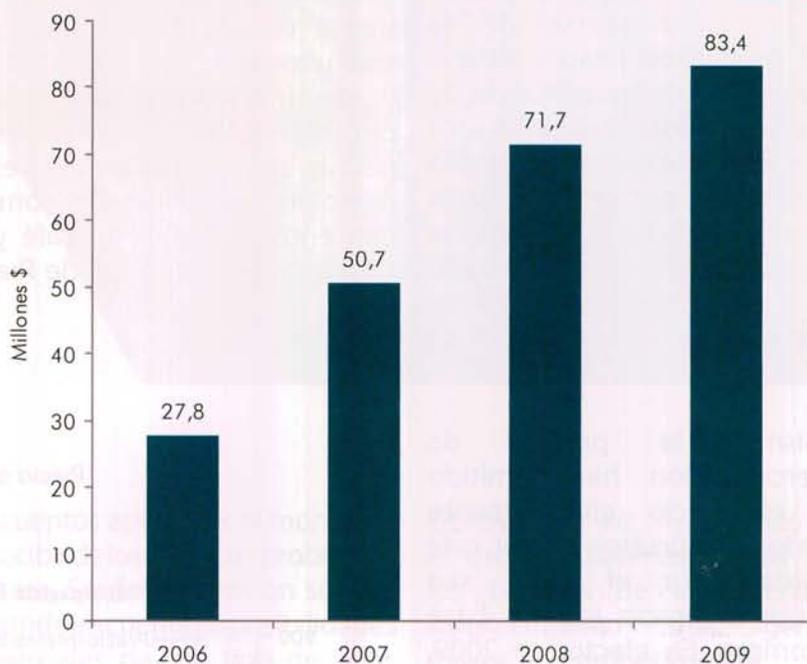
**\$14,3 mil millones en ingresos para el FoNC ha generado la licencia de la marca Juan Valdez desde su creación**

En la actualidad, gracias a la sostenibilidad alcanzada por el canal de grandes superficies en el exterior, la marca tiene presencia en más de 1.910 puntos de venta en siete países. En 2009, se logró que en Ecuador y El Salvador se dejaran de producir ventas marginales, alcanzando un nivel de participación en las ventas similar al de Estados Unidos. En Colombia, con sólo tres años de presencia en los supermercados, Juan Valdez es líder de la categoría premium de café tostado y molido, con el 85% del portafolio del canal.

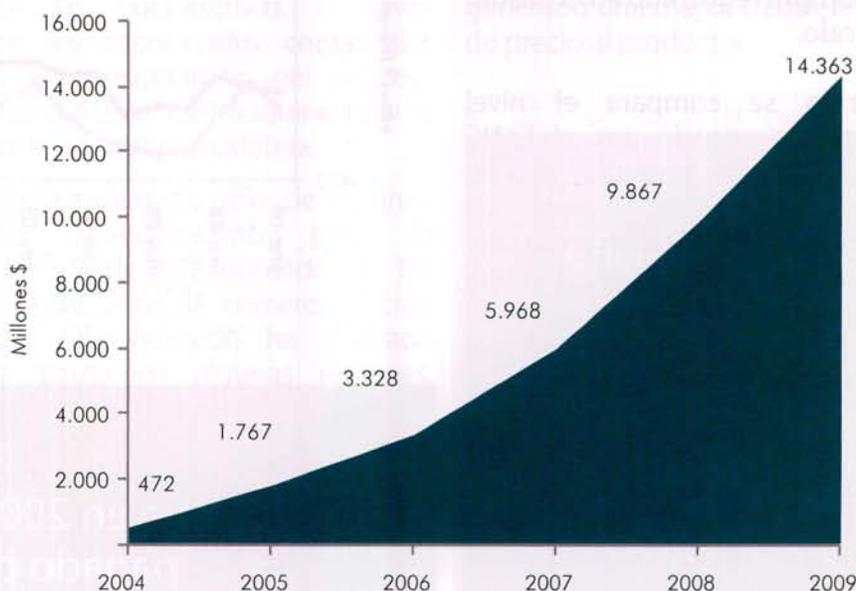
Como resultado del positivo comportamiento experimentado en las ventas del café marca Juan Valdez®, se ha logrado mantener un importante sobreprecio equivalente a USD\$34/libra en relación con el precio base que se paga por el café en el país. Este sobreprecio significa un avance importante en la transferencia de precios a los productores colombianos que suministran los mejores granos de sus cosechas para este programa.

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

Ventas totales Tiendas Juan Valdez  
2006 - 2009



Regalías acumuladas pagadas por la licencia de marca Juan Valdez  
2006 - 2009



Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Transferencia de precio al caficultor

**D**urante 2009, gracias a la presencia de la institucionalidad cafetera, el porcentaje de transferencia de precio internacional al productor continuó en niveles superiores a los exhibidos por cafés de otros orígenes. Este valor es el resultado del esfuerzo financiero realizado por el FoNC para garantizar el mejor precio al caficultor por su café.

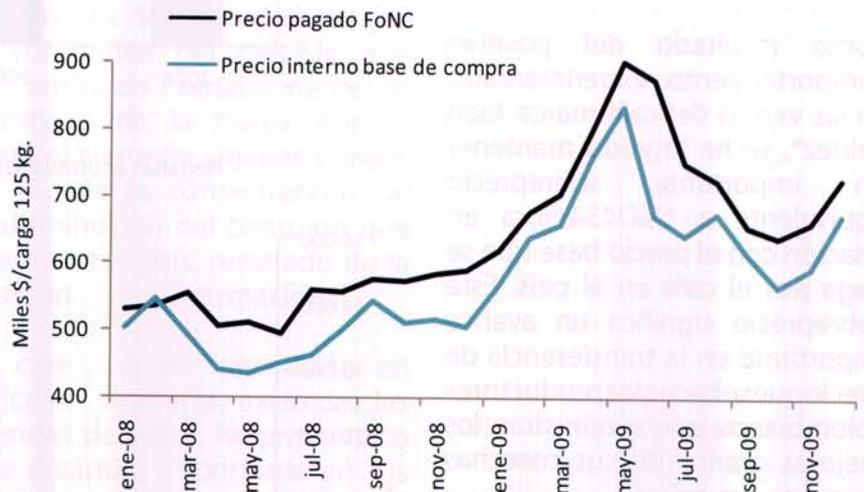
Asimismo, la política de comercialización ha permitido que el precio efectivamente pagado al caficultor por el café adquirido por el FoNC sea superior al precio interno base de compra. En efecto, en 2009, el precio promedio pagado por el FoNC fue \$728 mil/carga, 11% mayor al precio promedio base de compra registrado en el mismo período.

Cuando se compara el nivel de precio pagado por el FoNC en 2009 con respecto al año anterior, se obtiene que los caficultores que vendieron su café a la institucionalidad cafetera recibieron en promedio 33% más que en 2008, momento en el cual el precio promedio pagado fue \$547 mil/carga.

Dentro de los instrumentos utilizados por la institucionalidad cafetera para lograr este propósito se encuentran: la

garantía de compra ejercida a través de las Cooperativas de Caficultores, el manejo logístico y de inventarios desarrollado por Almacafé y herramientas para la administración del riesgo como los contratos de compra con entrega futura de café y el Contrato de Protección de Precio (CPP).

Precio pagado por el FoNC vs. precio interno publicado  
2008 - 2009



**33% más**  
que en 2008 fue el precio promedio  
pagado por el FoNC durante 2009

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## La compra relacional



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

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

**Nuevo sistema de valoración de café para la compra al caficultor con base en almendra sana:** esta estrategia propone al caficultor un sistema de valoración de café que sea transparente, simple y ágil, de forma que el caficultor pueda calcularlo desde la finca, a la vez que incentive y premie la calidad y reconozca un precio de mercado al café excelso y las pasillas. Su implementación y aplicación comenzó en marzo de 2009 y se ha posicionado como el sistema de compra en casi todas las Cooperativas de Caficultores.

**Garantía de compra para los defectos en taza:** en junio se introdujo una nueva tabla de

descuentos aplicables al momento de recibir los cafés con problemas de taza. Su determinación se hizo teniendo en cuenta las posibilidades comerciales de ese tipo de cafés dependiendo de la frecuencia y el tipo de defecto. De esta manera, se mitiga el riesgo de acopio de las Cooperativas, a través de las capacidades comerciales y el conocimiento del proceso industrial del café adquirido por la institucionalidad cafetera.

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

Obtención de eficiencias en el uso de materias primas y en los tiempos de la cadena de abastecimiento que generan mayor competitividad: esta estrategia se ha traducido en una disminución de costos superior a 1,5 millones de dólares y a su vez ha generado una mayor transferencia de precio al productor.

Mayores  
eficiencias en el  
uso de materia  
prima han  
permitido ahorrar  
USD 1,5  
millones en  
costos

Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Cooperativas de Caficultores

**D**urante 2009, operaron 35 Cooperativas con una red de 516 puntos de compra. Para cumplir con la función de garantizar la compra del café, estas organizaciones han contado con los recursos del FoNC. Así, el 46% del total de compras realizadas durante el año se realizó con recursos de la línea de financiamiento del Fondo.

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

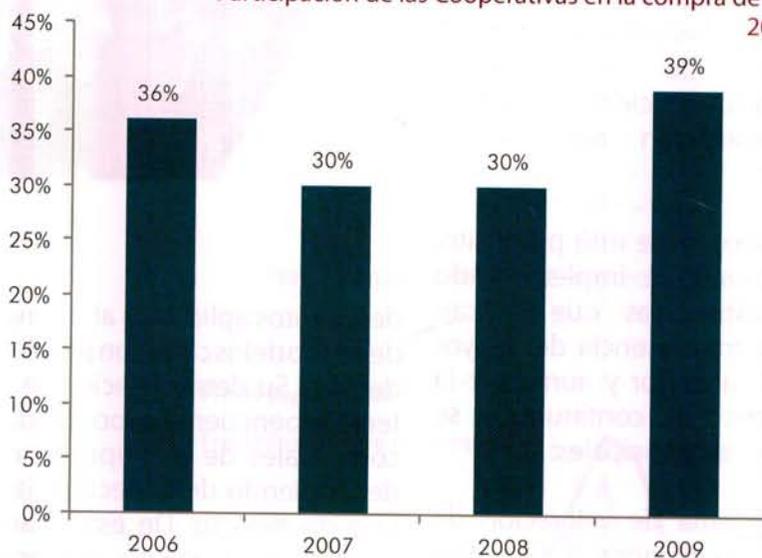
Estos recursos significaron una gran diferencia ante la difícil coyuntura de producción presentada durante el año. Como resultado, en 2009, la participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha aumentó a 39% sobre la producción registrada, 9 puntos porcentuales por encima de la registrada durante 2008.

65% de las  
compras de las  
Cooperativas se  
entrega al FoNC

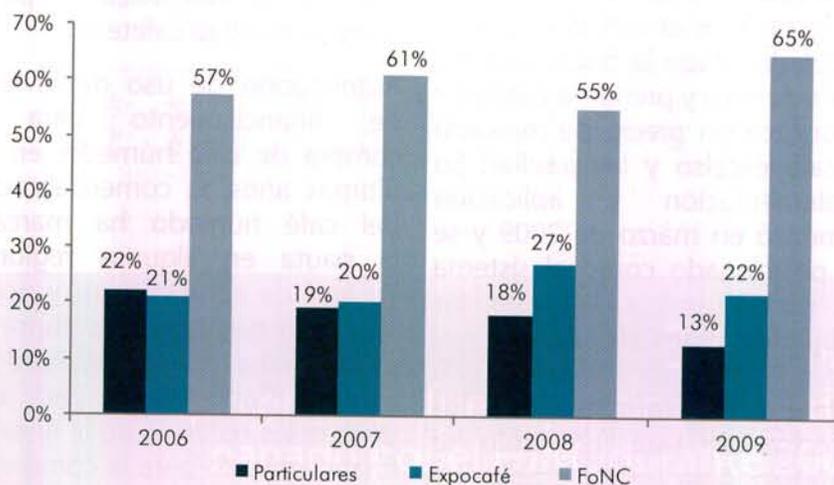
Por su parte, el porcentaje de entregas al FoNC aumentó 10%, al pasar de 55% a 65% a diciembre de 2009. La estrategia de compra

relacional, el establecimiento de los coordinadores regionales de compra y el trabajo mancomunado han sido determinantes en este resultado.

Participación de las Cooperativas en la compra de la cosecha  
2006 – 2009



Participación del FoNC en las compras de las Cooperativas  
2006 – 2009



Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

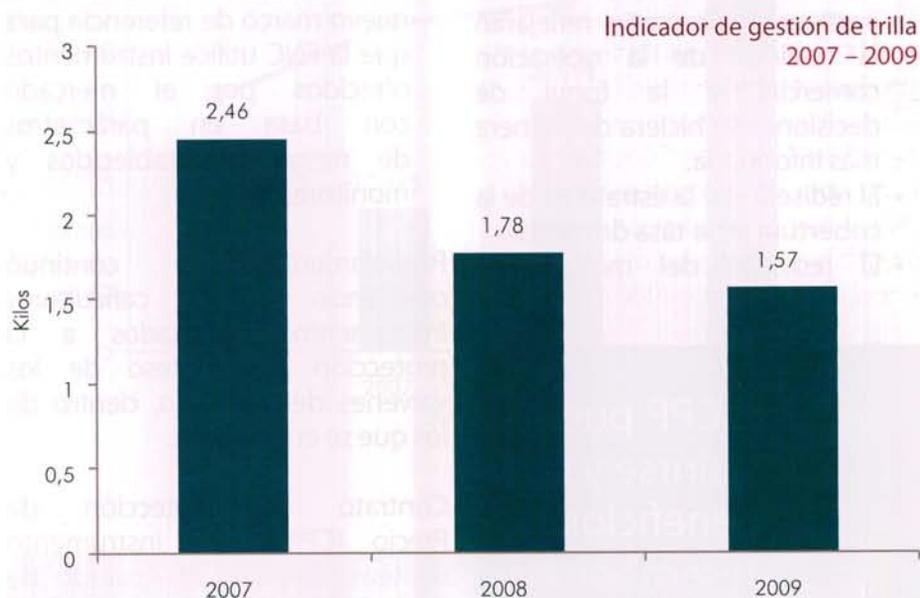
## Almacafé

La adopción del sistema de compra de café por almendra sana ha representado para Almacafé mayor eficiencia en el tiempo de recibo y el registro de la información.

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

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

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



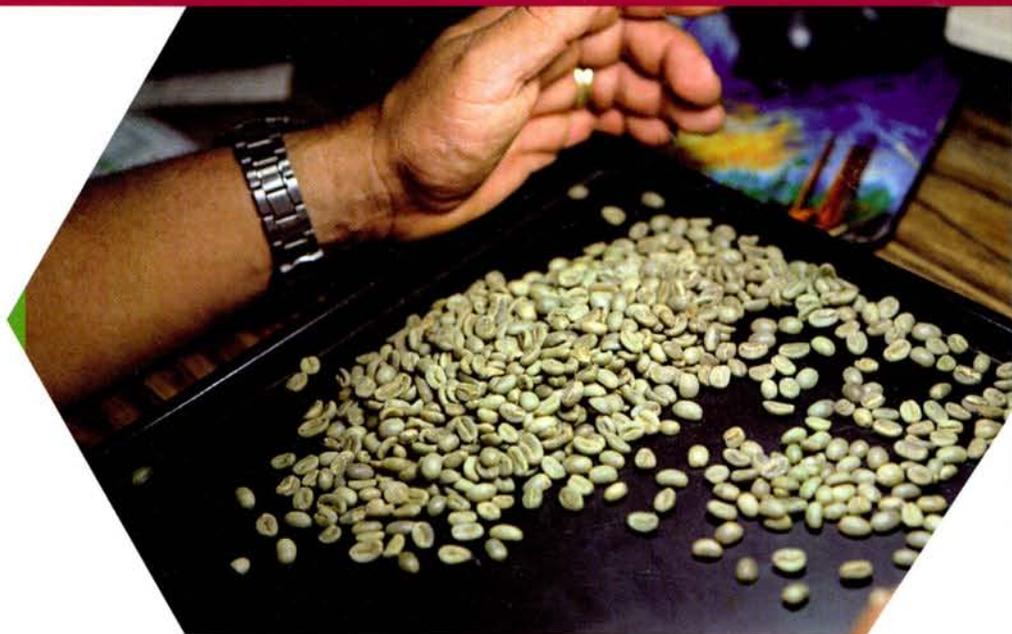
Transferir el mejor  
precio posible al  
productor

Comercialización  
sostenible y con valor agregado

## Estrategia de administración del riesgo

**D**urante 2009, se dio inicio a la estrategia de administración activa del riesgo tendiente a optimizar el portafolio de instrumentos financieros para el manejo del riesgo asociado a la operación comercial del FoNC, e incrementar su competitividad y rentabilidad. Para cumplir con este objetivo y apoyar la consolidación del modelo de compra relacional, se emprendieron las siguientes acciones:

- El fortalecimiento del Área de Riesgo de la Gerencia Comercial con la contratación de más personal.
- La depuración de la contabilidad de la cobertura del Contrato "C" para que los reportes reflejaran la realidad de la operación comercial y la toma de decisiones se hiciera de manera más informada.
- El rediseño de la estrategia de la cobertura de la tasa de cambio.
- El rediseño del módulo de



coberturas del sistema de información SAP.

- La elaboración del documento "Nueva Política de Riesgo", que de ser aprobado por las autoridades cafeteras, daría un nuevo marco de referencia para que la FNC utilice instrumentos ofrecidos por el mercado con base en parámetros de riesgo preestablecidos y monitoreables.

Paralelamente, se continuó ofreciendo a los caficultores instrumentos orientados a la protección del ingreso de los vaivenes del mercado, dentro de los que se encuentran:

**Contrato de Protección de Precio (CPP):** este instrumento contemplado por el Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011, le permite al caficultor garantizar un precio mínimo hasta del 50% de su cosecha.

Buscando mitigar el impacto en el ingreso derivado de la caída en la producción cafetera en 2009, se disminuyó el plazo para la adquisición del Contrato de dos meses a un mes y se incrementó el precio de sostenibilidad de \$600 a \$650 mil/carga.

Como se trata de medidas establecidas para mitigar los efectos negativos derivados de la menor producción en 2009, las anteriores modificaciones estarán vigentes hasta que se recupere el nivel promedio de producción nacional calculado en 11 millones de sacos, o hasta que se agoten los recursos destinados por el Gobierno Nacional para el funcionamiento del CPP.

El CPP puede  
adquirirse y sus  
beneficios se  
desembolsan  
a través de la  
Cédula Cafetera  
Inteligente

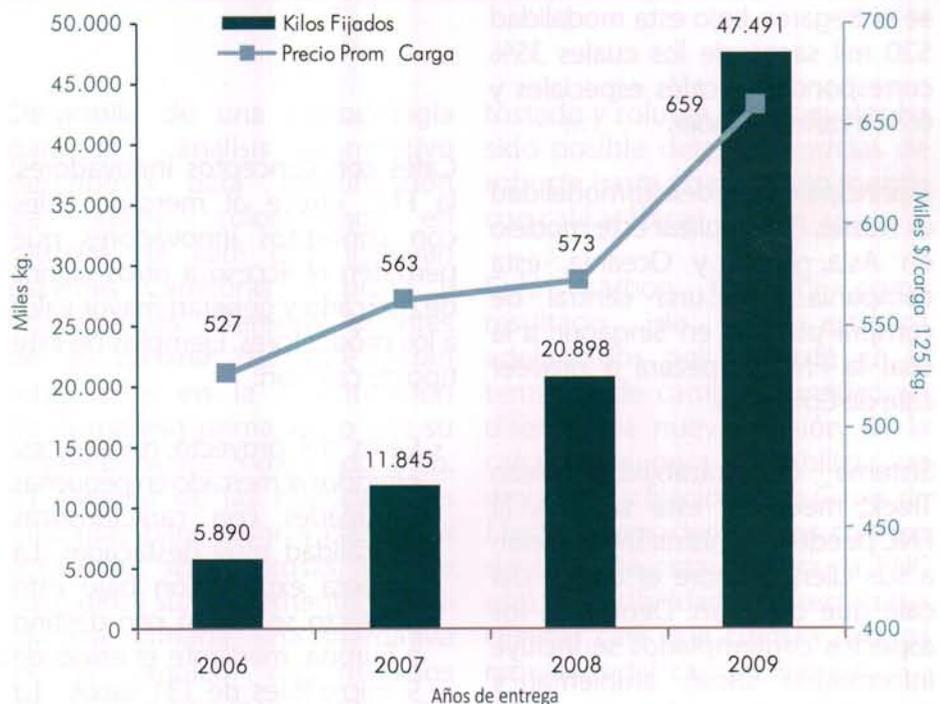
**Contrato de compra de café con entrega a futuro:** este instrumento comenzó a utilizarse en 2006 para mitigar el impacto de la volatilidad del precio del café sobre el ingreso del caficultor. A través de estos contratos, el productor puede vender con anticipación su cosecha a un precio determinado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

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

Durante 2009, las ventas bajo esta modalidad presentaron un crecimiento importante. En efecto, los caficultores suscribieron contratos con las Cooperativas por 47,5 millones de kg. de café pergamino a un precio promedio de \$659 mil/carga. Esto significó un mejoramiento en el ingreso del caficultor equivalente a \$3 mil millones de pesos, cuando se compara con el precio del café para entrega inmediata vigente al momento de la venta del café.

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

Fijaciones de café con entrega futura  
2006 - 2009



En 2009 las fijaciones de café con entrega futura crecieron **127%**

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

Inventarios administrados por el proveedor VMI/VMD: a través de este servicio, la Federación mantiene la responsabilidad de la entrega hasta las fábricas de los clientes. Gracias a ello, en Europa se entregaron bajo esta modalidad 520 mil sacos, de los cuales 35% corresponden a cafés especiales y 65% a cafés estándar.

El principal cliente de esta modalidad es Nestlé. Para replicar este modelo en Asia, África y Oceanía, esta compañía creó una central de compra ubicada en Singapur, a la cual la FNC empezará a proveer café de Colombia.

**Sistema de trazabilidad Bean Track:** mediante este sistema, la FNC puede suministrar información a sus clientes sobre el origen del café que compran. Dentro de los aspectos contemplados se incluye información social, ambiental y económica, que resulta muy valiosa al momento de diseñar estrategias de promoción en cada uno de sus mercados. Bean Track se ha utilizado fundamentalmente en los programas de cafés sostenibles como Orgánicos, Rainforest Alliance, Comercio Justo, UTZ, AAA Nespresso y 4C.



Cafés con conceptos innovadores: la FNC ofrece al mercado cafés con conceptos innovadores que permiten el acceso a otros nichos de mercado y generan mayor valor a los productores. Ejemplos de este tipo de café son:

- Cafés del proyecto micro-lotes: ofrecidos al mercado en pequeñas cantidades con características de calidad muy destacadas. La primera exportación bajo este proyecto se realizó con destino a Europa, mediante el envío de 9 micro-lotes de 131 sacos. La segunda se realizará al Japón, por 250 sacos de café del Huila. Este proyecto tiene un gran potencial para promover el café fino proveniente de las diferentes regiones del país.
- Se lanzó en Japón una edición limitada denominada "Classic Colombia by DyDo", elaborada

con café 100% Colombia Clásico, del cual 51% de los granos son de la variedad Típica.

- Se continuó con el programa "Georgia Emerald Mountain-GEMB", producto elaborado para Coca-Cola Japón, y cuya campaña publicitaria en 2008 se destinó al fortalecimiento de la marca de propiedad del FoNC. A través de ella se venden tres productos envasados en lata: el tradicional de color azul, la extensión de la marca GEM Black (no contiene azúcar, ni leche y es cero calorías) y el Georgia EM Café Au Lait, dirigido al público femenino. Durante 2009, se acordó el lanzamiento de una nueva extensión de la marca denominada "GEM Bito" bajo en azúcar, que saldrá al mercado en 2010.
- Se continuó ofreciendo café con

preparaciones especiales para cuentas como Dunkin Donuts y Dolce Gusto, entre otras.

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

**Cafecert:** es la entidad certificadora independiente creada por la FNC encargada de certificar los cafés colombianos que opten por la utilización de la denominación de origen Colombia.

Igualmente, gracias a la suscripción de un convenio con el Coffee Quality Institute (CQI), Cafecert es la entidad encargada de administrar y supervisar el programa Q-Grade en Colombia, bajo el cual se certifican los cafés verdes colombianos de conformidad con los estándares para cafés especiales definidos por la SCAA.

En 2009, se realizaron labores para la certificación Q-grade de cerca de 7.000 sacos.



**Desarrollo de una metodología para el análisis cuantitativo descriptivo para identificación de 100% colombiano en mezclas de café que incluyan especies Canéforas (Robusta y Conilón):** los diferentes agentes de la cadena del café están interesados en la autenticación de la materia prima tanto por su origen botánico como geográfico. La mayoría de las metodologías utilizadas para llevar a cabo esta actividad son costosas, lo que hace difícil su implementación de manera rutinaria. Una alternativa es el empleo de métodos indirectos, como la espectroscopia en la región del infrarrojo cercano, que en combinación con análisis químicos se convierten en la posibilidad de adelantar este tipo de estudios de un manera más ágil, económica y confiable.

En este orden de ideas, Cenicafé adelanta estudios en café verde,

tostado y soluble, en los cuales ha sido posible detectar mezclas de robusta hasta en un 5% en mezcla con café arábica.

**Café “carbon neutral”:** como resultado de los estudios adelantados por Cenicafé en la temática de cambio climático, se diseñó una nueva versión de la calculadora para contabilizar las emisiones y fijaciones de Gases de Efecto Invernadero en los cultivos de café. De esta manera, la FNC está en posibilidad de ofrecer a sus clientes café que cumpla con los requisitos del “carbon neutral”.

## El café de Colombia en los mercados emergentes

Con el objetivo de penetrar y consolidar nuevos mercados y aprovechar las oportunidades que ofrecen países tales como: Rusia, Argelia, Corea, Australia, Serbia, Ucrania y Argentina, para el crecimiento del consumo de café, la Federación ha emprendido diferentes acciones, dentro de las que se destacan las siguientes:

En Corea del Sur se cerró un contrato con el grupo McNulty, que permitirá proveer café empacado en bolsas piramidales con destino a las 2.200 tiendas 7-Eleven del país. Este negocio representa una venta anual promedio de un millón de tazas de café.

Igualmente, a partir de 2009, el producto 100% colombiano elaborado por Buencafé se vende bajo la marca "Charna Karta" en Rusia y Ucrania y próximamente en Bielorrusia. El consumo total anual de estos tres países asciende a 4 millones de sacos.

Adicionalmente, se lograron concretar los planes encaminados a lanzar en 2010 un nuevo producto 100% colombiano, tostado y molido, distribuido inicialmente en Rusia bajo la marca "Roberto Totti".

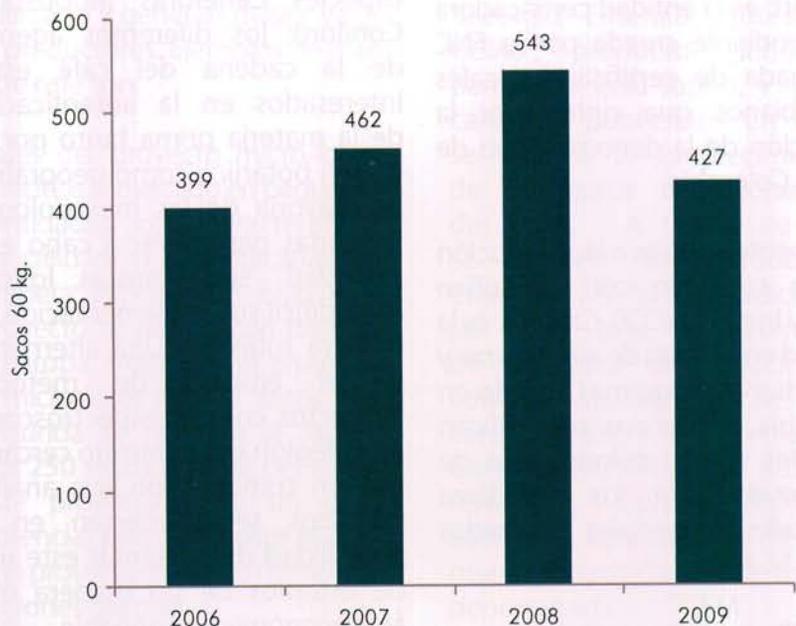
Paralelamente, a través del Programa 100% Café Colombiano en China, Canadá,

Corea, Marruecos, Hong Kong, Argentina y Chile, la Federación posee 17 licenciatarios, circunstancia que le ha permitido al grano colombiano ganar una parte del mercado doméstico de estos países. Adicionalmente, 55 marcas en países como Australia, China, Rusia, Corea, y Taiwán, poseen licencia para usar el logo 100% Café de Colombia como marca ingrediente, lo que contribuye al posicionamiento de la marca. Igualmente, la expansión de las tiendas Juan Valdez a Chile y Ecuador es punta de lanza para penetrar mercados

no tradicionales en América Latina.

Finalmente, vale la pena mencionar que el volumen de café colombiano exportado hacia los mercados emergentes, antes de la profundización de la crisis financiera, mostró una tendencia creciente soportada en una tasa de crecimiento anual de 22%. Los analistas del mercado coinciden en afirmar que, una vez se supere la crisis, las exportaciones a estos países deberán retornar a la senda de crecimiento.

Exportaciones de Colombia a mercados emergentes 2006 - 2009



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



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

El programa se ha planteado una ambiciosa meta: convertir el café en la bebida más apreciada y consumida por los colombianos. Para cumplir este reto, durante el presente año se avanzó en la elaboración y aprobación del

Plan Estratégico del Programa, la selección de la agencia de comunicaciones y la agencia de publicidad, la realización de talleres con tostadores medianos y pequeños, y la creación de una "Red de Apoyo", conformada por asociaciones, instituciones, gobierno y líderes de opinión.

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

- El desarrollo de campañas de comunicación de los beneficios del café a profesionales de la salud.
- La implementación de estrategias para hacer de

la bebida un lugar común en diferentes ocasiones y sitios de consumo, buscando desarrollar un mayor interés por su distribución y atraer a los consumidores del futuro.

- El diseño y puesta en marcha de un plan de comunicación asociado con la Denominación de Origen, así como el establecimiento de alianzas para la formación de equipos de expertos en preparación de café.

# Competitividad e innovación



## Avances

a 2009

**70 mil**

hectáreas renovadas durante 2009

**\$406 mil**

millones en ingresos adicionales por el cultivo de maíz y frijol en zona cafetera

**562 mil**

actividades realizadas por el Servicio de Extensión

**256**

jóvenes caficultores en el Programa de Modelos Innovadores

**\$34 mil**

millones para vincular nuevos caficultores a la producción de cafés especiales

**50%**

de descuento en la compra de fertilizante para la recuperación de cafetales con roya

**13.445**

productores verán saneada su situación ante las centrales de riesgo

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Afianzar las prácticas de renovación

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

De especial relevancia resulta el Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro de la Caficultura orientado a cafetales tradicionales o envejecidos. Este programa, cuya ejecución inició en 2008, permitirá triplicar el ingreso que más de 360 mil caficultores reciben por el cultivo de café. Durante 2009, para darle mayor dinamismo al proceso de trámite y desembolso de los créditos, se incorporaron al programa dos bancos privados además del Banco Agrario: Davivienda y el Banco de Bogotá.

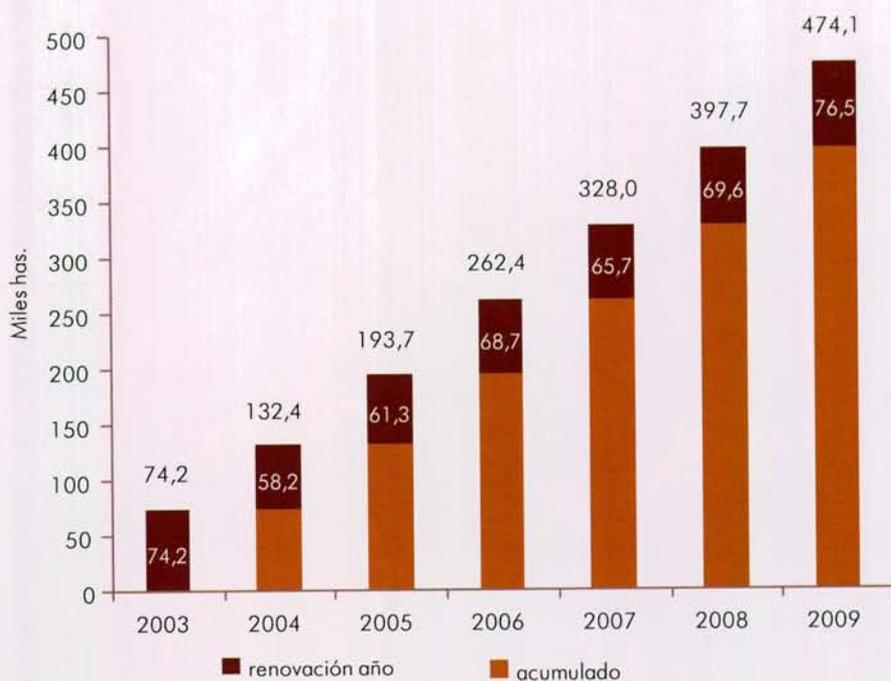
Con este programa se busca renovar 300 mil hectáreas durante cinco años, magnitud que sumada a las metas del Programa de Competitividad para

cafetales tecnificados y la iniciativa propia de renovación de los caficultores, permitirá incrementar significativamente la producción colombiana de café.

De esta manera, además de aumentar la productividad de la caficultura colombiana y lograr una revolución social en términos del ingreso percibido por la actividad cafetera, se mantendrá la participación de Colombia en la producción mundial, habilitándola para atender el crecimiento del consumo internacional.

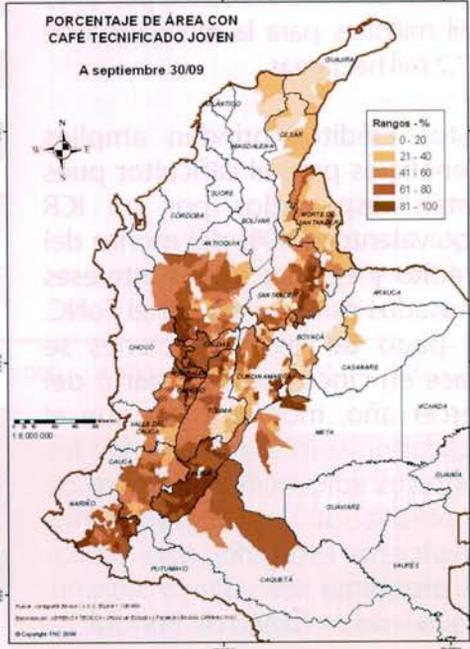
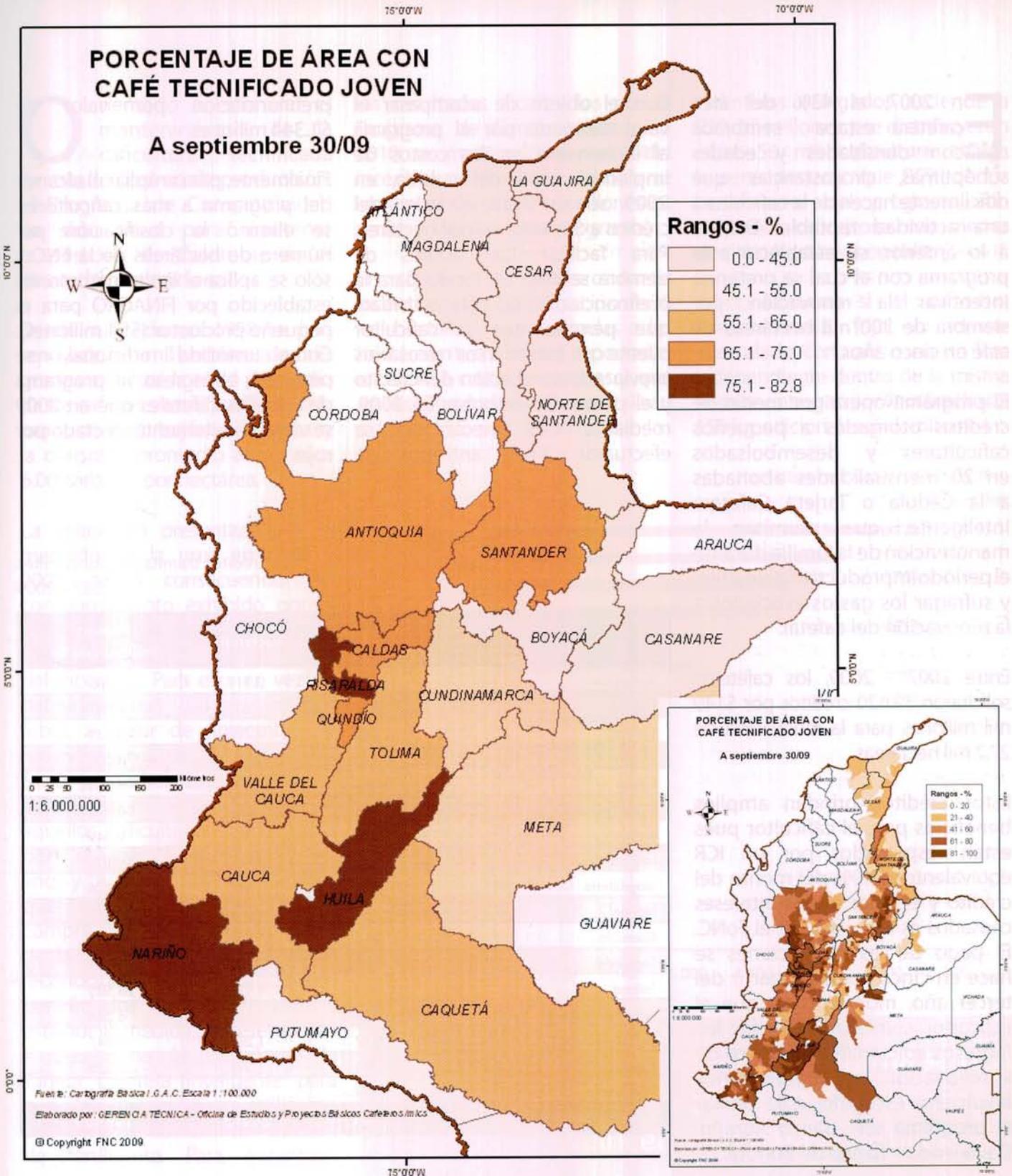
Estos esfuerzos se acompañan de la promoción de cultivos complementarios al café, que permiten mejorar la eficiencia en la utilización de la tierra y diversificar las fuentes de ingresos para el caficultor y sus familias. Igualmente, se ha fomentado la adopción de las variedades Castillo®, creadas para responder a las características agroclimáticas de las diferentes regiones cafeteras.

Áreas renovadas (acumulado)  
2003 - 2009



# PORCENTAJE DE ÁREA CON CAFÉ TECNIFICADO JOVEN

A septiembre 30/09



Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Permanencia, Sostenibilidad y Futuro

En 2007, el 43% del área cafetera estaba sembrada con densidades y edades subóptimas, circunstancias que difícilmente hacen de la caficultura una actividad rentable. Debido a lo anterior, se estableció este programa con el cual se pretende incentivar la renovación por siembra de 300 mil hectáreas de café en cinco años.

El programa opera por medio de créditos otorgados a pequeños caficultores y desembolsados en 20 mensualidades abonadas a la Cédula o Tarjeta Cafetera Inteligente, que permiten la manutención de la familia durante el periodo improductivo del cultivo y sufragar los gastos asociados a la renovación del cafetal.

Entre 2007 - 2009, los cafeteros solicitaron 39.620 créditos por \$149 mil millones para la renovación de 27,2 mil hectáreas.

Estos créditos brindan amplios beneficios para el caficultor pues están respaldados por un ICR equivalente al 40% del monto del crédito y el valor de los intereses causados es asumido por el FoNC. El pago de las obligaciones se hace en cinco cuotas a partir del tercer año, momento en que el caficultor comienza a recibir los ingresos adicionales producto de la renovación. Los intermediarios financieros escogidos para operar el programa son: Banco Agrario, Davivienda y Banco de Bogotá.

Con el objeto de acomparar el valor otorgado por el programa al incremento en los costos de implementación del cultivo, en 2009 se aumentó el valor del crédito a \$6 millones por hectárea. Para facilitar las labores de siembra se creó un fondo para la prefinanciación de esta actividad, que permite que el caficultor cuente con los recursos necesarios previa a la aprobación del crédito y el primer desembolso. En 2009, mediante este mecanismo se efectuaron 1.694 anticipos de

prefinanciación por valor de \$1.344 millones.

Finalmente, para ampliar el alcance del programa a más caficultores, se eliminó la clasificación por número de hectáreas de la FNC y sólo se aplica el límite patrimonial establecido por FINAGRO para el pequeño productor (\$54 millones). Como medida adicional, se permitirá el ingreso al programa de aquellos cafetales que en 2009 se vieron fuertemente afectados por roya.

Créditos tramitados por comités  
2007 - 2009

Departamento	Créditos solicitados	Hectáreas	Valores (millones de \$)
Antioquia	5.517	3.119	17.365
Boyacá	674	337	1.887
Caldas	4.632	2.723	14.539
Cauca	4.440	2.611	14.508
Cesar	1.042	1.129	6.084
Cundinamarca	2.696	1.902	10.478
Huila	2.225	1.730	9.549
La Guajira	172	184	926
Magdalena	746	805	4.426
Nariño	2.341	1.310	7.316
Risaralda	1.462	830	4.454
Santander	3.538	2.390	13.137
Tolima	5.647	4.933	26.585
Valle Del Cauca	1.688	1.160	6.268
N. Santander	1.812	1.264	7.047
Quindío	396	296	1.578
Territorios	592	521	2.984
<b>Total General</b>	<b>39.620</b>	<b>27.245</b>	<b>149.129</b>

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Competitividad de la caficultura

Orientado a estimular el mantenimiento de la caficultura tecnificada en estado óptimo de producción, el Programa de Competitividad ha sido clave para mantener la posición de Colombia en el mercado internacional.

Desde su inicio en 1998 se han renovado 561 mil hectáreas de café, gracias a lo cual la edad promedio de los cafetales tecnificados de alta productividad bajó a 4,8 años y la densidad promedio aumentó a 6.000 árboles por hectárea.

La volatilidad presentada por el mercado de la urea en 2008 y 2009, como consecuencia del comportamiento exhibido por el petróleo, hizo necesario que la FNC modificara la denominación del incentivo. Para ello, en vez de definirlo como 100 gramos por árbol, a partir de noviembre se reconoce un incentivo tasado en \$140 por árbol. Esta medida se aplicó de manera retroactiva a todos aquellos caficultores beneficiados por el programa durante el año y a todos los productores que radicaron sus facturas de compra de fertilizante a partir de la modificación. El excedente reconocido a los caficultores beneficiados con anterioridad a esta nueva medida, se desembolsó a través de la Cédula o la Tarjeta Cafetera Inteligente para que los recursos se utilizaran exclusivamente en la compra de fertilizante. Para garantizar

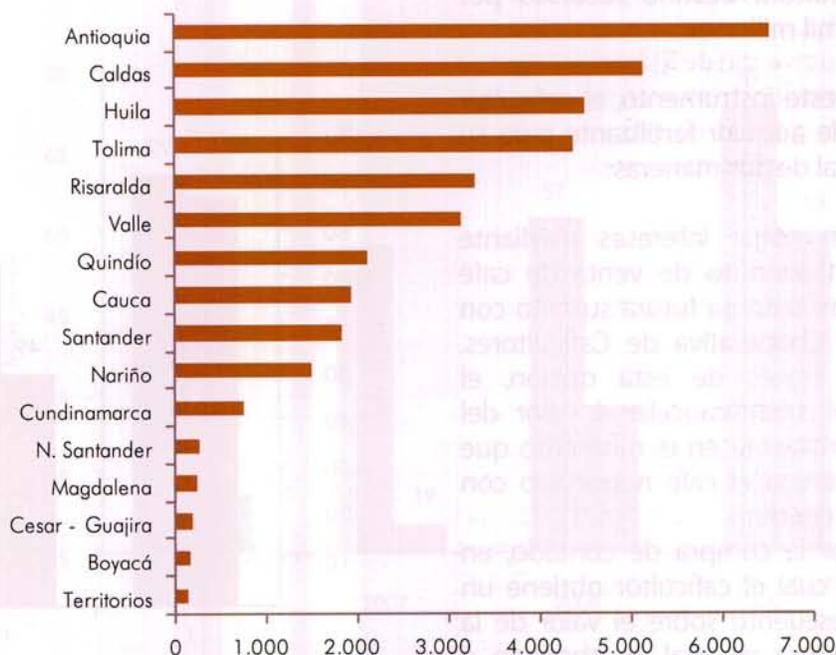
los resultados alcanzados por el Programa de Competitividad, en 2010 se mantendrá el valor del incentivo en \$140 por árbol y se incrementarán a \$40 mil millones los recursos destinados al programa.

En 2009, se proporcionaron incentivos para la renovación de 36 mil hectáreas, que sumadas a las hectáreas tecnificadas reportadas en el SICA como renovadas y que no recibieron el beneficio, totalizan más de 55 mil. El valor de los

incentivos otorgados asciende a \$29 mil millones y se distribuyeron entre 56 mil caficultores. Valga la pena destacar que 85% de los beneficiarios del programa son pequeños caficultores con menos de cinco hectáreas en café.

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

Hectáreas renovadas con incentivo  
2009



Desde el inicio del programa se han  
entregado **\$339 mil millones** en  
incentivos para la fertilización

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Fertifuturo

En vista de los efectos ocasionados en la productividad del cultivo debido al incremento exagerado de los precios de los fertilizantes durante 2008, a comienzos de 2009, la Federación y el Ministerio de Agricultura suscribieron un convenio para la puesta en funcionamiento de Fertifuturo, programa orientado a apoyar a los caficultores para que fertilicen oportunamente y sin costos de financiación. Para su implementación, el Ministerio de Agricultura destinó recursos por \$20 mil millones.

Con este instrumento, el caficultor puede adquirir fertilizante para su cafetal de dos maneras:

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

En octubre, con el objeto de estimular la fertilización de los cafetales, se incrementó el valor del descuento de 7,5% a 20%,

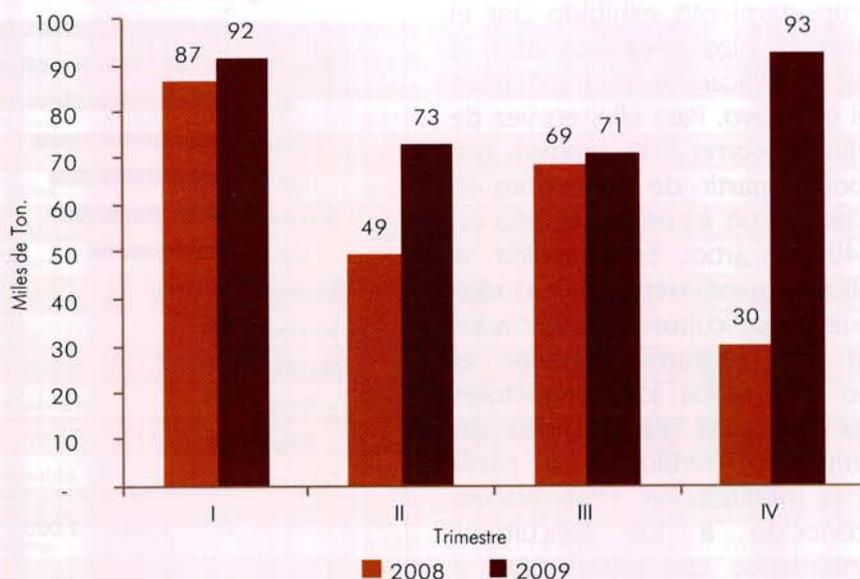
aplicable tanto a la opción de compra de contado como a la asociada a la venta a futuro de café.

Adicionalmente, con miras a recuperar los cafetales afectados por roya, se reconoció a los productores afectados 50% de descuento en la compra de fertilizantes, previa visita del Servicio de Extensión evaluando el nivel de infestación y las necesidades de fertilizante.

En 2009, se beneficiaron 90.808 caficultores con la compra de fertilizante por \$130,5 mil millones.

Gracias a Fertifuturo se estima que las ventas de fertilizante al sector cafetero aumentaron 40% durante 2009. Esta cifra contrasta con la caída de 30% en las ventas ocasionada por el aumento del precio de los fertilizantes durante 2008.

Venta de fertilizantes al sector cafetero  
2008 - 2009



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

La siembra de café puede hacerse intercalada con otros cultivos como el tomate de árbol, el plátano, la mora y el cacao, entre otros.

Por su parte, el cultivo de maíz o frijol contribuye a elevar la productividad de la tierra. Por tal motivo, la FNC recomienda su siembra intercalada en momentos de renovación. Igualmente, en la medida que son altamente nutritivos y se encuentran fuertemente arraigados a la cultura alimenticia de las zonas cafeteras, se convierten en cultivos estratégicos para la seguridad alimentaria de las familias cafeteras.

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

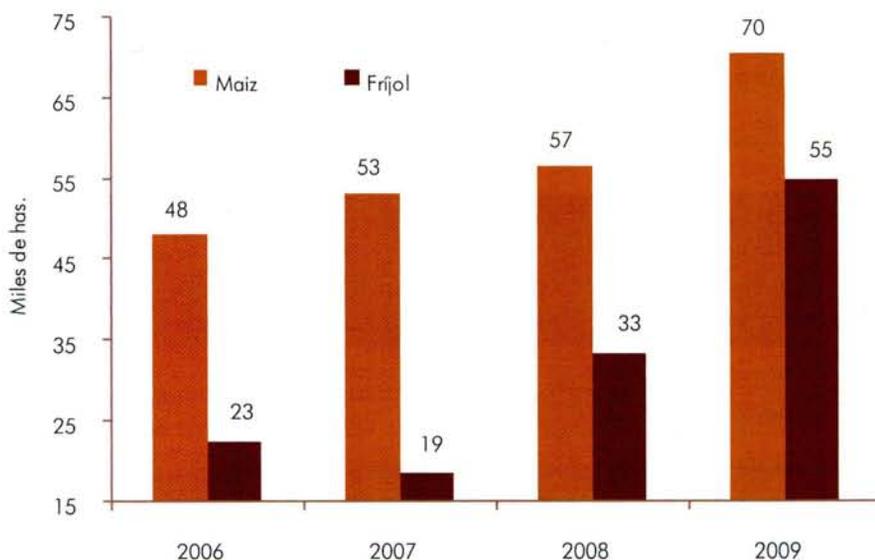
Adicionalmente, a través del Programa de Competitividad, en 2009 se entregaron fertilizantes por \$521 millones para la siembra de 3.770 hectáreas de frijol y tomate.

**Programa Café y Maíz:** en 2002, la FNC suscribió un convenio con Fenalce que se ha constituido en un importante dinamizador de las siembras de maíz tecnificado en zona cafetera. En 2009, se sembraron en maíz 70 mil hectáreas. Adicionalmente, este convenio ha permitido que las siembras se realicen con los híbridos FNC3056 blanco y

FNC318 amarillo, altamente productivos y resistentes a enfermedades.

En 2009, el Programa de Competitividad otorgó incentivos en fertilizante por \$1.569 millones para la siembra de 11.416 hectáreas de maíz.

Hectáreas sembradas de maíz y frijol en zona cafetera  
2006 - 2009



En 2009, se generaron \$406 mil millones en ingresos adicionales a través de estos cultivos

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Modelos Innovadores - Jóvenes Caficultores

Este proyecto vanguardista busca promover el relevo generacional y el emprendimiento facilitando el acceso a la tierra y demás factores productivos a jóvenes agricultores. Además incentiva la asociatividad e impulsa la producción de café tecnificado.

En 2009, se ejecutaron proyectos en 9 departamentos cafeteros gracias a la vinculación de 256 jóvenes, futuros propietarios de 1.601 hectáreas.

También durante el año, se impulsó el fortalecimiento técnico y de la gestión empresarial con miras a

incrementar la productividad y adoptar prácticas de planeación y seguimiento. Adicionalmente, se fomentó la renovación de cafetales tradicionales a través del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro. Gracias a ello, se han tramitado créditos por \$1.255 millones para la renovación de 230 hectáreas de café.

De otra parte, se obtuvo el compromiso del BID para financiar la segunda fase de este proyecto, cuyo principal objetivo es el desarrollo de un esquema que permita al caficultor mayor acceder a un retiro digno apalancado en sus tierras, al mismo tiempo que se generan oportunidades para que los jóvenes se conviertan en propietarios de ellas.

50% de los beneficiarios tienen familia y gracias al programa podrán ofrecerle una mejor calidad de vida

Resultados del programa Modelos Innovadores- Jóvenes Caficultores  
2007 - 2009

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

(\*) Se entrega oficialmente el 12 de febrero de 2010

## Crédito cafetero

**L**ínea de crédito para beneficiaderos ecológicos: esta línea de crédito le permite al caficultor acceder a un ICR de 40% del capital. De esta manera, se incentiva la aplicación de prácticas que mejoren la calidad del café y contribuyan a la sostenibilidad ambiental.

En 2009, a través de esta línea se entregaron incentivos por \$8,1 mil millones a 2.928 productores para la construcción de beneficiaderos ecológicos.

**Garantía Fogacafé:** los pequeños cafeteros tienen la posibilidad de acceder a créditos para renovación, sostenimiento

de cafetales y beneficiaderos ecológicos donde además de contar con la garantía FAG para el 80% del capital, obtienen el respaldo de Fogacafé por el 20% del capital restante.

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

**PRAN Cafetero:** para ofrecer nuevos periodos de gracia a las personas beneficiarias del PRAN

Cafetero, se tramitó el Decreto 4430 de 2008, gracias al cual 8.656 caficultores se verán beneficiados.

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

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

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

Lograr una  
caficultura joven,  
productiva y  
rentable

Competitividad e innovación

## Crédito cafetero



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

Antes de finalizar 2009, con el objetivo de normalizar la cartera y posibilitar que estos caficultores se conviertan en beneficiarios del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, se implementarán, con la aprobación de Comité Nacional, medidas

especiales para la cartera PRAN administrada por FINAGRO. Así, aquellos productores cuyas deudas no requieren pago de capital se verán beneficiados a través de la cancelación de su deuda por parte del FoNC. Para ello, se destinarán \$39 millones equivalentes al monto adeudado por concepto de seguros de vida de las obligaciones de 13.445 caficultores.

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

que cumplan con los requisitos exigidos, se buscará promover su vinculación al Programa de Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

Nuevos  
beneficios para  
caficultores  
acogidos al  
PRAN Cafetero

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

Competitividad e innovación

## Personal del Servicio de Extensión

Nunca antes en la historia de la Federación, el Servicio de Extensión ha tenido un número tan significativo de técnicos.

En 2009 la planta de personal alcanzó las 1.545 personas, cifra que se incrementa si se tienen en cuenta los pasantes y el personal con contratos de corto plazo.

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



Personal del Servicio de Extensión  
2009

Departamento	Auxiliares Administrativos	Extensionistas			Total Personal
		Programas Nacionales	Convenio Gobierno	Programas específicos	
Antioquia	15	125	40	3	183
Boyacá	1	12	9	1	23
Caldas	26	97	21	12	156
Cauca	10	82	29	26	147
Cesar-Guajira	3	24	14	3	44
Cundinamarca	9	69	24		102
Huila	6	102	24		132
Magdalena	1	10	9	1	21
Nariño	7	37	10	41	95
N. Santander	5	36	21	2	64
Quindio	12	61	5	1	79
Risaralda	17	51	21	4	93
Santander	11	43	22	2	78
Tolima	15	95	47	3	160
Valle del Cauca	27	85	32		144
Caquetá	1	5	1		7
Casanare	1	4	2		7
Meta	1	6	2	1	10
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>944</b>	<b>333</b>	<b>100</b>	<b>1.545</b>

1.545 personas apoyan las labores de asistencia técnica para incrementar la competitividad de la caficultura

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

Competitividad e innovación

## Personal del Servicio de Extensión



**Labores educativas:** durante 2009, el Servicio de Extensión continuó brindando apoyo, asesoría y acompañamiento a los caficultores. Las metodologías de extensión individuales, grupales y masivas fueron las herramientas utilizadas para alcanzar la mayor cobertura posible.

Gracias a ello, en 2009 se efectuaron 530 mil eventos individuales, de los cuales 229 mil fueron visitas a finca y 301 mil atenciones en oficina.

Por medio de metodologías grupales se realizaron 33 mil eventos, cada uno con 15 participantes en promedio, como reuniones, giras y días de campo, entre otros.

**Capacitación:** para la FNC uno de los temas prioritarios es la formación de todos aquellos

que brindan asistencia técnica a los caficultores. Por ello, desde 2003 se inició el Programa de Capacitación Virtual que busca formar permanentemente en temas tecnológicos, económicos, sociales, gremiales, informáticos y de sistemas de información a los miembros del Servicio de Extensión.

En 2009 se efectuaron 3.297 capacitaciones para el personal del Servicio de Extensión.

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

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

562 mil  
actividades  
realizadas por  
el Servicio de  
Extensión

## Sanidad vegetal

**P**roteger los cafetos del ataque de plagas y enfermedades es de vital importancia para mantener la productividad y la calidad del café colombiano.

Los buenos resultados registrados en 2009 en los indicadores de rendimiento industrial de la trilla, porcentaje de excelso obtenido a partir de café pergamino y rendimiento de trilla, son consecuencia de la adopción oportuna por parte de los caficultores de prácticas de manejo integrado tales como: la renovación de cafetales, la calidad de la recolección y el control de la broca a través de reguladores antagónicos, entre otras.

Para minimizar el impacto de otros problemas fitosanitarios asociados a los cambios en los patrones del clima de las regiones cafeteras, el Servicio de Extensión recomienda diferentes prácticas. Así, para contrarrestar la roya se recomienda la siembra de variedad Castillo®; para el manejo de la mancha de hierro y el mal rosado, la fertilización y para evitar las llagas radicales, la protección de las heridas en los cafetales.

Como medida de choque para evitar una mayor difusión de los brotes de roya identificados a lo largo del país, el Comité Directivo

aprobó extender los beneficios de Fertifuturo a los caficultores con cultivos afectados por esta enfermedad. Así, previa visita del Servicio de Extensión, el productor presentando la factura de compra, recibe a través de la Cédula o la Tarjeta Cafetera Inteligente el 50% del valor del fertilizante necesario para recuperar el cafetal. Para fomentar la sustitución de variedades susceptibles a la roya, se podrá, sin importar la edad del cultivo, adelantar la renovación de los cafetales no recuperables a través del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

De otra parte, para controlar la proliferación de la broca, se realiza una campaña intensiva enfocada a incentivar la aplicación de buenas prácticas agrícolas como son la intensificación de la recolección de los frutos maduros, sobremaduros y secos. Esta práctica denominada comúnmente Re-Re, resulta el mecanismo más apropiado para el control de la plaga.

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

- Café estándar: se aplica un descuento de \$30 por kg. de

café pergamino seco al café con infestaciones por broca superiores al 5% o fracción. Este descuento aumenta en el mismo valor por cada punto adicional de broca que se presente.

- Café sostenible (Rainforest Alliance, UTZ, 4C y FLO): se recibe sin aplicar descuento todo el café con infestación menor a 5%.
- Café orgánico: se aplica dos rangos de sobreprecio, de 0 a 3%, \$800/kg. (\$100 mil/carga) y de 3,1% a 5%, \$500/kg. (\$70 mil/carga)
- Cafés regionales: se reconocen sobreprecios a todo el café de esta categoría que presente infestaciones por debajo de 2%.

A todos los cafés sostenibles, orgánicos o regionales que presenten infestación superior a 5% para el caso de los dos primeros y de 2% para el último, se les aplica la tabla de descuentos del café estándar.

**50%**  
de descuento en  
la compra de  
fertilizante para la  
recuperación de  
cafetales con roya

## Programas para la producción de café especiales

**A**gronegocios y PyMes: a través de los dos componentes de este programa se brinda apoyo a 25 mil pequeños caficultores en la producción de cafés especiales en 30 mil hectáreas en plantaciones tradicionales y envejecidas que se desarrollan en 199 municipios del país (10 departamentos).

El componente de Agronegocios beneficia 12.500 caficultores, con la renovación por siembra de 15 mil hectáreas y la generación de 22.500 empleos al año. Para ello, se cuenta con recursos del Programa MIDAS por \$4.350 millones. Hasta diciembre de 2009, se han renovado 16 mil hectáreas, de las cuales 5,4 mil hectáreas corresponden a lo ejecutado durante la presente vigencia. Con estos resultados se favorecieron 31.277 caficultores, de los cuales 7.713 fueron vinculados en 2009. Con estos resultados, se logró involucrar casi 19 mil caficultores adicionales a los que inicialmente se planificaba cubrir con el componente.

El componente PyMes brinda asistencia técnica especializada a 25 mil caficultores en la producción de cafés especiales certificados, para lo cual cuenta con \$4.168 millones ejecutados a través de la Fundación Manuel Mejía y 60 extensionistas que

atienden los beneficiarios del proyecto. En 2009, se capacitaron los extensionistas contratados y los caficultores del proyecto y de la región. Complementariamente, se generaron 30.972 autoempleos.

**Mejoramiento ambiental y fortalecimiento de la calidad del café:** este programa apoya a 2.880 caficultores del Programa de Familias Guardabosques por medio de talleres de capacitación, mejoramiento de la infraestructura de beneficio y secado y la recuperación de bosques y/o áreas protegidas.

El proyecto, que se ejecuta en Nariño, Huila, Cauca, Tolima, Magdalena, Guajira, Norte de Santander, Boyacá y Santander, es financiado por Mitsubishi Corporation, Acción Social y la FNC con \$3.468 millones ejecutables en 10 años a partir de 2009.

En 2009, se capacitaron 288 familias en buenas prácticas de higiene y manufactura, beneficio ecológico, aguas residuales,

secado solar del café, organización comunitaria y convivencia, entre otros.

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

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

**33.404 familias obtienen apoyo  
para producir cafés especiales**

Proyectos de cafés especiales como alternativa para la generación de condiciones de paz: además de los programas mencionados, la Federación desarrolla diversos proyectos encaminados a la superación de la pobreza y la generación de condiciones de paz, por medio de la promoción del cultivo de cafés especiales. Las diversas iniciativas son desarrolladas en

asocio con diversas entidades, principalmente de cooperación internacional y permiten beneficiar a más de 1.500 familias en diferentes regiones del país. El valor de estos convenios supera los \$13 mil millones.

A través de estos proyectos se logra aumentar la productividad de las fincas cafeteras y el mejoramiento de los procesos

de sostenimiento y post-cosecha. De esta manera, se incrementa el volumen y calidad del café producido, lo cual permite elevar los ingresos derivados de la actividad cafetera. 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  
2009

Proyecto	Actividades	Beneficiarios	Duración
Laboratorio de Paz - Modelos Innovadores	Mejora 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
Laboratorio de Paz - Componente Meta	Aseguramiento de la calidad y la certificación socio ambiental de la producción.	300 familias desplazadas del Meta.	2009 - 2010
Comunidad Páez	Mejora de infraestructura de beneficio, secado y manejo de aguas residuales. Apoyo en la producción y comercialización de café orgánico.	500 familias indígenas Páez.	2008 - 2010
Serranía Perijá - Good Inside	Mejora de infraestructura, renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	100 familias de la Serranía del Perijá.	2008 - 2009
Colombia Cafetera Sostenible	Mejora de infraestructura, renovación de cafetales y adopción del código UTZ Certified	600 familias afectadas por la violencia en la Serranía del Perijá.	2009 - 2012

**\$34 mil millones para vincular nuevos caficultores a la producción de cafés especiales**

## Silvicultura como alternativa de producción

La FNC desarrolla actividades forestales para contribuir a la estabilización del balance hídrico y la reducción de la erosión en subcuencas prioritarias de la cuenca media y alta del Río Magdalena, a través del incremento del uso forestal sostenible, la recuperación y la conservación de los bosques en pendientes y zonas altas degradadas.

Iniciado en 1993 y actualmente en su tercera fase debido a la suscripción de un nuevo contrato de crédito por €14,3 millones entre el Gobierno Nacional y KfW (Alemania), el proyecto se ejecutará hasta 2006.

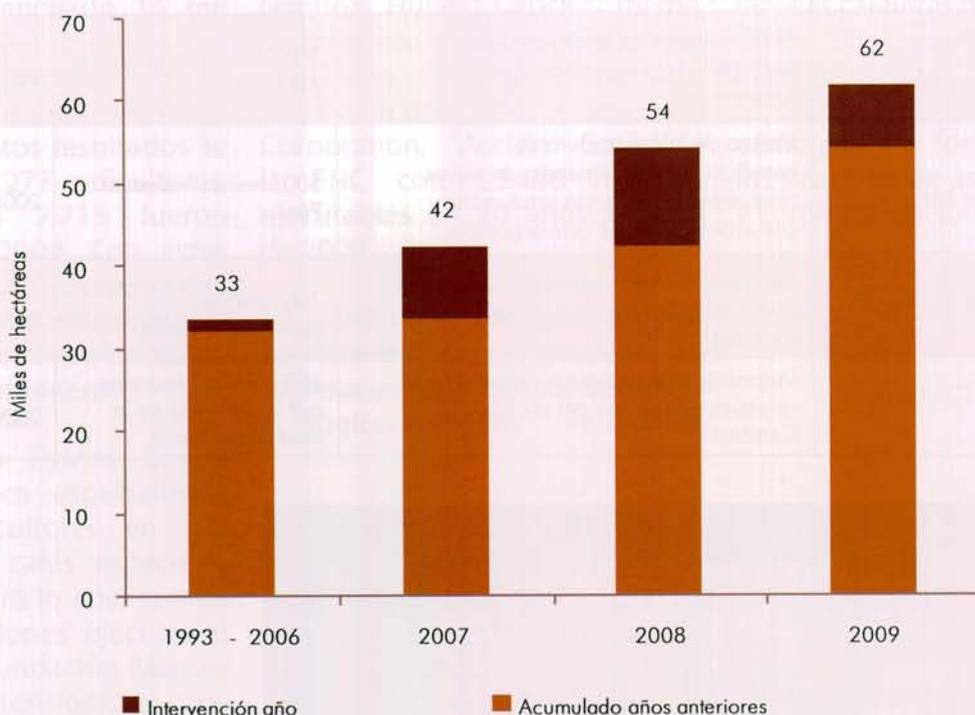
Para su ejecución contó entre 2007 y 2009 con recursos de MIDAS por \$5 mil millones.

Los resultados del programa dan cuenta de 62 mil hectáreas intervenidas a diciembre de 2009, y se espera totalizar 70 mil en 2012. Igualmente, se culminó la ejecución del segundo Centro Asociativo de Transformación de Madera.

El número de familias vinculadas en 2009 fue de 1.404, que sumadas a los 6.691 hogares que ya formaban parte del programa, equivalen a 8.095 familias favorecidas.

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

Hectáreas intervenidas acumuladas 1993 - 2009



Proveer  
desarrollos  
científicos y  
tecnológicos  
oportunos y  
pertinentes

Competitividad e innovación

## Cenicafé



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

### Productividad agronómica

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

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

**Renovación:** al comparar cinco formas de implantar los sistemas de manejo de cafetales, se encontró que sembrar dos quintas partes el primer año, dos quintas partes el segundo y una quinta parte el tercero, para seguir zoqueando una quinta

parte por año, genera la mejor producción media de café a través del tiempo.

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

**Viabilidad económica del café**

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

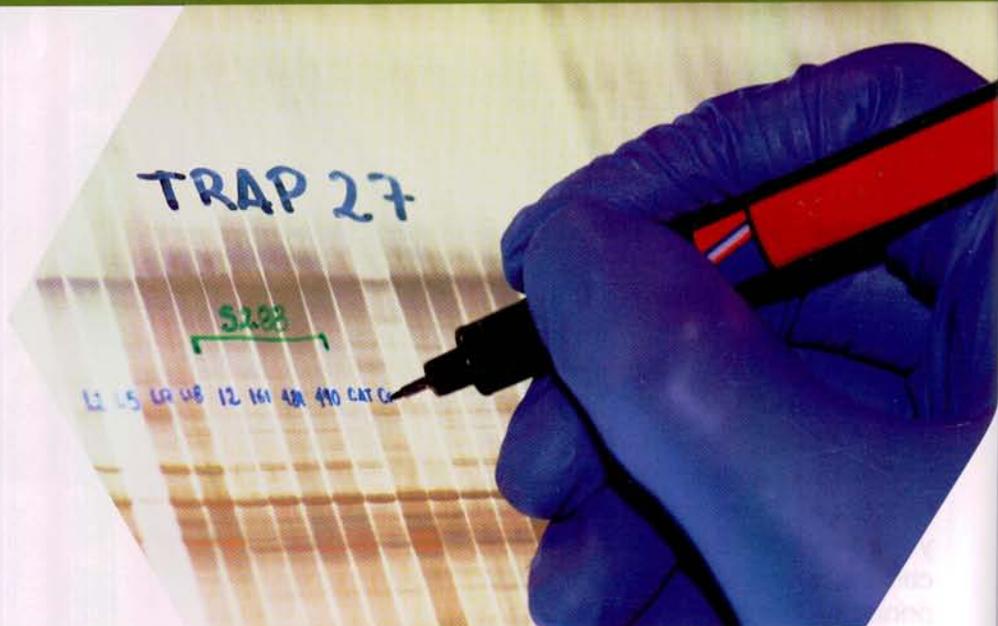
Para determinar el punto de lavado del café en proceso de fermentación se diseñó un dispositivo que permite medir la remoción de mucílago.

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

Proveer  
desarrollos  
científicos y  
tecnológicos  
oportunos y  
pertinentes

Competitividad e innovación

Cenicafé



### Cafés especiales

En estudios relacionados con la determinación de los componentes del aroma en el café tostado y molido, proveniente de diferentes sitios de producción, se encontró que 15 de estos compuestos permiten discriminar la procedencia del café, con una confianza de la predicción superior al 80%. Lo anterior convierte esta metodología en una herramienta de interés para contribuir a determinar el origen de la muestra.

### Sostenibilidad ambiental

Mediante post-tratamientos de aguas residuales del beneficio se logró eliminar carga orgánica y sólidos solubles, entre otros, de las aguas mieles tratadas anaerobiamente. La biomasa de plantas flotantes puede utilizarse para la producción de abono.

### Conocimiento estratégico

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

**Genómica de resistencia a la broca:** en resistencia a la broca, los niveles de disminución de oviposición se mantuvieron significativos en introducciones de Etiopía (15-17%), cuatro de C. Liberica (21-23%) y tres de

las progenies Kawisari (arabica x liberica) con 22-24%. Igualmente, se identificó un genotipo etíope de C. Arabica con actividad inhibitoria de la mananasa.

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

### Divulgación y transferencia

Se desarrolló un módulo de diagnóstico fitosanitario de consulta en el portal de Cenicafé. Actualmente, contiene diagnósticos para 33 enfermedades distintas.

Proveer  
desarrollos  
científicos y  
tecnológicos  
oportunos y  
pertinentes

Competitividad e innovación

## Investigación Participativa

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

**Nuevas variedades:** en 2009, se continuó la validación de las variedades Castillo® General y Regional en 141 parcelas demostrativas en 95 municipios cafeteros. Adicionalmente, se efectuaron 154 actividades educativas con la participación de 5.324 personas.

En cada departamento se seleccionó la variedad a comparar, generalmente Colombia o Caturra, y los productores propietarios del predio comparten con el extensionista e investigador las diferencias o similitudes entre los materiales sembrados, generando la retroalimentación que enriquece el proceso de investigación.

**Maíz:** con el establecimiento de 31 parcelas de maíz en ocho departamentos cafeteros, se quiere validar los materiales híbridos investigados por el Cimmyt y Fenalce. Adicionalmente, estas parcelas cumplen con la función educativa de compartir con los

productores la tecnología aplicada para llegar a productividades por encima de siete toneladas por hectárea que generan ingresos importantes para los caficultores. Dentro de las metodologías utilizadas vale la pena destacar las reuniones (11), los días de campo (7) y las demostraciones en campo (9).

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

Cobertura de IPA nuevas variedades  
2009

Comité	Municipios	Parcelas
Antioquia	8	8
Caldas	24	27
Caquetá	6	6
Casanare	1	5
Cauca	11	13
Cundinamarca	4	5
Huila	21	31
Magdalena	1	3
Meta	4	4
Nariño	2	2
N. Santander	1	1
Quindío	3	3
Risaralda	1	1
Tolima	8	32
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>141</b>

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



## Avances

a 2009

**310 mil**

Cédulas Cafeteras Inteligentes emitidas

**3.076**

caficultores inscritos en el consultorio jurídico

**2.341**

niños con acceso a computadores

**3.257**

caficultores capacitados en tecnologías de información

**Nueva estrategia web**

en funcionamiento

**Bean Track**

para las Tiendas Juan Valdez

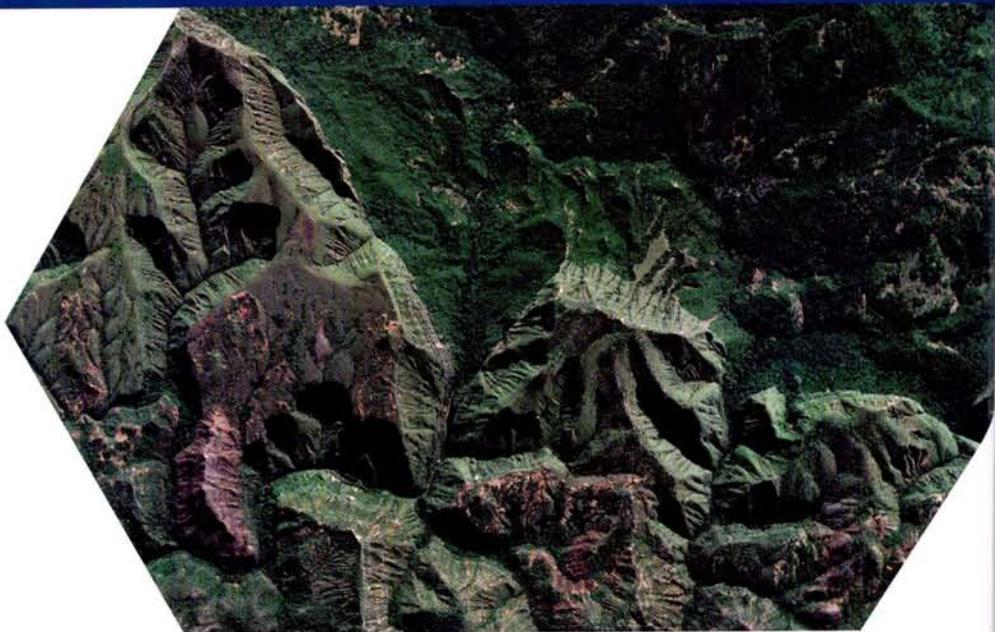
**SIC@ Web**

en funcionamiento

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



La Gerencia Técnica inició a finales de 2008 la migración del SICA a una nueva plataforma tecnológica que permitirá centralizar en una sola base de datos, la información correspondiente a los productores, las fincas y las áreas cafeteras.

La información del SIC@ Web, además de incluir datos relativos a la estructura de la caficultura colombiana, es la base sobre la cual la Federación diseña y ejecuta programas de apoyo al caficultor como son: Competitividad; Permanencia, Sostenibilidad y Futuro; Fertifuturo; Cédula Cafetera Inteligente y Contrato de Protección de Precio, entre otros. Además es la base geo-referenciada con la cual se elaboran los pronósticos de cosecha para el café de Colombia.

La migración de la información a la nueva plataforma se realizó gradualmente por parte de los Comités Departamentales. Así, al finalizar 2009 todos los Comités y territorios estaban listos para trabajar en la nueva plataforma.

Para hacer el sistema más dinámico, el SIC@ Web funciona en plataforma de internet. La base de datos geográficos y alfanúmericos se administran desde la Oficina Central, y sobre ella puede realizar actualizaciones el Servicio de Extensión vía internet utilizando el software ARC Gis Mobile. Los cafeteros, los Comités

Departamentales y demás dependencias de la organización podrán consultar información básica del SIC@ a través de internet.

Culminada la migración de los datos, en 2010 comenzará a operar el SIC@ Web

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 cumple dos años de funcionamiento. Además de ser el documento de identidad de los cafeteros, es el medio transaccional a través del cual se abona al productor el valor de su cosecha y la herramienta electrónica por la cual se entregan todos los apoyos, incentivos, créditos y demás programas de la Federación. A diciembre, por intermedio de la cédula, se han efectuado 587 mil desembolsos por \$82,8 mil millones.

Igualmente, se han emitido 310 mil Cédulas Cafeteras Inteligentes y 4.558 Tarjetas Cafeteras Inteligentes, de las cuales el 89% ya está en manos de los caficultores y el 67% se encuentra activado.

Durante 2009, se produjo un crecimiento significativo en la operatividad y funcionamiento de la cédula. Se amplió el cubrimiento con la inclusión de datáfonos de la red MasterCard y se habilitó la recarga de minutos desde el teléfono celular. En términos de transacciones monetarias, se han realizado 347 mil transacciones a través de la cédula.

Con el fin de continuar innovando en el servicio al caficultor, la Federación, conjuntamente con Movistar, el BID y el Banco de Bogotá, está desarrollando la primera plataforma latinoamericana para Banca Móvil dirigida a personas no bancarizadas. Este proyecto le permitirá a los cafeteros realizar transacciones a través de la Cédula o la Tarjeta Cafetera Inteligente desde su cafetal por medio del teléfono celular.

A principios de 2009 se realizó un prueba piloto con 120 caficultores de Caldas, Risaralda y Santander, quienes en un solo mes efectuaron más de 1.300 operaciones, lo que garantiza una completa aceptación del servicio por parte

de los productores cuando se haga su lanzamiento. De manera complementaria, a comienzos de 2010 se realizará otra prueba piloto en la que participarán 5.000 caficultores.

En el segundo semestre del año, se organizaron eventos de promoción de la Cédula y la Tarjeta Cafetera Inteligente, denominados "La Gran Fiesta de la Cédula Cafetera Inteligente", con los cuales se buscaba incentivar su utilización. Para el efecto, se seleccionaron 20 municipios, los cuales cuentan con casi el 20% de los caficultores cedulados del país. A la fecha se han realizado seis eventos con excelentes resultados en la entrega de cédulas, activaciones, transacciones y uso.

Desembolsos a través de Cédula Cafetera Inteligente  
2007 - 2009

Programa	Abonos	Valor (millones de \$)
Créditos de Renovación	225.556	49.777
Agroinsumos	187.214	2.021
FertiFuturo	60.033	5.006
Compras de Café	26.481	14.976
MIDAS	25.477	1.920
Competitividad	25.353	5.727
Fenómeno del Niño	25.066	1.392
Otros	11.521	2.035
<b>Total</b>	<b>586.701</b>	<b>82.854</b>

310 mil  
Cédulas Cafeteras  
Inteligentes  
emitidas

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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

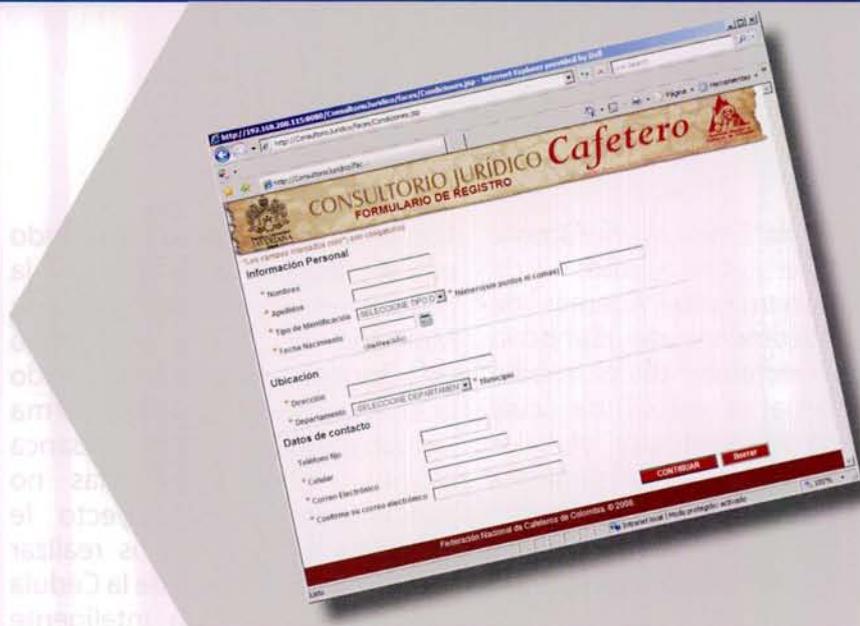
## Consultorio Jurídico Cafetero

Desde 2008, la Federación en asociación con la Universidad Javeriana, brinda orientación jurídica permanente y gratuita a los caficultores.

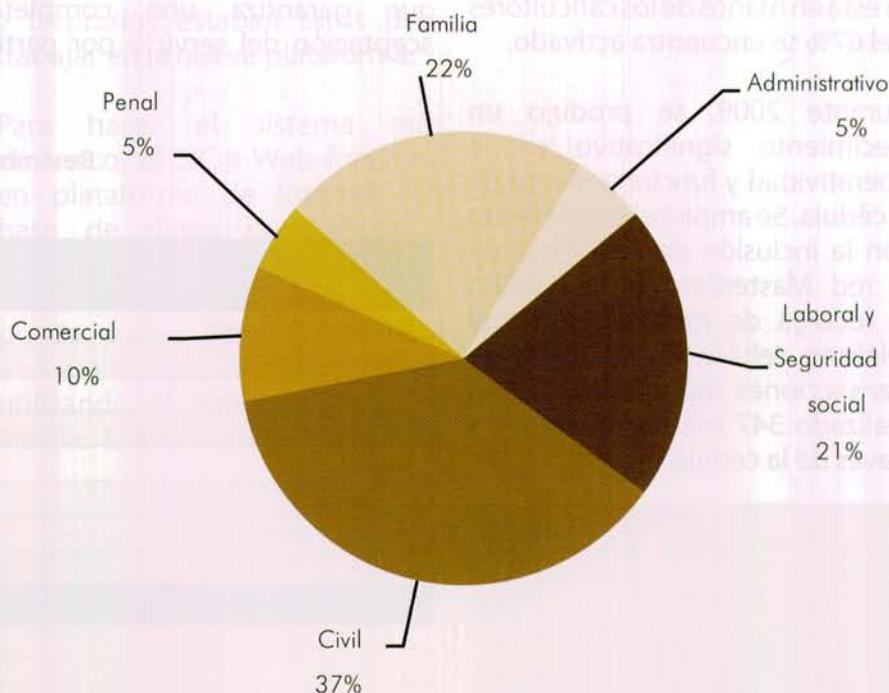
Con el fin de convertirlo en un servicio de carácter universal, se implementó un sistema de gestión vía internet, a través del dominio [www.cafedecolombia.com](http://www.cafedecolombia.com). De esta manera, los productores obtienen asesoría de calidad sin necesidad de recorrer grandes distancias, y sólo conectándose a través del computador más cercano a su finca.

A diciembre de 2009, se inscribieron 3.076 caficultores que formularon 2.756 consultas virtuales. De las anteriores, fue posible finalizar 716 consultas de forma satisfactoria. Dentro de las materias de conocimiento jurídico, las de carácter civil son las que generan mayor número de consultas.

3.076  
caficultores  
inscritos en  
el consultorio  
jurídico



Consultas finalizadas según materia de conocimiento jurídico 2009



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

Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

## Sistemas de información para el fortalecimiento de la gestión

La adopción de tecnologías de información y comunicación no solamente resulta útil para los caficultores. Su uso por parte de la Federación también permite agilizar los procesos al interior de la organización, redundando en un mejor servicio al cafetero.

Por este motivo, durante 2009 la Federación obtuvo avances sustanciales en la implementación de diversos sistemas de información que apoyan la gestión en las diversas propuestas de valor del Plan Estratégico. Así mismo, avanzó en la utilización de

tecnologías para la realización de reuniones virtuales, con lo cual se disminuyen los costos asociados al desplazamiento de personal entre regiones.

Programas tecnológicos implementados para fortalecer la gestión de la estrategia 2009

Propuesta de valor	Proyecto	Objetivo
Comercialización sostenible y con valor agregado	Optimización del esquema comercial verde	Adopción del sistema SAP para el nuevo esquema de valoración y liquidación de café pergamino
	Automatización del trámite de exportación de café	Agilizar el trámite de las exportaciones de café
	Sistematización del proceso de maquila del café Juan Valdéz	Optimizar la programación de compras y conocer el costo de las referencias de producto que comercializa
	Gestión de certificados de calidad, producto y origen	Administración de una base unificada para los certificados de la institucionalidad cafetera.
Competitividad e innovación	Sistema de información Fertifuturo	Soporte de la gestión
	Pronóstico de cosech@	Registro, medición y verificación de actividades
	Fortalecimiento de conectividad para acceso al sistema SIC@	Instalación de un canal de comunicación entre FNC y Comcel para priorizar el tráfico de los datos del SIC@ desde municipios cafeteros
Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario	Sistema de gestión de muestras de café	Consolidación centralizada de datos, que permita mantener el registro de las muestras y su monitoreo
Sostenibilidad financiera	Optimización de gestión de fondos	Automatización de las operaciones de tesorería de FNC
	Información exógena para la DIAN	Adopción de aplicativo para la extracción, clasificación, análisis y consolidación la información para la DIAN
	Contabilidad de coberturas de físico y tasas de cambio	Adaptación del sistema de coberturas en SAP a los requerimientos de la normatividad contable vigente
Eficacia, legitimidad y democracia	Adopción tecnológica de SAP Entersprise Portal	Contar con un único punto de acceso a fuentes de información, para el manejo del portal de FNC
	WEBEX	Realizar reuniones virtuales utilizando tecnologías de voz, video, compartiendo aplicaciones o presentaciones

Desarrollar e  
implementar  
esquemas  
virtuales de  
educación formal y  
capacitación

Caficultura integrada al mundo de la tecnología,  
información y comunicación

## Aula virtual para caficultores

Este programa se lleva a cabo desde 2006 en el marco del convenio de cooperación entre la FNC y el Fondo de Comunicaciones del Ministerio de Comunicaciones. Su objetivo es formar y fortalecer en los caficultores competencias tecnológicas básicas.

Aula virtual opera gracias a los servicios nacionales de internet social de la Red Compartel y funciona sobre la plataforma tecnológica y con el respaldo académico e institucional del SENA.

En 2009 se capacitaron 3.257 caficultores en 143 salas de informática de 118 municipios cafeteros del país. También se capacitaron 221 extensionistas en la metodología y estrategia de operación de este sistema.

En la actualidad, la Fundación Manuel Mejía adelanta gestiones ante el Ministerio de Comunicaciones con el propósito de facilitar el acceso de los caficultores a internet con tarifas especiales. Con el mismo objetivo se han adelantado conversaciones con IPColombia, operador de Compartel, para que los caficultores puedan utilizar los Centros de Acceso Comunitario a internet.



Caficultores atendidos  
2009

Departamento	Caficultores
Antioquia	258
Boyacá	68
Caldas	226
Cauca	267
Cesar Guajira	112
Cundinamarca	207
Huila	446
Magdalena	94
Nariño	147
N. Santander	161
Quindío	128
Risaralda	276
Santander	271
Territorios	61
Tolima	420
Valle	115
Total	3.257

3.257 caficultores se capacitaron en el  
uso de nuevas tecnologías

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

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. Estos son reacondicionados y entregados a escuelas públicas de todo el país. La Federación, en convenio con la Asociación Computadores para Educar del Ministerio de Comunicaciones, brinda acompañamiento a las instituciones educativas, desde la capacitación de docentes, hasta la promoción para el uso de los recursos de informática.

Mediante el aprovechamiento integral de los equipos de cómputo en desuso, se generan beneficios educativos, económicos y ambientales a la sociedad para niños de bajos recursos, que en ausencia del programa no podrían hacer uso de tecnologías de información.

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

Gracias a Computadores para Educar, 2.341 estudiantes con acceso a computadores

Resultados de Computadores para Educar 2009

Departamento	Municipios	Instituciones	Alumnos	Computadores	Impresoras
Antioquia	3	5	208	21	5
Cauca	3	4	762	40	4
Nariño	4	4	321	19	4
N. Santander	4	8	341	34	8
Santander	8	12	469	48	12
Tolima	4	5	240	20	5
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>2.341</b>	<b>182</b>	<b>38</b>

Nota: algunos computadores asignados se entregarán el primer trimestre de 2010.

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

## Nueva estrategia Web

Continuando con la implementación de la estrategia Web definida para la organización, en 2009 se diseñaron en español e inglés, tres portales con base en los siguientes ejes temáticos: la organización ([www.federaciondecafeteros.org](http://www.federaciondecafeteros.org)), el producto Café de Colombia ([www.cafedecolombia.com](http://www.cafedecolombia.com)) y el personaje Juan Valdez ([www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com)), estas dos últimas se lanzarán en 2010. Estas páginas, entrelazadas a través de su contenido y su diseño, permitirán segmentar la comunicación con las diferentes audiencias de la institucionalidad cafetera.

La nueva página de la Federación de Cafeteros tiene un diseño para productores en donde se concentran todos los servicios e información de la institucionalidad cafetera. Progresivamente, se desarrollarán nuevas funciones para la interacción de la organización con los productores. Desde su lanzamiento en junio y hasta finales de 2009, a través de esta página se recibieron más de 48 mil visitas que permitieron la visualización de más de 156 mil contenidos.

En la página Café de Colombia se incluirán contenidos para brindar a sus visitantes información completa sobre las generalidades del café y su industria, así como sobre las características únicas del origen del café de Colombia.

El portal Juan Valdez pretende acercar el personaje al consumidor. Para ello contará con el mejor material publicitario disponible para compartir con los usuarios, haciendo del sitio un punto entretenido y novedoso.

Es importante destacar la incorporación de dos nuevos elementos en la estrategia de comunicaciones. El primero se denomina Sostenibilidad en Acción ([www.SostenibilidadEnAccion.org](http://www.SostenibilidadEnAccion.org)). En esta página, que salió en 2009, se categorizan los diferentes proyectos de sostenibilidad de la Federación según el ámbito productivo de la finca cafetera, el apoyo a la comunidad, el conocimiento y protección del medio ambiente, y el campo digital y la conectividad de los productores.

El segundo elemento se encuentra relacionado con la divulgación de las denominaciones de origen regionales, para lo cual se desarrollarán "Viajes Virtuales al Origen", es decir, recorridos interactivos para conocer las regiones productoras y entender las diferencias en la calidad del café y las circunstancias que las generan. En 2010 se lanzarán los recorridos por los paisajes de Nariño y Cauca.

Paralelamente, para fortalecer la reactivación del Programa 100% Café Colombiano, en 2009 se

crearon espacios interactivos, denominados internet 2.0, como canal de socialización alrededor del café colombiano, dentro de ellos el portal 100% Café de Colombia ([www.100porcientocafedecolombia.com](http://www.100porcientocafedecolombia.com)).

Durante su etapa de prueba, sin haber publicitado o socializado el proyecto, el interés mostrado por el público por hacer parte de las redes sociales de Café de Colombia y de participar en ellas muestran su potencial. En efecto, al finalizar el 2009, previo al lanzamiento oficial, el perfil de Café de Colombia en Flickr contó con 90 fotos que recibieron más de 24 mil vistas. El perfil de Café de Colombia en Twitter tiene más de 1.000 seguidores, el de Juan Valdez más de 2.500 y los videos vistos en YouTube fueron más de 1.400.

Las redes sociales  
oficiales y los  
viajes virtuales  
estrecharán 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

## Rincón del Experto

Durante 2009, se implementó un aplicativo Web que permite a los clientes de las Tiendas Juan Valdez® Café conocer el lugar de procedencia del café que allí se ofrece. A esta herramienta se podrá acceder desde kioscos instalados en las tiendas ubicadas en cuatro países o bien a través del sitio Web de Juan Valdez ([www.juanvaldezcafe.com](http://www.juanvaldezcafe.com)). Ingresando el código Bean Track impreso en la bolsa de café, el cliente puede conocer la trazabilidad de grano.

De esta manera, los clientes del café colombiano obtienen información de todos los agentes que han intervenido en el procesamiento del grano mismo, desde el productor y el lugar geográfico en el cual se encuentra ubicada su finca, hasta el distribuidor del producto empacado, pasando por el punto de compra, la Cooperativa, el lugar de almacenamiento, la trilladora y la tostadora.

Adicionalmente, el cliente podrá conocer el perfil de taza de su café, es decir su aroma, acidez y cuerpo, al igual que las principales características que lo identifican.



Dentro de los beneficios obtenidos por esta iniciativa de trazabilidad se destacan:

- El reconocimiento del café colombiano en todo el mundo.
- La fidelización del cliente con el producto.

Adicionalmente, los caficultores reciben un sobreprecio como resultado de su participación en el programa. De esta manera, la iniciativa Bean Track genera valor agregado al café colombiano y beneficios económicos a cada uno de los productores que participan en él a través de su cosecha.

A través del código Bean Track  
se hace trazabilidad al grano vendido  
en las tiendas Juan Valdez

# Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Avances

a 2009

**39.080**

caficultores capacitados por la Fundación Manuel Mejía

**20 mil**

personas con mejores recursos educativos

**14.048**

caficultores capacitados en Gestión Empresarial

**109.448**

cafeteros con acceso a la salud

**62.230**

personas con agua potable

**\$144 mil**

millones en programas para el mejoramiento vial de las zonas cafeteras



Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Gestión Empresarial

En 2009 se continuó ejecutando, a través del Servicio de Extensión, el Programa de Formación Continua en Gestión Empresarial, cuyo propósito es la capacitación de los cafeteros en el establecimiento de empresas exitosas y competitivas.

El programa tiene dos niveles. En el nivel básico, los participantes reciben capacitación dentro de un proceso participativo sobre el conocimiento de la empresa. En el nivel avanzado, se espera que el caficultor profundice en el aprendizaje y adopción de las herramientas administrativas que le permitan obtener el mayor margen posible en su empresa.

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

**14.048**  
personas  
capacitadas  
en gestión  
empresaria

### Reuniones y beneficiarios de Gestión Empresarial 2009

Departamento	Cafeteros	Meta de reuniones	Cumplimiento en reuniones
Antioquia	1.934	816	87%
Boyacá	542	208	87%
Caldas	1.079	504	100%
Cauca	819	361	94%
Cesar-Guajira	348	152	72%
Cundinamarca	850	472	75%
Huila	1.250	615	86%
Magdalena	555	222	59%
Nariño	605	322	100%
N. Santander	806	472	100%
Quindío	779	260	100%
Risaralda	947	400	62%
Santander	747	392	100%
Tolima	1.372	717	99%
Valle	1.235	560	95%
Meta	69	37	95%
Caquetá	57	30	95%
Casanare	54	29	97%
<b>Total</b>	<b>14.048</b>	<b>6.568</b>	<b>90%</b>

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



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

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

Con la dotación de 45 escuelas rurales y la implementación de las metodologías de post-primaria Escuela Nueva y Escuela y Café, se han beneficiado 3.047 estudiantes y 94 profesores.

Adicionalmente, 18.811 pequeños caficultores y 51 extensionistas se han favorecido con la dotación de infraestructura tecnológica y material educativo en 24 Centros Rurales de Entrenamiento y Gestión (CREG's). Igualmente, han recibido capacitación empresarial para la mejora de los procesos de toma de decisión, manejo financiero y aumento de productividad en las fincas.

20 mil  
personas 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

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

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

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

**Educación a distancia:** se continuó con las actividades del convenio suscrito por la FNC, el SENA y la Fundación para el desarrollo de cuatro programas de educación a distancia a través de los cuales se otorga a los caficultores certificación en auxiliares. Los programas desarrollados son: i) Seguridad alimentaria: volvamos a merchar en la finca; ii) La economía solidaria,

una alternativa para el desarrollo del campo colombiano; iii) Gestión integral hacia la calidad del café; iv) Gestión administrativa y financiera de la empresa agropecuaria.

Mientras en 2008 se capacitaron a distancia 6.505 caficultores en ocho departamentos, durante 2009, gracias a la ampliación de la cobertura a 15 departamentos, se capacitaron 22.955 caficultores.

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

Educación a distancia  
2009

Departamento	Participantes
Antioquia	6.330
Boyacá	750
Caldas	2.500
Cauca	721
Cesar – Guajira	150
Cundinamarca	2.850
Huila	1.230
Magdalena	100
Nariño	450
N. Santander	512
Quindío	782
Risaralda	1.820
Santander	1.800
Tolima	3.000
<b>Total</b>	<b>22.995</b>

**39.080** caficultores fueron  
capacitados por la Fundación  
Manuel Mejía durante 2009

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)



El proyecto “Mejoramiento de la Infraestructura y la Nutrición Infantil en la Institución Educativa Departamental La Esperanza” se viene desarrollando desde 2008, con fundamento en el convenio suscrito con Costa Foundation. Su objetivo es fortalecer la educación en términos de cobertura, calidad y eficiencia en la escuela La Esperanza, del municipio de Vergara (Cundinamarca).

Para ello, el proyecto contempla el mejoramiento de las instalaciones, al igual que la adquisición de un predio y su dotación para el montaje de proyectos pedagógicos productivos. Adicionalmente, tiene en cuenta el diseño e implementación de estrategias de sensibilización y capacitación dirigidas a la comunidad en general y al enriquecimiento personal de los productores de café.

El proyecto se llevó a cabo entre junio de 2008 y diciembre de 2009. Gracias a éste se beneficiaron 220 niños y niñas entre 12 y 17 años y 14 maestros de la institución educativa. El valor del convenio asciende a \$845 millones de los cuales Costa Foundation aporta 83%. Por su parte, la FNC, la gobernación de Cundinamarca y otras entidades municipales aportan el 17% restante.

220 niños  
obtuvieron  
mejores  
instalaciones  
para su  
educación

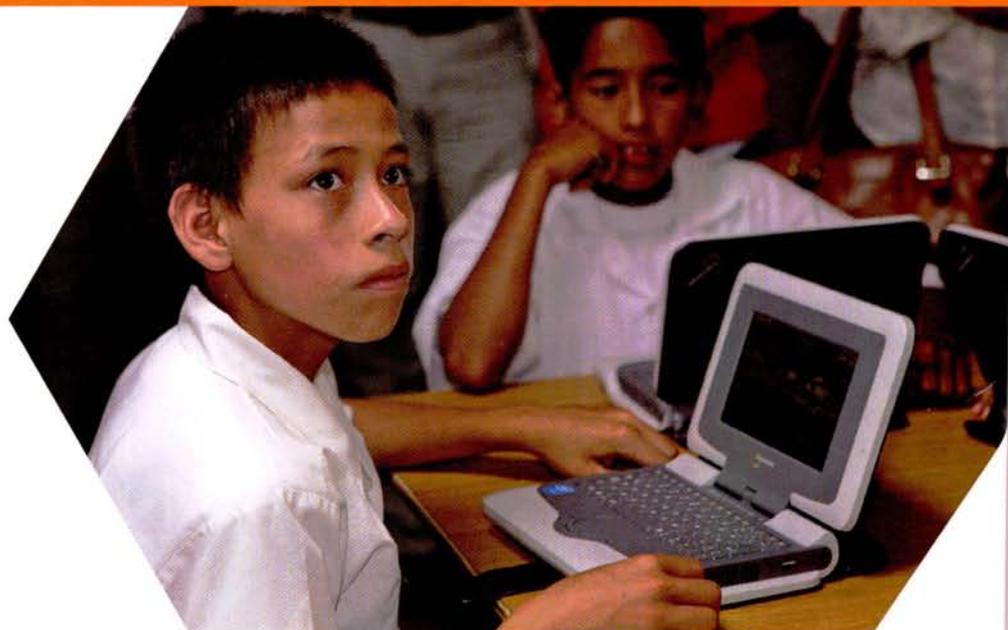
Contribuir  
a mejorar  
los procesos  
educativos en  
la comunidad  
cafetera

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Alianzas internacionales para la educación

**E**n la ejecución de proyectos educativos, el apoyo de diversas organizaciones internacionales es fundamental para la FNC.

Por este motivo, ha suscrito convenios de cooperación con organizaciones de siete países, a través de los cuales se trabaja para elevar la calidad de la educación y mejorar la infraestructura de las escuelas en la zona cafetera colombiana.



Proyectos educativos en zona cafetera  
2009

Proyecto	Financiador	País	Valor del convenio	Línea de Acción	Período de Ejecución	Beneficiarios
Mejoramiento educación básica Toledo (Norte de Santander) - HOGAR JUVENIL TOLEDITO	Community Coffee Company	USA	\$48 millones	Dotación escolar	Junio 2008 a marzo 2009	80 Niños
Mejoramiento educación para niños de familias pobres en áreas rurales colombianas-TAMBORES	Maestría Administración de Empresas Universidad de Róterdam RMS EMBA	Holanda	\$204 millones	Mejoramiento infraestructura escolar y educación	Abril 2007 a junio 2009	200 Niños
Mejoramiento condiciones para la educación den Quinchía (Risaralda) Escuela de la vereda San Juan	Tchibo /Eduscho	Austria	\$84 millones	Mejoramiento infraestructura escolar	Diciembre 2008 a abril 2010	70 Niños
Recreación y Deporte Escolar en el corregimiento de Encimadas-Municipio de Samaná- Caldas	Sawai Coffee	Japón	\$10 millones	Dotación escolar	Junio 2008 a agosto 2009	524 Niños
Dotación de tres centro de computo en la zona sur del departamento del Tolima	RGC Coffee Inc y Reunion Island Coffee	Canadá	\$45 millones	Dotación escolar	Noviembre 2009-2010	Municipios de Planadas y Chaparral (Tolima)

Entidades de  
**7 países** apoyan el desarrollo de  
programas educativos en zona cafetera

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

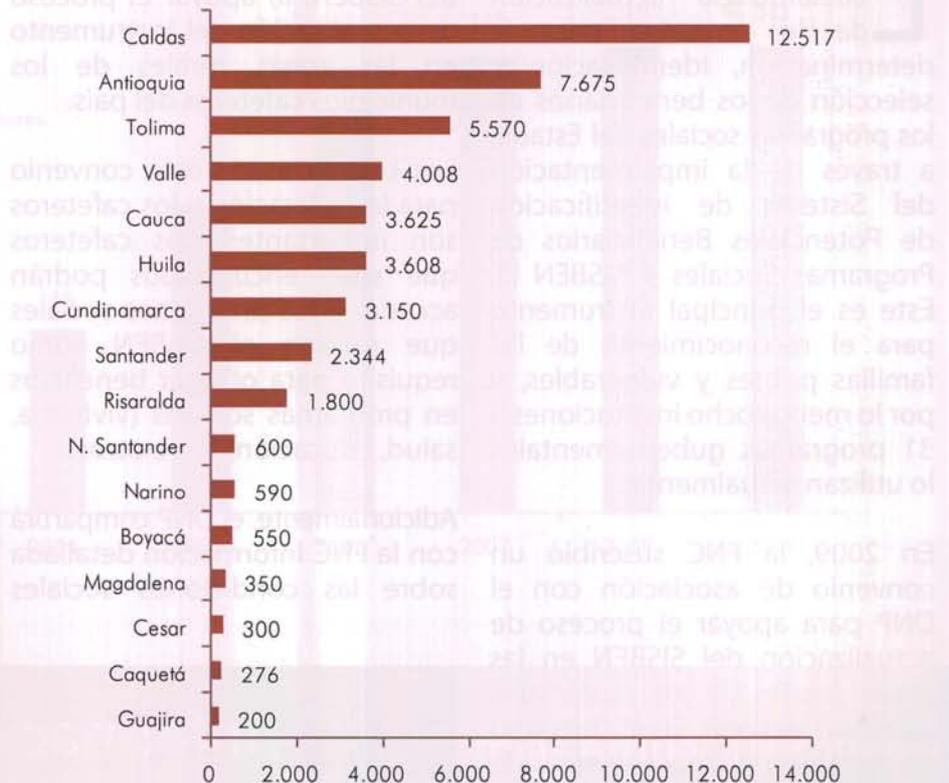
Desde 2004, gracias a este programa y a través de varios convenios suscritos con FOSYGA y entidades territoriales, se han logrado vincular de manera permanente 109.448 caficultores al régimen subsidiado de salud.

En 2009, se están beneficiando 47.163 caficultores con recursos por \$12.638 millones correspondientes al valor de su vinculación al régimen. De estos recursos, FOSYGA aporta 67,5%, la FNC 20% y las entidades territoriales 12,5%. Estos productores hacen parte de la ampliación de cobertura aprobada para el programa hasta 2011.

**109.448**  
caficultores  
vinculados  
al sistema  
subsidiado de  
salud



Personas vinculadas a la protección social en salud  
2009



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



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

En 2009, la FNC suscribió un convenio de asociación con el DNP para apoyar el proceso de actualización del SISBEN en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país. En el convenio se establecen mecanismos de cooperación y colaboración para: i) intercambiar la información que

permita depurar la base de datos del SISBEN; ii) apoyar el proceso de actualización del instrumento en las zonas rurales de los municipios cafeteros del país.

Los beneficios de este convenio para la Federación y los cafeteros son importantes. Los cafeteros que sean encuestados podrán acceder a los programas sociales que utilizan el SISBEN como requisito para otorgar beneficios en programas sociales (vivienda, salud, educación, entre otros).

Adicionalmente, el DNP compartirá con la FNC información detallada sobre las condiciones sociales

de los cafeteros, contenida en la encuesta SISBEN. Ésta a su vez alimentará la base de datos SICA para ser utilizada como herramienta de planeación de políticas y programas de la institucionalidad cafetera. Se espera que finalizado el primer semestre de 2010 el DNP entregue a la FNC la base de datos del SISBEN III.

Información 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

## Seguridad alimentaria

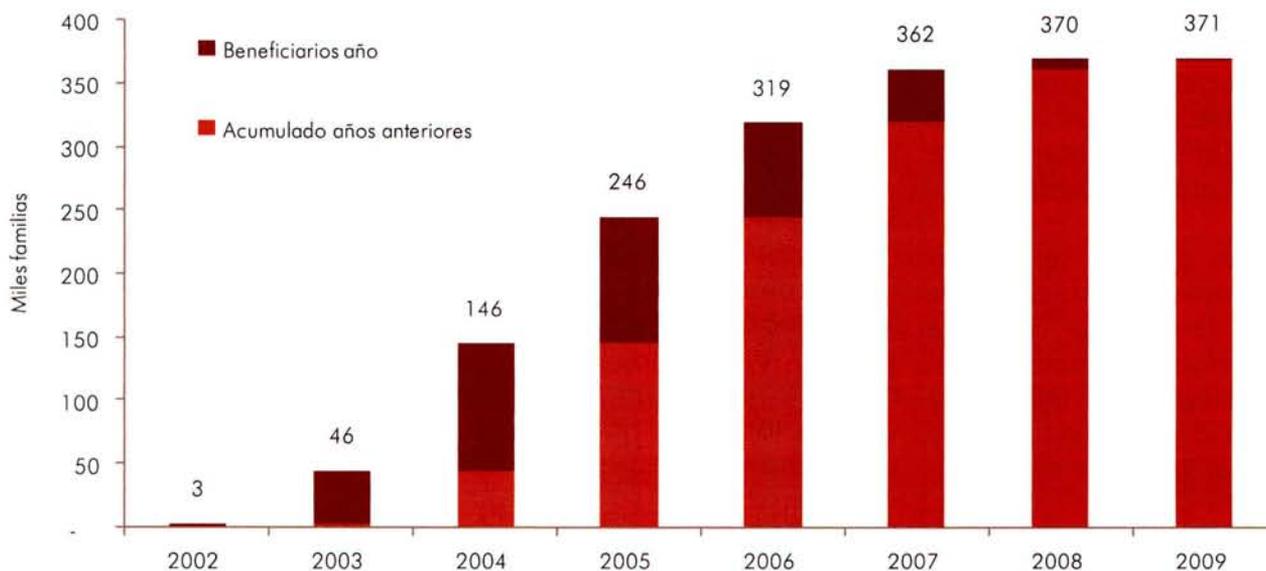
El apoyo por parte de la FNC a la seguridad alimentaria y nutricional en las familias de los caficultores ha sido constante y de gran impacto en el país. A través de programas concentrados en grupos de vecinos, y con metodologías sencillas y apropiadas, se ha demostrado que los productores y sus familias están en capacidad de suplir sus necesidades básicas y disfrutar de una alimentación sana con lo que producen en sus predios.

La cobertura del programa en el período 2002–2008 fue de 369.752 familias con una ejecución de recursos por más de \$114 mil millones. Esto fue posible gracias a los convenios firmados con Acción Social y a los aportes efectuados por las gobernaciones, alcaldías municipales, corporaciones regionales, ONG's y la comunidad cafetera.

En 2009, el Comité de Cafeteros de Cesar-Guajira ejecutó un proyecto por un valor de \$425 millones, con los cuales se atendieron 1.233 familias cafeteras de las etnias Arhuaca y Kankuama.

El proyecto permitió fortalecer las técnicas de producción de aquellos alimentos de consumo tradicional de estas etnias.

Familias beneficiarias – Seguridad alimentaria  
2002 – 2009

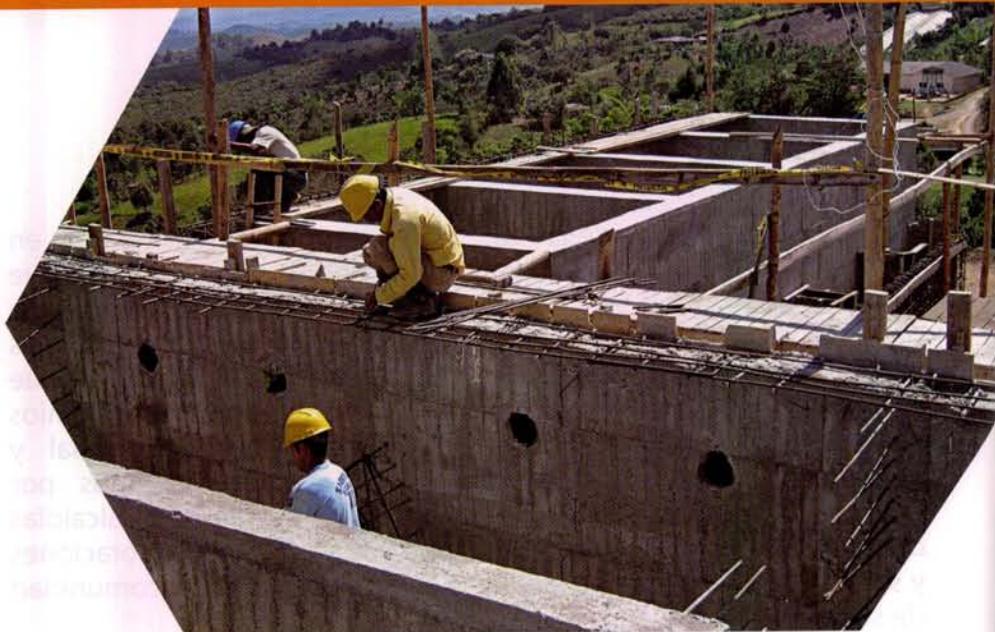


1.233 familias de las etnias Arhuaca y Kankuama vinculadas a programas de seguridad alimentaria en 2009

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejora en el acceso al agua potable



El proyecto “Mejorando el acceso de agua potable a viviendas de cuatro municipios del Departamento de Cauca 2008-2010” se lleva a cabo en Timbío, Santander de Quilichao, Caldono y Jambaló.

El convenio para la realización de este proyecto se suscribió en 2008, con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Fundación Humanismo y Democracia, para ser ejecutado

en tres años. Su presupuesto es de \$585 millones, de los cuales 69% es aportado por AECID. Asimismo, cuenta con aportes de las alcaldías municipales, la FNC y la comunidad.

Su objetivo es mejorar las condiciones de salud de las comunidades cafeteras incrementando el acceso a agua potable y la capacitación en temas de gestión, administración y operación de la infraestructura que se proyecta entregar.

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

a excedentes por tasa de cambio.

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

**62.230**  
personas más  
cuentan con  
acceso al agua  
potable

Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad

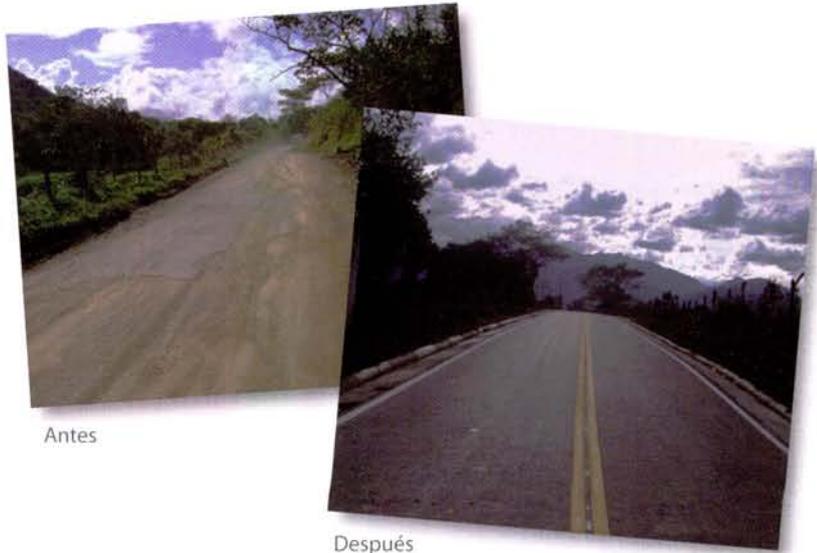
Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno

## Mejoramiento vial

**Vías Sur del Tolima:** en 2008, la FNC suscribió un convenio marco de cooperación con el DAPRE-Fondo de Programas Especiales para la Paz, la Oficina del Alto Comisionado para la Paz, Acción Social y la cooperación internacional, con el objeto de adelantar proyectos de desarrollo social para generar condiciones tendientes al logro y mantenimiento de la paz en comunidades vulnerables.

En desarrollo de este convenio se ejecutan obras viales en 52 km. en la vía Chaparral–Rioblanco y en 77 km. entre Ataco–Planadas, cuyo valor asciende a \$64.130 millones, de los cuales a diciembre de 2009, se ejecutaron \$63 mil millones. Gracias a las gestiones adelantadas, este convenio fue adicionado en diciembre de 2009 en \$24,7 mil millones.

**Otros programas de mejoramiento vial:** durante el presente año, los Comités Departamentales ejecutaron proyectos por \$144 mil millones, incluido el de Vías Sur del Tolima, para el mejoramiento de 9.814 kilómetros de vías. Dentro de los aportantes para la realización de estas obras se encuentran el FoNC, los gobiernos de carácter nacional y departamental, las alcaldías municipales, el PNUD y diversas entidades de cooperación internacional y nacional.



Antes

Después

Programas de mejoramiento vial ejecutados por los Comités Departamentales 2009

Departamento	Km. Mejorados	Recursos ejecutados (millones de \$)
Antioquia	811	4.584
Boyacá	78	43
Caldas	716	5.700
Cauca	80	667
Cesar-Guajira	397	711
Cundinamarca	126	4.969
Huila	624	8.110
Magdalena	491	3.079
Nariño	82	452
N. Santander	315	618
Quindío	247	3.451
Risaralda	220	606
Santander	1.250	658
Tolima	2.733	95.551
Valle	1.643	15.111
<b>Total</b>	<b>9.814</b>	<b>144.309</b>

**\$144 mil millones** en programas de mejoramiento vial en los departamentos cafeteros del país

## Mejoramiento de Centros Zonales y Judiciales del ICBF

En 2008 se inició la ejecución de este convenio suscrito con el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), cuyo objeto es intervenir y mejorar los Centros Zonales y Judiciales de los departamentos cafeteros del país, con miras a mejorar las condiciones laborales de los funcionarios del ICBF, permitiendo brindar un mejor servicio a las familias colombianas.

El aporte del ICBF asciende a \$17 mil millones, de los cuales durante 2009 se invirtieron \$6,7 mil millones. Dentro de las actividades ejecutadas se destaca la finalización de 90 obras, de las cuales 68 corresponden a Centros Zonales y 22 a Sistemas de Responsabilidad Penal para Adolescentes. Los trabajos consistieron en la elaboración de los diagnósticos, diseños y presupuestos para posteriormente ejecutar la obra civil y la dotación de mobiliario.

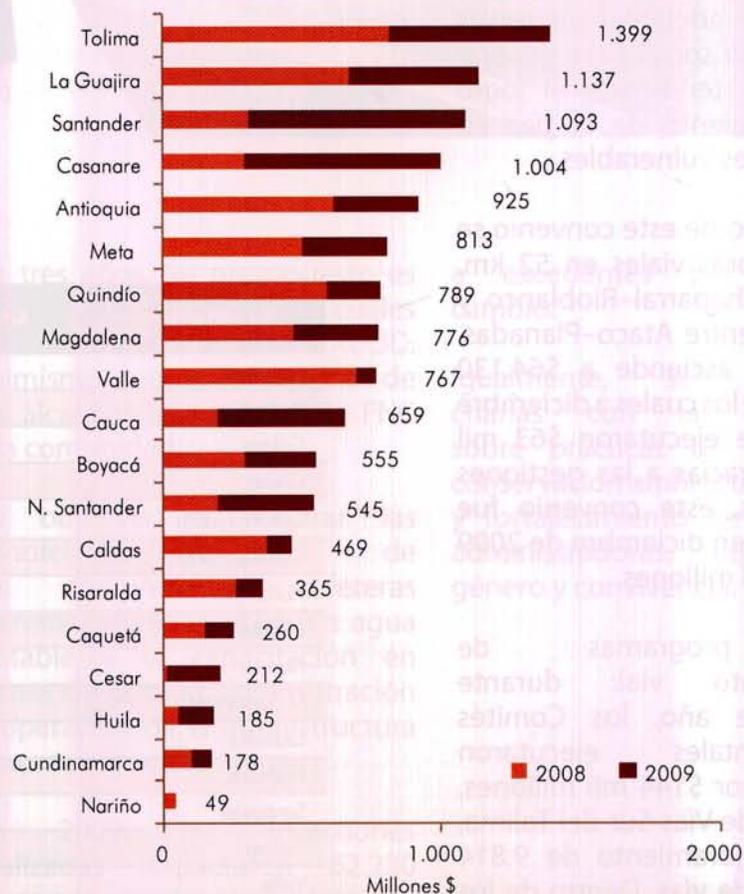
En Guajira, Casanare, Santander, Antioquia y Tolima se realizaron obras por valores superiores a \$900 millones en cada uno, monto que los convierte en los departamentos con las mayores inversiones dentro del convenio. El valor promedio invertido en cada Centro Zonal es \$140 millones.

Complementariamente, en Bogotá y Bolívar se adelantaron inversiones

por \$2,6 mil millones para la adecuación de la infraestructura de las oficinas centrales del ICBF y Centros Zonales, respectivamente.

Adicionalmente, en 2009 se firmaron dos convenios más con el ICBF por valor de \$46 mil millones para dar continuidad a las actividades.

Ejecuciones en departamentos cafeteros  
2008 - 2009



**\$17 mil millones** permitirán  
mejorar la atención en los Centros  
Zonales del ICBF

## Titulación de baldíos

La falsa tradición y la ausencia de títulos caracterizan la propiedad inmueble en las áreas rurales de Colombia. Por tal motivo, en 2008 la FNC suscribió un convenio con el INCODER con el objeto de aunar esfuerzos para adelantar el programa de titulación de baldíos en las zonas de influencia cafetera a favor de beneficiarios agrícolas cafeteros.

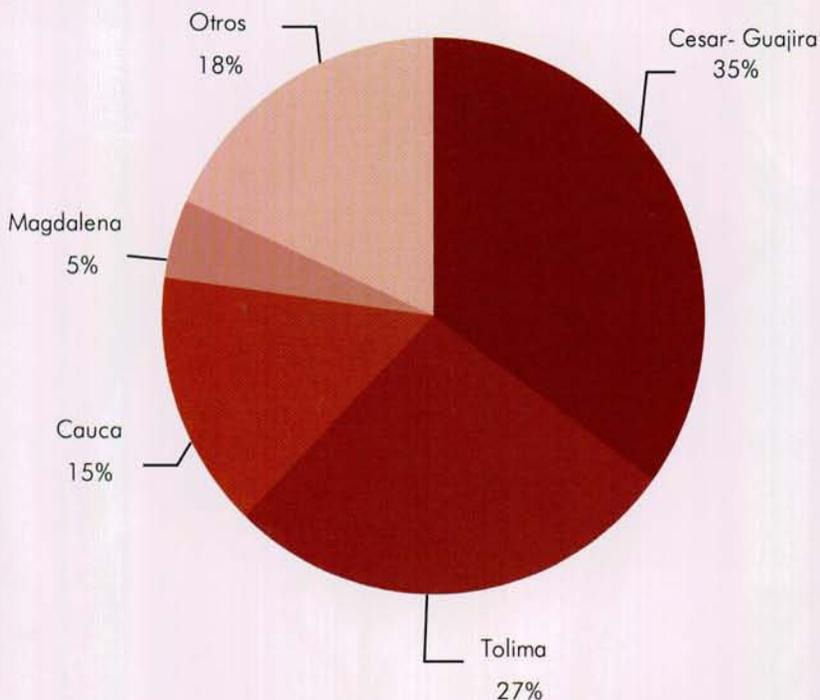
La FNC se encarga de identificar los predios en posesión de caficultores que no se encuentran titulados y los incentiva a inscribirse en el programa.

Adicionalmente, les ayuda en la elaboración de planos, para que el INCODER pueda efectuar la titulación de los baldíos a favor de los productores.

Desde enero de 2009, a través de los Comités Departamentales de Cafeteros se apoya la realización de este programa. Así, en 2009 se inscribieron 3.740 predios, de los cuales ya se ha logrado la titulación de 131.

Actualmente, 12 departamentos cafeteros han participado de manera activa en el programa. Dentro de ellos se destacan Cesar, Guajira y Tolima, que cuentan con el 62% de los predios inscritos.

Distribución de predios inscritos 2009



**3.740**  
caficultores  
podrán titular  
sus predios  
gracias a los  
esfuerzos del  
INCODER y FNC

# Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcarío

## Avances

a 2009

### Expo Shanghai 2010

la ventana al mundo para  
el café de Colombia

### EEUU

es el escenario de la nueva campaña  
publicitaria para el café 100% colombiano

### Los deportes

generadores de audiencia global  
para el café colombiano

### Juan Valdez

ícono publicitario de Iberoamérica

### Denominaciones de Origen

Regionales de Cauca y Nariño, la nueva  
estrategia de diferenciación del café

### Nuevas Páginas Internet

abiertas al público

[www.federaciondecafeteros.org](http://www.federaciondecafeteros.org)

[www.cafedecolombia.com](http://www.cafedecolombia.com)

[www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com)



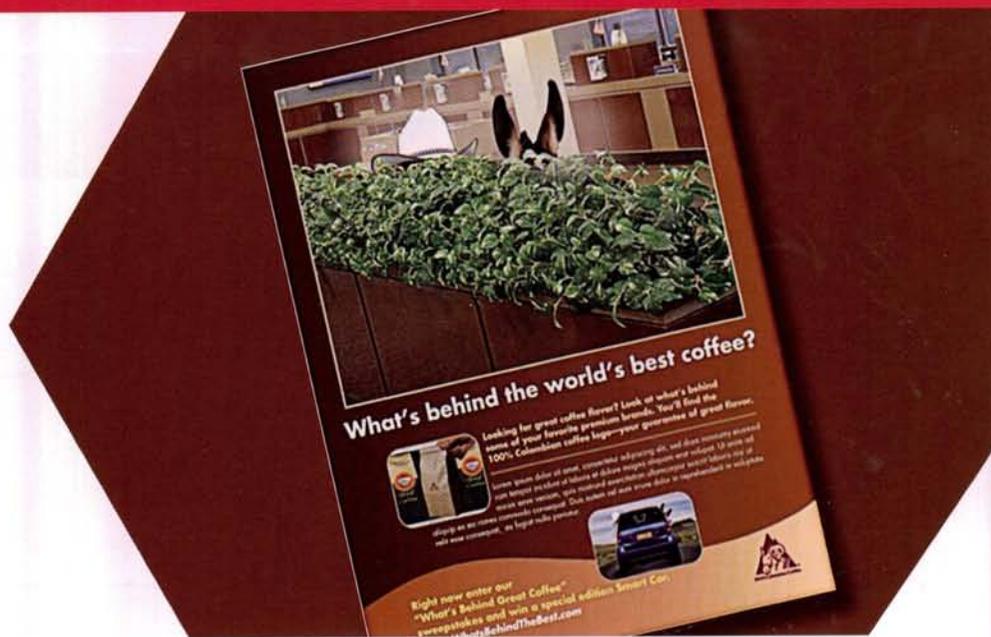
Fortalecer la lealtad del cliente con el Café de Colombia y sus marcas asociadas

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

# Campaña publicitaria 100% Café Colombiano en Estados Unidos

En el marco del apoyo a los tostadores miembros del Programa 100% Café Colombiano, los Comités Directivo y Nacional aprobaron el diseño y lanzamiento de una campaña dirigida a los consumidores norteamericanos de café de Colombia. La campaña, dirigida a consumidores de clase media de los Estados Unidos, está desarrollada en torno al concepto "See what's behind" (¿Qué hay detrás?) y se desarrollará entre 2009 y 2010 con los siguientes objetivos: i) Recordar a los tostadores acerca del valor y las razones por las cuales resulta importante participar en el programa 100% Café Colombiano, ii) Recalcar a los consumidores porque el café 100% colombiano es el mejor del mundo y las razones por las cuales pagan una prima por él.

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



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



FOR MUCH OF THIS COMMERCIAL, WE KEEP SEEING A SOMBRERO AND MULE EARS AS THEY MOVE QUICKLY, DODGING THEIR FANZ - A MOB OF MOMS - TRYING TO CATCH THEM AS IF THEY ARE THE BEATLES

MOM #1: Look! There they are! MOB OF MOMS RUNS TOWARD THEM SCREAMING, EXCITED. THE SOMBRERO AND MULE EARS TAKE OFF!

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

ANNCR: What's behind the world's most popular, very best coffee?

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

ANNCR: What's behind the world's most desirable Smart?

WE CATCH SIGHT OF THEM IN A WINDING STARWELL, AMONG ANOTHER ESCAPE.

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



FINALLY, WE SEE THE FACES OF OUR "STARS" - JUAN VALDEZANO AND CONCHITA. THEY'RE BEEN DISCOVERED.

ANNCR: It's 100% Colombian Coffee of course. Being discovered by a new generation of coffee drinkers...

SHIRT SHOT: A HAND TURNS A GENERIC CAN OF COFFEE TO REVEAL THE COLOMBIAN COFFEE LOGO ON THE BACK CLOSE-UP OF LOGO.

ANNCR: Fight now, coffee drinkers can win a SmartCar and other prizes.

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

ANNCR: Fight now, coffee drinkers can win a SmartCar and other prizes.

JUAN AND CONCHITA MAKE THEIR "DEBUT" IN A SMART CAR.

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

ANNCR: That our website. To see what's behind the world's best coffee.

SUPER WEBSITE OVER CAR! www.WhatBehindTheBest.com

La nueva campaña de publicidad busca fomentar entre la clase media de los EEUU el consumo del café 100% colombiano

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



**Deportes:** durante 2009, el café de Colombia mantuvo su estrategia de vincular su actividad promocional a deportistas colombianos de alto perfil. Así, se continuó con el apoyo al golfista Camilo Villegas y al automovilista Steven Goldstein.

Adicionalmente, Café de Colombia se vinculó nuevamente al ciclismo con el objeto de llegar a la audiencia de países claves como España, Francia, Alemania e Italia. De esta manera, se busca obtener exposición en medios de comunicación tradicionales y no tradicionales.

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

**Tour De l'Avenir:** durante el primer año de vinculación al Tour De l'Avenir se logró una exposición de la marca a más de 320 mil televidentes europeos. Además se generaron más de 500 notas de prensa y durante la carrera se convocó aproximadamente a 100 mil espectadores en las carreteras. Adicionalmente, Juan Valdez estuvo en el podio de las etapas finales del tour entregando los trofeos a los ganadores.

**Visitas periodistas internacionales:** otra de las formas de generar conocimiento en consumidores de todo el mundo sobre las bondades del café colombiano consiste en fomentar opiniones favorables sobre el café y sus instituciones. Por medio de una alianza con Colombia es Pasión se logró atraer a la zona cafetera colombiana a 38 periodistas

internacionales de 11 países, generando cubrimiento positivo en 41 medios de comunicación.

Con el patrocinio al Tour De l'Avenir se logró exponer la marca Café de Colombia a más de 320 mil televidentes en Europa

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



**E**vento Summer Streets en Nueva York: nuevamente este año, Café de Colombia participó en este multitudinario evento al que asisten, durante tres sábados en el mes de agosto, dos millones de personas cada día. Summer Streets que replica el

modelo de las ciclovías de Bogotá y París, contó con la asistencia de Juan Valdez.

El símbolo de los caficultores colombianos recibió una gran acogida, pues más de 2.000 personas se tomaron fotos con él y más de 6.000 consumidores degustaron el café que fue repartido en forma gratuita.

Los presentadores e invitados tomaran café 100% Colombiano durante todos los segmentos del programa, logrando así una gran exposición de la marca.



**The Balancing Act:** durante octubre y hasta marzo de 2010, se desarrollará una campaña televisiva a través de uno de los programas con mayor sintonía femenina en los Estados Unidos.

Se trata del programa "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.

2 millones de personas es la audiencia potencial para el Café de Colombia en el Summer Streets en Nueva York

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



**C**ampañas Publicitarias para Emerald Mountain: las campañas de promoción del café de Colombia en Japón enfocadas particularmente en el Emerald Mountain, continuaron realizándose en sus formatos tradicionales:

- A bordo de los aviones de SkyNet, la segunda aerolínea de Japón. Para ello, se inició a mediados de octubre y por dos meses, una nueva campaña que complementa la entrega de café a bordo, con elementos como los apoyacabezas de los asientos con el logo de Café de Colombia y Emerald Mountain.
- En las cafeterías de Sapporo Ueshima Coffee.

Adicionalmente, con el fin de incentivar el consumo de café de calidad en los restaurantes de Japón, se inició una campaña promocional

a través del Gourmet Navigator (Grunavi), compañía dedicada a la actualidad gastronómica en Japón y que cuenta con más de 70 mil restaurantes afiliados.

En esta campaña, cuya duración es un año hasta junio de 2010, Emerald Mountain es el protagonista 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 2009 se graduó una nueva promoción de japoneses en el curso de especialistas de café de Colombia. Con esta ya son cinco las promociones y más de 60 especialistas certificados. En el marco de la Feria de Cafés Especiales SCAJ se realizó un curso de renovación para 40 participantes a los que estaban por expirarles sus certificados.

**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

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

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

15 mil personas visitarán diariamente el Pabellón de Colombia en Expo Shangai 2010



**Expo Shangai 2010:** esta Feria Universal tendrá una duración de seis meses a partir de mayo de 2010. El tema central es "Better City, Better Life" (Mejor ciudad, mejor vida).

La Feria contará con la participación de 195 países y 50 organizaciones internacionales, lo que significa un récord con respecto a otras Ferias de la misma naturaleza (En Hannover 2000, estuvieron presentes 55 países y 17 organizaciones internacionales).

Se estima que 70 millones de personas visitarán la Feria. Dentro de los pabellones en los que se espera mayor afluencia de público se encuentran China y Estados Unidos. El pabellón de Colombia está ubicado estratégicamente en frente de este último pabellón.

El pabellón de Colombia se llamará "Follow your heart" (Sigue tu corazón) y a través de él se buscará promover al país como socio estratégico de negocios y destino turístico.

La participación de Café 100% Colombiano se centrará en torno a la contribución de la actividad cafetera al desarrollo social y económico del país, circunstancia que le ha valido ser reconocida como capital social estratégico.

Para ello, dentro del pabellón se pondrá en funcionamiento una tienda para la venta de café de Colombia y se realizarán eventos para la promoción del café y las actividades desarrolladas por la FNC en pro del mejoramiento de la calidad de vida de las familias caficultoras del país.

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

**F**eria de Cafés Especiales SCAA: del 17 al 19 de abril se llevó a cabo en Atlanta (Estados Unidos) la XXI Feria de Cafés Especiales de Norteamérica, evento organizado por la Asociación de Cafés Especiales de Norteamérica (SCAA).

Con un enfoque moderno y con el título de "Renovación", Colombia se presentó en esta feria con un stand que invitaba a los asistentes a disfrutar del Café de Colombia y en el cual se distribuyó información valiosa sobre los programas desarrollados por la institucionalidad cafetera en beneficio de los caficultores del país.

**I Festival de Gdynia:** en abril de 2009, con el apoyo de la Embajada de Colombia en Polonia, la Federación participó en esta feria. El café de Colombia fue insumo del campeonato de baristas llevado a cabo durante el festival, evento en el que se adelantaron contactos con importantes representantes de la industria tostadora como café Nostra, Kade y Woseba.

**FOODEX Japón 2009:** este evento especializado en el segmento de bebidas y alimentos, se realizó en Tokio durante el mes de marzo y representa una importante plataforma promocional para el para el café de Colombia.

Casi 24 mil visitantes disfrutaron durante cuatro días del sabor y aroma de los cafés especiales colombianos.

A través de esta participación se reforzó el concepto de sostenibilidad de la caficultura colombiana, la calidad de la bebida, la asistencia técnica y la responsabilidad social.

**SCAJ 2009:** nuevamente el café de Colombia fue un participante de primer orden en esta feria realizada en Tokio. Al igual que en las anteriores, gracias al patrocinio de la FNC, se permitió una importante exposición del logo de Café de Colombia.



Para la promoción del Café de Colombia, la FNC participó en ferias realizadas en Estados Unidos, Japón y Polonia

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



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

Asimismo, y como complemento a las actividades publicitarias y de promoción a los licenciarios de las marcas asociadas con el Café de Colombia, Juan Valdez también estuvo presente apoyando diversas iniciativas comerciales,

como es el caso de la convención de representantes de ventas de Coca-Cola "The International Foodservice Marketplace" en Chicago, que se celebró en mayo de 2009.

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





También, en 2009 el personaje Juan Valdez fue elegido dentro de los 40 más distinguidos iconos publicitarios que han dejado huella en Iberoamericana, y pasó a integrar el Salón de la Fama celebrado en el mes de mayo en Buenos Aires (Argentina).

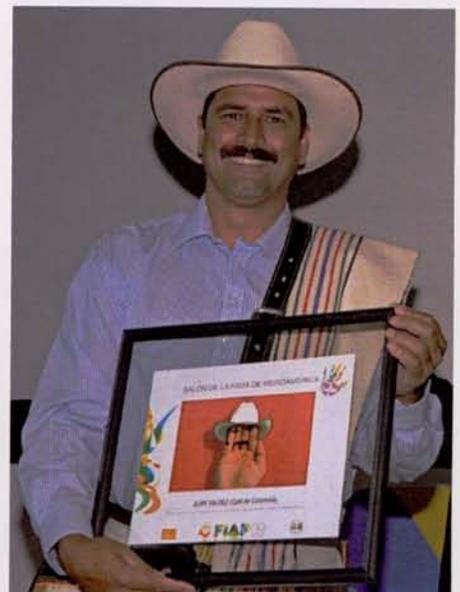
**Juan Valdez en la Internet:** Con el objetivo de fortalecer la imagen de Juan Valdez como símbolo de calidad y de los valores de los caficultores colombianos, se construyó la página oficial para el personaje Juan Valdez ([www.juanvaldez.com](http://www.juanvaldez.com)). En ella se incluyeron nuevos 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, se espera que los visitantes puedan conocer más sobre la historia del personaje y lo que hay detrás de él, más allá del ícono publicitario.

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

alrededor del Café de Colombia, de los valores de los caficultores y el concepto 100%: 100% calidad, 100% montañas de Colombia, 100% comprometidos con la sostenibilidad.



En 2009  
Juan Valdez fue reconocido como ícono  
publicitario en Iberoamérica

Aumentar la penetración global del Programa 100% Colombiano

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcarío

## Programa 100% Café Colombiano



Con el objetivo de impulsar el programa y mantener su relevancia entre los miembros del mismo, la FNC continuó desarrollando a través de diferentes medios, una

serie de iniciativas orientadas a maximizar la exposición del café de Colombia y a fortalecer su presencia en diversos mercados.

Durante 2009, conscientes del potencial del mercado chileno para el Programa 100% Café de Colombia, la FNC trabajó en el diseño de una estrategia de comunicación integral para fortalecer su posicionamiento en este mercado. Desde el 15 de octubre hasta el 6 de diciembre se implementó el plan de medios, posicionando el café colombiano como una alternativa relevante para el consumidor chileno.

Por otra parte, en Asia se continuó con una activa labor de seguimiento a los licenciatarios del Programa 100% Café Colombiano y se logró la firma de cinco nuevos contratos de licenciamiento: tres en Japón (Unicafé, Art Coffee y

Mitsumoto), uno en China (Beijing Horst Coffee) y uno en Corea (Korea Mculnty's).

Con la firma de estos nuevos contratos el número de licenciatarios en Asia asciende a 20.

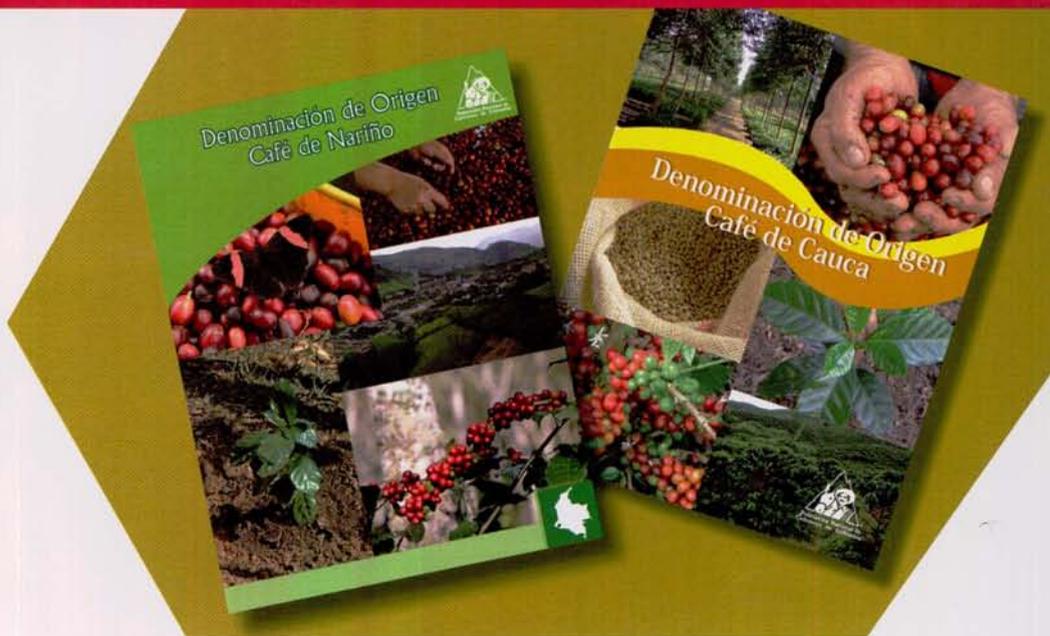


El programa 100% Café de Colombia continua su actividad en Asia con lanzamiento de productos en Japón, China y Corea

Avanzar en la  
diferenciación del Café  
de Colombia como  
origen de calidad  
superior

Posicionamiento del café de Colombia y su portafolio marcario

## Denominación de Origen Regional



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

Durante 2009, se consolidó la información necesaria de los estudios técnicos y legales para identificar y documentar las denominaciones regionales de

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

Gracias a lo anterior, en abril de 2009 se radicó en la Superintendencia de Industria y Comercio, el pliego de

peticiones para el reconocimiento de la Denominación de Origen Nariño. En octubre se radicó el documento correspondiente a la Denominación de Origen Cauca.

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

En abril de 2009, se radicó el pliego de solicitud de reconocimiento de la Denominación de Origen Café de Nariño y en octubre el pliego de Café de Cauca

# Agenda cafetera para el país y el mundo



## Avances

a 2009

**USD1 millón**

diario invierte la FNC en beneficio de las familias caficultoras

**\$250 mil**

millones garantizados para la ejecución del Acuerdo de Política Cafetera en 2010

**8**

es el nivel de apalancamiento del FoNC

**13.445**

pequeños caficultores verán saneadas sus deudas con el sector financiero

**25 mil**

nuevos caficultores producen su café bajo los criterios del código 4C

**\$103 mil**

millones ejecutados en favor de poblaciones vulnerables

**27 de junio**

es proclamado como el "Día Nacional del Café"

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011

**E**l Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011 es el segundo instrumento de política de este tipo suscrito entre el Gobierno Nacional y el gremio caficultor.

El Acuerdo enfatiza en la importancia de la caficultura como capital estratégico para el país y la necesidad de convertir la actividad cafetera en eje prioritario de la política agropecuaria, la seguridad democrática y la búsqueda de la equidad. Asimismo, recalca que el Comité Nacional continuará siendo el escenario para la concertación de la política cafetera nacional y hace hincapié en la necesidad de establecer mecanismos de fomento al sector caficultor adaptados a sus particularidades y enmarcados en el Plan Estratégico 2008-2012 definido por el Congreso Cafetero y el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010.

El año 2009 fue especialmente prolífico para la ejecución del Acuerdo 2008-2011. Los principales resultados alcanzados son los siguientes:

### Sostenibilidad del ingreso del caficultor

- **Contrato de Protección de Precio:** reconociendo que el comportamiento de los diferenciales del café de comienzos del 2009 obedeció a un fenómeno coyuntural producido por la menor producción de grano y que



los costos de la caficultura se han incrementado, el precio sostenibilidad del CPP se modificó de \$600 mil/carga a \$650 mil/carga.

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

- **Programas de renovación de cafetales:** durante 2009, a través de los programas de Competitividad y Permanencia, Sostenibilidad y Futuro se se entregaron incentivos a 36.074 hectáreas de cafetales tecnificados y se efectuaron trámites para la renovación de 20.923 hectáreas de cafetales envejecidos.

- **Programas para la complementación del ingreso caficultor:** las siembras intercaladas de maíz y frijol representan una opción importante para la generación de ingresos complementarios al café. Durante 2009, se sembraron en zona cafetera un total de 125 mil hectáreas en maíz y frijol.

**\$250 mil millones garantizados para la ejecución del Acuerdo de Política Cafetera en 2010**

- **Defensa de la garantía de compra:** durante el cuarto trimestre de 2009, a través de las Cooperativas se comercializó el 46% de la cosecha cafetera. De esta porción, el 65% fue adquirido por el FoNC.

- **Mecanismos alternativos de compra y fijación de precios:** el 2009 marcó la consolidación de los contratos de compra con entrega futura de café como instrumento financiero para la fijación de precios. Durante el año pasado, 47,5 millones de kg. fueron adquiridos a través de este mecanismo, más del doble del volumen transado en la vigencia anterior.



ocupar un lugar sobresaliente en espacios de intercambio científico internacional como la Red Internacional del Genoma.

#### Valor agregado y cafés especiales

Como parte de las metas planteadas por el Acuerdo se definió que antes de finalizar su vigencia, el 40% del total de las exportaciones del país se

llevaría a cabo con algún grado de valor agregado y para ello se involucrarían 10 mil nuevos caficultores a los programas de cafés especiales de la FNC. En la actualidad, aproximadamente el 35% del café se exporta con valor agregado y 50 mil nuevos caficultores participan en programas de cafés especiales.

#### Asistencia técnica

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

#### Bienes públicos

Con el apoyo del Ministerio de agricultura, Cenicafé adelanta desde 2002 la investigación del genoma del café y la broca. Resultados importantes alcanzados por estas investigaciones ubican a Cenicafé a la vanguardia de esta temática y le han permitido

**Gracias al Acuerdo, 333 nuevos extensionistas prestan asistencia técnica a los beneficiarios del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro**

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## 50ª Asamblea del BID

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

En efecto, la tienda Café de Colombia instalada en Plaza Mayor, epicentro de la Asamblea, fue el centro de atracción y el principal lugar de encuentro de las más de 3 mil personas que asistieron al evento.

Juan Valdez también se hizo presente en la Asamblea y estuvo disponible para que las autoridades económicas de todo el mundo se tomarán una foto con el representante de las 527 mil familias cafeteras de Colombia.

**Modelos Innovadores-Jóvenes Caficultores:** previo al inicio formal de las sesiones de la Asamblea, el Presidente del BID, Luis Alberto Moreno, junto con el gerente de la FNC y el Ministro de Hacienda, visitaron la Finca El Silencio en Salgar (Antioquia), la cual hace parte de este programa. En esta finca que se entregó en 2007 a 42 jóvenes cafeteros, el Presidente del BID destacó las bondades de Modelos Innovadores-Jóvenes Caficultores y se comprometió a entregar USD10 millones adicionales para apoyar el modelo que hoy beneficia a 256 familias de jóvenes campesinos. Con esta suma la FNC podrá



apalancar los recursos necesarios para que cafeteros mayores y familias de jóvenes caficultores puedan asegurar un ingreso para sí mismos y sus familias.

**Café Rosabaya:** también en el marco de este evento, Nespresso y la FNC lanzaron al mercado este café especial producido por más de 20 mil pequeños caficultores de Cauca y Nariño.

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

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

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Relaciones con el Congreso de la República



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

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

- La declaración del 27 de junio de cada año, día de la creación de la Federación, como "Día Nacional del Café".
- La autorización al Gobierno Nacional para apropiarse recursos destinados a la investigación y promoción de nuevas tecnologías que incentiven la producción, exportación y consumo nacional del café colombiano de alta calidad, la creación de una biblioteca del café, la ejecución de proyectos para el desarrollo socioeconómico de las regiones cafeteras y la sostenibilidad del ingreso caficultor.
- La permanencia de la contribución cafetera, en los

términos definidos por la Ley 1551 de 2007.

- La elaboración por parte de RTVC de un documental sobre la tradición caficultora en el país.

La sanción de la Ley se produjo en un acto especial realizado en Casa de Nariño que contó con la presencia del Presidente Álvaro Uribe, el Gerente General,

funcionarios del nivel directivo de la Federación y los miembros del Comité Directivo, entre otros.

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

La Ley de Honores de la caficultura declara el 27 de junio como el "Día Nacional del Café" y hace permanente la contribución cafetera

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Relaciones con el Congreso de la República

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

- La posibilidad de cancelar sus obligaciones dentro del año siguiente a la expedición de la Ley. Para ello, se estableció que los caficultores deberán cancelar el mayor valor entre el 30% del saldo inicial de la deuda y el valor que FINAGRO pagó para adquirir el respectivo pagaré.
- La exigencia a FINAGRO de abstenerse de efectuar el cobro jurídico de aquellas obligaciones cuyo valor es menor a \$3,5 millones.

Para el saneamiento de las deudas cuyo saldo es menor a \$3,5 millones, la FNC realizará las siguientes acciones:

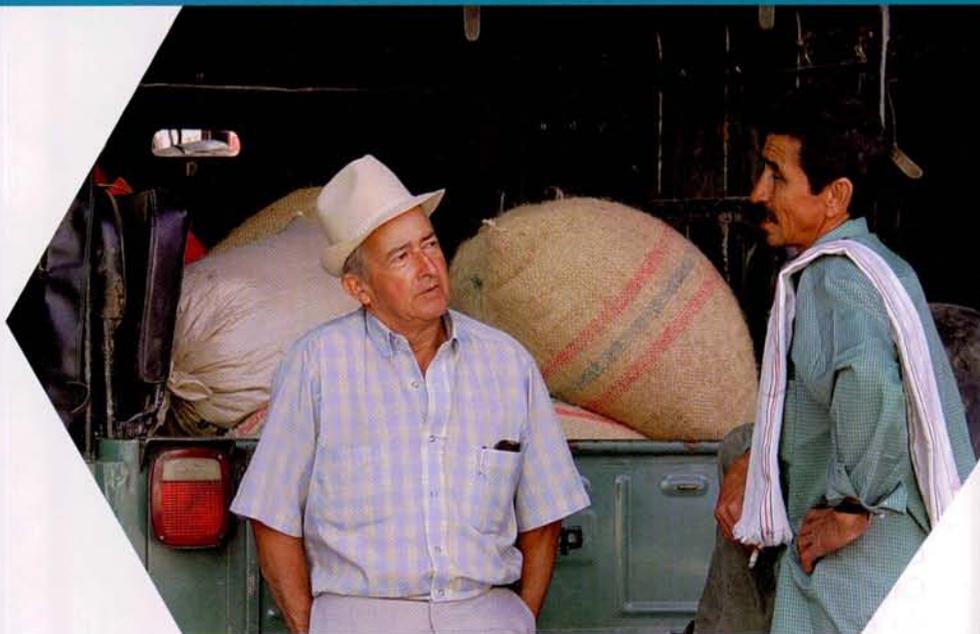
- Adquirir a FINAGRO los pagarés de las deudas de 13.445 caficultores que no requieren pago de capital. Para ello, se destinaron \$39 millones equivalentes al monto adeudado por concepto de

seguros de vida.

- Adquirir a FINAGRO los pagarés de las de las deudas que al vencimiento del plazo estipulado por la ley 1328 de 2009 se encuentren vigentes y cuyo valor individual sea hasta \$3,5 millones.

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

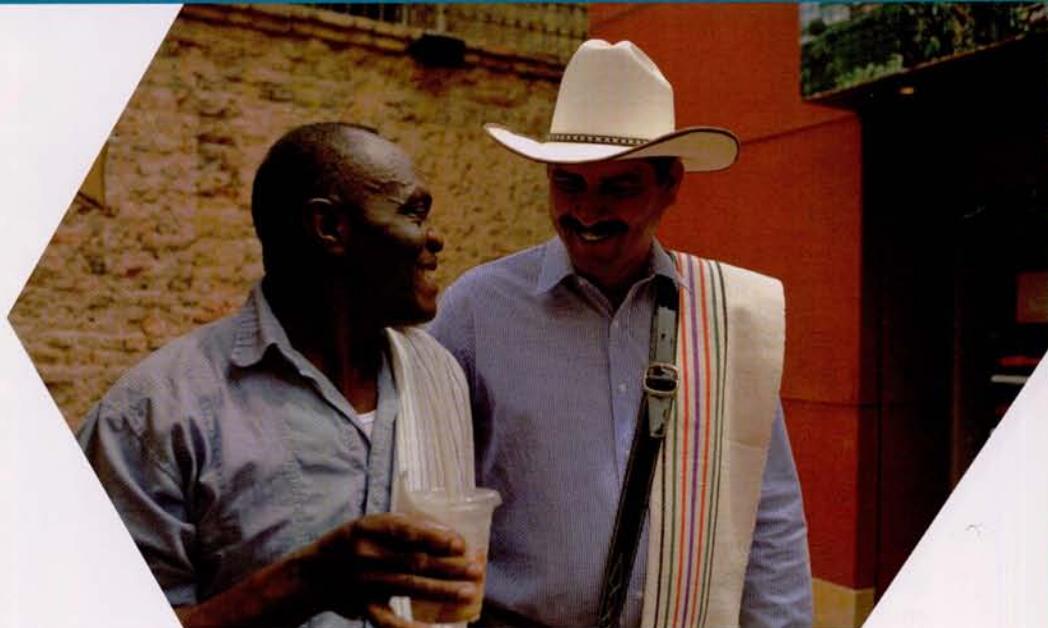
Con la adquisición de **13.445** pagarés, los caficultores podrán sanear su situación financiera y convertirse en beneficiarios del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro



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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Cátedra Jurídica Juan Valdez



En desarrollo del convenio celebrado con la Universidad Javeriana, han tenido lugar varias iniciativas dentro de las cuales se encuentra la Cátedra Jurídica Juan Valdez, concebida conjuntamente con la Facultad de Derecho y el Programa de Doctorado en Derecho de la misma institución educativa.

La cátedra tiene por objeto contribuir a la reflexión permanente en torno a las instituciones basales del Estado colombiano, gracias a las cuales se concibió y desarrolló, y por sobretodo, pretende continuar existiendo la institucionalidad cafetera.

En efecto, la separación de poderes, el principio democrático, la reserva a las normas con fuerza de ley de la potestad creadora de impuestos, tasas

y contribuciones, así como la vigencia efectiva de las libertades públicas y la garantía real de los derechos fundamentales, dentro del marco del estado social de derecho, fundado en la autonomía privada, constituyen el marco jurídico constitucional que ha posibilitado la existencia de la institucionalidad cafetera, la libertad de asociación, la organización democrática y representativa, y la parafiscalidad cafetera.

Todos estos aspectos son tratados dentro del más estricto rigor académico por importantes personalidades del mundo jurídico y se espera que todas las ponencias dictadas en desarrollo de la cátedra sean publicadas.

Así, sobre el principio de separación de poderes disertó el filósofo Juan Antonio García

Amado, cuya ponencia tendrá amplia difusión nacional. El segundo evento consistió en la disertación sobre la seguridad jurídica. Este fue realizado por el reconocido abogado uruguayo, Martín Riso y el magistrado de la Corte Cosntitucional , Nilsón Pinilla.

Igualmente, a través de la cátedra se busca incentivar a los doctorandos para que dentro de sus preferencias de estudio contemplen los temas concernientes a la institucionalidad cafetera. Esto en aras de preservar su vigencia como objeto de estudio y su especificidad respecto a otros regímenes generalizantes que responden a otras realidades y necesidades y que mal podrían absorber o derogar la normatividad cafetera que impone, para su adecuada comprensión, el conocer y entender su origen y teleología.

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Organización Internacional del Café

En este campo la FNC continúa ejerciendo liderazgo y protagonismo en las deliberaciones que se producen en el seno de este organismo multilateral, razón por la cual ha sido defensora de los Acuerdos Internacionales del Café (AIC).

El más reciente de estos Acuerdos fue convenido por los países miembros de la OIC en septiembre de 2007, y en la actualidad se encuentra en etapa de firma y ratificación. Dentro de las acciones adelantadas por la FNC para la entrada en vigor del AIC 2007 se destacan las siguientes:

- El trámite, conjuntamente con los Ministerios de Relaciones Exteriores y Agricultura de una Ley ante el Congreso para la aprobación del AIC 2007. En la actualidad, gracias a la



expedición del Decreto 4298 de 2008, Colombia aplica provisionalmente el Acuerdo.

- La participación activa en el análisis, discusión y aprobación de los reglamentos de la OIC y los órganos asesores y subsidiarios del Consejo Internacional del Café.
- La intervención en el Grupo de Trabajo para Documentos Estratégicos establecido para el análisis de la "Estrategia de Desarrollo del Café", mediante la cual se plantean las prioridades en cuanto a la financiación de proyectos a través del Fondo Común de Productos Básicos, y el "Plan de Acción Estratégico 2009-2014" de la OIC.

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

**Políticas Nacionales del Café:** la Federación presentó al Consejo Internacional del Café las estrategias y programas que hacen parte del Acuerdo de Política Cafetera 2008-2011 y planteó cómo gracias a los programas de Competitividad y Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, Colombia estará en la capacidad de aumentar su producción significativamente.

Complementariamente, la FNC participó en las siguientes actividades:

**El AIC 2007 reconoce que la sostenibilidad de la caficultura es fundamental para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio**



III conferencia Mundial del Café: este evento se llevará a cabo en Guatemala en febrero de 2010. Debido al énfasis otorgado por el AIC 2007 a la sostenibilidad multidimensional de la caficultura, la Conferencia ha sido titulada "Café para el futuro: Hacia un sector cafetero sostenible" y en ella se abordarán a través de la participación de reconocidos conferencistas internacionales, las principales cuestiones relacionadas con los nuevos retos y prospectiva de la actividad cafetera, así como el impacto de la crisis económica internacional y la sostenibilidad ambiental y social del sector.

Por su parte, la Federación como miembro del Grupo de Trabajo para la Organización de la Conferencia, concretó la participación de Colombia en las sesiones de sostenibilidad económica, cambio climático

y desarrollo del mercado y promoción del consumo de café.

Taller de trabajo para el Foro Consultivo de Financiación del Sector Cafetero: la creación de este espacio de discusión, es quizá una de las principales innovaciones del AIC 2007.

Concedores de los riesgos inherentes al mercado del café los cuales afectan en mayor proporción a pequeños y medianos productores, los países miembros de la OIC concibieron este Foro para la búsqueda de soluciones encaminadas a minimizar los impactos de la volatilidad de los precios y la disminución de los términos de intercambio. A través de una cumbre anual o bianual, se convocarán los actores relevantes en el tema financiero, de seguros e instrumentos de manejo del riesgo, así como los organismos

multilaterales de crédito y bancos comerciales privados. También se convocarán fundaciones y entidades interesadas en financiar proyectos para la sostenibilidad de los pequeños productores.

En septiembre de 2009, la OIC realizó un taller de trabajo para avanzar en las preparaciones de la primera reunión del foro a través de la discusión de las temáticas a considerar, los arreglos necesarios para su implementación y las alternativas existentes para la financiación de proyectos.

Debido a los resultados alcanzados en el diseño de instrumentos para la administración del riesgo, tales como el CPP y los contratos de venta a futuro de café, la FNC buscará liderar este espacio de discusión.

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”

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

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

Durante la reunión de la Asamblea General de la Asociación realizada en mayo de 2009, se eligió el Consejo y la Junta Ejecutiva de la Asociación, escogiéndose como Presidente de



la entidad y de su Junta Ejecutiva al Dr. Diego Pizano Salazar, quien ha representado a la FNC desde el inicio de la iniciativa.

En su reunión de diciembre, el Consejo de la Asociación aprobó el Plan Estratégico 2015, así como el Plan de Operaciones y el Presupuesto para 2010. Como conclusión principal de la reunión se enfatizó en la necesidad de estimular la demanda por café 4C, puesto que la oferta está creciendo a un ritmo importante y miles de productores en numerosos países están haciendo esfuerzos e inversiones para ajustarse a los requerimientos del código.

Se calcula que la oferta potencial de café 4C asciende a 10,2 millones de sacos provenientes de 20 países miembros. En Colombia, gracias al apoyo de la FNC, 36 mil productores operan

con este sistema de los cuales 25 mil obtuvieron sus licencias a finales de 2008. Igualmente, 23 cooperativas, 134 trilladoras y 10 bodegas operan bajo 4C.

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

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Asociación del café sostenible – Sustainable Coffee Partnership



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

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

En Colombia, gracias al apoyo decidido de la FNC, en la actualidad se trabaja en la implementación de un proyecto bajo la metodología COSA con el apoyo técnico e investigativo del CRECE.

El proyecto cuenta con el apoyo de los Comités de Caldas, Nariño, Santander y Huila y la cooperación de ACDI-VOCA y ADAM, y está orientado a medir bajo la metodología COSA, la sostenibilidad económica, social y ambiental de seis modalidades

de sellos y códigos de conducta para la producción de cafés especiales.

En particular, durante 2009 se aplicó la encuesta a cerca de 2.000 fincas certificadas y de control, en los cuatro departamentos y se procesó la información para construir los primeros indicadores y efectuar los análisis comparativos entre las fincas que producen algún tipo de café especial y las fincas de control que producen café corriente.

Con la aplicación de la metodología COSA se determinará el beneficio-costo asociado a las certificaciones de café en Colombia

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

Agenda cafetera para el país y el mundo

## Negociaciones comerciales

La Federación ha representado los intereses de los caficultores en las negociaciones comerciales, enfatizando en cuatro aspectos principalmente:

- **Acceso a Mercados:** como parte del tratamiento arancelario para el café y los productos del café, la FNC solicita la no exclusión del grano colombiano del proceso de desgravación. En aquellos países con desgravación de largo plazo, se negocia el traslado del café a la canasta de desgravación inmediata. Para defender el mercado interno y promover el consumo doméstico de café, se negocia que la desgravación del grano de otros orígenes se produzca en el largo plazo.



- **Normas de Origen:** el establecimiento de ellas resulta importante para permitir el acceso preferencial del grano colombiano y defender la calidad y reputación del café de Colombia en los mercados internacionales. Por tanto, la FNC defiende que el café debe ser totalmente obtenido, lo cual implica que el grano y cualquiera de sus subproductos son originarios del país donde creció y se cultivó el grano.

- **Propiedad Intelectual:** la institucionalidad cafetera ha trabajado incansablemente en la promoción y protección del origen "Colombia" para café como fundamento para proteger el posicionamiento del café de Colombia en el exterior y defender el ingreso de los caficultores.

- **Reservas:** en lo referente a las restricciones a la exportación, la

FNC solicita el establecimiento de una reserva para la aplicación de los controles de calidad al café para exportación, sustento de las primas pagadas por mercado internacional. Para la aplicación de la contribución cafetera, principal fuente de ingreso del FoNC, la FNC negocia una cláusula que faculte su cobro.

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

En la actualidad, la Federación representa los intereses de los caficultores en las negociaciones con la Unión Europea, México y República Dominicana

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

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

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

En cuanto a los registros marcarios, se presentaron más de 20 oposiciones a registros efectuados por terceros en Colombia y en el exterior, con resultados satisfactorios. Así, en España se negó el registro de dos marcas con fundamento en la normativa correspondiente y la Indicación Geográfica Protegida "Café de Colombia". En Estados Unidos se obtuvo el retiro de la solicitud de registro de una marca que utilizaba la expresión Colombian. Y en Colombia, se obtuvieron negaciones de registro a una marca por hacer alusión a Juan Valdez y el desistimiento de registro de dos marcas con la expresión colombiano.

Asimismo, a principio del año se logró un acuerdo con el caricaturista norteamericano que utilizó la imagen de Juan Valdez afectando su imagen y reputación.

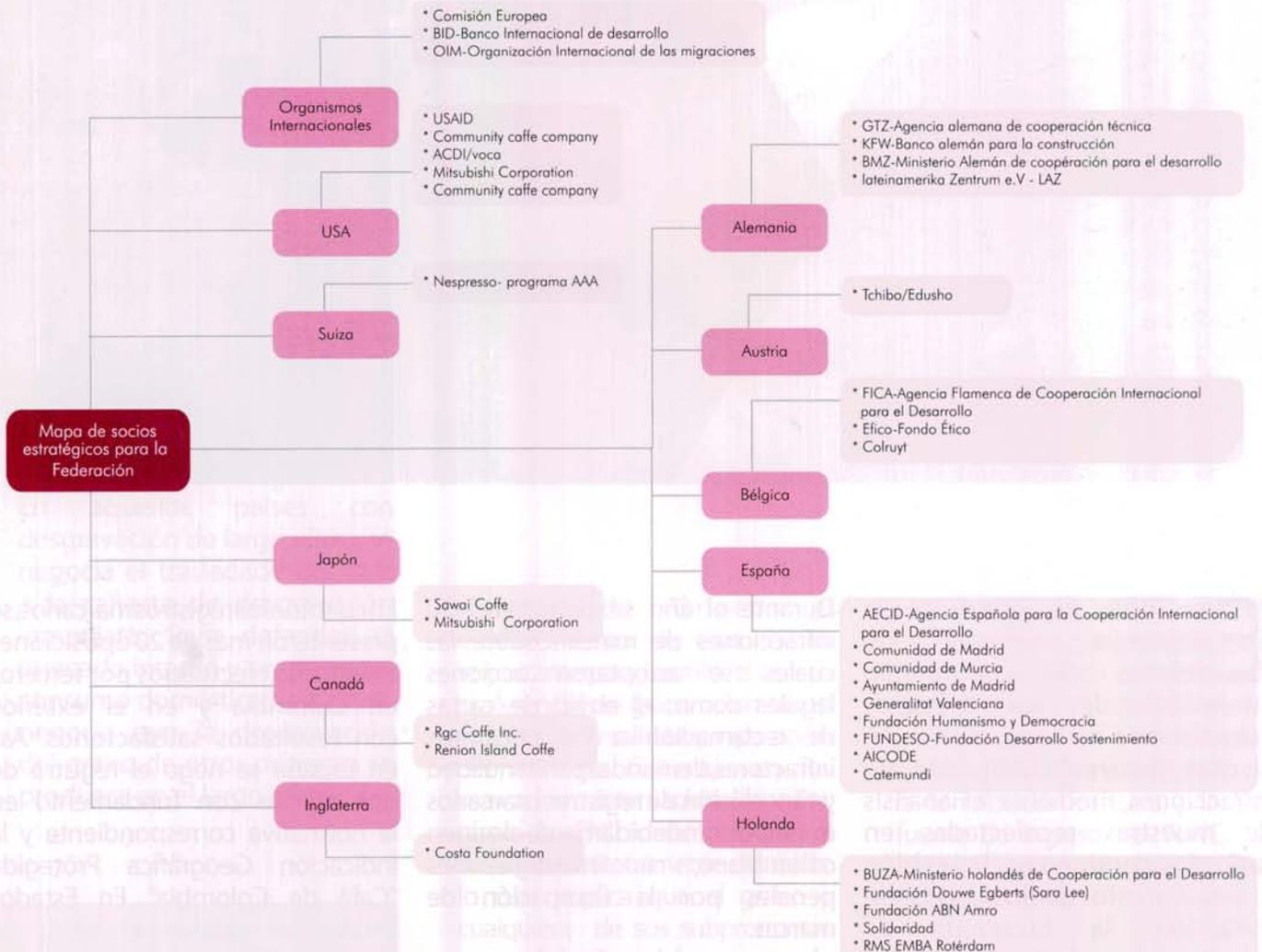
En 2009, se adoptaron acciones legales frente a 20 infracciones de marca

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

Mapa de socios estratégicos de la FNC



Para la gestión de recursos externos se continuó trabajando en la fidelización de los socios actuales, la búsqueda de nuevos financiadores y la creación de opciones para la ejecución de políticas de Responsabilidad Social Corporativa, para clientes y socios privados.

A pesar que la crisis financiera ha afectado los presupuestos disponibles para ejecutar

programas de cooperación en países en vía de desarrollo, la FNC ha logrado consolidarse como ejecutor de programas, circunstancia que le ha permitido ser competitiva con sus propuestas.

Gracias a ello, durante 2009 se gestionaron tres nuevos proyectos por €3 millones de euros y se adelantan gestiones para 22 proyectos adicionales.

Los proyectos aprobados llevan a cabo acciones para el fortalecimiento de las capacidades locales, la organización comunitaria, la capacitación del Servicio de Extensión, los caficultores y sus familias, la adopción y uso de tecnologías de la información, la implementación de BPA's, el acceso a las certificaciones, el fomento al relevo generacional y la mujer cafetera.

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

## La estrategia de Responsabilidad Social

Con el ánimo de dar a conocer de manera extensiva la labor desempeñada en los ámbitos de la sostenibilidad social y ambiental, así como su capacidad para gestionar alianzas con las diferentes instancias del Gobierno Nacional, los donantes y las entidades de cooperación internacional, la Federación puso en funcionamiento el portal [www.SostenibilidadEnAccion.org](http://www.SostenibilidadEnAccion.org).

A través de este espacio, aquellos actores interesados pueden conocer la gestión adelantada por la FNC en cuatro ejes de acción como son: la finca cafetera, las comunidades rurales, el medio ambiente y la conectividad de las zonas cafeteras. De esta manera, se ilustra a la audiencia nacional e internacional acerca de los diversos programas y proyectos y en

la reputación alcanzada por la FNC como una de las mayores ONG's en el mundo. En efecto al comparar el monto de los recursos canalizados por la FNC a las zonas cafeteras con el de otras fundaciones, se observa que el gremio cafetero es la sexta ONG más grandes a escala internacional, gracias a que invierte diariamente en pro del bienestar y la calidad de vida de los caficultores colombianos un millón de dólares.

De igual manera, se dan a conocer los resultados obtenidos en creación de valor agregado a través del manejo de la única marca de café concebida y creada por los mismos productores para su propio beneficio y se resalta a Juan Valdez como el ejemplo más importante de acción colectiva en el mundo del mercadeo.

Adicionalmente, se presentan los beneficios obtenidos por los caficultores a través de la garantía de compra y su impacto directo en un mayor porcentaje de transferencia del precio internacional, así como en el desarrollo de su actividad económica en un entorno caracterizado por el comercio justo.

**USD 1 millón  
diario invierte  
la FNC para el  
bienestar de los  
caficultores y sus  
familias**

Contribuciones de las principales Fundaciones (Millones USD) 2009

	Nombre	Valor	Programas
1.	Fundación Bill y Melinda Gates	\$ 2.012	Desarrollo global, salud, programa de los Estados Unidos
2.	Fundación AstraZeneca	\$ 612	Programas de asistencia a pacientes
3.	Fundación Ford	\$ 529	Construcción de activos para el desarrollo comunitario, paz y justicia social, conocimiento, creatividad y libertad
4.	Fundación GlaxoSmithKline	\$ 438	Mejora la calidad de vida de las personas - Programas de asistencia para la prescripción
5.	Fundación William and Flora Hewlett	\$ 379	Ayuda a reducir la pobreza a través de la limitación del riesgo del cambio climático, la mejora de la educación, la salud reproductiva y los derechos, a escala global
	<b>Federación Nacional de Cafeteros de Colombia</b>	<b>\$ 366</b>	<b>Programas para el apoyo de caficultores, educación, infraestructura, salud y medio ambiente</b>
6.	Fundación Susan Thompson Buffett	\$ 348	Becas para educación
7.	Fundación Lilly	\$ 337	Desarrollo comunitario, educación y juventud, religión y educación para el liderazgo
8.	Fundación Robert Wood Johnson	\$ 329	Capital humano, obesidad infantil, salud pública, calidad/igualdad, poblaciones vulnerables
9.	Fundación David y Lucile Packard	\$ 302	Conservación y ciencias, población, niñez, familias y comunidades
10.	Fundación Comunitaria de Silicon Valley	\$ 291	Fomento a la participación ciudadana en los Condados de San Mateo y Santa Clara

Fuente: The Foundation Center, FNC. 2009

## Apalancamiento de la gestión institucional

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

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

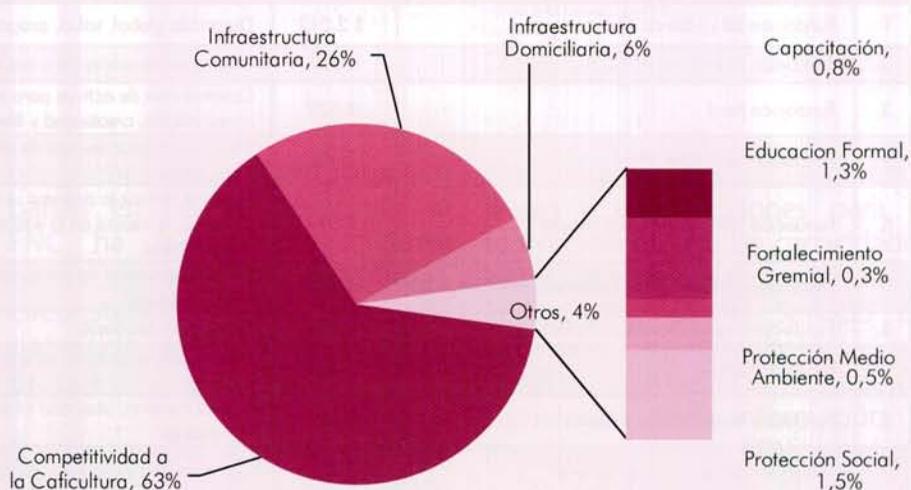
Igualmente, sobresale el monto de inversión para la construcción de infraestructura comunitaria (27%), rubro en el cual sobresalen los proyectos de mejora de infraestructura vial, en particular el proyecto Vías del Sur del Tolima, y los realizados para el mejoramiento de escuelas en el sector rural.

Por su parte, el tercer gran rubro es el de infraestructura domiciliaria (6%), el cual es fundamental para mejorar la calidad de vida de las

familias caficultoras. A través de la construcción y adecuación de acueductos, redes eléctricas y sistemas de saneamiento básico, se logra un impacto inmediato en el bienestar de las personas.

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

Inversión en Zonas Cafeteras 2009



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

## La Federación y los Objetivos de Desarrollo del Milenio - ODM



Desde el año 2000, cuando se aprobó la Declaración del Milenio, la comunidad internacional se comprometió a sumar esfuerzos para el logro de ocho objetivos primordiales: i) erradicar la pobreza extrema y el hambre, ii) lograr la enseñanza primaria universal, iii) promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, iv) reducir la mortalidad infantil, v) mejorar la salud materna, vi) combatir el VIH – SIDA, vii) garantizar la sostenibilidad del medio ambiente, viii) Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

En respuesta a este compromiso, más de 190 países han adoptado los ODM como marco para sus planes de desarrollo. Colombia es uno de ellos, y a través del documento Conpes Social 91 de 2002, estableció las estrategias y metas para el logro de los mismos.

La Federación en su Plan Estratégico 2008–2012 decidió contribuir a que Colombia cumpla con los ODM, comprometiéndose con ellos a través de la ejecución de programas orientados a mejorar el ingreso y la calidad de vida de la población cafetera y la comunidad rural en general.

Iniciativas como las encaminadas a la afiliación de las familias cafeteras al Régimen Subsidiado de Salud, la seguridad alimentaria y los diversos programas de educación y capacitación de los caficultores y sus familias, así como la promoción de las mujeres cafeteras, son muestra de ese compromiso.

De igual manera, programas como Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, el Contrato de Protección de Precio, Jóvenes Caficultores, Café y Maíz, Café y Frijol, e instrumentos para la comercialización del café como los contratos de compra con entrega a futuro de café, y la garantía de compra, demuestran los esfuerzos adelantados por la FNC para la defensa y estabilidad del ingreso caficultor, elemento primordial para la erradicación de la pobreza.

Paralelamente, a través de la concertación de la política cafetera entre la FNC y el Gobierno Nacional, se ha logrado que el café colombiano ocupe un lugar destacado en el mercado internacional, sorteando con éxito los vaivenes del mercado internacional, mientras contribuye al desarrollo social y económico del país. Todos estos esfuerzos internos se complementan con la activa participación de Colombia en la OIC.

El Plan Estratégico  
2008-2012  
compromete  
la FNC en el  
cumplimiento de  
los ODM

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

## La Federación y la Visión Colombia 2019



Con motivo de la conmemoración del bicentenario de la independencia de Colombia, el Gobierno Nacional planteó la Visión 2019 que contiene metas tales como la reducción ostensible de la pobreza en el país, y analiza las estrategias y acciones necesarias para alcanzarlas. Adicionalmente, hace una invitación a los colombianos para ponerse de acuerdo en lograrlas y así afianzar la convicción de que a través de la acción colectiva es posible cumplirlas.

La Visión 2019 caracteriza la situación actual del país y una línea base a partir de la cual se establecen las metas, mientras enfatiza no sólo en los fracasos sino destaca los logros alcanzados por Colombia como país.

Esta propuesta de país se rige

por dos principios rectores, los cuales representan la esencia de la misma: "Consolidar un modelo profundamente democrático, sustentado en los principios de libertad, tolerancia y fraternidad" y "afianzar un modelo socioeconómico sin exclusiones, basado en la igualdad de oportunidades y con un Estado garante de la equidad social" (DNP, 2005).

Dichos principios se desarrollan por medio de cuatro grandes objetivos 1) una economía que garantice mayor nivel de bienestar, 2) una sociedad más igualitaria y solidaria, 3) una sociedad de ciudadanos libres y responsables y 4) un Estado eficiente al servicio de los ciudadanos.

En la Visión 2019 se establece que el desarrollo del sector agropecuario deberá estar fundamentado en "el aumento del área sembrada, la

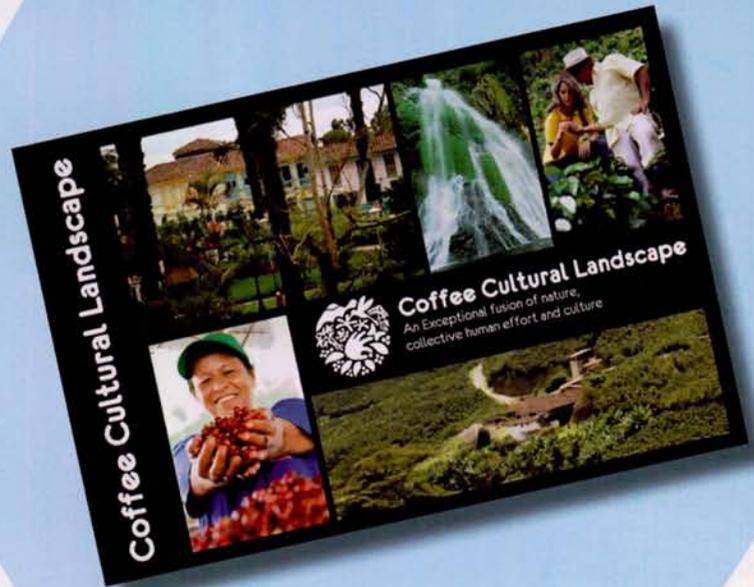
recomposición del uso de la tierra de acuerdo con su verdadera vocación, el aumento de la productividad y la agregación de valor". Igualmente, enfatiza en que el desarrollo de Colombia pasa necesariamente por el campo, pues allí el país tiene ventajas comparativas que debe aprovechar, agregando valor a los productos a través de la innovación y la diferenciación.

Así, con el fin de contribuir a que Colombia tenga una economía que garantice un mayor nivel de bienestar, y sobre todo para aprovechar las potencialidades del campo, la Federación está comprometida en generar una base material sólida para los productores cafeteros que ayude a los colombianos a conseguir los objetivos económicos propuestos por la Visión 2019.

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 durante varios años y conjuntamente por las gobernaciones, Corporaciones Autónomas Regionales y entidades académicas de Caldas, Quindío, Risaralda, y el Valle del Cauca. El área definida cuenta con unos 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, participaron diversas instituciones académicas y equipos regionales que incluyeron los comités Departamentales de Cafeteros, el CRECE y las gobernaciones y alcaldías.

Cabe destacar que el Plan de Manejo del PCC se fundamenta en el Plan Estratégico 2008-2012 aprobado por el Congreso Nacional de Cafeteros, permitiendo de esta forma hacer consistentes los objetivos e intereses de los productores involucrados en el PCC con los objetivos del gremio cafetero, así como las metas de desarrollo regional y los planes de ordenamiento territorial de la zona.

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 presentará en febrero de 2010 para evaluación por parte de esta entidad. 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.



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

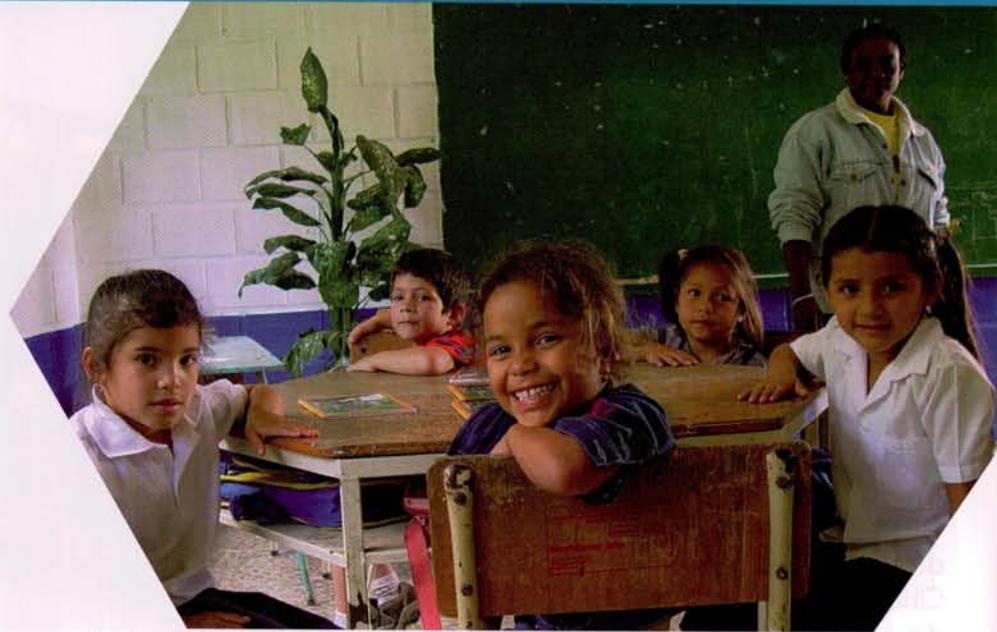
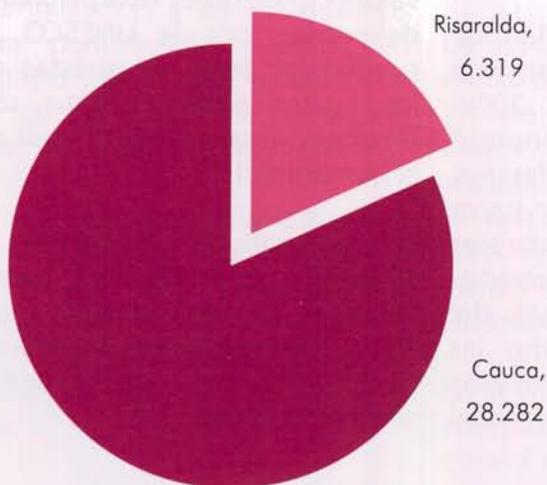
Agenda cafetera para el país y el mundo

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

**R**ed Juntos para la superación de la pobreza: gestado en 2008, este proyecto de cooperación con Acción Social permite que la FNC intervenga como entidad ejecutora de la Red Juntos. Su objeto es poner en marcha una estrategia integral para apoyar a la población más pobre y vulnerable del país que se encuentra inmersa en las denominadas trampas de la pobreza. Igualmente, se promueve el mejoramiento de sus condiciones de vida mediante el fortalecimiento y la construcción de capacidades para promover su propio desarrollo.

Entre 2008 y 2009 se suscribieron convenios con Acción Social para la operación del programa en Risaralda y Cauca. Para su ejecución

Familias cubiertas – Red Juntos 2009



se utilizará el personal del Servicio de Extensión y la experiencia de los Comités Departamentales de Cafeteros.

Por medio del acompañamiento familiar y comunitario, un equipo

de cogestores sociales coordinados por el Servicio de Extensión efectuarán visitas domiciliarias para el levantamiento de la información socioeconómica de las familias y luego las orientarán en la construcción de su proyecto de vida. Estas familias también accederán a programas y servicios de salud, nutrición, educación, vivienda, entre otros.

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

**34.600 familias con acceso a programas de bienestar social**

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

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



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

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

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

**\$103 mil millones es el valor de los programas que ejecuta la FNC para la atención de población vulnerable**

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

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.

Laboratorio de Paz III - Componente Meta: este proyecto busca mejorar las condiciones de vida de 300 familias cafeteras desplazadas del Meta, a través del aseguramiento de la calidad



y la adopción de la certificación Rainforest Alliance. El programa se ejecutará por dos años hasta 2010 y cuenta con recursos por \$1.865 millones aportados por la Unión Europea, la FNC, CAFIMETA y otras asociaciones de productores.

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

Con su ejecución se busca fortalecer las capacidades de 500 familias

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

**Serranía del Perijá – Good Inside:** dado que la producción de cafés especiales constituye una alternativa para reconstruir el tejido social y fomentar el arraigo, el Comité de Cafeteros del Cesar-Guajira desarrolló este proyecto para promover la adopción del código UTZ Certified por parte de 100 familias



El proyecto cuenta con financiación de Douwe Egberts Foundation (Holanda), la Federación y la comunidad cafetera y en 2008 se enmarcó dentro de la Alianza Público Privada “Colombia Cafetera Sostenible”.

En 2009 se invirtieron cerca de \$465 millones en capacitación en gestión sostenible, buenas prácticas agropecuarias y organización comunitaria. Asimismo se mejoró la infraestructura productiva de 100 fincas, se renovaron 177 hectáreas de cafetales envejecidos y protegieron 135 hectáreas de bosque para la creación de un corredor ambiental.

**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.

**600 familias de la Serranía del Perijá, en condición de vulnerabilidad a la violencia y la pobreza, recibirán apoyo para la certificación de su café**

# Eficacia, legitimidad y democracia



## Avances

a 2009

30.400

caficultores participaron en encuentros

384

nuevos extensionistas vinculados a la  
Institución,

96%

es el nivel de satisfacción de los  
caficultores con su servicio de extensió

420

colaboradores de la Institucionalidad  
Cafetera participaron en el "Primer  
Encuentro Nacional de Liderazgo"

8

meses tardó el proceso de certificación  
ISO 9001:2008 del Servicio de Extensión

Fortalecer las competencias, el liderazgo y la comunicación gremial

Eficacia, legitimidad y democracia

## Liderazgo Gremial



**E**ncuentros de liderazgo gremial: para lograr este objetivo se han trazado estrategias encaminadas a fortalecer el sentido de pertenencia de todos los miembros de la institucionalidad cafetera y fomentar el liderazgo de quienes representan a los caficultores.

Así, los caficultores han tenido oportunidad de reafirmar su vocación de líderes, mejorar

sus habilidades como dirigentes y conocer y profundizar en los diferentes programas y temas que generan dinamismo e impactan de forma directa al sector cafetero y su institucionalidad. Gracias a ello, más de 30.400 caficultores de todo el país participaron en diferentes encuentros, reuniones y actividades gremiales llevadas a cabo por la organización tanto a escala departamental, como municipal.

Adicionalmente, la comunicación gremial se desarrolla a través de diferentes medios como los programas radiales y los periódicos regionales. En efecto, durante 2009 se emitieron más de 2.200 programas de radio y se imprimieron más de 185 mil ejemplares de periódicos con contenido cafetero en todo el país. Estas iniciativas evidencian el fortalecimiento de la comunicación gremial y constituyen escenarios estratégicos

para el desarrollo eficaz, legítimo y democrático del gremio cafetero.

**Programa “Las Aventuras del Profesor Yarumo”:** Desde 1985 la FNC institucionalizó este programa como herramienta educativa para el sostenimiento de valores, conocimientos y mensajes que forman parte la política gremial cafetera y como apoyo al reconocimiento cultural del tejido social de la caficultura.

En 2009, el programa cumple 24 años al aire y 911 ediciones. Algunos de los temas cubiertos durante el año son: Fertifuturo, Almendra sana—una nueva forma de comprar café, Nespresso AAA, Contrato de Protección de Precio, Procafecol, Expoespeciales Ibagué, I Salón Internacional del Café, Renovación y Gran Fiesta de la Cédula Cafetera Inteligente, entre otros.

**30.400**  
caficultores de  
todo el país  
participaron  
en encuentros  
municipales de  
liderazgo

Asegurar la calidad del capital humano al interior de la organización

Eficacia, legitimidad y democracia

## Calidad del recurso humano de la organización



**D**urante 2009 los esfuerzos del área de Gestión Humana se concentraron en:

- Continuar alineando todos sus procesos.
- Propender por atraer y seleccionar el mejor talento humano.
- Garantizar a través del proceso de inducción la preparación del recurso humano para enfrentar su rol y funciones dentro de la organización.
- Asegurar que los colaboradores cuenten con una evaluación de desempeño objetiva que permita diseñar programas de capacitación y formación que contribuyan a alcanzar los estándares de desempeño esperados por la organización y al mismo tiempo aportar a su crecimiento personal y profesional.

En este sentido, se lograron importantes avances en los siguientes procesos relacionados con la administración del talento humano.

**Proceso de selección, vinculación e inducción:** en 2009 se vincularon 384 nuevos extensionistas que brindarán la asistencia técnica requerida a los beneficiarios del Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro y AAA Nespresso.

En el primero de los casos, los recursos financieros necesarios para su contratación provienen del Incentivo a la Asistencia Técnica (IAT) del Programa Agro Ingreso Seguro del Ministerio de Agricultura. En el segundo corresponde a recursos del componente de responsabilidad social de la compañía Nespresso.

Para elegir los mejores candidatos para el Servicio de Extensión, se analizaron las hojas de vida de 897 candidatos buscando que cumplieran con las competencias del extensionista (trabajo en equipo, concertación, liderazgo, adaptabilidad al cambio), y las competencias organizacionales (innovación, orientación al cliente, al mejoramiento continuo y a resultados).

Igualmente, a los colaboradores vinculados en 2009 se les realizó inducción a través de los cursos de Institucionalidad Cafetera, Convivencia Laboral y Plan Estratégico, con el fin de brindar la información, los conocimientos y las herramientas necesarias para lograr su adaptación a la organización.

## Calidad del recurso humano de la organización

**E**valuación de desarrollo y desempeño: durante este año se inició el diseño de este sistema para los procesos comercial, administrativo y financiero. Para ello, se definieron y validaron las competencias de proceso y cargo, con miras a implementar el modelo en el primer semestre de 2010.

En el marco del Primer Encuentro Nacional de Liderazgo, además de fortalecer competencias como la orientación a resultados, la comunicación, el trabajo en equipo y la creatividad, se acordó incluir la competencia innovación como una quinta competencia organizacional.

Así mismo, a finales de 2008 y por tercer año consecutivo 3.509 caficultores en 200 municipios del país evaluaron mediante una encuesta, su satisfacción con el Servicio de Extensión. Los resultados alcanzados con la encuesta aplicada en 2009 para evaluar las actividades del Servicio de Extensión en 2008, evidencian una satisfacción promedio a nivel nacional igual a 96%, cuatro puntos porcentuales por encima de la obtenida en 2007.



Resultados de la encuesta de satisfacción al caficultor  
2007 - 2008

Dimensión	2007	2008
Acceso	81%	94%
Oportunidad	90%	94%
Impacto	93%	96%
Voluntad	99%	99%
Comunicación	97%	98%

**96%** es el nivel de satisfacción de los  
caficultores con el Servicio de Extensión

**Capacitación y desarrollo:** durante 2009 se continuó con el programa de fortalecimiento de competencias a través de la realización, con el apoyo del SENA, de talleres de capacitación.

Como resultado, se logró ejecutar la totalidad de las acciones planeadas con un alto nivel de participación y una cobertura equivalente al 58% del total de los colaboradores de la FNC.

**Plan Salud 2009:** se replanteó el Programa de Salud Ocupacional buscando:

- El cumplimiento de la norma ISO 18001:2007 Generación de estándares de seguridad.
- La implementación de la metodología ARO para la identificación continua de peligros.
- El re-direccionamiento y unificación de la gestión de los COPASOS de cada una de las dependencias.
- La implementación de programas para la intervención de los principales riesgos de higiene, seguridad y riesgo

público, así como la evaluación del impacto de los mismos a través de los exámenes médicos ocupacionales de pre-ingreso, periódicos y de retiro.

Asimismo para los caficultores, se suscribió un convenio con Pfizer para la implementación de un modelo de administración de enfermedad para la intervención de los factores de riesgo cardiovascular de la población caficultora.

Acciones de formación  
2009

Acción de formación	Programados	Asistentes	% Asistentes
Multiplicadores de mejoramiento continuo	405	349	86%
Orientación a resultados	990	1.044	105%
Concertación	162	192	119%
Niveles de servicio ANS	15	15	100%
Creatividad, innovación e iniciativa	1.260	1.256	100%
Liderazgo	162	265	164%
Taller coaching para líderes	63	54	85%
Sesiones de acompañamiento	63	70	111%
Formador de formadores liderazgo	236	275	116%
Formador de formadores	27	34	126%
Mejoramiento continuo	409	392	96%
<b>Total general</b>	<b>3.792</b>	<b>3.945</b>	<b>104%</b>

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## La certificación de calidad del Servicio de Extensión

La Federación avanzando hacia la excelencia en el servicio al cliente, los resultados y el mejoramiento continuo, logró obtener la certificación de calidad bajo los estándares de la Norma ISO 9001:2008 del Servicio de Extensión. La entidad certificadora escogida para tal fin fue el ICONTEC.

El proyecto se desarrolló en ocho meses, lo que significa un récord cuando se compara con procesos de similares características.

Las etapas contempladas para el logro de este objetivo fueron: Diagnóstico, planeación, diseño, implementación y verificación, acompañado de la etapa de asimilación del cambio.

Con la certificación se evidenció el cumplimiento total de los requisitos de la norma ISO 9001:2008, contenidos en el Manual de



Calidad, la Política de Calidad del Servicio de Extensión, los Objetivos de Calidad, el Mapa de Procesos del Servicio de Extensión y los Atributos de Calidad.

En la fase de asimilación del cambio, se adelantaron estrategias de comunicación y capacitación para transmitir conceptos y conocimientos, así como la identificación de la contribución en el sistema. Como resultado

1.719 colaboradores aprobaron el curso virtual y se formaron 206 colaboradores como auditores internos.

Gracias a esta certificación, el Servicio de Extensión cumple con los requisitos establecidos por el Ministerio de Agricultura para la escogencia de entidades idóneas que administren el Incentivo a la Asistencia Técnica del Programa Agro Ingreso Seguro.

8 meses  
bastaron para  
que el Servicio de  
Extensión lograra  
la certificación de  
calidad



Certificado N° SC 6591-1



Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Primer Encuentro Nacional de Liderazgo



A finales de abril, con la presencia de más de 420 colaboradores de la organización, se llevó a cabo el Primer Encuentro Nacional de Liderazgo "Por la Excelencia". Este evento sirvió como escenario de aprendizaje y comunicación para reafirmar y consolidar el compromiso de todos los líderes con los resultados de la organización.

A través de diferentes actividades lúdicas y académicas, el encuentro cumplió con el objetivo de analizar y profundizar el conocimiento del Plan Estratégico 2008-2012, sus logros y metas al futuro. Las pruebas físicas, de aventura y de conocimiento permitieron interiorizar los retos y propósitos que se ha fijado la FNC para mejorar el bienestar de los caficultores colombianos.

Los líderes de todo el país tuvieron la oportunidad de conocerse e interactuar en actividades como la Gymkana, el concurso "Quien quiere ser cafetero" y "El Club de la Excelencia", donde se pusieron a prueba el trabajo en equipo, la comunicación, el liderazgo, la orientación a resultados, la creatividad y la innovación de los participantes. Se reafirmó que

líderes somos todos y cada uno los colaboradores de la Federación, debido a lo cual jugamos un papel importante dentro de esta organización efectiva y de excelencia.



1er. encuentro nacional de liderazgo

Consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y enfocado a resultados

Eficacia, legitimidad y democracia

## Hacia un Nuevo Modelo Cooperativo Caficultor



**D**urante 2009, luego de elaborar un diagnóstico que incluyó aspectos económicos, financieros, comerciales y sociales, se llevó a cabo un estudio denominado “Hacia un Nuevo Modelo Cooperativo Caficultor” cuyo objeto es fortalecer las Cooperativas de Caficultores.

Este nuevo modelo debe cumplir con los siguientes principios: universalidad, pertinencia, representatividad, eficiencia y ser institucional y gremialmente coherente.

A través de este proceso se busca cumplir con los siguientes objetivos:

- Elaborar un documento de direccionamiento estratégico general de las Cooperativas, a través del cual se definen los lineamientos para la

elaboración de sus planes estratégicos y se establecen los grandes retos de estas entidades.

- Desarrollar la “Gestión Modelo” de una Cooperativa, el cual describe las características generales que debería reunir una Cooperativa en sus áreas claves (comercialización de café, provisión agrícola, servicios a los asociados y financiera).
- Actualizar la normatividad y compendiarla de manera técnica y funcional.
- Proponer un nuevo esquema de incentivos con base en indicadores que midan la eficiencia y eficacia en la prestación del servicio y el cumplimiento de las metas comerciales del Fondo Nacional del Café.
- Desarrollar el proyecto para la plataforma tecnológica

- con los siguientes objetivos: i) Contribuir al fortalecimiento de la cadena de valor de las Cooperativas de Caficultores mediante la estandarización de sus procesos; ii) Facilitar la toma de decisiones mediante la generación de conocimiento; iii) Proveer herramientas que faciliten la administración de la información que soporta los procesos; iv) Establecer un modelo de configuración flexible que permita ser replicado gradualmente en las Cooperativas; v) Asegurar la integración de la cadena de abastecimiento del café y sus servicios asociados con el sistema de información.
- Redefinir el rol y estructura del Área de Cooperativas de la Oficina Central.

## Gestión del conocimiento



Con el fin de optimizar recursos y acelerar la implementación de los diferentes proyectos encaminados hacia el bienestar de los caficultores, la Federación está comprometida con reforzar los instrumentos que optimicen la gestión del conocimiento y la transferencia eficiente de tecnología entre las diferentes dependencias y los caficultores.

Para este fin, se han venido diseñando e implementando diferentes herramientas tecnológicas que permiten optimizar el acceso y el uso de archivos digitales, diseminar información relevante a las diferentes dependencias en el país y en el exterior, y ofrecer herramientas novedosas a los caficultores para optimizar la gestión de sus predios cafeteros y el control de plagas.

Dentro de este último campo se destaca la creación de un espacio en la nueva página de Internet de la Federación para que los cafeteros tengan acceso directo a los diferentes programas de la institucionalidad. Con ello, se da inicio a un periodo de desarrollo de nuevos servicios digitales como el acceso vía Internet a la información geo-referenciada del SICA que contiene los mapas de los lotes cafeteros para su actualización por parte de los caficultores, así como el desarrollo de herramientas para cito-diagnósticos virtuales sobre plagas y enfermedades.

# Sostenibilidad financiera

## Avances

a 2009

**7%**

más recursos de inversión social para los  
caficultores

**2**

veces más recursos de terceros para  
programas de inversión social

**50%**

de ahorro en costos transaccionales  
por implementación de un modelo de  
cobertura natural

**2,5**

veces más cupo de crédito disponible  
para el FoNC

**30%**

de ahorro en costos financieros  
para la FNC

## La crisis financiera mundial

La crisis financiera internacional que se desató a finales de 2008 y se profundizó durante 2009, ha estado caracterizada por:

**Caidas en los principales mercados financieros del mundo:** en 2009 se registraron caídas hasta del 29% en las cotizaciones de las principales bolsas del mundo.

**Recesión:** las principales señales del estancamiento exhibidas por las economías desarrolladas durante la crisis fueron la deflación o crecimiento negativo de la inflación, los altos niveles de desempleo y la disminución en el consumo de los hogares.

**Incremento en el riesgo de las contrapartes:** el aumento inesperado de la tasa de interés combinado con el amplio endeudamiento de los hogares norteamericanos y la pérdida de valor de la propiedad raíz en Estados Unidos, entre otras razones, condujo al deterioro de la cartera hipotecaria, impactando la solvencia del sistema financiero. Esto provocó un espiral de quiebras bancarias en los Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, para cuya solución fue necesario implementar costosos paquetes de rescate, financiados principalmente con déficit fiscal.

Por tal motivo, la probabilidad de tener contrapartes crediticias

idóneas y fiables es bastante baja, cuando se tiene en cuenta que el sector financiero de Estados Unidos, Europa y Japón, registró 264 calificaciones a la baja durante el periodo de la crisis. Lo anterior se tradujo en el encarecimiento del crédito, como estrategia de cobertura del riesgo de contraparte crediticia de los bancos.

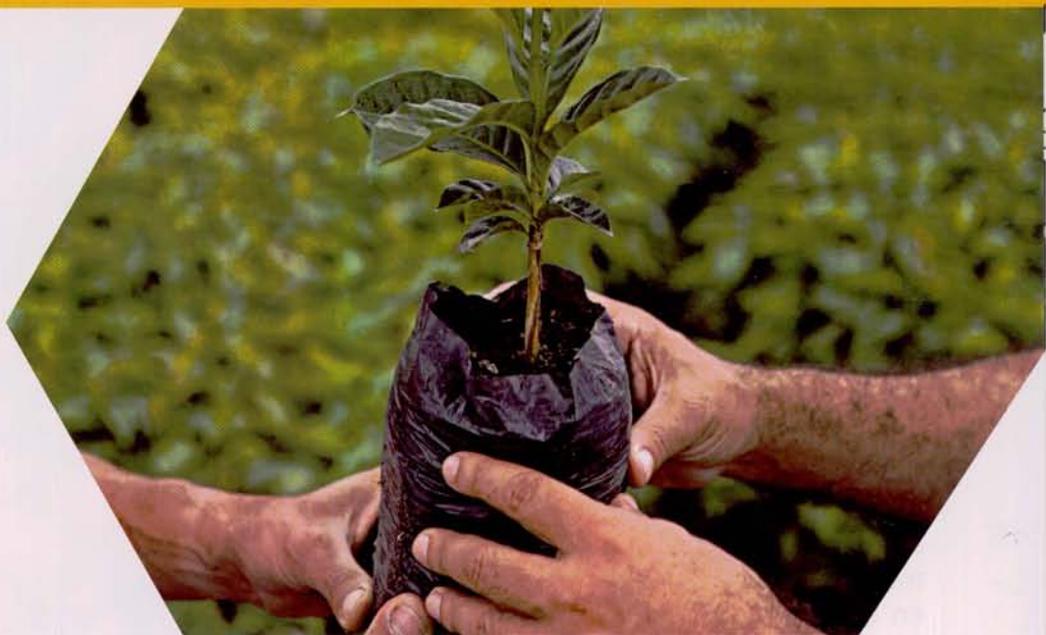
**Altas volatilidades en el precio del café:** en el mercado externo los productos básicos, incluyendo el café, no estuvieron exentos a la crisis y a lo largo del año, se convirtieron en activos refugio para los inversionistas y especuladores de mercado. Esta

circunstancia generó enormes volatilidades en el precio del grano, las cuales en un solo mes alcanzaron niveles de 42%.

**Revaluación del peso colombiano:** en 2009, la tasa de cambio del peso colombiano respecto del dólar presentó una tendencia altamente volátil, que al final del año se tradujo en una revaluación del 9%. Así mientras a comienzos del año la tasa representativa del mercado se ubicó en \$2.252 por dólar, hasta alcanzar valores máximos en febrero equivalentes a \$2.596, en diciembre el tipo de cambio promedio fue \$2.017 por dólar.



## Sostenibilidad ante la crisis



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

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

poca liquidez y altos precios del café.

- Proteger los ingresos del FoNC mediante el uso de instrumentos financieros ajustados a su perfil de riesgo y a las realidades del mercado global.
- Mantener relaciones únicamente con contrapartes crediticias sólidas.
- Generar valor al interior del gremio gracias a sinergias entre las distintas dependencias de la Federación.
- Venta de activos no estratégicos tanto a nivel central como en los Comités Departamentales.

- Lograr entre la Oficina Central y los Comités Departamentales una administración unificada y concertada de los temas de tesorería e inversiones.

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 inversión

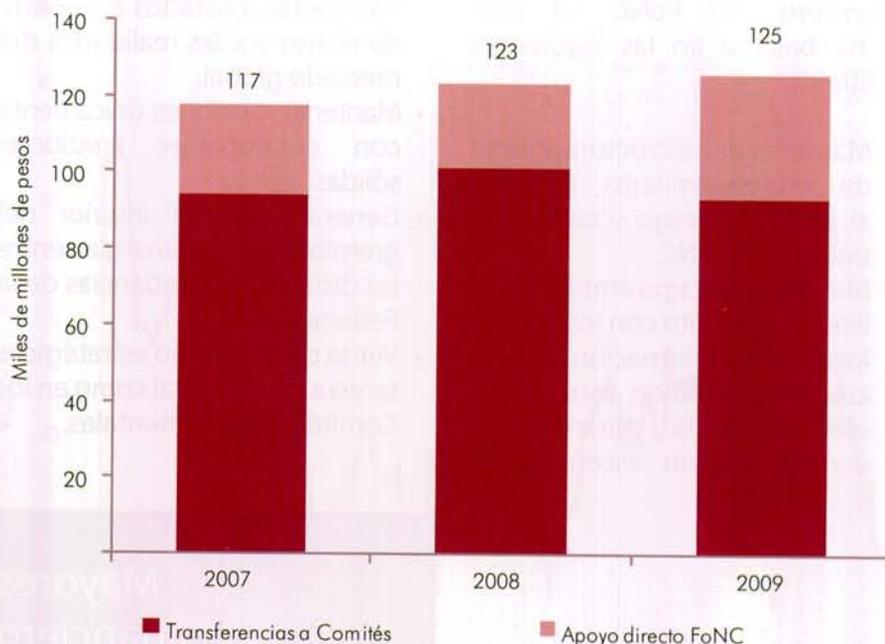
El principal objetivo de la FNC como administrador del FoNC ha sido priorizar las inversiones teniendo como objetivo principal el bienestar de los caficultores y sus familias. Esa mejor calidad de vida se traduce en una mayor productividad del cultivo de café y por ende en una mejora en los ingresos del FoNC por contribución cafetera.

Para ello, a través de las transferencias a los Comités Departamentales, se han destinado mayores recursos de inversión social para los productores. Así mientras en 2007 se destinaron \$117 mil millones para el desarrollo de programas en beneficio de las familias cafeteras, en 2009 se apropiaron \$125 mil millones, lo que equivale a un crecimiento de 7%.

El bienestar del  
caficultor es  
prioritario en  
la búsqueda de  
fortalecimiento  
del FoNC



Recursos disponibles para programas en beneficio del caficultor  
2007 - 2009



Fortalecer  
financieramente  
el FoNC, la FNC  
y sus entidades  
relacionadas

Sostenibilidad financiera

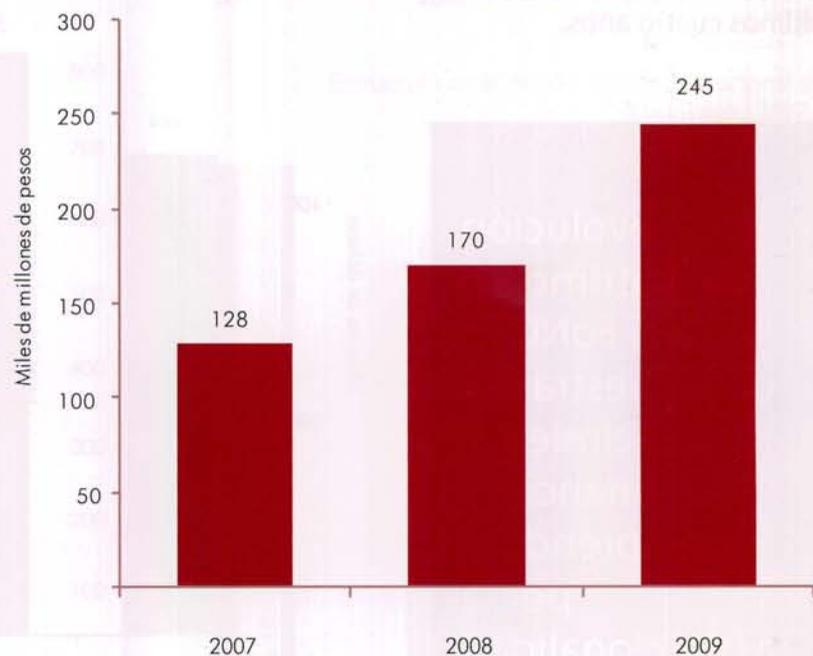
## Gestión de recursos adicionales



Con el fin de diversificar las fuentes de recursos para potencializar la actividad regional, la FNC gracias a la labor de los Comités Departamentales de Cafeteros, se ha esforzado en conseguir nuevas fuentes de recursos que permitan apalancar los diferentes programas de inversión social. Los aportes de terceros para programas de inversión social son hoy dos veces superiores a los de 2007.

**\$245 mil millones de recursos de terceros para el desarrollo de programas de inversión social en las zonas cafeteras**

Aportes de terceros para programas de inversión social  
2007 - 2009



## Fortalecimiento patrimonial del Fondo Nacional del Café

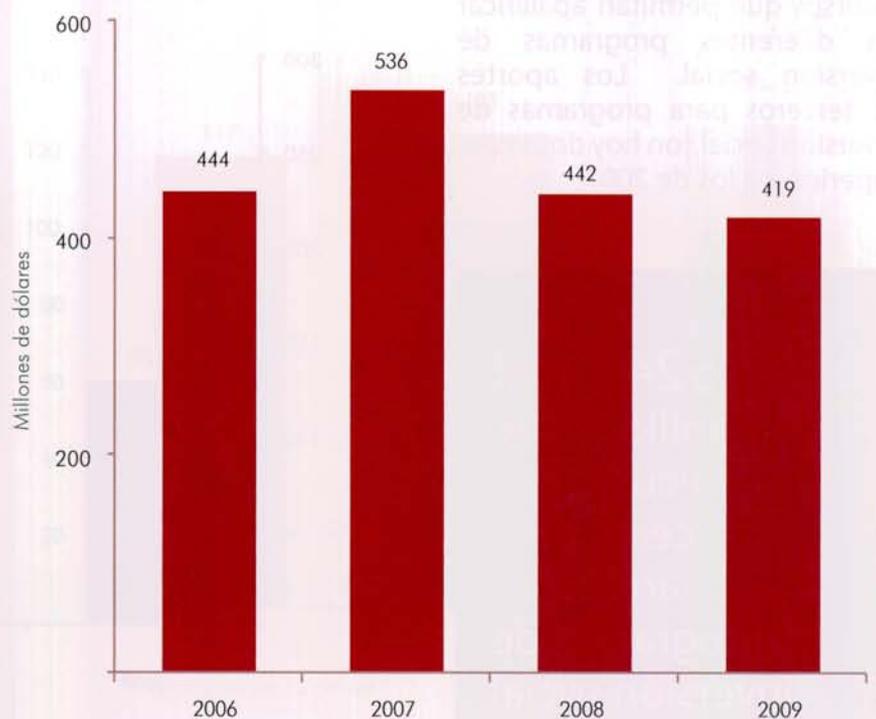


La Gestión de activos y pasivos del Fondo Nacional del Café ha permitido reconvertir los activos no relacionados con la operación del FoNC en activos estratégicos.

Gracias a esta política el patrimonio del FoNC se ha estabilizado en los últimos cuatro años.

La evolución del Patrimonio del FoNC es una muestra del fortalecimiento financiero emprendido por la institucionalidad cafetera desde 2002

Patrimonio Fondo Nacional del Café en pesos colombianos 2007 – 2009



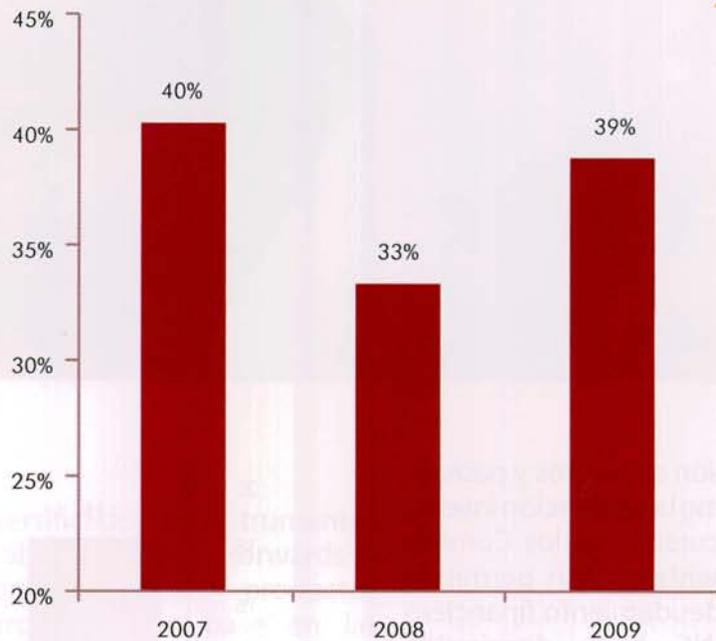
## Estructura de endeudamiento del FoNC

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

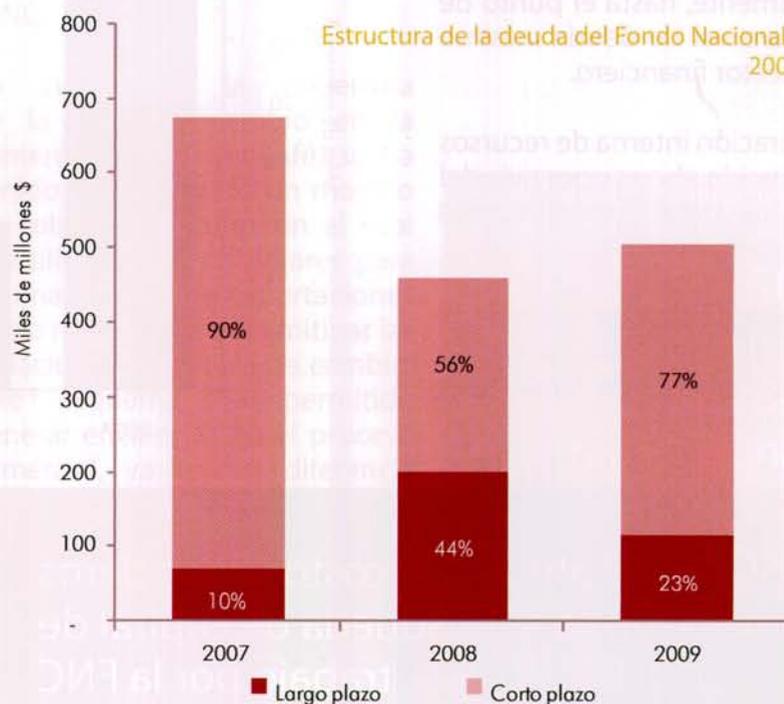
La estrategia se ha enfocado en mantener una estructura de deuda balanceada entre largo plazo y corto plazo, reduciendo así los riesgos de refinanciación y de incremento en las tasas de interés en un contexto financiero desafiante.

La estructura de endeudamiento del FoNC se ha mantenido en niveles controlables y con base en una estructura equilibrada entre el largo y el corto plazo

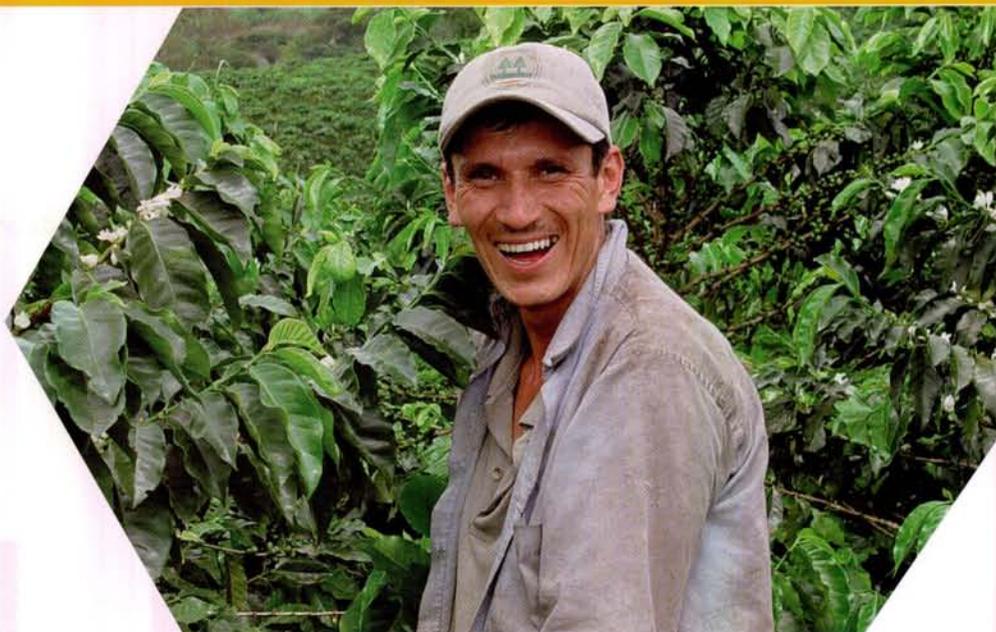
Nivel de endeudamiento del Fondo Nacional del Café 2007 - 2009



Estructura de la deuda del Fondo Nacional del Café 2007 - 2009



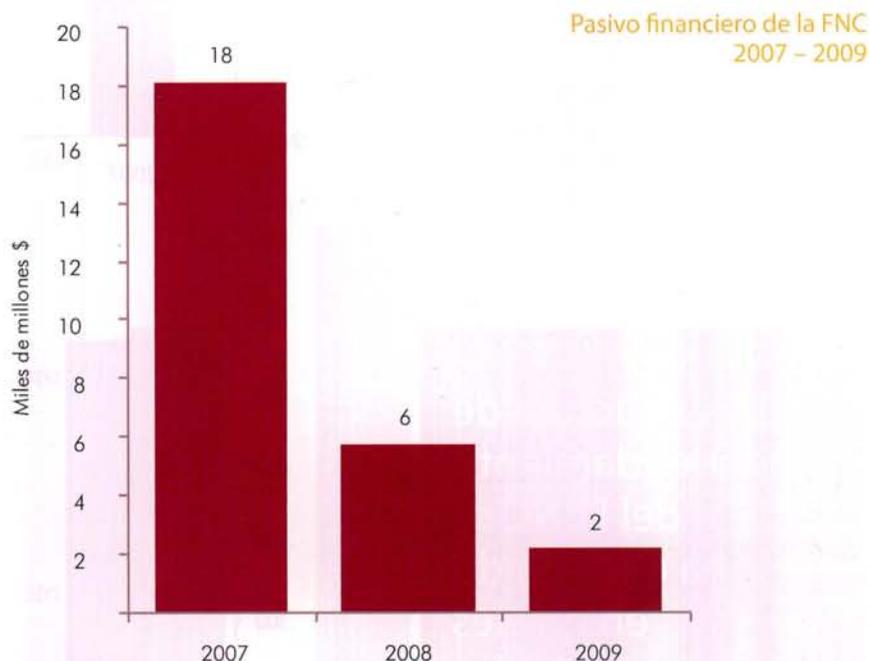
## Estructura de endeudamiento de la Federación



La gestión de activos y pasivos, así como la generación interna de recursos con los Comités Departamentales, han permitido que el endeudamiento financiero de la FNC haya disminuido drásticamente, hasta el punto de tener un nivel de deuda mínimo con el sector financiero.

La generación interna de recursos ha producido ahorros por más del 30% entre costos y rendimientos financieros para la FNC.

Esta sinergia se ha creado gracias a la participación activa y creciente de los Comités Departamentales de Cafeteros.



**30% del ahorro en costos financieros asociados a la búsqueda de capital de trabajo por la FNC**

Mantener  
las mejores  
prácticas en la  
administración  
financiera

Sostenibilidad financiera

## Estrategia de coberturas



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

En 2009, se continuó aplicando el esquema de cobertura de los ingresos por contribución cafetera iniciado en 2007. Por otra parte, se adoptó una nueva estrategia para cubrir los ingresos de Buencafé con el fin de garantizar márgenes de rentabilidad, mediante un esquema novedoso

y diversificado de instrumentos de cobertura como forwards y opciones asiáticas, productos desarrollados con base en las necesidades específicas del FoNC.

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

**50%**  
de ahorro  
en costos  
transaccionales  
por  
implementación  
de un modelo  
de cobertura  
natural

Mantener  
las mejores  
prácticas en la  
administración  
financiera

Sostenibilidad financiera

## Manejo de contrapartes crediticias

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

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

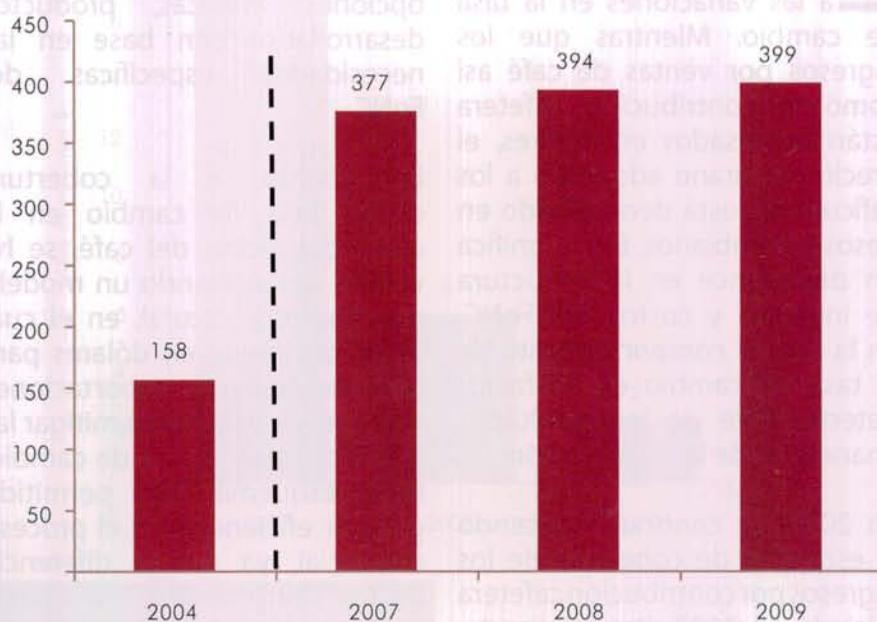
El fortalecimiento financiero del FoNC ha permitido ampliar las líneas de crédito, pese a las restricciones en el acceso a éste y al reemplazo de algunas contrapartes riesgosas.

Hoy las líneas de crédito abiertas y disponibles son tres veces mayores que en el 2004 y aunque se cuenta con menos contrapartes, estas son más sólidas y mejor calificadas.

**3 veces  
mayores son las  
líneas de crédito  
disponibles para  
el FoNC**



Valor de las líneas de crédito de corto plazo - disponibles  
2004, 2007 - 2009



Mantener  
las mejores  
prácticas en la  
administración  
financiera

Sostenibilidad financiera

## Políticas para el manejo financiero en 2010



La confianza financiera de la FNC y del FoNC es un objetivo estratégico y prioritario bajo cualquier escenario, aún más bajo la coyuntura económica observada en el 2009, en la que uno de los mayores obstáculos para la industria exportadora ha sido lograr acceso al crédito tanto en el país como en el exterior con contrapartes sólidas.

Si bien las perspectivas para el 2010 son positivas tanto para la economía mundial, que ha dado señales de recuperación gradual, como para la industria cafetera, donde se espera recuperar los niveles de producción, resulta conveniente continuar con una visión y estrategia de prudencia financiera.

Ante estas perspectivas, en 2010 se mantendrá la austeridad en el gasto establecida en años

anteriores y la cual ha arrojado resultados positivos. En este orden y siempre guiados por el principio de sostenibilidad financiera, se deben continuar fortaleciendo las bases de la organización, bajo directrices claras y objetivas como las siguientes:

- Continuar con la optimización en el uso de recursos de la FNC con el objeto de incrementar la seguridad de las inversiones financieras y generar ahorros internos.
- Ajustar los recursos de los programas misionales del FoNC, de acuerdo con la fuente de los recursos que los financian, como es el caso de los ingresos por contribución cafetera.
- Continuar innovando en el desarrollo de estrategias de cobertura en el FoNC que permitan mitigar las variaciones

de precio, tasa de cambio y tasas de interés.

- Mejorar continuamente la administración de los recursos financieros de la FNC y el FoNC.
- Generar excedentes que permitan el fortalecimiento patrimonial tanto del FoNC como de la FNC año tras año.
- Aplicar parámetros estrictos y exigentes para la selección de las contrapartes del FoNC y la FNC.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

## Índice

### PRODUCCIÓN

- Cuadro 1 : Producción mundial total de café verde  
Años Cosecha 2003/04-2007/0 8
- Cuadro 2 : Colombia – Volumen y valor de la producción registrada de café verde  
Años Cafeteros 2000/01-2007/0 8

### EXPORTACIÓN

- Cuadro 3 : Exportación mundial de café verde a todo destino  
Años Cafeteros 2002/03-2007/0 8
- Cuadro 4 : Exportaciones de café colombiano según países de destino.  
Años Cafeteros 2003/04-2007/0 8
- Cuadro 5 : Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque.  
Años Cafeteros 2000/01-2007/0 8
- Cuadro 6 : Exportaciones colombianas por tipos de café.  
Años cafeteros 2000/01-2007/0 8
- Cuadro 7 : Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café.  
Años Cafeteros 2000/01-2007/0 8

### CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro 8 : Consumo interno de café verde en países productores.  
Años Cosecha 2001/02-2007/08.

### PRECIOS

- Cuadro 9 : Precios indicativos según los grupos de la organización internacional del café.  
Años Cafeteros 2000/01-2007/0 8
- Cuadro 10: Colombia – Precio de reintegro Federación, precio interno y tasa de cambio.  
Promedios 2000/01-2007/0 8

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 1. Producción mundial de café verde**  
**Años Cosecha 2003/04 - 2008/09**  
 Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	03/04		04/05		05/06		06/07		07/08		08/09*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial		104,0	100	115,6	100	110,2	100	127,91	100	118,09	100	128,8	99,91
Cosechas abr - mar		41,2	39,6	53,9	46,6	48,4	44,0	57,9	45,3	50,3	42,6	61,8	48,0
Brasil	(ANL/R)	28,8	27,7	39,3	34,0	32,9	29,9	42,5	33,2	36,1	30,5	46,0	35,7
Ecuador	(AS/R)	0,8	0,7	0,9	0,8	1,1	1,0	1,2	0,9	1,1	0,9	0,7	0,5
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,2	1,1	1,0	0,9	1,3	1,2	0,8	0,6	1,0	0,8	1,0	0,8
Perú	(AS)	2,7	2,6	3,4	3,0	2,5	2,3	4,3	3,4	3,1	2,6	3,9	3,0
Indonesia	(R/AS)	6,4	6,2	7,5	6,5	9,2	8,3	7,5	5,9	7,8	6,6	8,6	6,7
Madagascar	(R/AS)	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5
Otros		1,0	0,9	1,2	1,1	0,9	0,8	1,1	0,8	0,7	0,6	1,0	0,8
Cosechas jul - jun		2,0	1,9	2,1	1,8	2,0	1,8	2,0	1,6	2,2	1,9	2,7	2,1
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4
Tanzania	(AS/R)	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,9	0,7
Otros		1,0	1,0	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8	0,6	0,9	0,8	1,3	1,0
Cosechas oct - sep		60,2	57,8	59,0	50,9	59,2	53,8	67,3	52,6	65,0	55,3	63,5	49,2
Colombia	(AS)	11,2	10,8	12,0	10,4	12,3	11,2	12,2	9,5	12,5	10,6	10,5	8,2
Costa Rica	(AS)	1,8	1,7	1,9	1,6	1,8	1,6	1,6	1,2	1,8	1,5	1,6	1,2
El Salvador	(AS)	1,5	1,4	1,4	1,2	1,5	1,4	1,4	1,1	1,6	1,4	1,4	1,1
Etiopia	(ANL)	3,9	3,7	4,6	4,0	4,0	3,6	4,6	3,6	4,9	4,2	6,1	4,8
Guatemala	(AS/R)	3,6	3,5	3,7	3,2	3,7	3,3	4,0	3,1	4,1	3,5	3,4	2,6
Honduras	(AS)	3,0	2,9	2,6	2,2	3,2	2,9	3,5	2,7	3,8	3,3	3,4	2,6
India	(AS/R)	4,5	4,3	4,6	4,0	4,4	4,0	5,1	4,0	4,1	3,5	4,4	3,4
Kenia	(AS)	0,7	0,6	0,7	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,9	0,7
México	(AS/R)	4,2	4,0	3,9	3,3	4,2	3,8	4,2	3,3	4,2	3,5	4,7	3,6
Nicaragua	(AS)	1,5	1,5	1,1	1,0	1,7	1,6	1,3	1,0	1,7	1,4	1,6	1,2
Camerún	(R/AS)	0,9	0,9	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7	0,8	0,6
Costa de Marfil	(R)	2,7	2,6	2,3	2,0	2,0	1,8	2,8	2,2	2,1	1,8	2,5	1,9
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3
Tailandia	(R)	0,8	0,8	0,9	0,8	1,0	0,9	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6
Uganda	(R/AS)	2,6	2,5	2,6	2,2	2,2	2,0	2,7	2,1	3,2	2,8	3,3	2,6
Vietnam	(R/AS)	15,2	14,6	14,2	12,3	13,5	12,3	19,3	15,1	16,5	13,9	16,0	12,4
Otros		1,7	1,6	1,4	1,2	1,9	1,7	1,9	1,5	1,8	1,6	1,8	1,4
Otros países productores	**	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	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\* 2000/01 - 2007/08**

Año cafetero	Miles sacos de 60 Kg.	Millones de pesos corrientes	Millones de pesos contantes (sep - 08)
00/01	10.519	2.015.309	3.084.170
01/02	11.950	2.061.404	2.948.528
02/03	11.712	2.345.812	3.150.823
03/04	11.053	2.438.551	3.104.705
04/05	11.430	3.521.919	4.276.408
05/06	11.952	3.531.348	4.104.080
06/07	12.274	3.604.465	3.963.378
07/08	12.515	4.056.616	4.142.616
08/09	8.664	3.442.564	3.442.564

\* Período: octubre - septiembre.

Fuente : FNC - Inteligencia Competitiva, Gerencia Financiera.

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 3. Exportación mundial de café a todo destino**

**Años Cafeteros\* 2002/02 - 2007/08**

Millones de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07		07/08**		08/09**	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%								
Total Mundial		87,7	100	88,4	100	87,6	100	88,2	100	97,9	100	96,1	100	97,6	100
Cosechas abr - mar		37,9	43,1	35,5	40,2	38,2	43,7	37,1	42,1	39,4	40,3	39,5	41,1	45,4	46,6
Brasil	(ANL/R)	27,6	31,4	25,2	28,5	26,4	30,2	25,5	28,9	29,0	29,6	28,0	29,1	31,6	32,3
Ecuador	(AS/R)	0,7	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,0	1,1	0,9	0,9	1,0	1,1
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,1	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3	1,0	1,1	0,8	0,8	1,1	1,2	0,9	1,0
Perú	(AS)	2,7	3	2,6	3,0	2,9	3,3	3,1	3,5	3,5	3,6	3,2	3,4	3,4	3,5
Indonesia	(R/AS)	4,7	5,3	4,9	5,5	6,0	6,8	5,7	6,5	4,2	4,3	5,5	5,7	7,6	7,8
Madagascar	(R/AS)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Otros		1,0	1,1	0,8	1,0	1,0	1,1	0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,6	0,8	0,8
Cosechas jul - jun		1,2	1,5	0,8	0,9	1,0	1,1	1,0	1,1	1,0	1,0	0,9	0,9	1,4	1,4
Rep. Dominicana	(AS)	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,8	1,0	0,6	0,6	0,7	0,9	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	1,2	1,2
Otros		0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Cosechas oct - sep		48,6	55,4	52,2	58,9	48,4	55,2	50,1	56,9	57,5	58,7	55,7	58,0	50,8	52,0
Colombia	(AS)	10,5	12	10,2	11,5	10,8	12,4	10,7	12,2	11,2	11,4	11,6	12,0	8,7	8,9
Costa Rica	(AS)	1,7	1,9	1,5	1,7	1,5	1,7	1,3	1,5	1,4	1,4	1,4	1,5	1,2	1,2
El Salvador	(AS)	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,4	1,2	1,2	1,4	1,5	1,3	1,4
Etiopía	(ANL)	2,3	2,6	2,4	2,7	2,6	3,0	2,7	3,1	2,8	2,8	2,8	2,9	1,9	1,9
Guatemala	(AS/R)	4,0	4,5	3,3	3,7	3,5	3,9	3,3	3,8	3,7	3,8	3,8	4,0	3,5	3,5
Honduras	(AS)	2,4	2,8	2,8	3,2	2,4	2,7	2,9	3,3	3,2	3,3	3,4	3,5	3,0	3,1
India	(AS/R)	3,5	4	3,9	4,4	2,7	3,0	3,6	4,1	3,4	3,5	3,4	3,5	2,5	2,6
Kenia	(AS)	0,9	1	0,8	0,9	0,7	0,8	0,6	0,7	0,8	0,8	0,6	0,7	0,6	0,6
México	(AS/R)	2,6	2,9	2,4	2,7	1,8	2,1	2,5	2,8	2,9	3,0	2,6	2,7	2,8	2,8
Nicaragua	(AS)	1,0	1,1	1,3	1,4	1,0	1,1	1,4	1,6	1,2	1,2	1,6	1,7	1,4	1,5
Camerún	(R/AS)	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,5	0,5	0,5	0,5
Costa de Marfil	(R)	2,4	2,7	2,5	2,9	2,0	2,3	2,1	2,4	2,7	2,7	1,9	2,0	1,6	1,6
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	0,6	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Uganda	(R/AS)	2,8	3,2	2,7	3,0	2,5	2,8	2,0	2,3	2,7	2,8	3,2	3,3	3,1	3,1
Vietnam	(R/AS)	11,6	13,2	14,9	16,8	14,0	16,0	13,2	15,0	18,1	18,5	15,8	16,4	17,4	17,8
Otros		0,7	0,8	0,8	0,9	0,6	0,6	0,9	1,1	1,0	1,0	1,3	1,3	1,0	1,0

\* Período: octubre - septiembre.

\*\* 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.

**Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino**  
**Años Cafeteros\* 2003/04 - 2008/09**

Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	03/04		04/05		05/06		06/07		07/08		08/09	
	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
Total Mundial	10.220	100,0	11.032	100,0	10.752	100	11.177	100	11.557	100	8.716	100
América	4.368	42,7	4.533	41,1	4.532	42,2	4.659	41,7	4.935	42,7	4.123	47,3
Estados Unidos	3.638	35,6	3.817	34,6	3.793	35,3	3.968	35,5	4.180	36,2	3.493	40,1
Canadá	591	5,8	627	5,7	602	5,6	563	5,0	606	5,2	504	5,8
Argentina	12	0,1	7	0,1	8	0,1	8	0,1	8	0,1	8	0,1
Otros (1)	127	1,2	83	0,7	131	1,2	119	1,1	141	1,2	119	1,4
Europa	3.981	39	4.445	40,3	4.363	40,6	4.768	42,7	4.703	40,7	2.835	32,5
Unión Europea	3.738	36,6	4.136	37,4	4.181	39,0	4.555	40,8	4.477	38,7	2.636	30,2
Alemania	1.342	13,1	1.451	13,1	1.472	13,7	1.436	12,9	1.379	11,9	609	7,0
Bélgica	510	5,0	701	6,4	546	5,1	779	7,0	728	6,3	569	6,5
Italia	280	2,7	391	3,5	386	3,6	407	3,6	412	3,6	217	2,5
Reino Unido	266	2,6	367	3,3	441	4,1	448	4,0	488	4,2	334	3,8
Suecia	262	2,6	267	2,4	267	2,5	315	2,8	270	2,3	218	2,5
Países Bajos	240	2,4	173	1,6	209	1,9	225	2,0	166	1,4	63	0,7
España	220	2,1	234	2,1	275	2,6	290	2,6	344	3,0	193	2,2
Finlandia	171	1,7	175	1,6	203	1,9	228	2,0	232	2,0	123	1,4
Francia	163	1,6	153	1,4	158	1,5	17	0,1	173	1,5	177	2,0
Dinamarca	117	1,1	91	0,8	64	0,6	63	0,6	58	0,5	31	0,4
República Checa	46	0,5	57	0,5	6	0,1			0		2	0,0
Polonia	42	0,4	16	0,1	72	0,7	64	0,6	79	0,7	36	0,4
Portugal	22	0,2	20	0,2	16	0,1	33	0,3	39	0,3	10	0,1
Austria	19	0,2	8	0,1	1	0,0			0		0	0,0
Grecia	17	0,2	16	0,1	15	0,1	18	0,2	20	0,2	14	0,2
Otros	20	0,2	17	0,2	50	0,5	231	2,1	88	0,8	39	0,4
Otros Europa	243	2,4	309	2,8	182	1,7	213	1,9	226	2	199	2,3
Noruega	147	1,4	155	1,4	117	1,1	148	1,3	132	1,1	107	1,2
Rusia	56	0,5	72	0,6	55	0,5	61	0,5	87	0,8	84	1,0
Suiza	9	0,1	37	0,3	5	0,0	1	0,0	1	0,0	0	0,0
Otros (2)	31	0,3	45	0,4	4	0,0	4	0,0	6	0,0	8	0,1
Otros países	1.871	18,3	2.054	18,6	1.856	17,3	1.750	15,7	1.919	16,6	1.758	20,2
Japón	1.569	15,4	1.679	15,2	1.495	13,9	1.313	11,7	1.425	12,3	1.347	15,5
Corea del Sur	130	1,3	205	1,9	150	1,4	190	1,7	218	1,9	230	2,6
Australia	36	0,4	43	0,4	45	0,4	51	0,5	63	0,5	46	0,5
Otros (3)	136	1,3	126	1,1	167	1,6	195	1,7	213	1,8	134	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\* 2000/01 - 2008/09  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2000/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100
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

\* 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\* 2000/01 - 2008/09  
Miles de sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente

Año cafetero	Verde		Soluble		Extracto		Otros **		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
2000/01	8.841	93,3	594	6,3	34	0,4	4	0,0	9.473	100
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

\* Período: octubre - septiembre.

\*\* Tostado y Molido.

Fuente: FNC - Inteligencia Competitiva

**Cuadro 7. Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café**

**Años Cafeteros 2000/01 - 2008/09**

**Miles sacos de 60 kilogramos de café verde equivalente**

Años Cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
00/01	3.415	36,1	6.057	63,9	9.473	100
01/02	3.400	32,0	7.229	68,0	10.629	100
02/03	2.532	24,2	7.947	75,8	10.478	100
03/04	2.913	28,7	7.241	71,3	10.154	100
04/05	2.827	25,6	8.204	74,4	11.032	100
05/06	3.179	29,6	7.573	70,4	10.752	100
06/07	2.447	21,9	8.730	78,1	11.177	100
07/08	3.011	26,1	8.546	73,9	11.557	100
08/09	2.465	28,3	6.251	71,7	8.716	100

**USD Millones**

Años Cafeteros	Federación		Particulares		Total	
	USD	%	USD	%	USD	%
00/01	318	34,9	594	65,1	912	100
01/02	267	31,0	594	69,0	861	100
02/03	221	28,8	546	71,2	767	100
03/04	304	30,7	685	69,3	989	100
04/05	416	26,7	1.142	73,3	1.558	100
05/06	488	30,5	1.114	69,5	1.602	100
06/07	425	23,5	1.379	76,5	1.804	100
07/08	598	27,0	1.613	73,0	2.210	100
08/09	504	28,3	1.276	71,7	1.780	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 2001/02 - 2008/09

Millones de sacos 60 kilogramos de café verde equivalente

Países	Calidad de café	02/03		03/04		04/05		05/06		06/07		07/08		08/09*	
		S/S	%	S/S	%										
<b>Total Mundial</b>		27,5	100	28,7	100	30,0	99	31,5	98	33,3	100	35,3	100	36,5	100
<b>Cosechas abr - mar</b>		16,2	58,7	16,9	59,2	17,8	59,4	19,0	60,3	20,2	60,5	21,5	60,8	22,5	61,7
Brasil	(ANL/R)	13,8	49,9	14,2	49,6	15,0	49,8	15,5	49,4	16,3	49,0	17,1	48,5	18,2	49,9
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	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
Perú	(AS)	0,1	0,4	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,3	0,7
Indonesia	(R/AS)	1,8	6,7	1,8	6,4	2,0	6,7	2,5	7,9	2,8	8,5	3,3	9,4	3,3	9,1
Madagascar	(R/AS)	0,2	0,8	0,3	1,2	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,3	0,5	1,3
Otros		0,1	0,4	0,2	0,7	0,0	0,1	0,1	0,3	0,2	0,5	0,2	0,5	0,1	0,3
<b>Cosechas jul - jun</b>		1,8	6,3	1,9	6,5	1,9	6,3	1,9	6,1	2,1	6,4	2,2	6,2	2,0	5,6
Rep.Dominicana	(AS)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,4	1,3	0,4	1,2	0,4	1,1	0,4	1,1	0,4	1,0
Tanzania	(AS/R)	0,0	-	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		1,4	5,1	1,5	5,2	1,5	5,0	1,5	4,7	1,7	5,2	1,8	5,0	1,6	4,5
<b>Cosechas oct - sep</b>		9,6	35,0	9,8	33,9	9,9	33,1	10,1	32,0	11,0	32,6	11,6	32,8	12,0	32,9
Colombia	(AS)	1,4	5,1	1,4	4,9	1,4	4,7	1,4	4,4	1,4	4,2	1,4	4,0	1,4	3,8
Costa Rica	(AS)	0,2	0,8	0,3	0,9	0,4	1,2	0,4	1,1	0,3	1,0	0,3	0,8	0,2	0,7
El Salvador	(AS)	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6
Etiopia	(ANL)	1,8	6,7	1,8	6,4	1,8	6,1	1,8	5,8	1,8	5,5	1,8	5,2	1,8	5,0
Guatemala	(AS/R)	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9	0,3	0,8	0,3	0,8
Honduras	(AS)	0,2	0,7	0,3	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	0,9
India	(AS/R)	1,1	4,1	1,2	4,1	1,3	4,2	1,3	4,2	1,3	4,0	1,4	4,0	1,4	3,9
Kenia	(AS)	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
México	(AS/R)	1,5	5,4	1,5	5,2	1,5	5,0	1,7	5,5	2,0	6,0	2,2	6,2	2,2	6,0
Nicaragua	(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
Camerún	(R/AS)	0,1	0,3	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	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	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	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5
Tailandia	(R)	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,5	0,5	1,4	0,5	1,4
Uganda	(R/AS)	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4
Vietnam	(R/AS)	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,7	0,5	1,6	0,9	2,8	1,0	2,8	1,1	3,0
Otros		0,9	3,3	0,8	2,9	0,8	2,8	0,6	1,9	0,7	2,2	1,1	3,2	1,5	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\* 2000/01 - 2008/09**  
**Centavos de dólar por libra**

Suaves Colombianos	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año cafetero
2000/01	90,25	84,01	75,81	75,33	76,70	76,94	78,25	80,92	74,38	69,70	73,50	68,80	77,05
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
<b>Otros Suaves 1_/</b>													
2000/01	76,66	71,54	66,15	65,98	67,19	66,50	66,13	69,22	63,90	58,72	59,72	58,07	65,82
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
<b>Brasileros y otras Arábicas</b>													
2000/01	72,28	68,95	64,39	62,38	62,50	60,35	55,11	57,19	51,86	46,43	46,49	42,42	57,53
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
<b>Robustas 2_/</b>													
2000/01	36,14	32,81	30,38	32,40	31,58	30,52	28,49	29,54	29,17	27,43	25,82	24,27	29,88
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
<b>Precio Indicativo Compuesto 3_/</b>													
2000/01	56,40	52,18	48,27	49,19	49,39	48,51	47,31	49,38	46,54	43,07	42,77	41,17	47,85
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

\* Período: octubre - septiembre.

1\_/ Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%

2\_/ Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%

3\_/ Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas

Fuente: OIC

# La caficultura mundial y colombiana en cifras

**Cuadro 10. Colombia - Precio de reintegro Federacion, precio interno y tasa de cambio**  
Promedios 2000/01 - 2008/09

	Precio externo	Precio compra base	TRMC
	US Ctsvs/libra Ex-dock	Pesos por carga de 125 kilogramos de café pergamino	Pesos por dólar
<b>Años Cafeteros*</b>			
00/01	76,23	323.191	2.266,35
01/02	63,27	278.962	2.384,14
02/03	65,96	309.093	2.864,55
03/04	74,37	329.603	2.712,71
04/05	112,34	442.404	2.377,74
05/06	113,06	458.919	2.353,88
06/07	122,02	451.052	2.148,41
07/08	164,11	633.087	2.238,90
08/09	164,03	633.087	2.238,90
<b>2008/09</b>			
Octubre	133,09	511.422	2.289,17
Noviembre	130,03	516.169	2.329,16
Diciembre	131,33	505.071	2.252,72
Enero	139,73	569.568	2.252,98
Febrero	145,21	638.681	2.513,74
Marzo	151,36	658.227	2.477,21
Abril	177,59	762.210	2.379,36
Mayo	206,65	834.101	2.229,95
Junio	201,32	670.841	2.090,04
Julio	187,06	641.207	2.052,68
Agosto	187,81	674.905	2.018,97
Septiembre	178,08	614.642	1.980,77
Octubre	177,57	566.875	1.902,70

\* Período: octubre - septiembre.  
Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y Banco de la República.